

ББК 76
А 38

Факультет
журналистики ВГУ
Академия наук
региональной печати



АЛЬМАНАХ

Выпуск 3-4 (178-179)
2021

Редакционная
коллегия:

В.В. Тулугов —
главный редактор
А.А. Кажикин
А.М. Шишлянникова
(Воронеж)
С.Г. Корконосенко
(Санкт-Петербург)
А.И. Акопов
(Ростов-на-Дону)
Ю.Н. Мясников
(Томск)
В.Ф. Олешко
(Екатеринбург)

ISBN 5-900955-02-8

Корректоры – Т. Коновалова,
Е. Рязских

© Факультет журналистики
Воронежского
государственного
университета.

Подписано в печать
20.05.2021. Тираж 150 экз.

Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА

Владимир Тулугов

«Язык вражды» в СМИ как отражение агрессии и экстремизма... 2

К 90-ЛЕТИЮ ЖУРНАЛА «ПОДЪЁМ»

Алексей Кондратенко

Проза Евгения Горбова..... 5

Евгений Новичихин

Три редактора..... 11

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЖУРНАЛИСТИКИ

Полина Давыдова, Дарья Неренц

Новые возможности для проведения журналистских
расследований в современном интернет-пространстве 24

Владимир Листенгартен

Копилка вузовского опыта: газета «Вузовский вестник»
о работе вузов в период пандемии 29

ДАЙДЖЕСТ..... 32

ЯЗЫК МК

Людмила Сандлер

Деформация или развитие языка?..... 36

МЕДИА

Марина Цуканова

Тематика детско-юношеского экранного творчества
и его актуальные проблемы 39

ДАТА..... 46

СТУДЕНЧЕСКИЙ ОПЫТ 50

АРХИТЕКТУРА

Андрей Громов, Константин Тулугов

Ярославль против Москвы. Великое противостояние
двух архитектурных центров XVII века..... 67

КУЛЬТУРА 71

ТВОРЧЕСТВО НАШИХ КОЛЛЕГ 74

РЕЦЕНЗИЯ..... 78

ПАМЯТЬ 81

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ..... 82



Владимир Тулунов **«Язык вражды» в СМИ как отражение агрессии и экстремизма**

Тридцать лет назад в России произошла смена общественно-экономической формации, и такие жизненно важные социальные институты, как здравоохранение, образование, система социальной защиты, а также журналистика до сих пор переживают трансформационные проблемы, вызывающие в обществе негативные реакции. При этом нарастание в социуме агрессии объясняется комплексом факторов: от особенностей исторического развития страны до специфики менталитета и даже реакции на суровый климат. С точки зрения психологии процесс накопления и выброса негатива связан с тем, что в периоды социальных и политических преобразований любое общество всегда переживает стресс.

Первичное значение слова «агрессия» — двигаться вперед, к определенной цели без колебаний, сомнений и страха. То есть, считается, что в агрессии есть и полезная сторона — когда, например, в моменты, опасные для жизни, в человеке проявляется энергия, направленная на защиту. Для развития и достижения победы крайне необходима и энергия любопытства, исследования, спонтанности, энергия, побеждающая страх, хотя вряд ли ее следует называть агрессией, скорее — творческой устремленностью.

Различают виды агрессии: использование силы против другого лица (*физическая агрессия*); выражение негативных чувств в виде крика или в виде проклятий, угроз (*вербальная агрессия*); раздражение, негативизм, обида и подозрительность (*косвенная агрессия*).

Агрессивность может стать основой **экстремизма**, трактуемого как приверженность крайним взглядам и мерам. Различаются и виды экстремизма: *политический, религиозный, национальный, государственный, бытовой, возрастной, поведенческий* и др. Если брать сферу политики, то противоположными по смыслу экстремизму будут понятия умеренности и центризма, поэтому экстремистскими следует считать крайне левые или крайне правые силы, объединяющиеся на основе перманентного противопоставления, размежевания и даже борьбы.

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

Любое явление необходимо рассматривать как минимум с трех сторон: *внешней, внутренней и субъективной*. Постоянная конфронтация может проявляться на межгосударственном и внутригосударственном уровнях, когда в «свои права» вступают геополитика, менталитет, демография, объем и структура населения, национальностей и народностей, наличие одной или нескольких религий и др. Субъективные факторы связаны с конкретным режимом, определенными формами правления страной. Такая многофакторность, естественно, осложняет взаимоотношения на всех уровнях. Если на государственном уровне востребовано искусство дипломатии, отрицающей экстремизм как таковой, то на личностном — искусство социализации и межличностной коммуникации.

При рассмотрении «**языка вражды**» в качестве особой коммуникации исследователи опираются на классификацию медиа К. Енсена, трактующего их как набор инструментов, используемых людьми для коммуникации друг с другом относительно общей для них реальности. При этом выделяются три уровня медиа: *биологический* (человеческий организм с его жестами, движениями, вербальным языком; письменные принадлежности, музыкальные инструменты и т. п.), *традиционные интерперсональные и массовые медиа* (телефон, телеграф; печать, радио, телевидение, кино и т. п.) и *цифровые медиа* (сетевой персональный компьютер, интернет, мобильная связь и т. д.) [1]. На каждом из уровней «язык вражды» («язык ненависти») проявляется по-своему, но то, что современное телевидение переполнено речевой агрессией и агрессивным поведением стало уже фактом нашей повседневности. Увы, и насилие сегодня — часть жизни современного общества, и информация о криминально-террористических действиях — обязательная часть журналистского контента телеэфира. Утренние, дневные и вечерние передачи содержат элементы политического экстремизма, шовинизма, ксенофобии, национализма, порой не получающих должного комментирования со стороны ведущих многочисленных телевизионных ток-шоу, у которых на это даже есть оправдание: мол, ТВ лишь зеркало, показывающее жизнь такой, какова она есть.

Несомненно, такие явления, как религиозная, национальная и социальная рознь и др. существовали во все времена, независимо от государственного режима, но степень их проявления могла быть различной. Когда власть, гражданское общество, социальные институты действуют в координатах общественного

договора, по которому осуждаются проявления расовой ненависти, ксенофобии, агрессивного национализма, этноцентризма и т.п., перечисленные выше негативные явления, если и не исчезают совсем, то проявляются спорадически и однозначно осуждаются общественным мнением, а также подавляются государственными органами, ответственными за правопорядок.

Различные виды «языка вражды» (призывы к насилию; оправдание исторических фактов насилия и дискриминации; утверждения о неполноценности, криминальности, моральных недостатках любой этнической или религиозной группы и мн. др.) рождают «образы вражды», периодически эмоционально воспроизводимые, т.е. выполняющие структурную роль при переходе в ментальные стереотипы.

В любом обществе одновременно функционируют и противостоят друг другу различные виды культуры — от культуры толерантности до культуры эгоцентризма и культуры экстремизма; что же касается отечественной ситуации, то она осложнена таким факторами, как многонациональность, как историческое разделение на «традиционалистов» и «прогрессистов», как стремительное социальное расслоение и ряд других. Параллельно, что является также основой разногласий, существуют и варианты идеологических парадигм: социальной интолерантности; социальной терпимости; личного и социального успеха.

Очень важен уровень культуры как таковой и общественной культуры в частности. Существует мнение, что такие социальные институты, как семья и школа, уже не справляются с задачами по трансляции культуры, и они переключаются на средства массовой информации. Но темпы современной жизни — с ее глобальными цифровизацией и компьютеризацией, с мощным развитием социальных сетей — таковы, что и СМИ не вполне справляются с культуроформирующими задачами. Например, нельзя не отметить тревожного факта заблуждения общества тюремной культурой (кино- и телевизионные фильмы, книги и песни, отмеченные тюремной романтикой, специфические татуировки, блатной жаргон и т.д.). Особенно показательным является факт «огульного вхождения в современный язык криминального арго» [2].

На Первом канале уже который сезон выходит очень интересная передача «Три аккорда», но, к сожалению, и в ней звучат не только городские романсы, но нередко и так называемые блатные песни. А ведь лагерная культура как следствие общественных процессов, вхождение в современный язык криминального арго постепенно, незаметно может оказывать существенное влияние на мировоззрение человека, способствовать формированию противоправного поведения, негативного отношения к честному каждодневному труду. Ведь, по сути, происходит дестабилизация категорий преступления, насилия, унижения человеческой личности, размываются нормы нравственности.

Кризис российской семьи также не новость. Количество неполных семей, количество разводов неуклонно растет. Тяжелая ситуация в стране негативно отражалась на каждом. Агрессия во взаимоотношениях близких стала нормой. Изменилась парадигма отноше-

ния к жизни — доминантой стал эгоцентризм (я — все остальные; моя семья — все остальные; мои родные — все остальные; моя нация — все остальные и т.д. и т.п.), а также культ силы и денег. Когда пострадала система воспитания (коллективного, бесплатного, интернационального и др.), телевидение, а затем видео и интернет заменили воспитателей, родителей и нянь. При этом СМИ, также борясь за выживание, идут на поводу «рынка», активно преподнося «жесткие уроки жизни» (см. ток-шоу, которым отдан прайм-тайм: «Пусть говорят с Дмитрием Борисовым», «На самом деле», «Андрей Малахов. Прямой эфир»).

Преобладание негативной информации, сцен насилия, вербальной и визуальной агрессии в репортажах, фильмах, программах и передачах, засилье пошлой культуры и низкого вкуса — через все это, к сожалению, проходит современная телеаудитория. И в этом также видятся истоки современного экстремизма и агрессии, и прежде всего в молодежной среде. Чтобы изменить ситуацию к лучшему, потребуются годы и десятилетия. Уровень накала «негатива» представлен в текстах в виде структурных элементов, передаваемых в разных формах: *неприятие, антагонизм, ненависть, противостояние* [3]. Нередко дискриминирующие высказывания и уничижительный подтекст содержатся не в прямой речи источников, а в самом редакционном тексте. В целом же «язык вражды» в СМИ проявляется очень по-разному — от призывов к насилию до обидных определений. Слова вражды не обязательно звучат в содержании статьи или передачи: они могут угадываться в тональности, стиле заголовков, подборе фотографий и видеоряда, отсутствии редакционного комментария. Стороны противостояния могут описываться этническими категориями, категориями религии, класса, миграционного статуса и др. Вне зависимости от того, какая классификация используется, правилом является то, что одна из сторон («Мы») снабжается позитивно оцениваемыми качествами, а другая («Они») — оценивается негативно. Анализ показывает, что в более «аккуратном» или «сдержанном в выражениях» виде многие идеи (имплицитно или эксплицитно) присутствуют в доминирующем дискурсе. Большинство действующих политиков, чиновников и т.д. критикуют поверхностные проявления «расистских» идеологий, но разделяют их глубинные послышки.

Список видов «языка вражды» (любые некорректные высказывания в адрес этнических или конфессиональных групп) включил в себя целый комплекс маркеров: прямые и завуалированные призывы к насилию и дискриминации; создание негативного образа этнической или религиозной группы; оправдание исторических случаев насилия и дискриминации; публикации и высказывания, подвергающие сомнению общепризнанные исторические факты насилия и дискриминации; цитирование явно ксенофобных высказываний и текстов без комментария, определяющего размежевание между позицией интервьюируемого и позицией журналиста; аналогично — представление места в СМИ для явной националистической пропаганды без редакционного комментария или иной полемики и мн. др. [3].

Думается, большинство российских тележурналистов все же использует «лексику вражды» без расистского умысла, но тогда они должны допускаться к эфиру лишь после того как приобретут профессиональные ориентиры, овладеют специфическими навыками освещения таких деликатных тем, как расовая, этническая и религиозная. Хотя нельзя не признать и правоту тех медиаспециалистов, как и большинство россиян, принимающих идею толерантности в качестве девиза, нормы, которой необходимо придерживаться или к которой следует стремиться, всё же замечаящих, что:

— часть соотечественников сознательно отрицает терпимость к чужим убеждениям, к чужому мнению;

— часть приезжих сознательно нарушает «чужой устав»;

— представители некоторых этносов последовательно поддерживают мнение о брутальности своего народа, считая это доблестью, а представители отдельных конфессий признают лишь свою религию, называя носителей других теологических взглядов «неверными» и т.д.

Но если СМИ не будут говорить о всем том, что перечислено выше, боясь обвинений в использовании «языка вражды», проблемы только усугубятся.

Особый разговор — о тех СМИ и журналистах, которые ведут себя намеренно агрессивно, прибегая к провокациям потому, что это привлекает аудиторию, и повышает рейтинг канала. Ими должно заниматься профессиональное сообщество в рамках саморегулирования [4; 5], ведь задача СМИ — прививать, культивировать

толерантность, что в какой-то степени будет способствовать стабильности и спокойствию в обществе. Очевидно, что эта зависимость не носит линейного характера, но прежде всего нельзя недооценивать такого существенного фактора влияния на формирование определенных представлений и установок людей (молодежи в первую очередь), как телевидение, которое до сих пор называют каналом народного общения.

Литература

1. Гладилин А. В. «Язык вражды» в традиционных и новых медиа / А. В. Гладилин // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. — 2013. — № 21 (312). — С. 144–153.

2. Цит. по: Двое из Кремля // Воронежский курьер. — 2006. — 4 февр. — С. 3.

3. Новикова Т. Речевая агрессия в журналистских текстах как отражение интолерантности / Т. Новикова // Relga.ru. — 2006. — № 3 (125). — Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environment/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=885&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 16.10.2020).

4. Общественная коллегия по жалобам на прессу. — Режим доступа: <http://www.presscouncil.ru> (дата обращения: 04.04.2021).

5. Кузнецова Н. Е. Методика анализа политических ток-шоу в рамках реализации профессиональных стандартов журналистики / Н. Е. Кузнецова // Знак. Проблемное поле медиаобразования. — 2020. — № 3 (37). — С. 76–80. — Режим доступа: <http://journals.csu.ru/index.php/znak/article/view/376> (дата обращения: 04.04.2021).



Алексей Кондратенко Проза Евгения Горбова

Писатель и литературовед Василий Росляков так писал о Евгении Горбове в столичном журнале: «Перед нами своеобразный, тонкий художник, со своим видением мира и со своей темой... Значение книг Горбова, живые истоки которых — в тихих улочках городской окраины, не ограничивается масштабами этой окраины. Большой и нужный людям смысл, заложенный в них, ставит эти книги рядом с теми, что по праву занимают место на полках нашей “большой” литературы» [1, с. 158].

Евгений Константинович Горбов родился 9 марта 1906 г. в местечке Теплик Гайсинского уезда Подольской губернии (ныне районный центр Винницкой области Украины). Отец Евгения, потомок елецких купцов, служил сидельцем в казенной винной лавке, умер в год рождения сына. После смерти мужа мать Евгения Горбова переехала в Елец, работала здесь в винной лавке, в годы Первой мировой войны — в госпитале, после Октябрьской революции — в различных учреждениях Ельца. Умерла в 1929 г.

До 14 лет Евгений учился, а потом стал еще и работать рассыльным, сторожем в садах, грузчиком, плотником, ремонтным рабочим на железной дороге. В школе его учителем был Михаил Пришвин, который читал ученикам свои произведения. Пришвину Евгений Горбов принес свои первые стихи... Возможно, в них было что-то от изобразительной силы другого елецкого гимназиста — Бунина. Вполне понятно, что Горбов живо интересовался творчеством Бунина. Вот строки юного Горбова:

*Гляди на ветхий свой шалаш.
На круг золы и кашеварки,
Какой повсюду ералаш.
Как краски скудны и неярки!
Примят, разграблен, жалок сад.
Зияют рыжие тропинки,
На листьях сумрачно висят
Такие злые дождевинки.
Ползет червяк, и тянет след,
И вензелит сырую почву...
А сколько, сколько листьев нет –
Они упали нынче ночью...*

Впрочем, стихов своих Горбов, даже став профес-

сиональным писателем, никогда не печатал. Его призыванием на всю жизнь стала проза. Разнорабочим он был до весны 1926 г., когда пришел в елецкую уездную газету. Редакция по-своему открыла подростку большой мир, свела с множеством разных людей. О впечатлениях той поры он написал первую повесть — «Черный князь». Горбов вспоминал потом: «В мае 1934 года “Черный князь” был закончен. Я перечитал его и нашел, что трудился не зря. Несомненно, это была лучшая из моих работ, и не грех было подумать о том, чтобы повесть увидела свет».

1934-й год вообще стал для Горбова переломным. Вчерашний районный газетчик перебрался из Ельца в Воронеж и сразу опубликовал в журнале «Подъём» свое первое художественное произведение — повесть «Черный князь». Современный читатель найдет в ней не только зарисовки провинциальной жизни на излете НЭПа. Здесь и размышления о человеческой сути, о сокровенном смысле работы журналиста и о многом другом. Как потом заметит один из литературоведов, «взыскательный мастер, он с первых шагов своих в литературе творчески усваивая опыт классиков, вырабатывал свой, горбовский, почерк, свое видение мира, которое со всей определенностью выявилось уже в первой повести: пристрастие к лирической (местами, когда необходимо, иронической) манере, к сложным характерам в движении, противоборстве устремлений, и сложно, и драматично выявляющим себя; к пейзажам средней полосы России, к поэтическому строю души человека. А душа его и мысль устремлены к тому нравственному идеалу, который способен творить на земле живое, настоящее» [2, с. 142].

Удивительно, но спустя десятки лет не тускнеет образ уездного газетчика Заволжского (краеведы сразу поймут, что речь идет о журналисте, будущем известном воронежском писателе Николае Задонском, работавшем одно время в елецкой редакции). Не случайно литературный критик уже в 1960-е гг. подметит: «Ему [Якову Кучеряеву] придется столкнуться с Валентином Заволжским, шустрым репортером дореволюционного закала, который может подписаться под чужой заметкой в надежде на лишний гонорар, которому важен не столько смысл написанного, сколько сенсационное стремление подать материал так, чтобы “трещало, шипело и било в нос”».

Итак, редактор газеты говорит новичку: «Для начала ты будешь работать в культурно-бытовом отделе. Это у нас школа для новичков. Дальше — посмотрим.

Об авторе: Кондратенко Алексей Иванович, главный редактор альманаха «Орел литературный», доктор филологических наук, член Союза писателей России.

В культбыте у нас сидит старый спец — Валентин Заволжский. Слышал про такого? Это матерый журналист, так сказать, зубр, вепрь, ветеран, могикиан и прочее такое... Он тебя быстро обучит» [3, с. 4–5].

И вот, наконец, встреча: «С шумом распахнулась дверь. В комнату вошел, вернее сказать, влетел, стройный, довольно пригожий с виду и еще молодой человек, с коричневым портфелем под мышкой. Ничего похожего на ветерана или могикиана — это была сама современность, воплощенная в образе человеческого, — стремительная, яркая и бьющая в глаза, как реклама. Клетчатое, похожее на дирижабль, кепи с длиннейшим козырьком, золотистый галстук, модные туфли и отпущенные, выхоленные ногти. Глаза ясные, немного насмешливые, продолговатое лицо и карминовые, четкого рисунка губы.

Он вошел не просто, а с забавной ужимкой, приотпывая и пританцовывая на ходу; в одной руке у него была папироса, а в другой, поднятой выше головы, сотрясался блокнот... Заволжский, как вошел и стал у порога, так и зачистил:

— Пескарики! Ровно сорок пескариков! [видимо, речь идет о коротких заметках для газеты. — А. К.] Хотите, продам? Только что из воды. Свежие, последние новости городской жизни, всевозможная хроника, происшествия. Качество — вне конкуренции!» [3, с. 8–9].

Заволжский учил редакционных новичков:

« — Надо уметь брать материал. Для этого надо до мозга костей быть репортером. Настоящий репортер тот, кто даже во сне видит исключительно убийства, грабежи, пожары... Дети мои! Не засоряйте мозги! Голова журналиста должна быть свежа, как лилия, и чиста, как майская росинка. Она должна вибрировать при малейшем дуновении жизни, как вибрирует струна гитары, когда в комнате чихнет кошка. Пусть ветер жизни свободно бьет под черепную коробку, не беда, если он занесет туда кое-что лишнее. Все это рассосется. Это — жизнь. И еще совет: читайте. Читайте все, даже и бульварную литературу. Берите какую-нибудь сугубую декадентщину: Северянина, Сологуба, смакуйте Уайльда, всякий там ренессанс, мезальянс... Это — пища богов, утонченное пиршество ума» [3, с. 43–44].

Однако вскоре сознательные газетчики разоблачили Заволжского, оценив его работу так: «шелкоперство, халтура, пошлость, штукачество» [3, с. 71]. Примечательно, что особенность повести была даже не в ее фабуле. Новый автор сразу обратил внимание на себя особой лиричной интонацией — она была необыкновенно редка в 1930-е годы... Удивительно, но критики послевоенной поры увидели в повести Горбова созвучие с «Испытательным сроком» Павла Нилина, хотя повесть Нилина появилась в печати на два с лишним десятилетия позже. Вновь «Черный князь» пришел к читателю уже в середине 1960-х гг.: вначале на страницах «Нашего современника» (1965), затем отдельной книгой в Приокском издательстве тиражом 30 тысяч экземпляров. Откликаясь в «Подъеме» на переиздания, А. Хайлов писал: «Как бы ни были внешне блестящи речи Заволжского, как бы виртуозно ни владел он словом, как бы ни знал специфику репортерской работы, выдвигенцу Кучеряеву ясно: с Валентином За-

волжским ему не по пути. Но дело не только в этом моральном конфликте, умело схваченном писателем. Он разрешается в пользу Якова до известной степени “по-нилински”, и в то же время повесть выдвигает свои специфические, “горбовские” вопросы, заставляет задуматься, поспорить... В душе скромного сотрудника газеты Якова Кучеряева живет прекрасный романтизм, которому сродни высокая поэзия Гейне (правда, одно-сторонне им истолкованная), сродни всякая истинная поэзия, и было бы удивительным увидеть в его руках книги стихов Багрицкого или романы Александра Грина, узнать, что они ему пришлось по душе». Более того, критик высказал мысль о том, что «повесть просто оказалась мала. Ее содержание требует для себя обширной площадки романа. Пока что мы находимся на промежуточной станции».

Но выйти на создание произведения романной формы Горбов в 1930-е гг., конечно же, не мог: почти все время поглощала каждодневная будничная работа. В столице Черноземья он трудился сначала заведующим сектором пути, а затем ответственным секретарем газеты ЮВЖД «Вперед», с 1935 г. — в газете «За образцовую магистраль» Московско-Донбасской железной дороги заведующим отделом культуры. Да, было еще несколько попыток выступить на литературном поприще: в Воронеже издают его рассказы «Золотой век» (Подъем, 1935, № 7–8) и «Борода Аарона» (Литературный сборник. Воронеж, 1936, т. 1). Но главные книги были еще впереди.

В 1937 г. Горбов вернулся из Воронежа в Елец, работал ответственным секретарем газеты «Сигнал» Елецкого отделения Московско-Донбасской железной дороги. В начале войны небольшие издания прекратили выпуск, Евгений Константинович в январе 1942 г. перешел в «Орловскую правду», редакция которой была эвакуирована в Елец. Горбов вспоминал много лет спустя о страшной бомбежке в солнечный весенний полдень 1942 г.: «Сотрудники выбежали из комнат и кинулись в типографский подвал. Мы стояли, прижимаясь к стене и пугливо прислушиваясь к тому, что делалось наверху. Там был суцый ад. Острый пронзительный свист и удар — тяжкий, сокрушительный, от которого звенело в ушах и с потолка сыпалась штукатурка. Типографское здание вздрагивало: прямой удар — и от нас осталось бы одно месиво... Часто меня застигали воздушные тревоги, и я переживал их, прижавшись к первым попавшимся воротам или заскочив в попутную щель, которых много тогда было в городе. Видел ночные пожары — злое торжество бушующего пламени, хаос дымящихся бревен, развороченного кирпича, битого стекла, людей, которые ожесточенно, с каменными лицами бросались на штурм пожарниц».

В «Орловской правде» Горбов в разные годы работал заведующим промышленным отделом, ответственным секретарем, литсотрудником секретариата. Часто выезжал в командировки, готовил обзоры районных газет. Вместе с редакцией вернулся в освобожденный Орел. «Была пора подъема, радужных настроений», — вспоминал позднее о том времени. В ноябре 1943 г. в редакции по инициативе поэтессы Елены Благиной

ной, специально приехавшей по направлению Союза писателей СССР, состоялось несколько собраний литературной группы. На собраниях обсуждались произведения местных литераторов (а среди них оказалось немало недавних фронтовиков, партизан, например Н. Прохоров, В. Росляков), лучшие рекомендовались для издания.

Областная газета тогда стала ядром формирования писательского сообщества послевоенной Орловщины. Горбов был принят в Союз писателей СССР в 1945-м (на учет стал в Воронежской областной организации СП СССР), а уже 28 декабря того года бюро Орловского обкома ВКП(б) рассмотрело вопрос о создании в Орле бюро областной литературной группы. В постановлении говорилось: «Для собирания творческих сил и организации работы с молодыми писателями утвердить бюро областной литературной группы в составе: Горбова Е. К., Батова И. Г., Ермак Б. А., Деркачева И. З., Рослякова В. П., Чернова А. З. Ответственным секретарем бюро областной литературной группы утвердить члена Союза советских писателей т. Горбова Е. К.».

Не случайно именно к Горбову обратился в октябре 1947 г. воронежский писатель, секретарь редакции альманаха «Литературный Воронеж» Михаил Булавин. Хотя аналогичные письма были тогда же направлены писателям Живоглядову в Тамбов и Корнееву в Курск, обращает на себя внимание сердечное обращение автора письма к адресату: «Дорогой Женя! Привет, дружище!» Булавин, упоминая, что готовится специальный номер к 30-летию Октябрьской революции, предлагал: «Наша обновленная редакция [альманаха «Литературный Воронеж»] ждет от тебя новых и хороших произведений... нам совершенно необходимо установить и держать с тобой крепкую связь». О себе Булавин сообщал так: «Работается тяжело. Живется еще тяжелей. Живу с семьей в 4 человека на площади 10 квадратных метров. Жилье мое холодное, тесное, а потому и грязное, холодное, дымное, сырое» [4].

Писатели условились держать связь, информировать друг друга о новостях подробнее. Вполне возможно, что уже вскоре Горбов предложил бы в «Литературный Воронеж» отрывок из своего нового романа «На заре туманной юности» (примечательно, что в названии — строка из стихов Алексея Кольцова и переключки с одноименной повестью Андрея Платонова). Но для начала он отдал несколько глав романа во второй выпуск ежегодного «Орловского альманаха». Результат оказался ошеломительным, едва не окончательным в творческой деятельности Горбова... Он вспоминал позднее: «Альманах был набран, сверстан, а затем [член редколлегии] Комов вздумал показать его кое-кому из наших сотрудников [редакции «Орловской правды»]. Среди них были секретарь партийной организации Кузьмин и заведующий партийным отделом [отделом пропаганды] Патенков. Эта пара вдруг усмотрела в моем отрывке всяческую крамолу и подняла невероятный шум... Не ограничиваясь шумихой в редакции, Кузьмин и Патенков обратились в обком партии. Секретарь обкома, которому отрывок сначала нравился, смутился, заколебался и... перешел на сторону моих

противников. Тогда было принято решение: альманах пока не печатать, для выяснения дела послать в Москву, в правление Союза писателей СССР, сотрудника издательства» [5, с. 171].

Вскоре вышло постановление бюро комиссии по русской литературе республик, краев и областей Правления Союза писателей СССР «Об идейно-художественных ошибках в работе редколлегии “Орловского альманаха”» [6]. В духе недавнего постановления ЦК ВКП(б) по поводу творчества Зощенко и Ахматовой провозглашалось: «Подготовка к печати глав из романа «На заре туманной юности» в их настоящем виде является серьезной ошибкой и автора, и редакционной коллегии альманаха... Автор питает особое пристрастие к изображению людей с ущербной психологией... крупные идейно-художественные погрешности... Комиссия считает также, что редакционная коллегия “Орловского альманаха” еще недостаточно руководствуется в своей работе историческим постановлением ЦК ВКП(б) по идеологическим вопросам».

Комиссия потребовала изъять прозу Горбова из альманаха и провести широкое обсуждение постановления на литературном активе Орла. Писателю понадобилось немало сил, чтобы устоять и продолжать работу после идейной проработки. В 1949 г. в соавторстве с А. Н. Яновским он написал пьесу «Первый салют», которую поставили на сцене Орловского драматического театра. В 1954 г. публикует повесть «Феня», затем в издательстве «Орловская правда» выходит сборник «Повести и рассказы». Тогда же была закончена рукопись романа «Дом под тополями» (первое название — «На заре туманной юности»). Где ее опубликовать? После скандальных обсуждений в Орле и Москве Горбов не рискнул обращаться в здешние издательства. А если предложить роман в Воронеж? Тем более что он по-прежнему был на учете в Воронежской писательской организации, и здесь давно ждали от него обратную прозу.

Итак, роману «Дом под тополями» предстояло стать одной из первых ласточек возрожденного в 1957 г. журнала «Подъем». Но у этой истории была и своя предыстория. Руководство Союза писателей СССР всегда очень ревностно следило за содержанием и формой региональных профессиональных изданий. Пример тому — не только вышеупомянутое разгромное постановление, посвященное «Орловскому альманаху». В апреле 1954 г. секретариат СП СССР принял постановление, касающееся десяти краевых и областных отделений. В постановлении говорилось, что отделения «замкнулись в узкие местнические рамки, выпускают серые, беспомощные альманахи, не пользующиеся спросом читателей и потому убыточные, не имеют вокруг себя серьезного актива из молодых писателей, а с теми, которые есть, не ведут систематической работы». Секретариат тогда решил закрыть Ульяновское и Кировское отделения Союза писателей, а остальные (в том числе Смоленское) предупредил, что, если работа не будет улучшена, их постигнет та же участь.

Это постановление оказалось в центре внимания Воронежской межобластной конференции писате-

лей, в которой в июне 1954 г. приняли участие 70 делегатов из двенадцати областей, в том числе и Евгений Горбов. Естественно, что воронежцы со всей основательностью ставили вопрос и о повышении статуса своего альманаха, и о росте материальной и административной поддержки писательской организации. Заведующий отделом литературы и искусства газеты «Коммуна» Федор Волохов сообщал «по горячим следам» Горбову: «Смету отделения СП увеличивают. Представить произведения воронежцев для экранизации — звонил заместитель министра культуры СССР. Завтра Максим [Подобедов] и Костя Локоток [Локотков] будут в Москве для переговоров об издании межобластного альманаха, о его тираже, штатах и т. д.» [7]. Попутно звучал и призыв к самому Горбову: «Какой ты могучий художник, какая в тебе сила великая сидит. И какого черта ты сидишь в Орле. Вылазь, выходи в большой свет» [8].

Михаил Булавин писал Горбову 27 января 1956 г.: «Видимо, в скором времени я буду командирован в Орел по вопросу о межобластном альманахе или журнале. Еще не знаю, чего? Липецкая область ответила на наше предложение согласием и готова взять 2000 экземпляров для распространения у себя. Если возьмет Белгородская, Тамбовская, Орловская, то мы сможем выпускать альманах без убытка. Не двухтысячным тиражом, а десяти тысячным и 4 раза в год. В этом случае мы легко можем перейти на журнал, хотя бы один в два месяца. В нем будем печатать воронежцев, орловчан, тамбовчан, липчан и белгородцев. Видишь, какое хорошее дело получилось бы. Да и журнал бы стал оперативнее. Скажем, написал ты рассказик или повестушку и уже через два месяца можешь получить гроши. А при настоящей системе, когда альманах выходит два раза в год, да твой опус попал не в первый, а во второй номер, ты тут-то волком взываешь, черт его поberi.

Если Орловский обком партии не будет возражать и решит взять часть тиража для распространения, то это будет даже очень хорошо.

Мы будем высылать проспект, план публикаций, будем планировать орловчан. Марочка на альманах для журнала будет приблизительно такая: «Межобластной литературно-художественный и общественно-политический журнал Воронежской, Орловской, Липецкой, Тамбовской и Белгородской областей». Назовем мы его, скажем, «Чернозем» или еще как-нибудь в этом роде. А раз он будет безубыточный, то и оформление его будет хорошим» [9].

Еще одно письмо от Булавина — 15 апреля 1956 г.: «Здравствуй, дорогой друже Женья! В Орел, как оказывается, я уже не поеду, надобность в такой командировке миновала. В Москву ездил Виктор Иванович Петров и вот, дня три тому назад, докладывал о том, что наше предложение нашло в Москве хороший отклик. Союз Советских писателей СССР разговаривал с ЦК КПСС относительно ежесемейного журнала. Думают его издавать межобластным, как мы и предполагали. Он будет не для 12 областей, как это мы предполагали, а для 7. Помимо Воронежской, Липецкая, Тамбовская, Орловская, Белгородская, Балашов и, кажется, Курск.

Наши товарищи едут в Москву с представителем Воронежского обкома партии на совещание. Туда же будут приглашены представители обкомов перечисленных областей. Предполагается объем 10 [печатных] листов. Значит, в год — 120 листов. А ведь альманах наш выходил два раза в год с общим листажом 30–35 листов. Разница, разумеется, большая. Но и сотрудников прибавится. Тираж, видимо, будет 15 000.

Мне думается, что это большое дело. Мы стали инициаторами журнала, и в Москве сказали: “Попробуем на Воронеже, а потом, может быть, и в Ростове [–на-Дону], и на Волге возникнут межобластные журналы” [10].

Итак, увлеченный новым региональным проектом, Горбов предлагает редакции возрожденного «Подъёма» (в конце февраля 1957 г. будущий редактор журнала Федор Волохов приезжал на несколько дней в Орел) рукопись романа «Дом под тополями» — все-таки прошло уже целое десятилетие после разгромной критики этой вещи, многое в стране изменилось. Редакция сразу отправляет роман в набор — и он публикуется уже в 4-м и 5-м номерах журнала за 1957 г. Это было неожиданно для автора — в Орле он еще не мог найти новый журнал ни в киосках, ни в библиотеках (даже просил М. Подобедова выслать авторские экземпляры [11]), а о «Доме под тополями» уже заговорили не только в Воронеже, но и в Москве, других городах — на его выход позитивно откликнулись газета «Литература и жизнь», «Литературная газета», журнал «Октябрь».

Роман «Дом под тополями» — на военную тему, здесь на фоне всех сложностей жизни запечатлены две судьбы, два характера — сильный и слабый, самоотверженный и себялюбивый. Критик Василий Росляков в журнале «Вопросы литературы» отмечал тогда, что творчество писателя становится проблемнее. Под пристальный взор обозревателя попал, прежде всего, образ одного из главных персонажей — Лидочки: «Сначала она “на всех перекрестках” обличает “мещанские условности” жизни [1]. Так что же в таком случае сама Лидочка? Что такое ее бунт, сменяющийся равнодушием по отношению к “скучным песням земли”? Это даже не заблуждение. Это игра. Лишенная твердых убеждений, Лидочка безответственно заигрывает и с жизнью, и с собственной судьбой. Темпераментную, порывистую, но лишенную прочных основ, Лидочку увлекает эта игра, и чем дальше, тем она становится опасней, угрожая стать “второй природой” ее натуры.

...Кому из нас порой не приходилось встречать среди нынешней молодежи по-своему “очень хороших”, привлекательных юношей и девушек, но с неизменной усмешкой или просто с безразличным равнодушием относящихся ко всякому упоминанию об ответственности перед людьми, комсомолом, обществом. Все это вместе с трудовыми буднями наших дней для них лишь “скучные песни земли». Но с каким упоением подобные молодые люди предаются всяческим обличениям “условностей” и “предрассудков” и разлагольствуют о том, “как хорошо быть самим собой” в лидочкином смысле. В мелочах повседневной жизни все это выглядит часто

достаточно невинно, чтобы вызывать у старших тревогу. Но вот писатель логически продолжил эту “невинность”, спроецировал ее на тот роковой час, когда речь начинает идти о жизни и смерти, и кажущаяся невинность уже заглядывает в черную бездну предательства. Сделав это, писатель Горбов сказал новое и нужное слово в нашей литературе» [1, с. 159–160].

Отметил критик и положительных героев: «Леонид Федорович с его беззаветной преданностью Родине, солдат Антон Сосев, не теряющий веры в победу в самые тягостные дни отступления нашей армии, фронтовой журналист Миша Файнштейн, порвавшая с мещанской психологией Олимпиада создают в романе атмосферу глубокой человечности и торжества новой, социалистической морали. Роман дает ощущение того, что дорогу германскому фашизму в дни войны преграждали не только и даже не столько оборонные сооружения и военная техника, а неприступные крепости социализма, заложенные в душе каждого советского человека. Испытания войны ускорили процесс формирования характеров, и в романе идет постоянное обогащение, совершенствование героев во взаимном влиянии друг на друга. Так, Семен получает огромный заряд мужества и веры в победу в общении с простым солдатом Антоном Сосевым, открывшим Семену великую красоту сердца трудового народа. Сам Полуэктов становится причиной, вызвавшей крутой перелом в сознании и всей жизни Олимпиады. Дружба Ксюши и Миши Файнштейна облагораживает обоих, дает силу и рост лучшим свойствам их духовного облика» [1, с. 161].

Высказал Росляков и критические замечания: «Писателю не удалось до конца преодолеть трудности, связанные с тем, чтобы подчинить различные сюжетные линии, судьбы героев общему внутреннему движению всей вещи в целом. Порой это движение замедляется, как бы замораживается, и в этих местах повествование становится вялым, описательным. Развитие повести может основываться не только на эпическом разрыве событий — оно может ограничиться и движением чувства, души лирического героя. Для романа одного этого, как правило, недостаточно. И вялость, и описательность, встречающиеся в романе Горбова, объясняются как раз недостаточной плотностью действия, событий» [1, с. 162].

Откликнулся на заметную публикацию в «Подъёме» будущий известный прозаик и литературовед, а тогда аспирант Института мировой литературы имени А. М. Горького Олег Михайлов: «Иные страницы в этом романе по-настоящему радуют. Чувствуется пытливість автора, свежесть его восприятия, умение немногословно и впечатляюще передать портрет человека, его походку, жесты. Особенно относится это к первой части... Контраст характеров — характеров, взятых из жизни и подмеченных, на мой взгляд, очень верно, — мог вылиться в свободное повествование эпического толка, где поступки и переживания центральных персонажей вплетены в исторические события недавнего прошлого. Однако четкий рисунок романа к концу первой части сбивается на пунктир. И тут теряется ясность авторской позиции. Эпизоды теснятся и наплывают друг на друга... Быть может,

Е. Горбов намеревался показать всю неосновательность, поверхностность Лидочкиного бунта в пору ее отроческого романа с Семеном? Полуэктова тяготы войны закалили. Лидочка же не выдержала испытаний, и ее романтическое неприятие “обывательской” жизни обернулось заурядным браком по расчету. Но не торопитесь с выводами. В финале романа Лидочка встречает Егора, возвращающегося из госпиталя, и просит передать Семену и дяде: “Скажи им... что еще не кончилась Лидочка. Еще есть у нее порох в пороховнице и хватит моральных сил, чтобы начать новую, другую жизнь”. Вряд ли стоило завершать роман этим психологическим парадоксом. Интересный замысел оказался недово-площенным» [12, с. 247].

Критика литературоведов тем не менее не затмила читательского интереса к роману Горбова — причем интереса не только советских читателей, но и зарубежных. Ответственный секретарь журнала «Подъём» Валентин Ющенко писал Горбову 25 сентября 1958 г.:

Уважаемый Евгений Константинович!

Спешу сообщить Вам радостную весть: Пражское книгоиздательство “Чехословацкий писатель” запросило у нас четвертый и пятый номера “Подъёма” за прошлый год, в которых печатался Ваш роман “Дом под тополями”. Издательство намерено перевести роман на чешский язык.

Просьбу наших зарубежных друзей выполним непременно. Завтра же пошлем “Подъём” в Прагу. Получили ли Вы наше письмо с предложением выступить на страницах журнала в 1958 году?

Надеемся, что Вы сообщите о своей заявке [13].

29 октября 1958 г. Ющенко снова обратился к Горбову: *Уважаемый Евгений Константинович!*

Вновь получил весточку из Праги. Цитирую письмо доктора Войтеха Стрнада из Чехословацкого театрального и литературного агентства от 15 октября: «Уважаемые товарищи, сердечно благодарим за присланные журналы “Подъём” № 4 и 5, в которых опубликован роман Е. К. Горбова “Дом под тополями”, интересующий наше издательство “Чехословацкий писатель”.

Мы отправили журнал издательству и сообщили также Ваше указание, чтобы оно установило связь с автором Е. К. Горбовым, который, может быть, хочет внести в книгу некоторые изменения.

Еще раз спасибо за Вашу помощь».

Как видите, дорогой Евгений Константинович, Ваш роман уже в Праге теперь, вероятнее всего, надо будет ждать письма из “Чехословацкого писателя” в ваш адрес. Желаю Вам успеха.

Совсем недавно мы получили письмо от варшавского государственного издательства “Искры”. Польские товарищи также запрашивают для перевода повесть нашего автора Всеволода Климова “Фольварк Стары Двур”. Как видите, “Подъёмом” интересуются зарубежные друзья.

Приятно для наших авторов.

С глубоким уважением» [14].

По неизвестным нам причинам, несмотря на все эти хлопоты, роман Горбова в Праге тогда так и не был издан. Тем не менее судьба у него сложилась завидная: в 1959 г. вышел отдельной книгой в Орловском книж-

ном издательстве (тираж 15 тысяч экземпляров), затем в издательстве «Молодая гвардия» в 1960 г. тиражом 150 тысяч экземпляров (2-е издание — в 1965 г., тираж 50 тысяч экземпляров). А в 1966 г. в переводе был переиздан в Румынии. Так «Подъём» дал путевку в жизнь незаурядной книге, нашедшей массового читателя даже в Европе.

И в последующие годы «Подъём» весьма доброжелательно отзывался о Горбове (в 1961 г. — рецензия А. Хайлова на повесть «Феня», в 1966-м — его же рецензия на повесть «Черный князь», в 1977-м — обзор творчества Горбова, подготовленный орловским литературоведом А. Логвиновым). Звучали и традиционные предложения о продолжении сотрудничества с журналом. Так, в декабре 1970 г. редактор отдела прозы «Подъёма» Ю. Д. Гончаров обратился к орловскому писателю:

Многоуважаемый Евгений Константинович!

Журнал "Подъём", издающийся в Воронеже, хотел бы видеть Вас в числе своих авторов. Не могли бы Вы поделиться с журналом новым своим романом, повестью. Журнал наш невелик по листажу, предельный размер повести, которая могла бы уместиться на страницах, — 7–8 печатных листов. Если сейчас нет ничего готового, сообщите, когда можно ждать, — будем иметь Вас в виду при составлении редакционных планов» [15].

Увы, новых публикаций Евгения Горбова на страницах «Подъёма» уже не появилось. Писатель умер

13 мая 1973 г. «Последний орловский классик» — такими словами часто вспоминают талантливого прозаика знавшие его коллеги и читатели.

г. Орёл

Литература

1. Росляков В. Проза Евгения Горбова / В. Росляков // Вопросы литературы. — 1958. — № 9.
2. Логвинов А. «За красоту времен идущих, за красоту времён грядущих...» (обзор творчества Евгения Горбова) / А. Логвинов // Подъём. — 1977. — № 3.
3. Горбов Е. Черный князь / Е. Горбов. — Тула: Приокское кн. изд-во, 1967.
4. Орловский объединенный государственный литературный музей И. С. Тургенева (далее — ОГЛМТ). Ф. 32. ОФ-6597. Л. 2.
5. ОГЛМТ. ОФ-6333. С. 171.
6. ОГЛМТ. ОФ-7207.
7. ОГЛМТ. ОФ-6608. Л. 2.
8. ОГЛМТ. ОФ-6608. Л. 2 об.
9. ОГЛМТ. ОФ-6597. Л. 5, 5 об.
10. ОГЛМТ. ОФ-6597. Л. 4.
11. ОГЛМТ. ОФ-6735.
12. Михайлов О. Выходит в Воронеже / О. Михайлов // Вопросы литературы. — 1958. — № 9.
13. ОГЛМТ. Ф. 32. ОФ-6873. Л. 1.
14. ОГЛМТ. Ф. 32. ОФ-6873. Л. 2.
15. ОГЛМТ. Ф. 32. ОФ-6615.



Евгений Новичихин Три редактора

Когда он приходит...

Мне нравится, когда он приходит в редакцию. Всегда подтянутый, эlegantный, неизменно под ручку со своей природной интеллигентностью. По старой ответсекретарской или редакторской привычке заглянет в листы текущей верстки — чем тут собираетесь удивить народ; расскажет занятную историю, возьмет свежий номер — изучу на досуге; и протянет флешку — кое-что написал, посмотри, может, пригодится... Знаю, что никогда он не нагрянет по пустяшному поводу, потому что дорожит не только личной обязательностью, но и чужим временем.

Так вышло и теперь: «Это к 90-летию «Подъёма». Три очерка о самых значимых, на мой взгляд, редакторах журнала...» Смотрю тексты, как всегда идеально вычитанные, до последней точки выверенные, и думаю о том, что автор очерков о коллегах, Евгений Григорьевич Новичихин, наверное, в столь же высокой степени сам достоин здесь персонального упоминания. Ведь его более чем полувековое самозабвенное служение русской литературе уникально уже по факту. Но его богатство не только года, а то, что на этой стезе в любом избранном или выпавшем ему деле он доходил до совершенства, настойчиво вел свое слово от одной вершины к другой. Начинал как юморист, сатирик — получил приз «Золотые вилы» всесоюзного журнала «Крокодил»... Сочинил первую поэтическую азбуку для малышей — нашел свое место в ряду лучших детских писателей страны... Увлёкся киносценариями — отмечен двумя лауреатскими дипломами Народного кинофестиваля России... Признанный даже за рубежом переводчик с греческого, украинского, литовского, ряда других языков...

Перечень званий и наград можно множить. Но при этом многие годы его душа и сердце принадлежали «Подъёму». Журналу были отданы самые чудные годы — с начала 70-х до «лихих» 90-х. И эти годы, дни за днями, мелькая, сплетались во множество ярких событий. Череда людей, приходящих, уходящих по редакционным коридорам, награждала неординарными судьбами, верными друзьями на всю жизнь. Им здорово повезло, что выпала дружба с Женей Новичихиным, потому что пройдет время и появятся строки и книги воспомина-

Об авторе: Евгений Новичихин, главный редактор журнала «Подъём» (1988–1993), заслуженный работник культуры РФ, лауреат многих литературных премий и наград, член Союза писателей России, Союза кинематографистов РФ.

ний о них. Из более чем сорока фолиантов, изданных Новичихиным на сегодня, мемуарные книги «Ветры памяти», «Былого лики и черты», «Штрихи», «Вспоминалки», «Добрый молодцам урок» и многие другие сразу же стали бестселлерами. Их популярность породили вовсе не вычурность письма, не скабрёзности и прочая чернуха, которыми изобилуют нынче подобные публикации мало-мальски известных авторов. Напротив, книги Новичихина привлекают к себе душевностью автора, событийной честностью, добродушной улыбкой над житейскими и творческими причудами друзей-однокашников. Доброжелательность и порядочность выгодно отличают Евгения Григорьевича и в жизни, и в письме. Он не против и над собой подтрунить, рассказывая байку из редакционных будней.

Подпись под указом

По случаю юбилея журнал «Подъём» был награжден орденом «Знак Почета». Понятное дело, в очередном номере мы публиковали Указ о награждении. Я, тогда ответственный секретарь журнала, поставил текст Указа прямо на обложку. А на первой же странице должно было пойти поздравление коллективу редакции, подписанное секретарями обкомов партии пяти областей Центрального Черноземья. Под Указом стояли, как обычно, подписи:

«Председатель Президиума
Верховного Совета СССР
Л. БРЕЖНЕВ
Секретарь Президиума
Верховного Совета СССР
М. ГЕОРГАДЗЕ».

Прочитал я верстку Указа и поздравления, поправил ошибки и сдал материал в типографию. Дальнейшее было, как говорится, делом техники. Линотипист отлил новые строчки, исправив ошибки, а верстальщица поставила их в текст. Строчки эти она, разумеется, не читала — да это и нелегко сделать в их зеркальном отображении на металле. Ориентируются при этом обычно лишь на первое слово строки. Короче говоря, выходит номер, а под Указом — подписи:

«Председатель Президиума
Верховного Совета СССР
Л. БРЕЖНЕВ
Секретарь Курского обкома КПСС
А. ГУДКОВ».

Пришлось работникам типографии сдирать обложку с каждого экземпляра, чтобы поставить секретаря обкома на положенное место.

Нередко сквозь шутку проглядывают и невидимые читательскому миру редакторские слезы. Сколько в советские годы понатерпелся «Подъём» от цензоров облита, словами не передать! Зато этим бдителям посвящена вот такая «вспоминка» Евгения Григорьевича.

Туня

В одной из статей, опубликованных в «Подъёме», была фраза: «В царской России природные богатства оставались втуне». Цензор возмущился:

— Что за «туня»? Куда вы там, в редакции, смотрите?!

И собственноручно исправил: «в тундре».

Между этих строчек справедливым будет заметить, что Евгению Григорьевичу Новичихину «Подъём» благодарен не только за фантастический полумиллионный тираж в период его редакторства в конце 1980-х. Еще больше журнал обязан ему экономическим спасением в середине 1990-х, когда бывший редактор стал руководителем управления культуры Воронежской области.

Но особо мне вспоминается история, которую он рассказывал, когда речь заходила о детстве. В январе 1943 года фашисты-оккупанты уносили ноги из его родного села Верхнее Турово. От стрельбы и бомбежки местные женщины укрыли детей в погребе. В минуту боевого затишья Женина матушка вытащила его с братом на свет божий: «Пойдемте домой. Погибать — так всем вместе...» Спустился время, когда они ушли, пробежавший мимо гитлеровец бросил в погреб связку гранат. Все погибли... А Евгений Григорьевич до сих пор тревожится: «Что за небесный промысел оставил его жить?.. Для чего?..» По-разному человек может ответить на такие вопросы. Сначала писатель рассказал о трагедии, написав очерк. Затем с помощью Нижнедевицкой районной администрации поставил мемориальный памятник на месте чудовищной гибели детей. Так личная боль стала чувством общественной памяти о лихой године. Недавно в «Подъёме» была опубликована повесть Новичихина «Жить долго», фабулой которой стали верхнетуровские события. А вскоре ему была присуждена Всероссийская литературная премия имени Евгения Ивановича Носова, прозаика-фронтовика, автора исключительной нравственной правды и совести.

Награда симптоматична. Ведь они близки не только именем, но, прежде всего, родственными, неравнодушными писательскими душами.

Владимир НОВОХАТСКИЙ,
шеф-редактор журнала «Подъём»

Живший по законам добра. Федор Волохов

ВОЛОХОВ Федор Сергеевич (1912–1990) — писатель. Родился в селе Большепетроуцкое Шебекинского района в семье фельдшера. В родном селе окончил школу крестьянской молодежи, а в 1935 г. — Воронежский

сельскохозяйственный институт. Печататься начал в 1938 г., а в 1941 г. выпустил в Воронеже сборник рассказов «Кленовые листья». В 1956 г. в соавторстве с В. К. Карповым издал книгу исторических повестей «На Воронежже» — о строительстве русского флота в эпоху Петра I. Волохов — автор романа «Седой юноша», пьес «Мы пойдем дальше», «На заре нашей юности», «Соловьи, соловьи...», «Топор и крест». Многие годы он был главным редактором журнала «Подъём». Из «Белгородской энциклопедии», 2000 г.

Несколько лет тому назад я получил письмо из Белгородского литературного музея. Меня просили оказать помощь в создании экспозиции, посвященной Федору Сергеевичу Волохову. Никаких материалов о земляке в музее не было: ни писем, ни фотографий, ни воспоминаний. Ничего, кроме старых номеров «Подъёма», главным редактором которого писатель был почти полтора десятка лет. После этого письма грустные мысли о том, какой зыбкой бывает память, долго меня не покидали. Федор Сергеевич Волохов относится к тому ряду литераторов, кого называют организаторами литературного процесса в Центральном Черноземье. Их немного, и никого уже нет с нами. Нет и многих тех, кто их знал, кто встречался с ними и может о них хоть что-то рассказать. Даже фотографий почти не осталось. Я, к примеру, не нашел почти ничего. Снял копию с автобиографии Федора Сергеевича, хранящейся в его писательском деле и написанную им собственноручно. Отправил ее в Белгород. А желание написать о Волохове осталось со мной.

Федор Сергеевич Волохов даже внешне был человеком ярким. Одевался всегда модно, иногда просто вызывающе. Его цветастые галстуки запоминались всем. Многие обращали внимание на то, что внешность у Волохова была какая-то цыганско-молдавнская. Чернявый, с густыми бровями, он смахивал чем-то на известного певца Николая Сличенко. Поневоле вспоминалось, что в старину влахом или волохом называли румына или молдаванина. Специалисты по этимологии фамилий считают, что прозвище «Влах» или «Волох» мог получить «человек, или какое-то время живший в тех краях, или же внешне похожий на молдаванина. А его дети стали Влаховы или Волоховы».

Вероятно, дальние предки Волохова действительно жили «в тех краях». Но родился Федор Сергеевич в нашем Черноземье — в селе Большепетроуцкое Новоскольского уезда Курской губернии, в семье фельдшера. Ныне это село относится к Шебекинскому району Белгородской области (вот почему в Белгороде и возникла мысль создать музейную экспозицию о Волохове). В своем Большепетроуцком будущий писатель окончил крестьянскую школу, а в 1935 году — агрономический факультет Воронежского сельскохозяйственного института. А потом была работа в Сибири. Вот как рассказывал о том времени сам Федор Сергеевич в изложении Юрия Даниловича Гончарова (см. воспоминания Ю. Д. Гончарова «Лишь слову жизнь дана», опубликованные журналом «Подъём», 2001, № 7):

«Я агроном, окончил Воронежский сельхозинститут — и сразу же прямым ходом в Сибирь, составлять почвенные карты. Места там изумительные, просторы немеряные, полным-полно всяких чудес. Одно из чудес такое было: зарплату экспедиционникам не рублями бумажными платили, а золотым песком. Не было почему-то бумажек. Зато кругом прииски, паровые драги пытят, намывают золото. Приезжает в отряд кассир выдавать зарплату, расписываешься — и тебе с аптечных весов несколько крупинок. По государственному курсу. Появились в местном банке нормальные бумажные деньги — можешь прийти, обменять на бумажки. Но я не обменивал, все время в поле, с рабочими, до районного центра, до банка далеко, питался из общего котла, что повариха сочинит — то и ладно, на курево, по местному способу, листья и траву сушили. Так что денег на себя мне и не требовалось. Крупинки копились, копились — и накопился полный наперсток. А тут как раз и экспедиции конец. Задание выполнено, можно в свои края возвращаться. Еду. Вид у меня — ну, точно бродяга с Сахалина: бородачи на полгруды, копна волос на голове, — нарочно не стрижусь, не бреюсь, чтоб родичей посильней удивить. В Свердловске делаю остановку. Там «Торгсин» знаменитый, вся Сибирь о нем говорит. Предъявляю в «Торгсине» свой наперсток, от силы час, полтора — и вот я обут, одет с головы до ног, как и не снилось. И еще куча всякого мелкого добра: носки, подтяжки, носовых платков дюжина... И даже еще от моего наперстка остаток — сколько-то десятых грамма. На что их истратить? А вот на что: покупки же надо обмыть!»

Вот, оказывается, откуда у Волохова был вкус к модной одежде!

Печататься в прессе он начал с 1936 года в газете «Коммуна». Это были рассказы. «С тех пор жанр рассказа, — говорится в библиографическом справочнике «Воронежские писатели» (1980 г.), — становится характерным для его творчества. Тематический диапазон волоховских произведений довольно широк. Действие рассказов развертывается в колхозном селе, в заводских цехах, в семейно-бытовой сфере. Героям Федора Волохова, нашим современникам, свойственны активное отношение к жизни, высокий нравственный потенциал». Они жили «по законам добра и красоты» — именно так называется одна из многочисленных рецензий на произведения писателя.

Его быстро заметили и в 1938 году пригласили в редакцию газеты «Молодой коммунар» на должность заведующего отделом. Тогда же, в 1938-м, в 3-м номере альманаха «Литературный Воронеж» появилось одно из первых его художественных произведений — рассказ «В больнице». До Великой Отечественной он успел опубликовать в альманахе еще несколько произведений: этюд «Травушка-муравушка», рассказы «Журавли», «Глебушка», «Кленовые листья», «Однажды вечером», «Счастье», «Лед тронулся», «Леший». Последние два рассказа появились в «Литературном Воронеже» накануне войны — во 2-м номере за 1941 год. К тому времени, с 1940 года, их автор работал уже ответственным секретарем редакции альманаха. Отсюда же и ушел

на войну. А перед войной, в 1941-м, в Воронежском книжном издательстве вышла его первая книга рассказов «Кленовые листья». Интересно рассказал о своих юношеских впечатлениях об этой книге уже названный выше Ю. Д. Гончаров:

«Она меня восхитила. Прежде всего — язык. Сами обычные, употребляемые в обыкновенной человеческой речи слова, короткие, несложные, почти без придаточных предложений фразы, никакой вроде бы «художественности» — а как все зримо, явственно, так и встает перед глазами, сколько истинной художественности — без видимого стремления к ней... Точность, четкость всех подробностей, ни одного лишнего, ненужного слова — совсем как у Чехова. И такие же, как у Чехова, простые, естественные сюжеты. Просто эпизоды, сцены из той будничной жизни, что вокруг, без всяких дополнительных придумок. И каждая такая незамысловатая история, потому что жизненная, узнаешь в ней то, что видел сам, да не взгляделся со вниманием, не вдумался, глубоко трогает, даже щемит сердце. Хотя бы вот этот рассказ про старика, колхозного пасечника Парфена, с которого начинается книга. Вся жизнь Парфена прошла в работе. Лежать в больнице не приходилось никогда. Всеми своими чувствами, помыслами стремится он из больничных стен на волю, думает о пасеке, оставшейся без хозяина, как пойдет он косить в луга новой косой, она куплена им еще весною, только ее отточить да приладить на рукоятку... Но не вернуться Парфену к своим пчелам, не косить ему молодую, сочную траву, — умирает он в больнице... Восхищение нисколько не пригасло во мне, даже когда я перечитал «Кленовые листья» во второй раз...»

Правда, Юрий Данилович тут же оговаривается: *«Простое соображение, которое должно было сразу же прийти мне в голову — что ярко, зримо, выпукло, как у Чехова, у автора «Кленовых листьев» именно потому, что он след в след, вплотную идет за Чеховым, повторяет его приемы, простоту языка, бытовую несложность его сюжетов — по тогдашнему моему зеленому мальчишеству, неумению без эмоций, вызванных чтением, спокойно подумать над страницами, трезво их оценить, и тенью не мелькнуло тогда в моей голове...»*

Но давайте будем откровенны: учителя есть и должны быть у каждого писателя — у кого-то хорошие, у кого-то похуже. В первых книгах они обязательно присутствуют — иногда зримо, иногда незримо. У Волохова был учитель прекрасный! И нет ничего зазорного в том, что молодой писатель входил в литературу «вплотную за Чеховым».

Федор Сергеевич прошел с боями путь от Воронежа до Вены. Награжденный боевыми наградами, он был демобилизован только в 1948-м. Возвратился в Воронеж, стал работать здесь заведующим отделом литературы и искусства редакции газеты «Коммуна». Газетная работа отнимала много времени, но и с литературой он не расставался. Уже в следующем году, в 3-м номере альманаха «Литературный Воронеж» появляется его рассказ «В предзвездный час». В 1954 году в Воронеже вышла в свет новая книга его рассказов «Не шуми

ты, рожь...», а в 1955-м отдельным изданием выпущен рассказ «Леший». В том же году Волохов был принят в Союз писателей СССР.

Интерес к историческим событиям петровской эпохи тоже привлекал писателя. В 1956 году была издана его повесть «На Воронеже» (написана совместно с В. В. Карповым), рассказывающая о создании Петром I русского военно-морского флота. К этой теме он еще возвратится, когда будет работать над пьесой «Топор и крест». Уже в следующем, 1957 году вышел из печати сборник его рассказов «Неприметный человек».

В том же году в Воронеже возобновляется выход журнала «Подъём». В 1957–1958 годах его главным редактором был Максим Михайлович Подобедов, затем, на столь же короткое время, — Константин Петрович Локотков. А Федор Сергеевич Волохов в 1958–1959 годах работает собственным корреспондентом российской газеты «Литература и жизнь». В декабре 1959 года ему было предложено возглавить журнал. Он был его главным редактором почти полтора десятка лет!

Один из современных исследователей истории журнала пишет:

«...лучшие годы «Подъёма», на мой взгляд, — это шестидесятые. Период, когда журнал редактировал Федор Сергеевич Волохов. Прекрасный стилист (его рассказы и сегодня отличаются пластичным, музыкальным языком), фронтовик, он иногда мог себе позволить принципиальность. В его бытность в журнале начали печататься А. Жигулин, А. Прасолов, П. Мелехин, были возвращены читателю О. Мандельштам и А. Платонов. Но даже не это главное — у каждого из редакторов журнала были свои удачные публикации. Особенно же «волоховский период» «Подъёма» делают два обстоятельства, которых, пожалуй, не было у других руководителей журнала. Во-первых, именно в те годы в журнале были напечатаны самые пронзительные военные повести Юрия Гончарова («Дезертир» и «Неудача»). В них писатель-фронтовик одним из первых в отечественной литературе заговорил о странной войне, в которой вроде бы сражаешься за правое дело, но тебя со всех сторон окружают враги: и по ту сторону фронта, и по эту. (Обе повести были раскритикованы на закрытом заседании ЦК).

И во-вторых... Ю. Н. Тынянов, литературный вкус которого безупречен, говорил, что «основная жизнь журнала всегда в критике и полемике... журнал без критики невозможен». Так вот, именно в шестидесятые в «Подъёме» появилась яркая, увлекательная, убедительная критика, которой неожиданно стали интересны не столько даже литературные герои, сколько анализ человеческих типов, показанных в книгах и на сцене. Принцип исследования социальной реальности на основе литературы и театра присутствовал тогда в критических статьях В. Скобелева, А. Ботниковой, Б. Кормана, А. Немировского, А. Абрамова, И. Ростовцевой, О. Ласунского, В. Свительского, В. Гусева, Л. Кройчика, В. Семенова и многих других авторов...»

Позволю себе слегка возразить автору этой оценки. Вряд ли следует судить о работе главного редактора журнала по именам тех, кто начал печататься «в его бытность». И Жигулин, и Прасолов, и Мелехин, и Гончаров

стали бы публиковаться в «Подъёме», будь тогда на месте Волохова любой другой главный редактор: просто пришло их время. Пришло время и возвращать читателю О. Мандельштама. Что касается Андрея Платонова, то его произведения публиковались в журнале в основном не при Волохове, а гораздо позднее. При нем был опубликован лишь маленький платоновский рассказ «Сергея и я», который для писателя совсем не характерен.

Руководителя журнала, на мой взгляд, следует оценивать не по отдельным именам (у каждого из редакторов действительно были свои удачные публикации), а по общей направленности издания, по его, если можно так выразиться, «суммарному» художественному уровню. При Федоре Сергеевиче Волохове этот уровень был достаточно высок — с этим, конечно, поспорить невозможно.

Нельзя не сказать и о том, что у Волохова (и это тоже его заслуга!) были очень хорошие помощники. Отделом поэзии «Подъёма» в 1957–1967 годах руководил замечательный русский поэт Владимир Гордейчев. Отдел прозы журнала в 1970–1973 годах возглавлял великолепный прозаик, будущий лауреат Государственной премии России Юрий Гончаров. А отдел критики с 1958 по 1974 годы был в руках известного театрального и литературного критика Зиновия Анчиполовского. Эти три имени, прямо скажем, говорят сами за себя!

Конечно, у Федора Волохова как главного редактора не было таких проблем, которые появились у журнала позднее, при его последователях по руководству «Подъёмом». Безусловно, были острые разногласия с цензурой, из-за которых выход журнала постоянно задерживался. Но о так называемой «экономической цензуре» в ту пору никто и понятия не имел. О финансовых вопросах можно было не беспокоиться, потому что журнал финансировался из бюджета. Проблем тиража тоже не стояло: он был заранее определен партийными органами и ежегодно составлял не менее десяти тысяч экземпляров. Плюй себе в потолок, не зная никаких забот! Временами Федор Сергеевич так и делал. Неделями не приходил на работу, оставляя все дела на своего заместителя Александра Ивановича Гридчина — опытного журналиста и надежного человека. Но впоследствии, в 1973 году, когда на бюро обкома КПСС обсуждалось персональное дело Волохова, все эти, мягко говоря, «причуды» вышли ему боком. Вскоре на посту главного редактора Волохова сменил Виктор Михайлович Попов.

Возглавляя «Подъём», Федор Сергеевич не забывал и о своих личных творческих замыслах и планах. В 1959-м, 1961-м и 1964 годах вышли отдельными книжками его рассказы «Зимняя сказка», «Дедушкина сказка» и «Ракета взлетит». В 1964-м появилась книга повестей и рассказов «Всюду жизнь». В 1968-м было издано одно из самых ярких его произведений — роман «Седой юноша», в центре которого революционная борьба с самодержавием, а в 1972-м — автобиографическая повесть «Годовые кольца», которую, как писали критики, пронизывала «мягкая лирическая интонация».

Уже после работы в «Подъёме», в 1979-м, вниманию читателей была предложена новая книга повестей и рассказов Волохова «Старый друг».

Активно он работал и в жанре драматургии. Его перу принадлежат пьесы «Мы пойдем дальше» (1951), «На заре нашей юности» (1958), «Соловьи, соловьи...» (1961) и другие. Они публиковались, читались с интересом, но театры не обращали на них никакого внимания. Исключение составляет лишь пьеса «Топор и крест», по которой в 1984 году был поставлен спектакль на сцене Воронежского драматического театра.

Федор Сергеевич был человеком исключительно добродушным и доброжелательным. Понимал и ценил юмор, в чем неоднократно приходилось убеждаться и мне. В своих воспоминаниях об Алексее Прасолове я уже рассказывал об эпиграмме Прасолова на Ф. С. Волохова. Написана она по случаю отъезда писателя в Ригу, если не ошибаюсь, на какое-то совещание, которое проводил Союз писателей. Вот текст этой эпиграммы, запомнившийся мне со слов самого Федора Сергеевича (Прасолов ее никогда не публиковал):

Слышал я, ты собрался в Ригу?
 Ну что же, план такой хорош!
 Но захвати с собою книгу
 С названьем «Не шуми ты, рожь...»
 КОГИЗ избавив от нагрузки,
 Благое дело совершишь:
 Дремал над ней
 читатель русский —
 Пускай подремлет и латыши!

Много раз приходилось наблюдать, как обижаются иные писатели на посвященные им пародии или эпиграммы. Иногда автор довольно безобидного юмористического четверостишия или пародии становится просто заклятым врагом для пародируемого литератора! Обид, как правило, не бывает только у тех, кто является Личностью. Волохов не только не обиделся на Алексея, но явно гордился этой эпиграммой, потому что хорошо понимал, что такое Прасолов для отечественной литературы.

Есть и у меня эпиграмма на упомянутую уже выше волоховскую пьесу «Топор и крест»:

Сев за рабочий стол,
 в один присест
 Он пьесу написал —
 «Топор и крест».
 Есть ряд удач
 в труде серьезном том —
 Не вырубил их
 даже топором!
 А есть такие
 слабые места —
 Ну просто нет
 на авторе креста!

Показать эпиграмму Федору Сергеевичу я сначала не рискнул. Все-таки — главный редактор! К тому же на сцене театра спектакль шел не без успеха. Но когда осенью 1987 года готовился к изданию специальный выпуск «На родине Кольцова и Никитина», посвященный памяти наших выдающихся земляков и современной литературе края, я не устоял перед соблазном опубликовать цикл эпиграмм на воронежских писателей Гавриила Троепольского, Владимира Кораблинова,

Виктора Попова и некоторых других. Была в этой публикации и эпиграмма на Федора Волохова.

— Молодец! — сказал он при первой же встрече. — Приноси в «Подъем» свои новые сатирические вещи!

Кстати, в «Подъеме» я впервые выступил как раз при нем. Было это более полувека тому назад, в 1963 году. Попался мне тогда в руки сборник стихов липецких поэтов «Рукопожатие». Взял я да и написал на него рецензию. Занес в редакцию — без всякой надежды на успех, отдал в руки самому Федору Сергеевичу. И вдруг в 6-м номере журнала за этот же год моя рецензия появляется. Несколько позднее я стал приходить на заседания литературного объединения при Воронежской писательской организации. Им руководил в ту пору Владимир Григорьевич Гордейчев. Кажется, именно он и познакомил меня с Волоховым ближе. Неожиданно для меня Федор Сергеевич вспомнил мою рецензию.

— У тебя есть чувство слова, — сказал он.

Эта похвала так меня окрылила, что с тех пор моя творческая судьба неразрывно связана с «Подъемом».

О доброжелательности Федора Сергеевича красноречиво говорит и история о его игре в шахматы с Гавриилом Николаевичем Троепольским. О ней писатели старшего поколения с улыбкой вспоминают до сих пор. Троепольский — это всем было известно — любил сыграть партию-другую с кем-нибудь из коллег по перу. Почти каждому воронежскому писателю того времени, умевшему хотя бы переставлять шахматные фигуры, приходилось сидеть с Троепольским за шахматной доской. Но Гавриил Николаевич не любил проигрывать. Понимая, что игра складывается не в его пользу, он начинал нервничать, а иногда даже выходить из себя. Зная об этом, большинство из нас старались сознательно избежать выигрыша, делая в какой-то момент вид, что зевнули фигуру. В результате партия заканчивалась ничью, и это устраивало обе стороны. Правда, сделать ничью иногда тоже — большое искусство. Помнится, этим искусством в совершенстве владел только Станислав Никулин.

Как-то Троепольский встретился за шахматной доской с Волоховым. Партия оказалась для Гавриила Николаевича неудачной, а Федор Сергеевич то ли не знал о вспыльчивости Троепольского в случае проигрыша, то ли просто не захотел уступать. Поняв, что мат неизбежен, Гавриил Николаевич с досады смахнул фигуры с доски и, хлопнув дверью, ушел домой. Федор Волохов тоже уходил расстроенным: получается, что он невольно обидел человека. По пути домой (а жил он в районе Петровского спуска) Федор Сергеевич зашел на главпочтамт и отправил Троепольскому телеграмму.

Глубокой ночью в квартиру Троепольского позвонили:

— Вам срочная телеграмма!

Сам Троепольский рассказывал, что в это время у него тяжело болела родственница, жившая, кажется, в Тамбовской области. Понятно, что Гавриил Николаевич забеспокоился. Дрожащей рукой он взял телеграмму в руки и прочитал: «Согласен на ничью. Волохов».

Обычно об этом эпизоде заходит речь, когда вспоминают о Троепольском. Но, согласитесь, личность

Федора Сергеевича Волохова в этой истории выглядит не менее ярко. Ну не мог он, никак не мог допустить, чтобы человек переживал из-за его оплошки!

...Волохов ушел из жизни неожиданно для всех, в 78 лет. Умер внезапно, на кухне собственной квартиры. Он еще выглядел полным сил, много работал. В некрологе, подписанном руководителями области и известными деятелями культуры Воронежа, говорилось: «Даровитый писатель, общественный деятель, доброжелательный и равнодушный человек, участливо заботившийся о судьбах старших и младших товарищей по литературе, о культуре родного края,— таким останется Федор Сергеевич в благодарной памяти всех, кто его знал».

После смерти Волохова его книги не выходили ни разу.

Память, как я уже сказал, бывает слишком зыбкой...

Железнодорожная выучка Виктора Попова

ПОПОВ Виктор Михайлович (р. 25.11.1926, с. Танцыреи Борисоглебского у. Тамбовской губ.), прозаик, драматург, чл. Союза писателей СССР (1970), заслуженный работник культуры РСФСР (1981), почетный железнодорожник, лауреат воронежской областной премии им. А.П. Платонова (1999), премии ЮВЖД им. А.П. Платонова (1999), премии им. В.М. Шукшина (Вологда, 2006), призер литературных конкурсов журнала «Наш современник» и газеты «Гудок». Окончил Борисоглебский лесной техникум (1944), Всесоюзный заочный лесотехнический институт (Ленинград, 1954). Работал в г. Ивдель Свердловской обл. (1944–1948). Около 30 лет отдал работе на ЮВЖД: специалист по лесозащитным насаждениям, начальник путеизмерительного вагона, сотрудник газеты «Вперед», собкор газеты «Гудок». Главный редактор журнала «Подъем» (1973–1988). Председатель правления Воронежской организации СПР (1995–2007). Секретарь правления СПР (с 1995). Печатается с 1951 г. Автор книг романов, повестей, рассказов, в т.ч.: «Я вижу небо» (Воронеж, 1958), «Циклон» (Воронеж, 1969), «Живая защита» (Москва, 1979, 1983), «Один выстрел во время войны» (Москва, 1986; Воронеж, 1994), «Глухой неведомой тайгой» (Воронеж, 1998), «Туман» (Воронеж, 2001), «Кокон» (Воронеж, 2006), «Одинокое счастье» (Воронеж, 2007).

Из «Воронежской энциклопедии», 2008 г.

В конце 1950-х годов в подмосковной Малеевке проводилось первое Всесоюзное совещание молодых писателей-рассказчиков. Работой творческих семинаров руководили признанные мастера слова. Именно это совещание открыло целый ряд имен, которые впоследствии весомо зазвучали в русской литературе. Это были имена Виктора Астафьева, Глеба Горьшина и других прозаиков, без которых уже трудно себе представить отечественную литературу XX столетия. В семинаре, которым руководил Гавриил Николае-

вич Троепольский, было высоко отмечено творчество молодого воронежца Виктора Попова. В годы, когда Виктор Михайлович Попов и сам уже был известен далеко за пределами Воронежа, мне не раз приходилось слышать от Троепольского: «Попов — мой лучший ученик». Гавриил Николаевич произносил это с неизменной гордостью и с уверенностью в том, что ученик никогда его не подведет.

Разумеется, творческая манера Виктора Михайловича Попова серьезно отличалась от манеры литературного наставника. Но в чем Попов повторил Троепольского, так в одном определенно: и в зрелые годы он всегда был среди творческой молодежи. А она, молодежь, в свою очередь, платила ему уважением, тянулась к нему, видя в нем и умудренного писательским опытом советчика, и надежного друга — одновременно.

Когда задумываешься над тем, какое место занял Виктор Попов в воронежской литературе, нельзя найти для ответа лучшего слова, чем тривиальное: «особое». Место это и впрямь необычное. Если бы по воле критиков наряду с понятиями «деревенская проза», «военная проза», «городской роман» и тому подобное существовало бы и столь же условное понятие «железнодорожная проза» (а почему бы и нет, если издавна железная дорога в России — огромное государство в государстве?), то на этой литературной площадке Виктор Михайлович был бы не просто заметной фигурой. Он был бы безусловным лидером, а нередко — и единственным представителем своеобразного тематического направления. «Дорогой ценной», «Железо из земли», «Живая защита», «Встречные поезда», «Один выстрел во время войны» — в этих и во многих других романах, повестях, рассказах писатель предстает как глубокий знаток жизни железнодорожников. Эта жизнь долгое время была и его собственной.

Немало лет Виктор Михайлович проработал специалистом системы Юго-Восточной железной дороги, сотрудником ведомственной газеты «Вперед», собственным корреспондентом знаменитого «Гудка». На скорых, пассажирских да пригородных поездах исколесил всю Россию. Заслужил звание «Почетного железнодорожника». Проблемы железной дороги были ему настолько близки, что его глаза всегда загорались молодым блеском, когда о них шла речь.

В то же время творчество Виктора Попова — яркий пример того, что деление литературы по тематическим признакам — не только из ряда условностей, но и ряда тех отправных точек, от которых начинается весьма одностороннее представление о том или ином авторе. В одном из библиографических справочников о нем написано: «...вносит в книги дыхание нашего века технической революции. Но производство не поглощает его персонажей целиком. Их судьбы разворачиваются на широком психологическом фоне, в борении живых человеческих страстей». Верная по сути, оценка эта ограничивает творчество Попова определенными рамками. Между тем писатель не раз показывал, что его творческие возможности шире любых рамок. В конце 60-х годов он написал, например, одно из лучших своих произведений — повесть «Циклон», рассказывающую о первых шагах советской власти в одном из уездных

городов Центрального Черноземья. Созданная под влиянием Андрея Платонова, но основанная на документальных материалах, повесть эта, давно не переиздававшаяся, может оказаться в числе тех произведений, по которым станут изучать то сложное время.

Из ряда привычных представлений о писателе выходит и роман-памфлет «Дни покоя», переизданный позднее Воениздатом под названием «Взрыв». Извечные темы войны и мира, гуманизма и антигуманизма, противостояния добра и зла нашли в этом произведении достойное воплощение.

А еще Виктор Попов — глубокий лирик, о чем свидетельствуют многочисленные его рассказы.

Писатель прошел большую жизненную школу. Его малая родина — село Танцырей Борисоглебского района Воронежской области. Окончив здесь сельскую семилетку, а после войны — Борисоглебский лесной техникум, он работал на Северном Урале. Прежде чем прийти на железную дорогу, учился во Всесоюзном заочном лесотехническом институте (Ленинград), служил в армии. Впечатления о работе на Севере легли в основу целого ряда рассказов. Первый из них был напечатан в начале 50-х годов в «Молодом коммунаре». А через семь лет в Воронеже вышла и первая книжка рассказов «Я вижу небо».

К жанру рассказа писатель обращался, время от времени, до самого конца своей жизни. Но наибольшую известность ему принесли все же повести и романы. В каждой из его книг — свое время, свои проблемы, разные людские судьбы и характеры. И лишь одно в них неизменно: произведения Попова всегда были на тех рубежах, где шла борьба за человеческие души. Учитывая, что по первой своей профессии Виктор Михайлович — инженер, очень соблазнительно было бы обыграть здесь известную фразу об «инженерах человеческих душ». Однако в литературном деле Виктор Михайлович Попов стал, по сути, не инженером, а врачом.

Борьбе за человеческие души писатель посвятил не только свое творчество, но и всю свою многогранную общественную деятельность. Широкой литературной общественности он был известен как человек, возглавивший журнал «Подъём» в годы, когда с этим журналом связано появление заметных литературных имен, серьезных работ в прозе, критике, публицистике. Возглавляя в течение ряда лет Воронежское отделение Советского фонда мира, писатель инициативно и, я бы сказал, преданно служил этому благородному делу.

В марте 1995 года воронежские писатели доверили ему возглавить свою организацию — одну из крупнейших в России. Время было нелегкое. По моим наблюдениям, в русской провинции в наихудшем положении литераторы оказались там, где в писательских организациях произошел раскол. Местные администрации, которые по логике должны поддерживать всех писателей, независимо от принадлежности их к тому или другому творческому Союзу, увидели в расколе моральное право не поддерживать никого. Тем более — в условиях хронического недостатка средств. Именно в таком положении оказались в свое время писатели

Воронежа. Но Виктор Михайлович ходил по высоким кабинетам, просил, убеждал, настаивал. И добивался результатов. В невероятно трудных условиях организация продолжала жить, работать. Хотя и редко, но выходили новые книги. Попов стал одним из инициаторов учреждения литературной премии имени Андрея Платонова, которой в течение нескольких лет отмечались наиболее значительные достижения авторов-земляков. Не заглохли и Кольцовско-Никитинские дни литературы, каждую осень проходившие в городе. Гораздо скромнее проводились, но все-таки жили.

Его, даже в годы, когда он был уже далеко не молод, можно было постоянно видеть то на заводе, то в школе, то в клубе, то в студенческой аудитории, где звучало устное слово писателя в защиту русской культуры, родного языка, нравственности. Он неизменно избирался в состав руководящих органов Союза писателей России, а в последние годы жизни активно работал членом приемной комиссии Союза, находясь у самых истоков, самых родников будущего русской литературы.

В своем посвящении ему я когда-то написал:

Его то Крым,
То Сахалин влечет.
Вернется — смотришь,
Вновь рванул из дома!
То юбилей,
То творческий отчет,
То осаждают авторы «Подъёма».
Короче, даже дня покоя нет.
И просто удивительно такое:
Ну, где он только
Выкопал сюжет
Для своего романа
«Дни покоя»?

Не знаю, удалось ли мне показать в этих строчках, насколько он был энергичным. Но именно таким он оставался всегда.

Однажды — было это в моем присутствии — Виктор Михайлович подарил Сергею Владимировичу Михалкову свой роман «Один выстрел во время войны». Взглянув на заглавие, Михалков, который, как известно, был горазд на шуточки-экспромты, спросил:

— А на второй выстрел пороху не хватило?

Хватило. Литературных «выстрелов» в виде книг у Попова более двух десятков. Во многих из них снова и снова звучала тема железной дороги.

Судьба распорядилась так, что я дважды становился его преемником: в 1988 году — на посту главного редактора журнала, в 2007-м — на посту председателя правления Воронежского отделения Союза писателей России. Уходу Виктора Михайловича с редакторского поста предшествовала кампания, развязанная некоторыми его «доброжелателями». Ему вменялось в вину, что он печатает авторов-чужаков, а писателям-воронежцам в публикации их произведений отказывает. По правде говоря, уровень произведений «доброжелателей» был таков, что печатать их было невозможно. Но обком КПСС — вольно или невольно — сам спровоцировал эту кампанию, приняв несколькими годами раньше постановление, фактически запрещающее

редакции публиковать иногородних авторов. Контролировать выполнение постановления было поручено управлению по охране авторских прав, хотя в его прямые обязанности это, разумеется, не входило. Каждый раз, представляя в это управление верстку очередного номера, редакция должна была представлять и адреса всех авторов. Доходило до курьезов. К примеру, когда «Подъём» планировал опубликовать «Ювенильное море» Андрея Платонова, управление попросило отдел культуры обкома принять окончательное решение по этой публикации. А там, в отделе культуры, Попову задали вопрос: «А где он, этот Платонов, сейчас живет?». Курьезов таких было немало и, в конце концов, в обкоме поняли, что вмешиваются не в свое дело. Но формально постановление продолжало действовать, его никто не отменял. «Доброжелатели» воспользовались этим. Попову трепали нервы проверками, а потом предложили подать заявление об уходе. Новым главным редактором секретариат правления Союза писателей России утвердил меня.

Хорошо известно, что отношения между предшественниками и преемниками складываются сплошь и рядом сложно. Вряд ли Виктор Михайлович спокойно относился к тому, что я, став главным редактором, приступил к решительным преобразованиям. Обновил состав редколлегии, не включив в него Попова, поскольку отдел культуры обкома не рекомендовал этого делать — во избежание новой активности «доброжелателей». Обновил и состав авторов, потому что приближались нелегкие для редакции дни, когда она должна была жить не на бюджетные, а на собственные средства. Отказался от бесконечных юбилейных славословий на страницах «Подъёма», чтобы журнал не превратился в своеобразный литературный календарь. Первым «пострадавшим» стал ученый Дмитрий Лапко, который был при Попове членом редколлегии и дружил с ним. Приближался его юбилей, отдел критики сдал в очередной номер большой очерк о нем, а я его своей редакторской волей снял. Лапко обиделся и даже опубликовал в одной из газет письмо, в котором выразил сомнения в правомерности моего назначения главным редактором. Коллектив редакции журнала поднялся на мою защиту, опубликовав свое письмо в той же газете. На этом инцидент был исчерпан. Разумеется, Виктор Михайлович знал обо всем этом. Но на нашу многолетнюю дружбу с ним это никак не повлияло, и я это очень ценил.

Примерно такая же ситуация сложилась в 2007 году, когда я сменил его на посту председателя правления писательской организации. Тем не менее наша с ним дружба продолжалась до самых последних дней его жизни.

Радетель русского слова. Иван Евсеенко

ЕВСЕЕНКО Иван Иванович (2.8.1943, Украина, с. Заїмище Щорского р-на Черниговской обл.) — прозаик. Евсеенко работал учителем в сельских школах, литсотрудником районной газеты, служил в армии

(1962–1965) в ракетных войсках стратегического назначения, учился в Курском педагогическом институте. В 1973 г. окончил Литературный институт им. М. Горького (семинар С. Зальгины). Член Союза писателей СССР с 1976 г. С 1973-го по 1997 год заведовал отделом прозы в литературно-художественном журнале «Подъём» (г. Воронеж), с 1997 г. — главный редактор этого журнала... Евсеенко — писатель многоплановый. Отдав дань сатирико-эпическому направлению в своем творчестве, «смеху сквозь слезы», он в то же время пишет целый ряд рассказов и повестей в совершенно иной, традиционно-спокойной повествовательной манере, все больше уделяя внимания религиозно-философским поискам. Он определяет православие как основу души русского человека... Евсеенко — лауреат литературных премий: Воронежского комсомола им. Василия Кубанева (1978), им. И. Бунина (1995), им. А. Платонова (1999), премии «Роман-газеты» «Образ» (2002), премии Олимпийского комитета РФ (1994) и др. Заслуженный работник культуры РФ (1999).

Из библиографического словаря «Русская литература XX века», 2005 г.

«Вот и настало время воспоминаний. В молодые годы никому из нас не дано предвидеть своих жизненных пределов, не дано знать, кто первым уйдет в мир иной, а кому придется в одиночестве печалиться и скорбеть об ушедших друзьях, которые, возможно, были достойны более длинной жизни, чем твоя собственная. Но коль судьба отнеслась к тебе столь милостиво, то, отложив все другие дела и заботы, сядь и напиши об ушедших все, что ты о них знал, что запомнил. За это тебе потом воздастся: может, кто-то еще, более долговечный, чем ты, и о тебе вспомнит добрым, непредвзятым словом».

Так начинаются воспоминания Ивана Ивановича Евсеенко о Литинституте, о своем литературном учителе Сергее Павловиче Зальгине. А теперь пришло время вспомнить и о нем самом — большом русском писателе, моем давнем и хорошем друге Иване Евсеенко. Говоря его словами, я оказался «более долговечным», чем он, хоть он и моложе меня.

Наша с ним дружба началась в 1973 году. Именно тогда я был приглашен новым главным редактором журнала «Подъём» Виктором Михайловичем Поповым на должность редактора отдела поэзии и публицистики. Работу начал в марте. Напротив моего стола в рабочем кабинете редакции стоял стол редактора отдела прозы. Его занимал известный писатель Юрий Данилович Гончаров. Но он уже подал заявление об уходе, наводил порядок в ящиках, забитых рукописями, и со свойственными ему нотками нытья без конца убеждал меня:

— Женя, ничего хорошего здесь сделать невозможно... Не дадут ни обком, ни цензура...

В эти же дни Виктор Михайлович Попов собрал коллектив редакции, чтобы посоветоваться: кого назначить вместо Гончарова? Я, разумеется, деликатно молчал — рано мне еще было советы давать, а другие называли какие-то фамилии. Заместитель Попова Александр Иванович Гридчин, помнится, сказал:

— Надо бы найти прозаика уровня Гончарова. Но это практически невозможно.

Так и разошлись, ничего не придумав.

А еще через несколько дней главный редактор снова собрал всех в своем кабинете. Объявил:

— В отдел культуры обкома партии позвонил Залыгин. Попросил принять к нам на прозу одного своего выпускника. Очень хорошо о нем отзывается. Тимофеев считает, что к Залыгину надо прислушаться.

Имя Сергея Павловича Залыгина — известного в стране прозаика и профессора Литературного института — было в то время настолько авторитетным, что заведующий отделом культуры обкома Евгений Алексеевич Тимофеев никак не мог проигнорировать его просьбу.

Гридчин поинтересовался у Попова:

— А фамилию этого выпускника Тимофеев назвал?

Попов заглянул в какие-то записи и сказал:

— Евсеенко.

Гридчин радостно всплеснул руками:

— Ваня Евсеенко? Я отлично его знаю! Лучшей кандидатуры нам не найти!

Выяснилось, что до Литинститута Евсеенко учился в Курском педагогическом, а Гридчин много раз принимал участие в совещаниях молодых литераторов, проводимых курянами. Там и познакомился.

Словом, вопрос о будущем редакторе отдела прозы журнала был решен. Кстати, впоследствии, когда Залыгин приехал в Воронеж на Кольцовско-Никитинские дни литературы, я был свидетелем одной из его встреч с Иваном Евсеенко и понял, что Сергей Павлович действительно считал Ваню одним из лучших своих учеников, если не самым лучшим.

В редакции Иван Иванович появился ближе к концу лета, но к работе приступил не сразу. У него была семья, и надо было искать жилье. Оказалось это делом нелегким, на него ушло немало времени. Как-то прочитал у одного злопыхателя: мол, воронежским писателям приходилось ждать квартиру по многу лет, а этому пришлому выскочке Евсеенко дали сразу, как он только появился в Воронеже. Тут сразу две лжи. Во-первых, в ту пору воронежских писателей обеспечивали жильем безо всяких особых проблем. Литфонд СССР был богатой организацией и беспрепятственно выделял деньги на долевое участие в строительстве жилья любой писательской организации — по ее запросу. Во-вторых, Евсеенко, прежде чем получить квартиру, пришлось много лет ее снимать, оплачивая из собственной зарплаты.

Приступив к работе, он, самый молодой сотрудник редакции, как-то сразу стал задавать тон требовательного отношения к авторам и публикуемым на страницах журнала произведениям. В принципиальных вопросах ни на какие компромиссы не шел и мог открыто возмущаться даже тогда, когда какой-нибудь плохой рассказ или повесть оказывались поставленными в номер по воле самого главного редактора. С его мнением в редакции всегда считались. И совсем не потому, что его учителями были Залыгин и Евгений Носов. Всем было ясно: Евсеенко и сам вырастет в большого писа-

теля. Об этом говорило не столько его литинститутское образование, сколько природная душевная образованность. Это подтверждала и первая его книжка повестей и рассказов, вышедшая в Воронеже в 1974 году с предисловием Сергея Залыгина. Мы радовались ей всем коллективом. А через два года Ваня стал членом Союза писателей СССР. К тому времени он был автором уже двух книг: вторая под названием «Бревенчатый дом» (с предисловием Евгения Носова) вышла в Москве, в издательстве «Современник», в 1975-м. Помню, каким расстроенным был Ваня, получив сигнальный экземпляр этой книги. Дело в том, что ее редактор изменил название, не согласовав с автором. Евсеенко дал своей книге название «Маленький бревенчатый дом». В изданном варианте слово «маленький» исчезло. Мне и сейчас кажется, что название, которое дал книге Евсеенко, выглядело более привлекательным.

С приходом Евсеенко в «Подъем» отдел прозы журнала заметно преобразился. Появились новые авторы — как правило, молодые, но уже заметно заявившие о себе в литературе. Большой положительный резонанс имел журнальный номер, целиком состоящий из молодежной прозы. Его «благословил» своим вступительным словом Сергей Владимирович Михалков. О прозе журнала стала чаще писать центральная российская пресса. Понятно, что и интерес читателей к «Подъёму» неизменно возрастал.

Двенадцать лет, с 1979 по 1991 год, мы жили с Ваней в одном подъезде — я на пятом этаже, он на девятом. Виделись не только на работе, но и дома. За эти годы мы с ним еще больше подружились. Как писатель он жил по известному принципу «ни дня без строчки». С утра, до одиннадцати часов, он не принимал никаких звонков, ни с кем не обсуждал никаких вопросов. Он писал. А после одиннадцати занимался домашними делами. Любил постолярничать: пилил, строгал, благоустраивая свой быт и быт своей супруги Светланы Ефимовны, своих детей — Вани (тоже Ивана Ивановича Евсеенко!) и Светы.

Литературного бахвальства, игры «в классики» Евсеенко решительно не принимал. Он реагировал на них моментально. Вспоминается, как гораздо позднее, в июне 1995 года, в Якутске, в перерыве между заседаниями пленума правления Союза писателей России, я стал невольным свидетелем разговора Вани с местным прозаиком, его сокурсником по Литинституту.

— Ваня, вот я останусь в якутской литературе! — гордо сказал сокурсник. — А ты?

Евсеенко посмотрел на него в упор и не без ехидцы сказал:

— А я не останусь. Но — в русской!

Своей принадлежностью к русской литературе он очень дорожил. Украинец по национальности, Евсеенко был глубоко русским человеком по своей сути.

«Нас трудно обвинить в высокомерии, это не русская черта характера, — писал он в одной из статей, — но... отдавая дань уважения выдающимся талантам западноевропейской и американской литературы, таким писателям, как Хемингуэй, Стейнбек, Вулф, Маркес, Бёлль и другие, позволим себе заметить, что если этих писателей поставить в один ряд с их русскими

ровесниками: Шолоховым, Платоновым, Леоновым, Булгаковым, то не уменьшатся ли они в размере и росте, сколько бы Нобелевских премий ни получали». Согласитесь: это евсеенковское «нас» о многом говорит.

На писательских собраниях, на встречах с читателями он постоянно подчеркивал, что русский писатель должен, как и его великие духовные предшественники, жить жизнью своего народа и писать его судьбу. Сам Евсеенко так и жил, так и работал.

Подлинный пример русского писателя он видел в Гоголе, который, по мнению Евсеенко, совершил подвиг: поставил перед собой «великую, почти религиозную и заведомо неисполнимую цель — исправить посредством слова и литературы погрязшего в грехах человека», а увидев, что цель эта неисполнима, пошел «на духовное распятие, на крест».

Конечно, свою Украину он любил так же, как и Россию. И горько переживал, понимая, что пропасть между ними стремительно растет. Помню, как он страдал, возвратившись из поездки на Украину в 1994 году. Тогда его пригласили в Киев и Николаев на празднование 180-летия со дня рождения Тараса Григорьевича Шевченко. Увидев собственными глазами, как украинцы делают Кобзаря символом своего противостояния с Россией, Ваня в сердцах заявил даже, что нельзя, недопустимо устанавливать памятник Шевченко в воронежской Россоши (в ту пору как раз появилась такая инициатива, не реализованная, впрочем, и до сих пор). С возмущением рассказывал мне об увиденном им «параде государственных флагов» стран, в которых живут украинцы. Среди множества таких флагов он еле обнаружил государственный флаг России, потому что разместили его в числе самых последних. Но больше всего его волновало то, о чем позднее он напишет так: «Не мог я преодолеть в себе горькую обиду, что не по моей вине и желанию малая моя родина стала вдруг как бы уже и не родиной, а чужой страной, зарубезьем. Ее у меня просто-напросто украли злые, чем-то похожие на Соловья-Разбойника люди».

А весной 1996 года мы побывали с ним на Украине вместе. Руководитель Черниговского отделения Союза писателей Украины Станислав Репьях пригласил нас на литературный праздник, посвященный 105-й годовщине со дня рождения классика украинской советской литературы Павла Григорьевича Тычины. Ваня со Станиславом были земляками-черниговцами и хорошо знали друг друга, а я же был знаком с Репьяхом заочно, потому что годом раньше перевел на русский и опубликовал в «Подъёме» его интереснейшее документальное исследование «Марево», посвященное взаимоотношениям Тараса Шевченко с женщинами. Праздник этот завершался встречами писателей с читателями сельских районов Черниговщины, и Ваня настойчиво просил организаторов, чтобы меня направили в общей с ним группе в его родной Щорский район. Нам пошли навстречу.

Город Щорс встретил нас хорошей погодой и доброжелательными улыбками. Выступали с Ваней в его родной украинской школе, а потом — в русской. Вместе с нами был украинский прозаик Александр Смоляк,

Ванин земляк: они родились в одном селе. Оба они — и Евсеенко, и Смоляк — были своеобразными символами переплетения судеб русских и украинцев. Дело в том, что Евсеенко окончил украинскую школу, но стал русским писателем, Смоляк же учился в русской школе, но стал писателем украинским. Ко второй встрече к нам присоединилась сестра Ивана Ивановича — Таисия Ивановна Шкрюм, приехавшая на встречу с братом из Днепропетровска. Ее, врача по профессии, хорошо знали не только в Щорском районе, но и во всей Украине, Она была известным общественным деятелем, организатором движения солдатских матерей.

Еще одна встреча с нами состоялась в Щорской детской библиотеке. После этого у нас оказались два совершенно свободных дня, так как поезд Киев–Воронеж, которым мы должны были возвратиться домой, был в ходу уже не ежедневно, как в прежние времена. И на эти два дня Ваня пригласил меня в свое родное Займище. Побывали на могиле матери Ивана — известной и любимой в селе учительницы. На берегу реки Сновь, описанной во многих его книгах, он восторженно рассказывал мне о своих земляках. Не без гордости знакомил меня с Ушатыми — родом, к которому по материнской линии принадлежал сам и представители которого постоянно упоминаются на страницах его рассказов и повестей. Радовался, как ребенок, показывая мне чернобрового аиста, устроившего гнездо посреди села, на телеграфном столбе, и бесконечно удивлялся, что эту птицу я вижу впервые в своей жизни. А в Щорском дворце культуры для нас пел большой и совершенно профессиональный хор села. Пел только для четверых: для Вани, его сестры Таши, Александра Смоляка и меня. Земляки любили Ваню так же горячо, как любил их он. Достаточно сказать, что в Займищенском клубе есть музейная экспозиция о жизни и творчестве Евсеенко, земляки издали и посвященный ему библиографический справочник.

Концерт хора, который назывался «Спадщина», что по-русски означает «Наследие», лично мне очень понравился. По настроению же Ивана я понял, что он чем-то недоволен. Когда мы остались одни, скрыть своего недовольства он не смог.

— Понимаешь, этот хор в пятидесятые годы исполнял и русские, и украинские, и белорусские песни, — поделился Ваня воспоминаниями. — По-иному и быть не могло: ведь село наше было расположено на стыке трех республик. А сегодня... Да ты же сам слышал — только украинские песни поются. Какая же это спадщина, какое же наследие? Наше общее наследие — общие песни! А Украина об этом забывает. Умышленно?

Немного помолчав, добавил:

— Думаю, что Василий Иванович Полевик (руководитель хора. — Е. Н.) и сам все понимает. Но куда ж ему деваться? Пойдет по району слух об этом концерте, вызовет его в какой-нибудь высокий кабинет, и получит он такую нахлобучку!

В этой поездке чувства Вани были обострены до предела! Приведу еще один пример. Зашли мы с ним в гости к его родственникам. За гостеприимным столом шел обычный разговор. Я не обратил совершенно ника-

кого внимания на одну, казалось бы, мелочь, которая Ваню очень задела. Расстраивать родственников он не стал, а мне в этот же вечер сказал:

— Тоскливо мне как-то. Понимаешь, в прежние мои приезды тетя Маня всегда спрашивала; «Как там дела у вас в Воронеже?» А сегодня спросила: «Как там дела у вас в России?» Я еле выдержал, чтобы не взорваться! Они же все ощущают себя уже отдельно — и от России, и от меня...

Позднее он напишет: «Порвана пуповина и между Украиной и Россией, тут не надо тешить себя ложными надеждами и мечтаниями. Побывав на могиле матери и уезжая назад в Россию, теперь каждый раз плачу я, а плачет ли по блудному своему сыну Украина, мне неизвестно. Скорее всего, если и плачет, но не очень горячими слезами... А ведь таких сыновей по всей России, по всему белому свету рассеяно многие миллионы. Соберет ли она их когда-нибудь вместе?! Похоже, что, в гордыне своей расставшись с Россией, не соберет. Не до того ей нынче...»

Но возвращусь назад, в семидесятые годы. Однажды Евсеенко попросил меня прочитать рукопись его нового рассказа. Я прочитал, а кое-что и поправил: окончивший, как я уже сказал выше, украинскую школу, он иногда неоправданно употреблял в тексте украинские слова, путал в русских словах буквы «ы» и «и». Высказал ему и свое мнение о рассказе. С тех пор я стал, как он сам неоднократно утверждал, его первоочитателем. По утверждению Вани, все его рассказы и повести я читал раньше других, а иногда вторым — после дочери Светланы. Однажды во время обсуждения на писательском «литературном вторнике» одного из произведений Евсеенко прозвучала какая-то бездоказательная критика в его адрес. Ваня незамедлительно ответил критикану:

— Здесь есть люди, литературным вкусам которых я доверяю больше, чем вашим! — и указал в мою сторону, порядком меня смутив.

Он всегда, надрывая свое сердце, чутко реагировал на все, что казалось ему выходящим за пределы норм человеческого общения. Однажды под его горячую руку попал даже авторитетный Егор Исаев. Пользуясь своими хорошими отношениями с воронежским губернатором, Егор Александрович позвонил ему и решил один из спорных вопросов явно не на пользу воронежской литературе. Вскоре после этого мы с Евсеенко оказались в Москве, в храме Христа Спасителя, где проходил очередной Всемирный Русский Народный Собор. Стоим с ним в фойе зала церковных соборов и видим, что к нам, раскрыв объятия, приближается Исаев. Когда он протянул нам свои руки, Ваня неожиданно отрезал:

— А я тебе своей руки не подам!

Егор Александрович опешил от недоумения. А Евсеенко повернулся и ушел.

Надо сказать, что Ваня с самого начала работы в «Подъеме» показал себя как человек довольно острый на язык. Одна из первых его шуток была связана с тем, что у Виктора Михайловича Попова практически не было волос на голове. Когда мы всей редакцией

собирались за праздничным столом или отмечали выход книги кого-нибудь из нас, Евсеенко непременно произносил свой коронный тост:

— Пусть больше ни один волос не выпадет с головы главного редактора!

Когда на этом посту Попова сменил я, тост Ивана видоизменился:

— Пусть больше ни один волос не поседеет на голове главного редактора!

Можете себе представить, как выглядела к тому времени моя голова, если он по этому поводу шутил.

Он шутил даже над собой, написав на себя эпиграмму:

У Евсеенко Ивана

Никакого нет изъяна.

У него один изъян:

Он Евсеенко Иван!

В нашей писательской организации в свое время была стенгазета под названием «Подкова», возникшая по инициативе Владимира Григорьевича Гордейчева (сам он и рассказал о ней в своей книге «Памятные страницы», вышедшей в 1987 году в Воронеже). Каждый мог оставить в ней любую шутку или эпиграмму. Со временем стенгазета перестала существовать, но ее традиции еще долго жили в устном варианте. Немалый успех имела так называемая «Поэма прихода», в которой первая строка каждого четверостишия начиналась со слов «приходил» или «приходила». Например: «Приходил к нам Троепольский...». Или: «Приходила поэтесса...» Одно из четверостиший принадлежало Евсеенко. В нем он обыграл тот факт, что многих прозаиков, приносивших свои рукописи в отдел прозы «Подъема» звали Иванами (Иван Сидельников, Иван Матюшин и т.д.), а редактор отдела тоже был Иваном:

Приходил вчера Иван,

Приносил нам свой роман.

Посидел с часок с Иваном —

И пошел назад с романом!

В устной речи вместо «назад» обычно употреблялось более крепкое словечко.

В писательском мире слишком много тех, кто не имеет понятия о своем реальном месте в литературе. Многие, издав одну-две книжки, уже мнят себя гениями. Совсем не преувеличиваю. Мне сотни раз приходилось бывать на всевозможных обсуждениях, презентациях и тому подобное. Прочтет автор весьма посредственное произведение, а друзья уже восклицают:

— Гениально!

И автор принимает это как должное.

Однажды позвонил мне один такой коллега:

— Слыхал, что Евсеенко получил очередную премию?

Конечно, я узнавал обо всех литературных наградах Евсеенко одним из первых, потому что Ваня своими радостями спешил поделиться с друзьями: со мной, с Виктором Будаковым, с Виктором Никитиным.

— Как считаешь: заслуженно ли он ее получил? — не унимался коллега.

Объяснил ему, как смог, что Евсеенко достоин и куда более весомого признания.

— А я с тобой не согласен! — заявил мой собесед-

ник. — Вот я написал великолепный рассказ, послал его Ивану, а он мне его вернул!

Такие «аргументы» или подобные им ходили вокруг имени писателя десятками. Более того, на него писали всевозможные доносы, как говорится, «от Москвы до самых до окраин»: то Президенту, то председателю Союза писателей, то губернатору. А еще раньше — то Генеральному секретарю ЦК, то первому секретарю обкома... Писали и анонимно, и открыто. Вспоминается, как один курянин написал в обком партии жалобу, в которой утверждал: я, мол, привез Евсеенко две бутылки водки, а он печатать мой роман не стал. Я к тому времени был уже главным редактором журнала, сменив на этом посту Виктора Михайловича Попова. Поэтому по поводу этой жалобы именно меня вызвали в отдел культуры обкома. Заведующий отделом Александр Сергеевич Синецын протянул мне эту «телегу», а когда я ее прочитал, спросил:

— Что будем делать?

Я сказал, что доверяю Ивану Ивановичу полностью и в правильности его решения не сомневаюсь.

— Я понимаю, — сказал Синецын. — Но и ты меня пойми: ведь в жалобе говорится о водке. Автор же на взятку намекает!

— Да чушь все это! — возмутился я.

— Ладно, — согласился он. — Пусть Евсеенко напишет объяснительную, и мы это дело закроем...

Вернулся я в редакцию, рассказал обо всем Ивану. Он вспыхнул:

— Ничего писать не буду!

Я хорошо знал его характер, поэтому молча ушел в свой кабинет, уверенный, что через несколько минут Ваня эту злосчастную объяснительную мне принесет. И оказался прав. Он зашел ко мне, усмехаясь, и подал вот что:

«Главному редактору журнала «Подъём» Е. Г. Новичихину. Объяснительная. Объясняю, что я взятку никогда не брал и не беру, особенно водкой. И. Евсеенко».

Эту «объяснительную» я и отнес в обком.

В этом «объяснении» он весь. В самом деле, не объяснять же всерьез, почему он вернул рукопись графоману, если этот графоман даже предложил с ним выпить! Кстати, с водкой Ваня даже в молодые годы не очень-то дружил.

Один такой графоман до сих пор уверен, что это именно он своими доносами снял Евсеенко с поста главного редактора в 2006 году. Даже бахвалится этим в Интернете. Слава Богу, в наше время уже никто не принимает доносы всерьез. А уход Евсеенко из редакции был связан совсем с другими причинами.

Я же ушел с поста главного редактора в начале 1993 года, полностью разуверившись в возможности проводить независимую литературную политику в условиях нагрянувшей «экономической цензуры». Новым местом моей службы стал Воронежский областной литературный музей имени И. С. Никитина, куда меня назначили директором. Конечно, Ваня был раздосадован моим уходом. Ведь мы с ним проработали бок о бок два десятка лет. По поводу моего ухода он связывал эпиграммой:

Ты был Евгений из Евгениев!

Ну а теперь ты — экспонат.

И на тебя с большим сомнением

Кольцов с Никитиным глядят...

А при встречах неоднократно шутил:

— Возьми меня на работу в музей... экспонатом! Представляешь, сижу я в музейном зале, а передо мною табличка: «Живой писатель. Руками не трогать!». Разве не интересно будет такое посетителям?

Не знаю, уж витала ли эта идея в воздухе, или Ваня поделился ею с Эдуардом Лимоновым (они были хорошо знакомы), но позднее, на выставке, посвященной творчеству последнего (она проходила в Москве, в Политехническом музее), Лимонов сидел в выставочном зале, а перед ним висела табличка: «С экспонатом не разговаривать!»

Главным редактором «Подъёма» Евсеенко стал в 1997 году не без моего участия. В то время я уже возглавлял комитет по культуре администрации Воронежской области. Экономическая ситуация в «Подъёме» была что называется аховая, журнал погибал. Глава области Иван Михайлович Шабанов, несмотря на труднейшую ситуацию с бюджетом, откликнулся на просьбы редакции и комитета по культуре: «Подъём» изменил статус, став (впервые в стране!) государственным учреждением культуры. Решение по назначению главного редактора должен был принять я, и у меня, признаюсь, не было никаких раздумий: на этом посту мне не виделась ни одна кандидатура, кроме Ивана Евсеенко...

О своем решении я никогда не пожалел. И в качестве главного редактора Евсеенко оказался на высоте.

Однажды Ваня меня весьма удивил. Еще в пору нашего знакомства мы разговаривали с ним как-то о том, как война вошла в наши судьбы. Он рассказал о своем погибшем отце. А я поведал ему о давней трагедии: немцы, отступая из нашего села, облили бензином и забросали гранатами подвал, в котором родители укрыли от бомб, снарядов и пуль полтора десятка детишек. Я и сам, вместе со старшим братом, сидел в том подвале, но за несколько минут до трагедии мама увела нас домой с мыслью: «Погибать — так вместе...» Я и не думал, что Евсеенко будет целых сорок лет держать эту историю в своей голове! Его повесть «Дмитриевская суббота» навеяна как раз этим моим рассказом, о чем он неоднократно — и устно, и печатно — говорил и коллегам по перу, и читателям.

Я прочитал все, что написано Иваном Ивановичем Евсеенко. Писатель он редкий, большой. Он был подлинным радетелем русского слова, свято берег традиции отечественной прозы. Но не только берег. Он их и развивал. Совсем не случайно Сергей Чупринин, размышляя о повести Евсеенко «Однодворец Калашников», писал в «Литературной газете»: «Есть ли в русской литературе аналоги подобного рода прозе?»

Жаль, что при жизни Ивана Евсеенко многие не понимали его огромного писательского масштаба. Думаю, что этого не понимали и воронежские власти. Накануне 50-летия Союза писателей России на имя

губернатора области В.Г. Кулакова пришло письмо за подписью председателя Союза писателей России Валерия Ганичева. В нем руководитель Союза просил администрацию области инициировать награждение Ивана Евсеенко орденом Почета за заслуги в развитии отечественной литературы. Никаких результатов не последовало.

Летом 2014 года, когда он уже тяжело болел, мы несколько раз сидели с ним вдвоем на скамеечке во дворе его дома. Говорили о жизни, о литературе, о событиях на Украине, которые он не мог не принимать близко к сердцу. В те дни Ваня был полон оптимизма и надежды на то, что справится со своим нелегким недугом. Но недели за три до смерти в телефонном разговоре сказал мне: «Все, Женя. Мне пора собираться...» Попробовал его успокоить. Но какие слова тут можно подобрать?

На прощание с Ваней из местного начальства пришел только депутат областной Думы Сергей Иванович Рудаков. Он, доктор философских наук, конечно же, понимал, что значит имя Ивана Евсеенко для русской литературы, для чести и гордости области. Никто больше до этого не додумался.

...Кем и чем был для него я, он понял гораздо раньше, чем я понял, кем и чем для меня был он. На своей последней книге «Затаив дыхание...» он оставил такой автограф:

«Дорогой Женя! Большое тебе спасибо за все, что ты сделал для меня в жизни! И. Евсеенко. 23.04.2013 г.»

А что, собственно говоря, я для него сделал? За что он меня благодарил? Ну, назначил я его главным редактором журнала... Ну, нашел спонсора для издания его маленькой повести в серии «Воронежские писатели: XXI век»... Ну, стал он по моей инициативе первым лауреатом премии Воронежского отделения Союза писателей «В прекрасном и яростном мире»... Ну, написал и опубликовал я несколько рецензий на его книги... Так ведь все это такие мелочи по сравнению с его огромным талантом! Нет, не об этом его автограф. Этими словами он оценил нашу с ним дружбу.

Прости, Ваня, что я поблагодарить тебя за эту дружбу не успел...



Полина Давыдова, Дарья Неренц **Новые возможности для проведения журналистских расследований в современном интернет-пространстве**



Аннотация: в начале XXI века журналисты-расследователи довольно быстро стали использовать открывшиеся в интернет-пространстве возможности работы с информацией, что привело к новому

витку популяризации расследовательской журналистики. Компьютерные технологии и Интернет открывают новые перспективы развития журналистских расследований и меняют сам процесс их подготовки, предоставляя автору различные инструменты, позволяющие строить свои материалы на анализе большого количества конкретных цифр, фактов, документов. В данной статье исследуются актуальные изменения методов подготовки журналистских материалов в жанре расследования и их применение в американских и российских СМИ.

Ключевые слова: журналистские расследования, журналистика данных, коллаборативная журналистика, базы данных, методы сбора информации.

В условиях глобального информационного общества, цифровизации и дигитализации начался новый этап развития расследовательской журналистики. Программы Открытого Правительства, цифровой экономики, ежедневно растущий поток данных о самых разных сферах жизнедеятельности, непрерывно обновляющиеся сведения личного характера в социальных сетях представили журналистам возможности проведения полноценных оригинальных журналистских расследований.

Само понятие «журналистское расследование» медиаисследователи сегодня трактуют по-разному. Кто-то считает его методом (Н. В. Бергер, А. Д. Константинов, А. А. Тертычный), кто-то — рассматривает как жанр (Д. В. Неренц, Дж. Уллмен, М. Берлин, Ю. А. Шум). Между тем большинство выделяет сходные отличительные особенности расследовательской журналистики:

Об авторах: Давыдова П. С., магистрант 1-го года обучения кафедры журналистики РГГУ; Неренц Д. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики РГГУ.

акцент на анализе большого количества источников информации, высокая общественная значимость, ориентация на решение важных социальных, экономических, экологических или политических проблем, использование различных методов сбора информации (интервью, наблюдение, работа с документами, анализ баз данных и пр.).

Журналисту или группе журналистов-расследователей, как правило, необходимо пройти несколько обязательных этапов ради получения достоверной информации и ее обработки: составление плана проведения расследования; сбор информации с использованием различных источников; фактчекинг; агрегация, изучение и обработка информации; систематизация информации; формирование доказательной базы; консультация с экспертами в исследуемой области.

Современный журналист, работающий в жанре расследования, может подготовить материал, не выходя из редакции и даже не отрываясь от компьютера. Таким образом, возможности Интернета, позволившие существенно снизить временные и финансовые затраты на сбор и анализ информации, привели к переходу расследователей в новые медиа (интернет-среде).

Преимущества работы расследователей в Интернете

С начала XXI века новые медиа привели к всплеску интереса к жанру журналистского расследования, как со стороны аудитории, так и со стороны самих журналистов [1, с. 44]. Интернет расширяет способы поиска информации и позволяет журналистам найти уникальный сюжет не из новостных лент. Форма и стиль изложения, источники информации и методы работы над журналистскими расследованиями расширяются и видоизменяются. Теперь к способам получения информации добавились сбор данных с помощью компьютеров, активное сотрудничество с ведущими СМИ по всему миру, поиск героев и общение с ними через социальные сети.

Распространение цифровых технологий не только создает новые подходы к проведению расследований, но и преобразует классические методы. Так, в digital-эру облегчается метод проработки документов. Большинство документов оцифровываются и хранятся в электронном виде на носителях. Теперь для поиска

необходимой информации не обязательно перечитывать десятки страниц текста: большинство текстовых редакторов обладают функцией поиска по ключевым словам. Метод эксперимента также может быть использован в онлайн-среде. Например, журналист может провести социологический эксперимент, создав интернет-опрос, или сгенерировать любую искусственную ситуацию в виртуальной среде. Формат проведения интервью или общения с экспертом также становится более простым. Порой журналисту нужно подтвердить информацию от источника, но назначение личной встречи является невозможным. Переписка с помощью сервисов обмена сообщениями (мессенджеры) сокращает время получения информации, а также такой способ общения может оказаться более безопасным с точки зрения конфиденциальности при использовании сервисов с шифрованием. Во время всеобщего перехода журналистики в онлайн-среду появились расследования, основанные на информации из социальных сетей, геотегах. Буквально несколько лет назад таких материалов еще не публиковали. «Сегодняшние российские журналисты учатся у блогеров», — отмечает региональный редактор Центра по противодействию коррупции и организованной преступности (OCCRP) Роман Шлейнов.

«Коллаборативная журналистика» как новая форма взаимодействия журналистов-расследователей

Интернет предоставляет площадку для создания некоммерческих организаций и объединений инвестигаторов со всего мира. Такое явление называется «коллаборативной журналистикой» (collaborative journalism) [2, с. 65]. Подобный подход можно разделить на два вида. Первый — объединение независимых журналистов или сотрудников нескольких изданий в пределах одной страны. К такому локальному типу сотрудничества репортеры обращаются при недостаточном количестве средств или ресурсов для проведения расследования в одиночку или в рамках одной редакции. Второй — трансграничные объединения журналистов, которые характерны для более глобальных и громких расследований, когда необходима кооперация репортеров из разных стран для совместного сбора информации и ее анализа.

При подготовке резонансного материала на первый план выходит перспектива наиболее тщательно исследования проблемы, возможность задействовать всевозможные ресурсы и привести убедительные аргументы. Таким образом, конкуренция новостных организаций становится второстепенной по отношению к организации сотрудничества журналистов. Обязанности распределяются между каждым соавтором, в зависимости от навыков, опыта и имеющихся источников. Благодаря возможности более оперативной проверки информации, можно сказать, что расследований становится больше. Журналисты используют онлайн-ресурсы для проверки фактов, поиска документации, сотрудничают с западными коллегами и следуют мировым стандартам журналистики.

В России «коллаборативная журналистика» появилась гораздо позже, чем, например, в США, но в последнее время получает все большее развитие. Так, российские журналисты-расследователи могут получить поддержку у Центра по исследованию коррупции и организованной преступности (The Organized Crime and Corruption Reporting Project). Этот некоммерческий проект объединяет около 15 региональных центров расследовательской журналистики и независимых коммерческих СМИ, среди которых и российское издание «Новая газета». OCCRP занимается организацией трансграничных расследований, а также создает ресурсный онлайн-сервис, содержащий законодательные акты, материалы судебных дел, исследования, репортажи, сведения о владельцах крупных компаний и их деятельности и другие документы из открытых источников, которые могут быть использованы как журналистами при подготовке своих материалов, так и обычными гражданами. Проект получает поддержку от Института «Открытое общество» (The Open Society Foundations), Фонда демократии ООН, Агентства США по международному развитию (USAID), Центра за честность в обществе и ICJ.

В результате совместной работы журналистов-расследователей появляются такие транснациональные расследования, как «Панамские документы» (The Panama Papers) [3], опубликованное 3 апреля 2016 года. Публикация является результатом совместной работы почти 400 журналистов-расследователей 107 СМИ из 78 стран. Расследование состоит более чем из 40 частей. Информация охватывает почти 40-летний период — с 1977 до 2015 гг. Это одно из самых известных и самых крупных трансграничных расследований XXI века.

Еще одним примером эффективности журналистской коллаборации может послужить расследовательский проект OCCRP «Ландромат “Тройка”» [4] (The Troika Laundromat), материалы которого публиковались весной и летом 2019 года. Расследование началось с крупномасштабной утечки банковских файлов, которые были собраны сотрудниками консорциума. Уже структурированная база данных была передана для изучения журналистам из более десятка стран. Для обмена информацией между журналистами OCCRP создал защищенное онлайн-пространство, где в течение нескольких месяцев авторы исследовали документы и делились промежуточными результатами. В своей работе журналисты также обращались к ранее созданным базам данных ICJ и *Süddeutsche Zeitung*. В проведении расследования участвовали журналисты таких изданий, как «Новая газета» (Россия), *Meduza* (Латвия), *Berlingske* (Дания), *Hetq* (Армения), *Süddeutsche Zeitung* (Германия), *BBC* и *The Guardian* (Великобритания). В результате расследования была раскрыта система отмывания денег в России и за рубежом.

Яркий пример локальной журналистики сотрудничества в России — расследование журналиста «Медузы» Ивана Голунова «Кто владеет московскими кладбищами» [5], которое изначально было работой одного автора. Но после того как в июне 2019 года И. Голунов был задержан, а затем отправлен под домашний арест, к работе над материалом подключились его коллеги

из других СМИ: OSCR, «Новая газета», «Русская служба Би-би-си», РБК, «Ведомости», «Фонтанка.ру», The Bell, Forbes и Logem Ipsum. Сотрудники данных изданий занимались сбором дополнительной информации, поиском связей между героями расследования, помогали с проверкой фактов и обеспечили юридическую поддержку. Таким образом, более 15 журналистов из 9 российских изданий присоединились к работе над материалом. В «Медузе» эта публикация была названа «результатом беспрецедентной коллаборации журналистов» [6].

Можно сделать выводы о том, что сотрудничество журналистов в современном мире становится наиболее продуктивным способом работы, с объективным набором преимуществ, ведь для создания одного проекта объединяются журналисты с разным опытом, навыками и набором собственных источников, что можно считать лучшим способом ускорения времени подготовки материала. Кроме того, при работе с представителями разных СМИ финальная версия публикации зачастую тиражируется одновременно для нескольких источников, то есть потенциальная аудитория увеличивается.

Краудсорсинг: особенности работы с аудиторией

Современные СМИ могут сотрудничать и с собственными читателями. Уход журналистов в интернет-пространство и активная работа по проведению исследований с помощью открытых источников может стирать границу между профессиональным журналистским и любительским материалом. Теперь журналисты делят информационное пространство с владельцами аккаунтов в социальных сетях и блогерами. Пользователь Интернета становится активным участником общественно-политической дискуссии, может свободно изучать и анализировать общедоступные данные, публиковать собственные наблюдения и выводы. Многие журналистские организации обращивают этот тренд в свою пользу, обращаясь к такому инструменту, как краудсорсинг.

Термин «crowdsourcing» был введен более 10 лет назад журналистом издания Wired Дж. Хау. Однако на сегодняшний день использование этого инструмента получает новое осмысление. По определению исследователей Школы журналистики Колумбийского университета, краудсорсинг — это акт намеренного вовлечения группы людей в решение задач, необходимых для проведения репортажа — таких, как сбор новостей, агрегация данных или их анализ — посредством целенаправленного открытого призыва к участию, обмену личным опытом, а также к внесению иного вклада в создание материала [7].

Первыми в применении краудсорсинга при проведении журналистских расследований стали BBC, Gannet и Reuters. Эти холдинги начали активно привлекать граждан к участию в создании расследований о коррупции и других должностных преступлениях представителей власти [1, с. 44].

П. Льюис, начальник отдела The Guardian в Сан-Франциско, приводит пример использования соци-

альных сетей и краудсорсинга в журналистских расследованиях как способ сохранения и распространения информации: «Ежедневно отправляется 140 миллионов твитов (сообщения в микроблоге Twitter), каждый из которых имеет свой собственный крошечный цифровой след. Для журналистов-расследователей это действительно важно, поскольку означает, что можно в прямом эфире вести запись особенно значимых моментов» [8].

Таким образом, краудсорсинг помогает получить большой массив информации за короткий промежуток времени, помогая журналистам быстрее перейти от сбора информации к дальнейшей ее профессиональной обработке и созданию собственного качественного контента силами рассредоточенного сообщества заинтересованных пользователей.

Новые источники информации в журналистской среде

Наибольшую популярность сейчас набирает такой метод сбора и обработки информации, как дата-журналистика (или журналистика данных). Дата-журналистика — термин, охватывающий набор приемов, инструментов и техник извлечения смысла из больших объемов данных, в том числе неструктурированных.

Журналистика данных может пониматься как попытка средств массовой информации адаптироваться к изменениям в информационной среде и последовать за этими переменами — в том числе с помощью многомерного, многоаспектного представления тем и сюжетов [9, p. 26].

Свое развитие дата-журналистика получает благодаря принятой в большинстве стран концепции open government (Открытое Правительство). Этот термин возник в Соединенных Штатах после Второй мировой войны. На сегодняшний день правительственные организации используют новые технологии в качестве инструмента повышения прозрачности своей деятельности. Одной из самых известных организаций, продвигающих раскрытие данных, считается американская Open Knowledge Foundation, чья миссия состоит в том «чтобы создать более открытый мир — мир, где вся личная информация открыта, доступна для всеобщего использования и изучения» [10]. Также продвигается теория open-source governance, в рамках которой происходит публикация открытых данных в Интернете с возможностью для пользователей просматривать и изменять исходный код данных.

На международном уровне дата-журналистика поддерживается и развивается благодаря специальным проектам некоммерческих центров. Так, например, на сайте «Глобальной сети журналистских расследований» (GIJN) есть раздел, в котором собраны различные материалы, полезные любому журналисту, начавшему работать в области дата-исследований. В том числе базы данных, книги и учебные пособия, пошаговые инструкции, а также ресурсы необходимые для визуализации «больших данных» [11]. Международный консорциум журналистов-расследователей также предлагает расследователям большое количество обучающих материалов по работе со справочными службами и поиску документации в сети. Ресурс The Investigative Dashboard,

подготовленный OSCR, предоставляет библиотеку наиболее полезных общедоступных источников данных различных компаний [12].

На официальном сайте ProPublica базам данных посвящена отдельная рубрика — ProPublica DataStore [13]. Здесь собраны базы данных по нескольким направлениям: здравоохранение, правосудие, образование, политика, бизнес, транспорт, военное дело, окружающая среда или финансы. Базы есть как платные (с уникальным контентом и уже подготовленной аналитикой), так и бесплатные.

В рамках концепции open government в России доступны для любого пользователя данные государственной статистики (Росстат, Федстат), порталы открытых данных Российской Федерации и Правительства Москвы. Благодаря развитию новых технологий и открытости многих государственных систем в Интернете журналистское расследование может быть начато с поиска в реестрах фамилий политических или других общественных личностей. То есть расследованию может дать ход собственная инициатива журналиста, а не «слив», полученный от заинтересованного человека. «Интернет фактически подарил журналисту-расследователю новые инструменты и неисчерпаемые возможности, позволяющие строить свои материалы на конкретных цифрах, фактах, документах», — указывает независимый журналист Г. Э. Сидорова.

В последнее время в России появились и развиваются легальные базы данных об организациях и компаниях, где можно проследить владельцев компаний, директоров, дату создания и местонахождение. Есть базы данных, дающие возможность получить информацию о физических учредителях компаний. Также существуют нелегальные базы данных, проданные на черном рынке лицами, связанными с полицией, налоговой службой, ГИБДД или таможней.

В России также существуют негосударственные организации, продвигающие принципы свободы доступа к информации, прозрачности и достоверности данных. Среди таких организаций и проектов можно выделить АНО «Информационная Культура» («Инфокультура»), «Хаб открытых данных» — каталог и хранилище открытых данных для всех русскоязычных пользователей, «Открытая полиция» и «Госзатраты». Ежегодно проводятся Дни открытых данных (Open Data Day) — тренинги, семинары и хакатоны.

Данные могут стать не только инструментом проведения самого расследования, но просто предоставить журналистам новые темы и идеи для дальнейшей работы. Американское издание FiveThirtyEight, посвященное дата-исследованиям, является примером успешного совмещения работы с данными и краудсорсинга. Так, читатели сами предлагают журналистам истории для дальнейшей проработки через базы данных.

Таким образом, можно увидеть, как открытые данные в Интернете способствовали трансформации методов подготовки расследовательских материалов. В частности, изменились такие этапы, как поиск темы, сбор данных, обработка данных и оформление материала, став более компьютерно-опосредованными. Одним из самых главных источников тем на сегодня являются

базы данных и открытые данные в глобальной сети. Расследование может начаться с фотографии в социальных медиа, с информации с сайта «Госзакупки», с изучения данных различных справочных систем, сайтов государственной статистики.

Примеры применения новых подходов в американских и российских СМИ

Команда независимой некоммерческой новостной организации ProPublica насчитывает более сотни журналистов, занимающихся исследованием целого ряда тем. Совместное расследование журналистов А. Майджески (ProPublica) и Р. Отвелл (NPR Illinois) «Сексуальные домогательства в кампусе» [14] было опубликовано 27 августа 2019 года. В нем журналисты использовали большое количество методов сбора информации: было проведено интервью, изучены официальные документы, затем авторы прибегли к анализу сведений из открытых источников. В частности, исследована база номинантов американской академической стипендии Fulbright и аккаунты в социальных сетях. Осенью 2019 года материал был обновлен и дополнен, а по итогам собранных историй создана целая серия публикаций [15].

Другое расследование, «Опиоидные миллиардеры» [16], опубликованное Д. Армстронгом и Дж. Эрнстхаузенем на сайте ProPublica 9 сентября 2019 года, было проведено на основе уже раскрытой аналитики фармацевтической компании Purdue Pharma. В дополнение журналисты изучили документацию, отчеты компаний и судебные решения.

Российские издания, специализирующиеся на расследованиях, также активно стремятся к использованию всех возможностей, которые предоставляет им Интернет. В расследовании «Пиши, Емеля» [17] А. Заякина и А. Смагина авторы проводят анализ открытых данных на сайтах «Диссеропедии» и «Госзакупки». Для большей наглядности в материале используется визуализация данных — таймлайн, карта, схема и другие виды инфографики. Расследование «Я тебя и убью» [18] И. Долининой и А. Мароховской от 23 сентября 2019 г. основано на исследовании более 500 уголовных дел, зарегистрированных в базе судебных решений ГАС РФ «Правосудие» [19]. Данные, полученные в результате исследования, систематизированы и оформлены в виде инфографики (круговых диаграмм).

Расследование РБК «В России сменилась тройка регионов — лидеров по смертности от ВИЧ» [20] построено исключительно на анализе данных. Обратившись за данными в региональные службы статистики и Росстат, авторы произвели собственные расчеты, показавшие, какие регионы России лидируют по смертности от ВИЧ. В конце материала представлена подробная методология. Публикация также сопровождается несколькими графиками, где наглядно демонстрируются проведенные РБК расчеты.

Наряду с традиционными методами обработки документов или интервью, журналисты-расследователи как в США, так и в России следуют последним трендам современных медиа, обращаясь к дата-журналистике и «коллаборативной журналистике». Многие источ-

ники, используемые в расследованиях современных российских и американских СМИ, — это социальные сети и интернет-ресурсы, материалы других изданий или собственная аудитория (краудсорсинг), а одним из самых главных источников информации на сегодня становятся открытые данные, которые журналисты преобразуют, а также визуализируют, оформляя в наиболее доступный для понимания читателя формат.

В целом, благодаря развитию новых технологий и открытости многих государственных систем в Интернете, журналистское расследование зачастую начинается с поиска в реестрах, например, фамилий политических или общественных деятелей. На современном этапе из-за повсеместной компьютеризации общества журналисты вслед за аудиторией уходят в Интернет, используя новые возможности для сбора и обработки информации. Интернет-пространство позволяет инвестигейторам заниматься расследованиями в комфортной обстановке, позволяя отказаться от посещения архивов, библиотек или офиса. Одновременно с тем, как информационные ресурсы переходят в цифровое пространство, журналисты получают больше доступа к ранее недоступным данным. Так одним из главных новейших инструментов создания расследования становится дата-журналистика.

Некоммерческие центры и объединения журналистов разрабатывают собственные платформы и подготавливают тренинги для обучения журналистов-расследователей. При этом журналисты получают возможность сотрудничать с коллегами, обмениваясь информацией, и, объединяясь, чтобы исследовать глобальные процессы.

Активно развивается партнерство СМИ и других некоммерческих организаций. Сотрудничество становится решением множества проблем, с которыми могут столкнуться журналисты при подготовке расследования в одиночку. И именно информационно-коммуникационные технологии содействуют развитию и популяризации данных подходов.

Литература

1. Неренц Д. В. Журналистские расследования в современных СМИ США и России: учебное пособие / Д. В. Неренц. — М.: РГУ, 2019. — 141 с.
2. Неренц Д. В. Журналистские расследования США: новые методы организации и проведения (конец 1990-х — 2014 гг.): дис. ... канд. фил. наук / Д. В. Неренц. — М.: РГУ, 2015. — 214 с.
3. OCCRP. The Panama Papers [Электронный ресурс] // OCCRP. — URL: <https://www.occrp.org/en/panamapapers/> (дата обращения: 05.11.2020).
4. OCCRP. The Troika Laundromat [Электронный ресурс] // OCCRP. — URL: <https://www.occrp.org/en/troikalaundromat/> (дата обращения: 05.11.2020).
5. Голунов И. Кто владеет московскими кладбищами. Как столичный ритуальный рынок заняли ставропольские бизнесмены — и при чем тут ФСБ [Электронный ресурс] / И. Голу-

нов // Meduza. — URL: <https://meduza.io/feature/2019/07/01/kto-vladeet-moskovskimi-kladbischami> (дата обращения: 06.11.2020).

6. Эффект Стрейзанд. Как делалось новое «похоронное» расследование: разговор с Иваном Голуновым и его соавторами [Электронный ресурс] // Meduza. — URL: <https://meduza.io/episodes/2019/07/07/effekt-streyzand-kak-delalos-novoe-pohoronnoe-rassledovanie-razgovor-s-ivanom-golunovym-i-ego-soavtorami> (дата обращения: 06.11.2020).

7. Onuoha M. Guide to Crowdsourcing [Электронный ресурс] / M. Onuoha, J. Pinder, J. Schaffer // CJR. — URL: https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_crowdsourcing.php (дата обращения: 12.04.2020).

8. House of Lords. Communications Committee — Third Report. The future of investigative journalism — 2012 [Электронный ресурс]. — URL: <https://publications.parliament.uk/pa/ld201012/ldselect/ldcomuni/256/25604.htm> (дата обращения: 12.04.2020).

9. Gray J. Data Journalism Handbook / J. Gray, L. Bounegru, L. Chambers. — O'Reilly Media, 2012. — 176 p.

10. Open Knowledge Foundation. Home [Электронный ресурс]. — URL: <https://okfn.org/> (дата обращения: 20.12.2020).

11. Global Investigative Journalism Network [Электронный ресурс]. — URL: <https://gijn.org/data-journalism/> (дата обращения: 20.12.2020).

12. Investigative Dashboard [Электронный ресурс]. — URL: <https://investigativedashboard.org/> (дата обращения: 20.12.2020).

13. ProPublica Data Store [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.propublica.org/datastore/> (дата обращения: 20.12.2020).

14. Otwell R. NPR Illinois. Campus Complicity [Электронный ресурс] / R. Otwell, A. Mierjesk, ProPublica. — URL: <https://www.propublica.org/article/university-of-illinois-urbana-champaign-sexual-harassment-professor-faculty> (дата обращения: 18.04.2020).

15. Campus Complicity [Электронный ресурс] // ProPublica. — URL: <https://www.propublica.org/series/campus-complicity> (дата обращения: 18.04.2020).

16. Armstrong D. Opioid Billionaires [Электронный ресурс] / D. Armstrong, J. Ernsthausen // ProPublica. — URL: <https://www.propublica.org/article/data-touted-by-oxycotin-maker-to-fight-lawsuits-doesnt-tell-the-whole-story> (дата обращения: 18.04.2020).

17. Заякин А. Дата-отдел «Новой газеты». Пиши, Емеля. Государство требует от ученых больше научных статей. А получает горы макулатуры за солидные деньги [Электронный ресурс] / А. Заякин, А. Смагин // Новая газета. — URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2019/04/20/80297-pishi-emelya> (дата обращения: 12.03.2020).

18. Долинина И. Я тебя и убью [Электронный ресурс] / И. Долинина, А. Мароховская // Новая газета. — URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2019/09/23/82057-ya-tebya-i-ubyu> (дата обращения: 12.03.2020).

19. Государственная автоматизированная судебная система Российской Федерации «Правосудие» [Электронный ресурс]. — URL: <https://sudrf.ru/> (дата обращения: 12.03.2020).

20. Звездина П. В России сменилась тройка регионов — лидеров по смертности от ВИЧ [Электронный ресурс] / П. Звездина, Д. Линделл, Е. Тарасенко // РБК. — URL: <https://www.rbc.ru/society/11/03/2019/5c6c0ae49a79477703d915b7> (дата обращения: 06.04.2020).



Владимир Листенгартен

Копилка вузовского опыта: газета «Вузовский вестник» о работе вузов в период пандемии

(март 2020 – март 2021 гг.)

Аннотация: в статье дается обзор общевузовской газеты «Вузовский вестник», освещающей положительный опыт работы вузов в период пандемии (март 2020 – март 2021 гг.).

Ключевые слова: пандемия, газета «Вузовский вестник», положительный опыт вузов, направления работы редакции.

Пандемия внесла значительные коррективы в деятельность высших учебных заведений, заставила их руководителей и коллективы во многом по-иному взглянуть на решение текущих и перспективных задач [1]. И в этой связи представляет общественный интерес хотя бы краткий обзор того, как самый напряженный период, с марта 2020-го по март 2021 г., получил отражение на страницах единственной в нашей стране общевузовской газеты «Вузовский вестник».

Это печатное периодическое издание, позиционирующее себя как «российская информационно-аналитическая газета ректоров, проректоров, преподавателей, аспирантов, студентов, абитуриентов», с 1994 г. регулярно рассказывает о жизни вузовских коллективов, их взаимодействии и сотрудничестве, причем основной упор делается, — и это является отличительной чертой газеты, что следует особенно подчеркнуть, — на ознакомление читателя с передовым опытом работы вузов.

О газете, ее истории, становлении и основных направлениях работы заинтересованный читатель может прочитать в интересной и содержательной книге воспоминаний ее многолетнего главного редактора А. Б. Шолохова «В поисках истины» [2].

А вот о самом главном редакторе, определяющем политику и практику реализации на печатных страницах, следует дать хотя бы краткую биографическую справку.

Андрей Борисович Шолохов, главный редактор газеты «Вузовский вестник», родился в Москве в 1950 г. Выпускник Московского государственного полиграфического института и отделения журналистики Военной политической академии им. В. И. Ленина. До 1994 г. работал в военной журналистике. Полковник запаса.

Об авторе: Листенгартен Владимир Семенович, доцент, кандидат исторических наук, старейший сотрудник ВГУ.

Заслуженный деятель культуры Российской Федерации, лауреат премии Правительства России в области образования, кандидат исторических наук. Автор ряда книг по военной истории и истории России.

Сегодня можно констатировать, что и традиционная направленность материалов газеты, и определяющая ее редакционная политика содержательно отразили ныне общепризнанный факт: высшая школа России в период пандемии не поддавалась панике, сумела на ходу перестроить свою работу с учетом новых условий и, более того, вопреки всем трудностям, не прервать «линию развития».

Газета «Вузовский вестник» в публикациях представляла обозначенное положение не в абстрактных рассуждениях и декларациях, а на конкретных фактах и примерах, позволяющих извлечь уроки на будущее и осваивать положительный опыт, опираться на него.

Проиллюстрируем правильность того, о чем сказано выше, взяв в качестве примера всего три мартовских номера газеты за 2020 и 2021 гг. Но прежде — отступление.

Всего за этот период вышло 12 номеров газеты, из них 7 двоянных, что наглядно представлено в приведенной ниже таблице:

Выпуск газеты «Вузовский вестник»
с марта 2020 г. по март 2021 г.
(по данным архива газеты)

2020 г.						
№№	5	6	7–8	9–10	11–12	13
№№	14	15–16	17	18	19	20
№№	21	22	23–24			
2021 г.						
№№	1–2	3–4	5	6		

В каждом номере читатель находил разнообразные информационные и аналитические материалы, в том числе на темы истории и литературы, портреты знаменитых людей России, обзоры различных сторон жизни вузов и др., и все-таки на первом месте поставим материалы о положительном опыте.

Вернемся к обзору. В № 5 за 1–15 марта 2020 г. освещается опыт: Университета Правительства Москвы по реализации кадровых проектов для столицы, организации стажировок студентов, внедрении

в образовательный процесс технологий виртуальной реальности; Института стоматологии им. Е. В. Боровского Сеченовского университета — по проведению олимпиады студентов, включившей в себя не только профессиональное соревнование, но и «школу мастера», знакомство с современными достижениями в области отечественной и зарубежной стоматологии; Мурманского арктического государственного университета — по реализации программы развития, принятой в 2017 г. и предусматривающей деятельное влияние на развитие региона; Кубанского государственного университета — по организации целевого приема в вуз, совершенствования системы работы преподавателей — кураторов студентов; опыт неформального, творческого проведения Дня защитника Отечества в Московской государственной академии ветеринарной медицины и биотехнологии им. Н. И. Скрябина, где сумели объединить ветеранов войны и труда, студентов, юнармейцев, показать в творческом общении связь поколений.

Полагаем, что даже такое перечисление материалов о вузовском опыте, представленных в одном номере газеты, не являющемся исключением, позволяет судить о той содержательной базе, на которой вузы строили и проводили свою работу в условиях пандемии.

В № 6 (16–31 марта) 2020 г. освещается опыт системной работы с абитуриентами МГИМО, в котором объединены усилия вуза, учителей общеобразовательных школ и родителей; проведение Российским государственным университетом им. А. Н. Косыгина фестиваля дизайна как «своего рода стартап в мир признания, акселератор талантов»; Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова, где уже в десятый раз состоялась международная научно-практическая конференция «Преемственная система инклюзивного образования», основой которой стала проблема профилактики и предупреждения инвалидности в призме цифровизации, — опыт совместной работы педагогов, психологов, медиков и других специалистов, объединенных в проекте «Человек экологический цифровой эпохи» (авторы проекта А. В. Тимирязова, М. А. Филатова, Д. А. Ахметова); Ухтинского государственного университета, в котором состоялся форум волонтеров, посвященный 75-летию Великой Победы «Опора добровольчества». Так его суть выразил ректор УГТУ А. В. Агинов: «Помогая другим, мы сами становимся лучше». Думается, что совершенно понятно, какое значение опыт волонтерской работы, доведенный до читателей, имел значение в последующем временном периоде.

В мартовском номере 2021 г. (№ 5; 1–15 марта) читателям представлен опыт Российского государственного университета им. А. Н. Косыгина, где в совмещенном формате (очно и онлайн) прошло празднование Дня науки как подведение определенных итогов научной работы преподавателей и студентов, обсуждения проблем помощи студентам в реализации научно-исследовательских проектов, поддержки молодых ученых.

Представлен опыт Российской Международной академии туризма, где в вузовском музее боевой славы прошел круглый стол «Шла священная война. Ополченцы в памяти поколений», который стал данью памяти героическим поколениям военных лет, приобщением

молодежи к героическим и трагическим страницам истории и одновременно отчетом о проделанной большой поисковой и исследовательской работе студентов.

Московский технический университет связи и информатики, отметивший в 2021 г. свой вековой юбилей, в формате интервью ректора С. Д. Ерохина не только кратко обобщил пройденный вузом путь, подчеркнув верность славным традициям и олицетворяющим их людям, но и конкретно показал, как в современных условиях готовятся очень востребованные кадры для отрасли связи и цифровой экономики.

О том, как готовятся кадры для решения очень актуальной задачи — освоения северных широт, подробно рассказано в интервью ректора самого арктического университета страны — САФУ им. М. В. Ломоносова Е. В. Кудряшовой. За 10 лет университет сложился и действует как крупный научно-образовательный центр, в который входят 7 высших школ, филиал в Северодвинске, работающий по программе «Завод-ВТУЗ», 42 современных научных лаборатории, музеи и библиотека. В нем обучается 24 тысячи студентов, которые осваивают традиционные и новые специальности, столь необходимые для рационального освоения севера по 100 программам арктической направленности. Этот опыт интересен и полезен для других вузов как пример влияния на социально-экономическое и культурное развитие большого региона в интересах всей страны.

Аналитическим подходом характеризуется интервью ректора Московского государственного университета пищевых производств М. Балыхина, опубликованного в этом номере газеты. Обобщая итоги 2020 г., автор выделяет 7 главных позиций.

1. Переход на цифровые рельсы и в области образования, и в области инфраструктуры, и в организации работы с преподавателями и студентами.

2. Сформирован задел для качественного образования в гибридном формате.

3. Введено понятие «диплом как стартап», что предусматривает командное решение практических задач.

4. Укреплены позиции вуза в международных рейтингах (и прежде всего, агро-, био- и «зеленых» технологиях).

5. Ведется активная подготовка к участию в Проекте стратегического академического лидерства («Приоритет-2030»).

6. Университет четко определил свою «третью миссию», т. е. участие в развитии общества и городской среды, улучшении качества жизни людей.

7. Осуществляется активное участие в административно-правовой деятельности, ведется работа на площадках законодательных структур, где разрабатываются новые законы, регламентирующие деятельность бизнеса и отрасли в целом.

Приведенная аналитика определила задачи университета на 2021 год, что позволяет решать их в текущем и перспективном параметрах.

По классификации вузы, чья деятельность и опыт обобщались и анализировались в названный период, — классические университеты, технические, естественнонаучные, гуманитарные, медицинские и вузы силовых ведомств, т. е. представлены в той или иной степени все

категории высших учебных заведений (как государственных, так и негосударственных), действующих на территории нашей страны, и не только в столице, но и в регионах. При этом особо выделим «Воронежские сюжеты» в «Вузовском вестнике» 2020–2021 гг.: это материалы о заседаниях Совета ректоров вузов Воронежской области и Ассоциации вузов Центра России, о проекте «За верность традициям реалистического искусства» (совместно с редакцией газеты и Воронежским художественным музеем им. И. Н. Крамского), о передовых технологиях в образовательном процессе Воронежского государственного лесотехнического университета им. Г. Ф. Морозова, о присуждении ректору ВГМУ им. Н. Н. Бурденко профессору И. Э. Есауленко звания «Ректор года 2020», о книге ректора ВГУ, профессора Д. А. Ендовицкого «Ректорский вектор» и др. Эти материалы являются свидетельством постоянного стремления редакции газеты к развитию контактов с вузами регионов, их общественными объединениями, стремление, которому не смогли помешать и трудности пандемии.

Важно отметить, что положительный опыт вузов представляется на страницах газеты не как разрозненный набор индивидуальных достижений, а исходит из методологического подхода редакции, основой для которого является государственная политика в сфере образования, воспитания и науки, конкретное выражение которого сформулировано в национальных проектах «Образование» и «Наука», в Послании президента России В. В. Путина Федеральному собранию, его выступлениях по проблемам образования, воспитания и науки. В газете умеют рассказать о них без суесловия, конкретизируя то, что относится непосредственно к вузам, направляет и интегрирует их усилия, побуждает действовать творчески и во взаимодействии. Именно так позиционируется деятельность вузов в объявленный президентом России в 2021 г. Год науки и технологий.

При этом свою позицию редакция определяет:

- во-первых, исходя из того, что российская высшая школа, как и страна, занимает свое особое место в евразийском пространстве и многополярном мире;
- во-вторых, опираться нам надо, прежде всего, на свои силы, привлекая для решения задач высококвалифицированных, патриотично настроенных специалистов;
- в-третьих, не развивать «рынок образовательных услуг», а с помощью высшей школы решать системные задачи, стоящие перед страной, в том числе активизировать интеграционные процессы на постсоветском пространстве [2, с. 111].

Есть все основания утверждать, что в сложный и трудный период пандемии газета «Вузовский вестник» внесла и продолжает вносить свой весомый вклад

в дело осмысления высшей школой страны своей миссии быть центром информации, аналитики, анализа и обобщения положительного опыта, укрепления межвузовского сотрудничества и взаимодействия, активно помогает осмыслить уроки работы в условиях противодействия коронавирусной инфекции, а потому хочется пожелать, чтобы росло число читателей газеты, нацеленных не на «горячие факты», а на творческое разрешение проблем и освоение передового опыта. Размещение номеров газеты в интернете дает такую возможность.

Завершить же статью автору хочется не только пожеланием дальнейших успехов редакции, но и ответами, которые любезно согласился дать главный редактор «Вузовского вестника» А. Б. Шолохов на заданные ему вопросы

1. Как коллектив редакции пережил самое тяжелое время — пандемию (март 2020 — март 2021 гг.)?

Ответ: Не пережил, а с трудом переживает. И когда это закончится, к сожалению, неизвестно. Сократилось поступление материалов из вузов. Остро чувствуется нехватка финансовых средств. Но мы не унываем. И очень надеемся на поддержку из вузов.

2. Какие проблемы высшей школы в настоящее время Вы считаете особенно актуальными?

Ответ: Главное — поменьше всяких плохо продуманных инициатив сверху. Что сделано, то сделано. Но лучше отменить ориентацию на международные рейтинги и публикации в иностранных журналах. Болонскую систему, где прижилась — оставить. А где нет — не внедрять дальше. Хорошо бы отменить всякие ТОП-100 и так далее. Необходимо сократить отчетность вузов. Осторожно вводить цифровой формат. При возможности возвращаться к очной форме занятий. Уделять больше внимания воспитательной работе со студенчеством.

3. Что Вы хотите пожелать читателям газеты в регионе?

Читателям из региональных вузов хотел бы пожелать здоровья, оптимизма. А также большей ориентации на свой регион, активного участия в трудоустройстве выпускников, не гнаться за рейтингами, а укреплять свой авторитет. Принимать активное участие в советах ректоров и стараться, чтобы их решения доходили до руководства высшей школы, осваивать успешный опыт работы вузов.

Литература

1. Ендовицкий Д. А. В ответ на требования времени: организация образовательного процесса в условиях предупреждения распространения коронавирусной инфекции / Д. А. Ендовицкий, Е. Е. Чупандина // Ректорский вектор: сб. избранных статей и интервью. — Воронеж: Изд. дом ВГУ, 2020. — С. 333–348.

2. Шолохов А. Б. В поисках истины / А. Б. Шолохов. — М.: ЮниВестМедиа, 2020. — С. 91–113.

Раздрапируйте мавзолей!

Смотрел 9-го мая Парад Победы, в этом году — по телевизору. И сердце мое переполнялось гордой горечью. Какая мощь! И как она беззащитна перед историческим невежеством и потребительским равнодушием! А когда камера крупным планом показала мавзолей, задрапированный так, чтобы не было видно имени Ленина, мне стало смешно и обидно. Ну, что за иллюзионисты «кое-где у нас порой» во власти? Фокусник Копперфильд небоскреб прятал, а эти целую советскую эпоху в свой рукав хотят закинуть! Да, президент, перечисляя города-герои, «обмолвился» и назвал Волгоград Сталинградом. Да, политическая воля иногда проявляется именно в обмолвках. Но есть ли у нас время на обмолвки? Не уверен...

Наверное, сегодня и мы, внуки ветеранов, тоже можем повторить, что «это праздник со слезами на глазах». Мировую битву за Победу, точнее сказать, за Память о Победе мы почти проиграли. За рубежами России все меньше людей, знающих кто свернул шею фашизму и спас Европу, все меньше памятников воинам-освободителям. Да и у нас в Отечестве все больше персонажей, которые, подобно народному повару Дмитрию Назарову (он же народный артист), глумливо сомневаются в целесообразности «парадных железок на Красной площади». Как такое могло случиться? Почему снова допятились до Москвы, до Красной площади? Об этом я пишу уже тридцать лет. Сошлось хотя бы на мои статьи «Грешно плевать в Чудское озеро» (1995), «Следующая станция — Эйзенхауэровская» (1999), «Забытые союзники» (2002), «Лампасофобия и погонобязнь» (2004), «Битва за память» (2005), «Детектор патриотизма» (2015)... Вроде бы, всё уже сказано-пересказано. Нет, не всё, а еще больше не услышано...

Когда я смотрел на могучие танки, двигавшиеся по площади, мне вспомнился почему-то замечательный советский фильм Бориса Барнета «Подвиг разведчика» с Павлом Кадочниковым в главной роли? Самодовольный немецкий офицер поднимает бокал со словами:

— За победу!

— За **нашу** Победу! — уточняет наш, советский герой-разведчик, одетый в ненавистную вражью форму.

И темный зал кинотеатра взрывался аплодисментами. За нашу! — и все тут. Счастье — это не продовольственная корзина с верхом, оно складывается из многих элементов, духовных и материальных. В мироощущении моего поколения сознание того, что мы народ-победитель, было тем главным, что давало нам чувство счастья, а, точнее, как сказал поэт Лермонтов, «полный гордого доверия покой». Теперь этот покой нам только снится.

Обложная чуть ли не со всех сторон, как затравленный медведь, Россия вынуждена сегодня безуспешно доказывать «цивилизованному миру», что легендарная Победа 1945-го — наша, что Гитлера повергли, водрузив флаг над рейхстагом, мы, а не американцы, не англича-

не, не французы и даже не поляки. Мы — это многонациональный СССР, которого больше нет. Россия — его историческая и геополитическая преемница, а полуживым наследием можно распорядиться по-разному. Бывает, промотают и идут потом по миру, выпрашивая уважение. В этом суть проблемы.

Едва мы сегодня заговариваем о своем праве на Победу, нас в ответ, как шулеров, хлещут «Пактом Молотова-Риббентропа» по ушам. Или того хуже, бьют «канделябром Катюши» по голове. «Стойте! — возражаем мы, — но ведь аналогичные договоры с Германией в ту пору поназаклучали почти все европейские страны!» Первой, кстати, отметилась Польша. Да, все заключили, но только мы со временем принялись за былой договор истово каяться, посыпая голову пеплом не нами сожженных городов. Нас кто-нибудь заставлял? Нет. Что же касается диалога с мировым сообществом, то объяснять свою точку зрения надо тем, кто заблуждается, а не тем, кто привык с козьей мордой даром брать чужое. «Ах, вы победители?» — ухмыляются лидеры некогда освобожденных, а то и спасенных нами стран и сносят очередной памятник советским солдатам, злорадно закатывают асфальтом братское кладбище, точно опасный скотомогильник. Воля ваша, но я, грешный, сразу же подсознательно начинаю высчитывать, сколько дней танкового хода до места обитания осквернителей.

«Да и с Катюшью не так все просто... — бормочем мы. — Многие серьезные историки убеждены, что польских офицеров убили фашисты... Есть ряд важных доказательств...» «Какие еще доказательства? Вы же сами признались! — отвечают нам. — Да еще прощение у нас попросили на государственном уровне!» Думаете, если завтра будет необратимо доказано, что Катюшь — это адская провокация абвера, перед нами хоть кто-то извинится? Шиш! Да и за что? Мы же сами...

«Сами» — вот оно, ключевое слово!

При Хрущеве сами ославили Сталина кровавым тираном, руководившим фронтами по школьному глобусу. Сами взхлеб заговорили о преступной «внезапности» и «неготовности», о бессмысленном истреблении командных кадров, о «малой крови», обернувшейся жуткими жертвами, о довоенном сотрудничестве Советского Союза и Германии. Мол, Гудериан уже шел на Москву, а наши эшелоны с хлебом еще шли на Берлин. Мол, у красноармейцев была одна винтовка на троих. Сознаемся, пересмотр роли СССР во второй мировой войне начался именно с доклада Хрущева на 20-м съезде КПСС. Мы сами начали великую переоценку, точнее, уценку Победы. Зачем? Во имя исторической правды? Нет, ради очередных «рокировок» во власти. Наши бульдоги под ковром грызться не умеют, им бы башмаком по мировой трибуне постучать. В итоге хитроумные внутривнутриполитические игры обернулись гигантским внешнеполитическим проигрышем.

А что разве не надо было снимать грифы «секретно» и запреты на разные точки зрения? Нужно, наверное. Даже — необходимо. Но не так, иначе, по-умному. В исторической науке, как и в медицине, главное — не навредить. Нельзя отказ от одной полуправды ради другой полуправды выдавать за поиск истины. Если говоришь об избиении офицерских кадров, не забудь о заговоре военных. И многое становится понятнее. Думаете, Сталин не знал, что царя принудили к отречению генералы? Прекрасно знал и не повторил ошибок несчастного самодержца, из лучших побуждений погубившего страну и собственных детей.

Про то, что невозвратные потери действующей армии у нас и у немцев были почти одинаковые, я узнал только в 1990-е, хотя в 1981-м защитил диссертацию по фронтовой поэзии, то есть, был, вроде бы, в теме. Разница в 20 миллионов — это не гибель солдат в бою, это запрещение геноцид мирного советского населения, блокада, кошмар концлагерей. Почему эта принципиальная «статистика» попала в общественное сознание так поздно? Историкам, работавшим по закрытой тематике, она была давно известна. Кто мешал? Зачем? Кому была выгодна ложь о том, что наши военачальники заваливали противника трупами необученных красноармейцев?

А «внезапность»? Через нее прошли почти все. Или японцы над Перл-Харбором предупредительные листовки перед бомбежкой разбрасывали? Но Рузвельта за вероломство врага растяпой не считают. Чемберлена, привезшего за несколько лет до войны из Берлина «окончательную бумагу о вечном мире», никто дурным словом не поминает. А мы до сих пор: «Эх, проспал Сталин начало войны. Допустим, проспал, ошибся в расчетах. А как же мы, такие умные, оснащенные комической разведкой, вероломное нападение грузин на Цхинвал проспали? Вот ведь как...

При Брежнев, вроде бы, очнулись, начали грандиозно увековечивать Победу, вернули парады, построили замечательные мемориалы, даже генералиссимуса достали из выгребной ямы Истории и пустили погулять по кинематографу. Помню, на премьере фильма «Освобождение» в 1968-м, зал, увидев на экране неторопливого вождя с трубкой, встал и хлопал так долго, что пришлось прервать показ, пока не успокоятся. Но оставалось еще немало темных пятен на нашей «славе, купленной кровью». Их не спешили отмыть, объяснить, истолковать с документами и цифрами в руках, а «мины мудрого умолчания» не торопились обезвреживать, надеялись, проржавеют и сами станут безопасными. Ошиблись. Эти мины начали рваться с приходом «гласности».

Вы знаете, например, что надо было сделать в годы застоя, чтобы сегодня по улицам Киева не маршировали последние дивизии СС «Галичина»? Ни за что не догадаетесь! На мой взгляд, всего-навсего громогласно сказать правду: «Хатынь сожгли каратели-бандеровцы!» Поверьте, в обществе, где любая негативная информация строго дозировалась, эти сведения произвели бы эффект разорвавшейся бомбы. А дальше включилось бы подсознательное отторжение — один из главных механизмов исторической памяти народа. Но эту правду

тщательно скрывали ради дружбы народов. По той же причине помалкивали о прибалтийском Холокосте, осуществленном старательными руками местного населения, которое чуть позже, вместо того, чтоб каяться до конца дней, стало самоотверженно бороться с «советской оккупацией» при помощи хорового пения. Сегодня там тоже зигуют и запрещают русский язык. А это язык нашей Великой Победы, помимо всего прочего! Кириллическое пространство, кстати, тоже неуклонно сокращается, о чем у нас открыто говорить не принято. Все больше бывших советских республик, прося нас о помощи и поддержке, тихой сапой переходят на латиницу. Пустяк? Нет! Буква сильнее цифры. Чем стал бы Китай без иероглифа?

Ладно, допустим, о запрёдельных зверствах румынских частей на советской земле не заикались ради единства Варшавского Договора, но о бесчинствах американских оккупантов в Германии, о миллионах изнасилованных ими немок по какой причине мы-то молчали? Разве не было известно тогда, что расовые законы рейха буквально скопированы с антинегрятских законов одного из южных штатов Америки? Прекрасно известно. Почему же мы не использовали все это в идеологической схватке двух блоков в годы холодной войны? Из ложно понятой верности былому союзничеству? Ха-ха! Вот и получили. Теперь нас самих объявили антитолерантным чудовищем, и нам приходится тщетно доказывать, что красноармейцы никогда не были дикой ордой сексуальных извергов, с бычьим нахрапом покрывшей несчастную Европу. Нас не слышат, русский язык Победы постепенно переходит в категорию мертвых языков.

В 1982 году меня, редактора газеты «Московский литератор», наказали, за публикацию стихов молодого поэта, упомянувшего штрафные батальоны и заградительные отряды. В Главлит даже вызывали. Зачем? Разве не знали, что любое замалчивание со временем оборачивается абсолютизацией скрываемой информации? Надо было внятно объяснить тем, кто не знал, что это были за части, зачем формировались (кстати, вслед за немцами), какие функции выполняли, какова была их численность и эффективность... Приказать в роковой час: «Ни шагу назад!» — дело нехитрое. Керенский тоже приказывал. А толку? Главная трудность — обеспечить выполнение спасительного распоряжения. Нам ли с вами, дорогие россияне, не знать, что именно не выполняемыми указами вымощена дорога к распаду страны.

А еще в начале 1980-х возникла странная дискуссия «о заёмной боли», мол, прилично ли нам, поэтам, родившимся в пятидесятых, писать о Великой войне, не примазываемся ли мы к чужой славе? Надоела, видите ли, эта банальная рифма «раны — ветераны!» Потом известный поэт-фронтовик обмолвился в стихах:

Ну, что с того, что я там был,

Я все забыл, я все избыл...

«Правильно!» — похвалили его передовые кухонные умы. — Хватит кичиться «большой кровью», надо смотреть вперед!» А впереди был Горби — и развал страны. Ельцин — и утрата суверенитета, который чудовищной ценой отстояли в Великую Отечественную. Был

самый сокрушительный удар по Победе наших отцов и дедов. Такой «антикатюшей», бьющей по своим, стал антисоветизм, принятый на вооружение властными недотепами, высокопарно именуемыми «политическим классом». Можно по-разному относиться к советскому периоду нашей истории, но антисоветизм — верный признак неизлечимого антипатриотизма, как провалившийся нос — примета сами знаете, какого недуга.

Ныне дети упомянутых выше «передовых кухонных умов» упрекают нас в «победобесии», в том, что мы тратим народные деньги на показательные парады в честь Победы, которой уже сто лет в обед. Лучше бы пенсию ветеранам прибавили! (С этим, кстати, спорить трудно. Другое дело, когда эти доброхоты были у власти, пенсий вообще фактически не стало). Доносятся негодования, что, мол, «кремлевские политтехнологи» еще и Бессмертный полк на смех всему прогрессивному человечеству выдумали. Как все это неинтеллигентно, нерукопожато, ведь отношение к прошлому — очень интимное переживание, и его не должно выставлять на всеобщее обозрение в виде портретов героических предков! При этом сами «кухонные умы» с удовольствием отмечают свои национальные виктории, которым уже за три тысячелетия перевалило, да еще шлют в Киев поздравительные телеграммы в связи 350-летием разгрома русской армии под Конотопом. Вот и разгадай эту таинственную либеральную российскую душу!

В 1995 году я опубликовал в «Труде» статью «Грешно плевать в Чудское озеро», где возмущался тем, как страна готовится к 50-летию Победы. Напомню, власть тогда волновало одно: прилетит Клинтон в Москву или нет? А чтобы не огорчать его нашими фантомными имперскими амбициями, парад впервые провели не на Красной Площади, а на Минском шоссе, возле Поклонной горы, которую предусмотрительно срыли наполовину, тоже, думаю, из приверженности общечеловеческим ценностям... Скажите, нас какой-нибудь гауляйтер заставлял это делать? Нет, сами, хотя не обошлось без пособников, вроде министра Козырева.

Думаете, сейчас все кардинально изменилось? Сомневаюсь... Помните нежного сибирского мальчика, горевавшего в рейхстаге о мерзлявых немцах в окопах Сталинграда? А постоянные упреки в Сети, адресованные родителям-милитаристам, одевающим в День Победы своих несчастных детишек в гимнастерки и пилотки со звездами? Свеж в памяти такой случай: директор института, входящего в систему президентской РАНХиГС, прилюдно и жестоко отругал своего сотрудника. За что? Тот в День Победы простодушно одел своих чад и домочадцев во фронтовую форму и спел с ними «Катюшу», да еще от всего сердца выложил все это на сайте института. В общем, любитель исторической реконструкции чуть с работы не вылетел. Вопрос: у нас кто руководящими кадрами высшей школы занимается? Неужели подпольный обком партии, аббревиатуру которой даже выговаривать не хочется? Недавно пресловутого директора арестовали. Думаете, обком накрыли? Нет, взяли за банальное воровство. Я не утверждаю, что среди патриотов не водятся жулики, но, по моим многолетним наблюдениям, среди

антипатриотов вора гораздо больше. Это так, на заметку честным следователям...

Хочется сказать еще несколько слов о неугомонном и неуморимом «подпольном обкоме». Помню, после заседания президентского совета, кажется, по правам человека, я случайно стал свидетелем интересного и многое объясняющего эпизода. Группа «гормональных либералов», которых вокруг нашей власти всегда, как мух над праздничным столом, отзаседав, сгрудились в буфете вокруг стола и громко нахваливали одного из членов совета. Он, по их мнению, в ходе прений задал Путину наиболее каверзный вопросец, поставивший главу страны чуть-ли не в тупик. Речь шла, разумеется, о чрезмерном вмешательстве государства в дела гражданского общества. На самом деле, все случилось с точностью до наоборот: каверзник, кстати, полный тезка президента, продемонстрировал совершенно инфантильное, удивительное для «эфирного мудреца» невежество. Но это, как говорится, уже вопрос интерпретации. И вдруг один из «гормональных либералов», подняв чашку с кофе, провозгласил:

— За победу!

— За **нашу** победу! — лукаво поправили единомышленники.

В политологии такая вот подлая подмена понятий называется просто-напросто «перехватом повестки», и этот перехват ныне ощущаешь на каждом шагу, особенно включив телевизор.

Да, сегодня в книжных магазинах уже не лежит штабелями «Ледокол», где перебежчик Резун утверждал, будто Сталин первым собирался напасть на Гитлера. Просто замешкался... Но, поверьте, на полках еще много красиво и дорого изданной белиберды, так или иначе окарикатуривающей, умаляющей, опошляющей, дегуманизирующей нашу Победу. Речь об изданиях явно «грантовых» и очевидно убыточных. Кто их финансировал, кто печатал и зачем? Работая в ЛГ, я поднимал на страницах газеты этот вопрос. Из инстанций ответили: не вмешивайтесь в умные механизмы книжного рынка. Ну, разве не идиоты! А загляните в короткие списки литературных премий, вроде «Большой книги», и полюбуйте, за какие чудовищные, кровавые фэнтэзи «на тему ВОВ», дают по сей день лауреатство вкупе с немалым вознаграждением. За счет казны, прошу заметить!

А вспомните наши недавние кинофильмы о войне — о дебилах-политруках, самодурах-маршалах, упырях-смершевцах, совестливых предателях, по-своему любящих Родину. Вы знаете, в чем главная вина Сталина, если верить нашим нынешним кинематографистам? Ни за что не догадаетесь... Несчастливая Аллилуева сделала из-за его мужской неумности столько аборт, что и вымолвить страшно! Вот он каков тиран, а вы — Верховный, Верховный.....

Недавно сам президент Путин послал нам сигнал о неблагополучии — озаботился учебниками истории, неадекватно отражающими роль СССР в Великой войне. Слушал — и сдержанно ликовал. Ну, наконец-то! Мы, нервные публицисты, пишем об этих пресловутых учебниках лет двадцать пять, едва к нам Сорос на постой заехал. Но вот, слава Богу, и за Стеной услышали! Если

уж равноудаленный отовсюду Кремль допекло, значит, плохи наши дела. Оно и понятно: коммунисты только лет через десять после прихода к власти, в конце 1920-х, сообразили, что на русофобских учебниках академика Покровского не воспитаешь граждан, готовых в случае чего подняться на Отечественную войну. В последний момент спохватились — исправились. Но ход мирового развития резко ускоряется на наших глазах, поэтому осознать сегодня, что мы растим молодежь по скверным учебникам истории, это примерно то же самое, как если бы большевики уразумели губительность школы Покровского году эдак в 1970-м, в год столетия Ильича. Нет у нас времени на «обмолвки».

Что ж, привет и уважение советникам президента! Надеюсь, в следующем послании мы, наконец, услышим, что главный наш внутренний враг — это тупой антисоветизм, претендующий на роль государственной идеологии. Или вы думаете, стыдливо, из года в год драпируя на время Парада мавзолеем с именем Ленина, можно принципиально решить вопрос о месте советской эпохи в тысячелетней Истории Державы? Отвечают, потупившись: у нас нет идеологии в помине, как совести у олигархов. Есть, как не быть, у нашей перелетной элиты точно есть идеология — но по умолчанию. Она вроде барской болезни без диагноза. Назовем ее «врагоугодничеством», взяв забытое пушкинское словечко из «Бориса Годунова». И от этой идеологии страну давно уже мутит... Кстати, «смуга» — однокоренное слово.

«Что делать?» — вопрос куда более сложный, чем вопрос: «Кто виноват?» Перед Великой войной два эти вопроса решались комплексно. Для начала, готова долгожданный контрудар, надо сознаться самими себе: Победу, почти проигранную «геополитическим

партнерам» с краплеными картами, придется отговаривать, брать заново высоту за высотой, снова идти с боями от Москвы до Берлина. Про Вашингтон помолчу: его возьмут и разграбят имеющие значение афроамериканцы, черный правед там не за горами, и мы еще распахнем гостеприимную Сибирь белым беженцам из Нового Света. Футурологическая шутка.

Однако уже сегодня надо приучать мировых шакалов к тому, что за каждое покушение на нашу историческую Победу они будут получать сдачи. Натмашь! Хватит ассиметричных ответов, сводящихся к гордому вытиранию плевков с лица. Иль русский от побед отвык? Иль мало нас? Иль за очередной снеженный в Европе памятник освободителям нам нечем ответить, кроме эфирных «ай-ай-ай» Маши Захаровой? Я бы вообще любые с нашей стороны послабления и преференции насвинячившим странам увязал с непременным восстановлением порушенных ими мемориалов советских воинов. Прекраснодушная болтовня? Как сказать... За тревожный сон Навального на нарах нам приходится платить куда дороже.

Стране предстоит долгая и тяжелая борьба за утраченную по собственной вине Победу. Бессмертный полк, друзья, — это только разведка боем. Ждем, когда зазвучит голос Левитана и державный хор запоет: «Вставай, страна огромная!» А пока репортаж с Красной площади ведет тележурналист, еще недавно имевший двойное гражданство, и мавзолеем задрапирован...

Со всеми прошедшими вас, дорогие соотечественники!

*Юрий Поляков, писатель
«Аргументы недели», 11 мая 2021 г.*



Людмила Сандлер **Деформация или развитие языка?** Что происходит с русским языком в интернет-коммуникации?

Аннотация: статья посвящена исследованию тенденций развития речи в интернет-коммуникации; приведены примеры и обозначены причины падения речевой культуры в телевизионном общении под влиянием видеоблогинга; обозначены конструктивные и деструктивные тенденции функционирования речи в интернет-коммуникации; выявлены основные черты развития письменной разговорной речи в неофициальном интернет-общении.

Ключевые слова: упрощение и демократизация речи; экономия речевых средств; выражение эмоциональности и экспрессии; клиповое мышление; экспансия иноязычных слов; обеднение мышления и речи; язык в интернет-коммуникации.

В этой статье мы попробуем разобраться в том, что представляет собой язык во времена стремительно развивающихся технологий. Какой стала русская речь в эпоху интернета? Упрощение и демократизация, экономия речевых средств, эмоциональность и экспрессия, клиповое мышление, экспансия иноязычных слов, обеднение мышления и речи — вот, на наш взгляд, самые заметные черты современной интернет-коммуникации. Рассмотрим, как названные тенденции прослеживаются в речи.

1. Во-первых, под влиянием интернета речь становится более демократичной. Проследим это явление на примере телевизионной речи. Сегодня в телевизионный эфир мощной волной проникают характерные черты видеоблогинга. Это отчетливо видно при анализе речи ведущих, которые являются и видеоблогерами (например, Жанна Бадоева, которая ведет программу на Первом канале, Анастасия Ивлеева, ведущая программы «Орел и решка» на канале «Пятница»). Безусловно, это очень демократичная речь, с особенностями лексики, построения предложений, с особенностями интонации, чаще просторечной, тембра, не традиционного для телеведущих, и т.п. Впрочем, их появление в эфире центральных телеканалов легко объясняется: они ведут за собой миллионы своих подписчиков.

2. С другой стороны, тенденцию демократизации языка можно связать с тенденцией его упрощения:

язык становится примитивнее (суждения строятся при помощи оценок, слов-предложений), хуже по качеству (ограниченный лексикон), ближе к языку улицы (рост числа нелитературных элементов). Телевидение давно перестало быть образцом литературного языка, в первую очередь за счет видеоблогеров, которые особенности своей речи переносят в телевизионный эфир, а также вследствие влияния непрофессиональных участников телевизионной коммуникации. Таким образом, эта тенденция напрямую связана с падением уровня речевой культуры в обществе.

3. Положительной тенденцией в развитии языка является экономия языковых средств. Это прослеживается на всех уровнях языковой системы. В интернет-сообщениях, в чатах и блогах часто встречаются лексемы, образованные при помощи усечения основ, много и сложносокращенных слов, которые позволяют очень быстро считывать текст без потери смысла: «коммент» — комментарий, «комп» — компьютер, «профи» — профессионал, «спец» — специалист, «чел» — человек, «фан» — фанат, СМС, ММС. Такие усеченные формы легко и естественно используются нами везде: и в письменной, и в устной речи. Мы хотим выразиться быстрее, чтобы передать больше информации за меньший отрезок времени.

4. Речь становится более эмоциональной, экспрессивной. В интернет-коммуникации активно используются нелитературные элементы языка: это и литературно-просторечные слова, и жаргон, и словосочетания с яркой оценочной семантикой, и создание необычных образов. Заметим, что самым мощным средством воздействия на аудиторию является мат. В 90-е гг. во многих СМИ его использование было чуть ли не веянием эпохи — символом свободы слова. Но если постоянно употреблять инвективную лексику, то ничего, кроме отторжения, это в конце концов не вызовет. Мы наблюдаем, как публично в интернет-общении ругаются люди разных социальных статусов — и высокообразованные профессионалы, и совсем уж необразованные. Благо, теперь мат запрещен законодательно не только в печатных СМИ, на телевидении и радио, но и в интернете. Эмоциональность и экспрессивность речи можно проявлять как угодно, множеством способов, при этом обходясь без инвективной лексики.

5. Наблюдается устойчивая тенденция к сокращению объема фразы и текста в целом. Это связано с тем, что тексты читаются чаще всего с дисплея телефона. Человеку нужно быстро усвоить фрейм информации,

Об авторе: Сандлер Людмила Леонидовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского госуниверситета.

поэтому и форматирование текста (короткие абзацы), и его объем подчинены этому требованию письменной интернет-коммуникации.

6. Конвергентные редакции СМИ создают контент, содержащий очень много визуальной информации: фото, видео, инфографика. В этом отражается наше клиповое сознание — мы привыкли воспринимать мир фрагментами: одновременно, мгновенно, динамично. Клиповость восприятия информации лежит в основе подачи информации на таких круглосуточных информационных телеканалах, как «Вести-24», iz, «Мир 24», РБК, Euronews, Russia Today (RT). Визуализация сообщений здесь проявляется и в двух динамичных бегущих строках, и в графических заставках, и в выведении на экран значимых частей высказывания в виде цитат. Эти же явления прослеживаются и в интернет-СМИ.

7. Стремительно расширяется сфера использования иноязычных слов, и мы к этому уже привыкли. Это явление напрямую связано с глобализацией информационного пространства. Тем не менее у многих исследователей возникают правомерные опасения: не приведет ли эта экспансия заимствований к разрушению идентичности русского языка? По нашему мнению, заимствования — это признак эволюционирования русского языка и вхождение его в международный коммуникационный процесс. Многие иноязычные слова прочно закрепились в нашем узусе, например «файл», «чип», «сайт», «скайп», «спам». За этими русифицированными английскими заимствованиями стоит однозначное понятие — иногда широкое, а иногда очень конкретное. Такие слова короткие, емкие, и мы прекрасно понимаем их значения. Кроме того, если новое слово входит в обиход, оно начинает «обрастать» разными приставками, суффиксами, окончаниями. Например, слово «тролль» имеет формы «троллить» и «троллинг», слово «бан» — «банить», «забанить». Многие иностранные термины в русском языке упрощаются. Рассмотрим слова «блог», «блогер», «блогинг», которые произошли от английского *blog* (от *web log*). Мы видим, что в английском слове *blogger* две буквы «g», а в русском — одна «г». Почему это происходит? В английском языке это связано с произношением: в зависимости от количества букв слово произносится по-разному. У нас же «блогер» или «блоггер» произносится одинаково, поэтому язык, конечно, выбирает более простой вариант. То же самое случилось со словами «офис», «офлайн», «пудинг» — примеров много. Это показывает, что язык стремится к более простой форме — и в этом проявление тенденции к упрощению написания слов.

8. Наблюдаются иностранные слова, которые только начинают входить в язык, но лишь некоторые из них станут общеупотребительными, другие так и останутся редко употребляемыми заимствованиями, а если речь идет о жаргоне, то большинство слов исчезнут через год-два и заменятся новыми, более модными сленговыми выражениями. Давно известно, что сленг — это самая изменчивая и самая неустойчивая часть языка. Это касается в первую очередь компьютерного сленга, который чаще всего встречается в речи молодежи. Технологии развиваются и меняются на протяжении

одного поколения несколько раз — меняется и язык, на котором общаются молодые люди. Так, мало кто помнит такие сленговые синонимические выражения для названия компьютера, как «компухтер», «цампутер», «банка», «тачка», «аппарат», «машина». В языке закрепились только одно короткое и удобное слово — «комп». Как можно увидеть, в сленге, наряду с заимствованными словами и выражениями, широко употребляются и русские метафорические обозначения артефактов, ситуаций, процессов, связанных с интернет-общением. Например, в языке геймеров закрепились такие родовые названия компьютерных игр, как «стрелялка», «бродилка», «леталка», построенные по русской словообразовательной модели, характерной для разговорных слов «качалка», «читалка».

9. К категории людей, широко применяющих заимствования, можно, на мой взгляд, отнести и просвещенных взрослых, и таких очень много. В современных условиях пандемии ограничения заставили всех пользоваться компьютерами, различными программами, образовательными платформами, средствами связи. В наш узус вошли такие понятия, как «вебинар» (по модели латинизма «семинар»), «тренинг», сложные слова «видео-урок», «онлайн-курс», разговорные слова «дистант» (дистанционное обучение) и его русский синоним «удаленка» (удаленное обучение). Наряду с давно существующим в русском языке словом «тренер» широко внедряется лексема «коуч». Возможно, такое дублирование связано с тем, что за словом «тренер» закрепились понятия «наставник в области спорта», а «коуч» обозначает «специалиста, помогающего своему клиенту в достижении конкретных целей».

10. Наблюдается активное использование таких лексем, как «меседж» — послание, «челлендж» (от английского «вызов») — вид видеороликов блогеров, выполняющих определенное задание и рассылающих ролик своим подписчикам. Распространенное в пиар-отношениях слово «кейс» стало настолько популярным, что происходит расширение его значения. В русском языке оно становится элементом в сложных словах: *кейс-метод*, *кейс-баттл*, *кейс-чемпионат*, *бизнес-кейс*, *кейс-стори*, *кейс-интервью* и др.

11. Неофициальная письменная коммуникация в интернете напоминает разговорную речь. Здесь есть интересный парадокс. В рамках разговорного стиля возникает факт «письменной разговорной» речи. Это язык общения в чатах, блогах, комментариях. Часто в подобных сообщениях человек не может выразиться развернуто: у него бедная лексика, однотипные конструкции. Это происходит потому, что достаточно один раз определить предмет разговора и потом уже не называть его, а заменить местоимениями (*это*, *туда*, *оно*, *он*, *она*), ведь и так понятно, о чем речь, и не нужно тратить время на лишние разъяснения. Как видим, в этом проявляется известный принцип учета констатиивности разговорной речи. Кроме того, сами технологии дают нам возможность экономии речевых (а в нашем случае — и физических) усилий. Чтобы сократить время написания сообщения, мы используем смайлики, сложносокращенные слова, слова с усеченной основой, мемы. Использование сти-

керов позволяет достаточно точно визуализировать эмоции и отношение к ситуации (обратите внимание, ведь это то же самое, что содержит в себе иероглиф!). Одна картинка заменяет целое сообщение, и пользователям интернета это нравится. Это и ярко, и якобы разнообразно, но... не оригинально. На мой взгляд, самое вредное в этой коммуникации — это выработка определенной стандартизации мышления. Вам предлагается выбор этих смайликов и картинок, зачем же думать дальше? В «письменном устном» языке вы не стараетесь выразить свои мысли словами, ведь это сложнее: нужно приложить усилие, чтобы точно выразить мысль, подобрать синонимы, иногда создать образ. А у пользователей нет времени, да и желания. Унификация сообщения при помощи смайликов и прочих визуальных средств обедняет наш лексикон, делает его очень ограниченным. Все это ведет к оскудению и нашего мышления, и нашей речи. Иногда все же не стоит бояться полноценно, развернуто и образно выражать свои чувства и мысли, и не надо на этом экономить.

Что касается развития такой «письменной устной» речи в целом, то здесь, на наш взгляд, нет ничего нового. В истории языка неофициального общения уже были такие моменты, но только в другой форме — в частной бумажной переписке. Например, молодому человеку в царской России, чтобы сообщить своей даме о тайной встрече, надо было послать слугу с записочкой, чтобы он передал ее в руки девушки, которая, в свою очередь, таким же образом давала ответ. Эти «образцы эпистолярного жанра» тоже были лаконичными и не отличались грамотностью. Если участниками

переписки были люди из высших сословий, то письма были на французском, возможно тоже с ошибками. Тем не менее нельзя не вспомнить, что именно в этом жанре написаны лучшие образцы исторических воспоминаний, философских, психологических, морально-этических, искусствоведческих, критических рассуждений, которые, несомненно, оставили ценный след в отечественной и мировой культуре.

Современный русский язык во всех его сферах и, главным образом, в интернет-коммуникации находится в постоянном развитии. Он безусловно эволюционирует под влиянием развития технологий, глобализации информационного поля и интернационализации общения. Именно поэтому многие явления, происходящие в нем, требуют пристального внимания исследователей.

г. Воронеж

Литература

1. Сандлер Л. Л. Трансформация речи ведущих под влиянием видеоблогинга в телевизионном развлекательном дискурсе / Л. Л. Сандлер // Акценты. Новое в массовой коммуникации. — Воронеж, 2019. — № 3–4. — С. 50–52.
2. Сандлер Л. Л. Проблема экологии языка в СМИ / Л. Л. Сандлер, Т. А. Павлова / Акценты. Новое в массовой коммуникации. — Воронеж, 2008. — № 1–2. — С. 54–57.
3. Сковородников А. П. Экология современного русского языка и роль средств массовой информации в этом процессе / А. П. Сковородников. — Режим доступа: <https://gazeta.sfu-kras.ru/node/307> (дата обращения: 30.03.2021).



Марина Цуканова
**Тематика детско-юношеского
экранного творчества
и его актуальные проблемы**

**Об итогах V открытого городского конкурса
молодежного экранного творчества
«Мир в объективе»**

Аннотация: в статье анализируется основная тематика видеоработ, сделанных детьми и подростками Воронежа в 2020–2021 гг. в рамках конкурса экранного творчества «Мир в объективе»; также выявляются основные проблемы, связанные с видеотворчеством школьников, и предлагаются пути их решения.

Ключевые слова: детское видеотворчество, проблемы организации школьного видеотворчества, работа школьных медиацентров, документальный фильм, детская телевизионная программа, социальный рекламный ролик, видеосюжет.

Экранное творчество является для детей и подростков не только одним из способов самовыражения, но и стимулом их познавательной активности. Работая над своим видеопроектором, школьники формируют умение взаимодействовать в команде, получают навыки самоорганизации, учатся обрабатывать и хранить информацию, самостоятельно находить нужные им информационные источники. Кроме того, видеотворчество — сфера социальной практики подрастающего поколения, в рамках которой они приобретают культурный, нравственный, мировоззренческий и социальный опыт. Поэтому видеотворчество становится все более популярной формой деятельности в системе школьного и дополнительного образования. В небольшой степени этому поспособствовал и технический прогресс, благодаря которому сегодня не так сложно иметь «настольную» видеостудию.

Конкурс «Мир в объективе» проводится с 2013 г. Дворцом творчества детей и молодежи г. Воронежа совместно с городским Управлением образования и молодежной политики. За 8 лет количество участников выросло с 30 до 105 — это как творческие коллективы, так и отдельные авторы. В процессе формирования

традиций конкурса сложилось 8 номинаций, представляющих разные направления видеотворчества: документальный фильм, игровой фильм, анимационный фильм, социальный рекламный ролик, зарисовка, телепрограмма и видеосюжет, а также неформат (экспериментальные работы и экранные произведения, которые не подходят ни под одну из вышеперечисленных номинаций). Проанализируем тематику работ, представленных в каждой из номинаций.

Анимационный фильм

На конкурс в этой номинации поступило 14 работ, выполненных в основном в технике рисунка и пластилиновой анимации. Ожидаемо, что это творчество самых юных участников, начиная от 5 лет и до 5-го класса.

Основная тематика детских анимационных произведений — не развлекательная, как можно было бы предположить, а познавательная. Стало быть, процесс познания стимулирует у детей процесс творческий. Как бы ни хотели убедить нас в обратном распространители большого количества низкопробной мультпродукции для детей, все же подрастающее поколение думает, делает выводы, выбирает важные для себя темы. В младшем и среднем возрастном звене наиболее востребованной является тема популяризации научных знаний. Из 14 анимационных произведений 4 было посвящено научно-популярной тематике, 3 — проблемам дорожного движения, 2 — созерцанию окружающего мира, 2 — вопросам воспитания маленьких детей, а также было представлено по одному фильму на тему экологии, профорientации, выхода из конфликтной ситуации.

Наиболее заметная проблема авторов — непопадание в целевую аудиторию и несоответствие визуального и аудиального уровней восприятия. Чаще всего это сложная тема в простом исполнении, т. е. сложный для аудирования текст в сочетании с примитивной анимацией. Поколение, воспитанное на «Фиксиках», Нобелевском сезоне «Смешариков» и им подобных современных, сверхдинамичных, сверхинформативных мультфильмах, уже с трудом переключается на более

Об авторе: Цуканова Марина Игоревна, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского госуниверситета.

простые формы. В самом плохом случае авторов самостоятельной анимации зрители-сверстники могут просто поднять на смех. Но спасает такие работы именно то, что они не спущены «сверху», из мира взрослых, а созданы ровесниками аудитории или ребятами чуть старше. Срабатывает механизм: если это заинтересовало моего сверстника, значит, что-то в этом есть, надо познакомиться с фильмом. Но зрители этого возраста не постесняются прервать просмотр, если произведение окажется не соответствующим их запросам. Сдерживающим фактором здесь способен стать лишь административный ресурс педагога, организовавшего «плановый просмотр». Но жесткий административный рычаг может вызвать у юных зрителей бурную реакцию отторжения, оказав таким образом медвежью услугу.

Какой напрашивается вывод? Анимационные видеофильмы нужно делать с учетом современных тенденций развития этой отрасли. Возникает резонный вопрос: кто этому научит молодых авторов, если преподаватели центров творчества сами не владеют современными технологиями? Как бы ни странно это звучало, но слушайте своих учеников, уважаемые педагоги. Дети сами вам подскажут, в каком направлении развиваться, и даже помогут освоить новые технологии, порекомендуют доступные компьютерные программы для создания мультфильмов. Ваша задача научить их ценить вечные идеалы, руководствоваться разумом и добрыми намерениями. А технологии дети сегодня осваивают быстрее взрослых.

Еще одна проблема — наличие современных компьютерных программ для создания анимации должного уровня, а также высокомоощных компьютеров, которые бы могли обеспечить нормальное функционирование такого программного обеспечения. Так, за годы существования фестиваля на конкурс не было представлено ни одной работы в 3D-анимации. Причина в том, что профессиональные компьютерные программы в этой сфере — Autodesk, Houdini, ArchiCAD и даже Компас 3D — отнюдь не всем доступны по цене, а также требуют мощного базового оборудования. Муниципальные центры творчества по известным причинам лишены таких возможностей. Необходимые технические возможности могут быть у коммерческих центров детского творчества. Но тут возникает встречная проблема — учеба в коммерческих центрах доступна не всем желающим. Таким образом, детям приходится выбирать между доступными, но плохо оснащенными центрами и дорогим удовольствием учиться на современном оборудовании. Именно поэтому талант юного аниматора-мультипликатора не всегда получает должное развитие.

Игровой фильм

Здесь представлены работы всех возрастных групп, каждая из которых раскрывает значимые для себя темы. Воспитанники детской православной киностудии, большinstву из которых 7–10 лет, на простых и конкретных (а порой даже наивных) примерах показали эталонные нравственные нормы: не отвечай обидой на обиду («Угощение»); помоги нуждающемуся, и он тоже в ответ поможет тебе

в меру своих возможностей («Перчатки»), не хвастай и не трусь («Прививка»). И если в указанных фильмах четко ощущается воспитательная роль руководителя, то короткометражка «О чем снимать?» полностью самостоятельна и посвящена насущной проблеме детства — чем занять досуг? Главным героем фильма и его основной интригой совершенно неожиданно для зрителя оказалось... лето, яркое и жаркое, полное смеха и купаний с друзьями в любимой Усманке. Эти неподдельные детские эмоции с лихвой окупают технологическое несовершенство фильма — перепады звука, резкие монтажные переходы и первоначальную затянутость повествования.

Две новогодние сказки, «Леший — похититель Нового года» и «Волшебный снег», следуя традициям жанра, погружают нас в мир волшебства последних минут декабря. Герои повествования — школа и ее обитатели: учителя, ученики и самые невероятные персонажи. Очаровательная третьеклассница-ведущая в прямом смысле слова ведет своих ровесников-зрителей от эпизода к эпизоду, из кабинета в кабинет. Понятно, что снять такие шедевры без помощи взрослых дети бы не смогли. Невольно задумываешься о том, какие великолепные актерские таланты скрываются под строгим обликом учителей! А между тем их каждый день испытывают на прочность хитрые и находчивые девчонки и мальчишки, во что бы то ни стало стремящиеся обвести вокруг пальца математичку, историчку, химичку... Но, конечно же, учителя оказываются на высоте: без знаний не уйдете, дорогие детки, даже и не надейтесь! Об этом семиклассники сняли фильм «Шесть лайфхаков». Да никто, в общем-то, серьезно и не сопротивляется получению знаний. Вырастая, дети осознают неповторимое место школьных лет в своей жизни. Милым и трогательным, но в то же время озорным получился выпускной фильм «Миссия выполнена, или Учителя спешат на помощь», в котором поднимается важная проблема превращения трудного подростка в нормального человека, акцентируется внимание на роли учителей и школы в этом процессе. К этой теме одиннадцатиклассники часто обращаются в своем творчестве, и почти всегда работы полностью самостоятельны.

Документальный фильм

Прежде чем начать анализировать тематику детско-юношеского творчества в этой номинации, стоит сказать, что в 2021 г. документальных фильмов в традиционном для журналистики понимании представлено не было. Автор данной статьи в течение многих лет является членом жюри конкурса «Мир в объективе», поэтому позволит себе вспомнить, что лучшие документальные фильмы были представлены в 2017 г. Тогда было 10 видеоработ, большинство из которых сделано под руководством выпускницы факультета журналистики ВГУ Дины Бариновой, которая продолжила свое образование в Санкт-Петербурге именно по профилю кинодокументалистики. Поэтому работы ее учеников из студии экранного творчества и документального кино «Телескоп» были, можно сказать, эталоном жанра. В 2021 г. таких работ нет.

9 фильмов, которые составили документальную номинацию в этот раз, представляли собой видеоэкскурсии («Путешествие в эпоху Петра Первого», «Они звали ее Большая Дворянская»), историко-патриотические композиции («Битва за Москву», «Село Яблочное», «Многоликий, многоязыкий, край мой...»), презентационные фильмы («Школа — это жизнь!», «История одной станции») и портретное интервью с Б.Я. Табачниковым о природе лидерства. Интересным могло бы стать литературное расследование о малоизвестных деталях в программных произведениях Бориса Васильева, но авторы не называют источники найденной ими информации, что в сочетании с манерой подачи материала девушкой-ведущей делает фильм похожим на программы РЕН-ТВ, но никак не на документалистику.

Как видим, в представленных работах преобладает историческая и патриотическая направленность. Подъем интереса к данной тематике связан, на наш взгляд, с тем, что, во-первых, на фестиваль, проводимый раз в 2 года, прислано много того, что было снято в 2020 г. к 75-летию Победы, проходившему, как мы помним, в различных интернет-вариациях, для чего и потребовались видеозаписи. Во-вторых, тема патриотизма сейчас является приоритетной и обязательной в воспитательной программе образовательных организаций. Хорошо, что во многих детских душах она находит искренний отклик, и это слышится в интонациях рассказчиков. Яркое тому подтверждение — фильм «Село Яблочное», сделанный старшеклассниками школы № 13 г. Воронежа. Он очень динамичен, хорошо озвучен, почти лишен ненужного пафоса и, думается, сможет заинтересовать зрителей разных возрастов, проживающих и в самом селе, и далеко за его пределами.

Хотя опять нельзя не посетовать, что в некоторых конкурсных работах (утверждение касается не только данной номинации, но и последующих!) ощущается если не формальный подход авторов к освещению темы патриотизма, то уж точно низкая заинтересованность в ней. В рамках данной статьи мы еще не раз коснемся данной проблемы.

Телепрограмма

В профессиональной журналистике это очень широкое понятие, включающее в себя массу форм и жанров. На конкурсе экранного творчества под телепрограммой понимается все то, что максимально приближено к телевизионной журналистике. Но и здесь мы встречаем видеокomпозиции, которыми подменяются традиционные телевизионные формы. Таковой является видеоработа на патриотическую тему «День освобождения Воронежа», в которой мелькают и сталкиваются на полуслове кадры хроники и ведущий в кадре, неровный звуковой ряд также создает ощущение сумбура. Предполагается, что программа рассчитана на аудиторию 9–11 классов, но вряд ли она вызовет искренний интерес у зрителей.

Несколько лучше смотрится сюжет о Дне памяти В.М. Воронцова, сделанный в воронежской гимназии № 7, носящей имя этого героя. Это тоже видео патриотической направленности, но здесь уже размеренная динамика соответствует теме. Ведущие уверенно

держатся в кадре, а видеооформление не вызывает жестких нареканий.

Среди шести представленных в номинации работ есть и очень хорошие. Так, нельзя не отметить классический «Выпуск гимназических новостей» гимназии № 2 г. Воронежа. Это почти профессиональное телепроизводство, что неудивительно: телестудии около 30 лет, пресс-центр старается идти в ногу со временем. Выпуски уверенно выдерживают строгую, безо всяких скидок на юный возраст авторов, критику. Тематика сюжетов внутри программ весьма разнообразна (хотя и не выходит за пределы своего учебного заведения), верстка основана на тех же принципах, что и обычные информационные программы на большинстве телеканалов — от более крупных событий к более мелким.

Буквально два года назад в городе появилась еще одна школа (№ 103), делающая регулярные выпуски новостей. Профессиональная верстка, высококлассный современный монтаж, настоящая новостная динамика делают программу весьма привлекательной. Нужно только подобрать горящих телевизионной идеей ведущих и научить их готовиться к эфиру. Некоторые части текста представленного на конкурс выпуска общей тематики были, очевидно, не до конца освоены ведущими, что породило неуверенные интонации отдельных студийных фрагментов.

Программа «Вам письмо» этой же телестудии «103 меридиан» (школа № 103) посвящена Дню учителя. Она яркая, динамичная, пропитанная юмором и добротой, но, увы... кажется, сделана не детьми, а записана при их участии. Главное действующее лицо — учитель в образе почтальона Печкина. Дизайн, заставки, музыкальное оформление и юмор в речи ведущего позволяют предположить, что программу создала творческая группа педагогов, чтобы поздравить коллег с праздником. Такие подмены детского видеотворчества взрослым изредка встречаются. Стоит ли анализировать данную программу как детскую? Наверное, нет.

Зато передача «Зверье мое» записана автором — шестиклассницей Викторией Корольковой — уж точно без участия взрослых. Об этом говорит полное отсутствие монтажа, самостоятельно разработанный и поэтому немного странный имидж ведущей (дома она находится в уличной одежде и даже в головном уборе). Тема ухода за домашними животными популярна у ее ровесников, и, судя по начальным фразам, этот выпуск далеко не первый. Девочка спокойно, доброжелательно и без опоры на заготовленный текст рассказывает о тонкостях ухода за шиншиллой, при этом в кадре находится и сама «виновница торжества», шикарная домашняя питомица Виктории, такая же спокойная, как и ее хозяйка.

Видеосюжет

В понимании организаторов конкурса, это уменьшенная форма телепрограммы, посвященной одной теме. Из 11 сюжетов 5 посвящены патриотической тематике (тема вновь преобладает), 3 — школьной жизни, 1 — пропаганде здорового образа жизни и спорта, 1 — семейным традициям, 1 — проблемам экологии.

Патриотические работы «Звезда Героя — Звезда Победы. Памяти воина-интернационалиста А. Чуносова», «Праздник белых журавлей», хоть и произведены разными творческими коллективами, схожи в отстраненности авторов, в затянутости действия. Историко-патриотический видеорассказ о памятнике Петру I, судя по тексту, словно заученному с музейной таблички, вообще не рассчитан на аудиторию ровесников, хотя юному корреспонденту в кадре не больше 12 лет. В противовес им, «Мы — казаки!» — это уже не просто небольшой сюжет, а прекрасный короткометражный документальный фильм. В нем чувствуется постановочность, но роли исполнены с душой, задорно, главный герой очень артистичен. И только небольшие недочеты в видеомонтаже и музыкальном оформлении дают понять, что это действительно самостоятельно сделали старшеклассники. А сюжет «Семилуки», созданный в воронежской школе № 13, достоин трансляции по областному телевидению! Динамичны и речь автора, и видеоряд, нет ничего лишнего. Используются архивные фотографии, которые гармонично сочетаются с движущимся изображением. По всему видно, что автор заинтересован в теме: его интонации искренни, в тексте мало канцеляризмов и часто используемых словосочетаний, в кадре мальчик держится торжественно, но не пафосно.

Освещение школьной жизни занимает вторую по популярности позицию. На этот раз все сюжеты представлены пресс-центром воронежского УВК им. А. П. Киселева. Это вполне профессиональные репортажи о работе Осенней проектной школы, а также «Посвящение в первоклассники» и «Посвящение в старшеклассники». Рассказывается обо всем этом доступно и увлекательно, несмотря на то, что ни ведущие в закадровом тексте, ни их респонденты — в сюжетах используются синхронны — не выражают «щенячьего» восторга от происходящего (что порой встречается в детских сюжетах). Однако благодаря качественной компоновке видеоматериала, отбору кадров, в которых показывается заманчивое действие и заинтересованные лица участников, сюжеты вызывают интерес даже у тех, кто не учится в этом УВК. Вот настоящая журналистика, сделанная детьми и адресованная детям!

Привлекает внимание сюжет «Бодрость и энергия» девятиклассницы Даши, которая не назвала свою фамилию. Девочка свободно и дружелюбно не только рассказывает на камеру телефона (без опоры на текст) о флорболе, своей любимой спортивной игре, но и учит в нее играть, использует фрагменты видеозаписей игр в разное время года. По ходу повествования оказывается, что Даша занимается в спортивно-оздоровительном клубе, и ей там очень нравится, ее жизнь насыщена интересными и разнообразными спортивными событиями. Поневоле хочется присоединиться к такой дружной команде — а это и есть лучшая пропаганда здорового образа жизни.

Обращение к теме сохранения семейных традиций выражено в сюжете «Мой домашний музей». Но автор-пятиклассник пока побаивается камеры, говорит заученными фразами. Налицо «заказной» сюжет, выполненный по заданию учителя на оценку. А было бы

куда интереснее, есть бы ребенок сам, своими словами рассказал о некоторых наиболее интересных именно по его мнению экспонатах домашнего музея, немного поведал о том, как и почему решили организовать этот музей, кому из родственников пришла в голову такая замечательная идея и т. п.

На удивление искренне, с неподдельной болью, рассказывает семиклассник Илья Дегтев об экологическом преступлении, которое совершается буквально под его окнами — вырубке леса под застройку. В производстве сюжета использовались доступные ребенку технические средства — два телефона (на один записано видео, на другой — качественный звук). Позади репортера во время стендапа грохочут бульдозеры, едва ли не заглушая и его, и респондентов. Мальчик смог сформулировать проблему, нашел таких же, как он, равнодушных людей, предположил дальнейшее развитие событий и с горечью резюмировал, что виновные, скорее всего, не будут наказаны (это сегодня понимают даже школьники...).

Зарисовка

Здесь вновь лидируют историко-патриотическая тематика и видеоповествования о школьной жизни (по три зарисовки). Если говорить о форме подачи визуального материала, то в этой номинации мы встретили не только видеоработы, но и оформленные музыкой фотопозиции. Несколько работ явили собой по-актерски прочитанные отрывки из литературных произведений. По одной работе (всего прислано 13) было посвящено досугу и творчеству, ПДД, а также экологии и животным.

Стоит обратить внимание на зарисовку по стихотворению В. М. Исаковского «Враги сожгли родную хату» и ролик «Будем помнить всегда». Они прекрасно озвучены и хорошо сыграны в кадре. Мы говорили о том, что в работах этой тематики порой встречается формализм, но в данном случае перед нами лучшие, проникновенные образцы того, как можно подойти к реализации патриотического видеопроекта.

Очень грустной показалась зарисовка «Как поживает школа на самоизоляции?» Автор просто прошел с камерой по совершенно пустым коридорам и лестницам, мимо закрытых дверей кабинетов. Монтаж не применялся. В результате получилась видеоэкскурсия, которая, думается, заставила тосковать по школе даже неактивистов и неотличников. Но что же делали во время изоляции эти самые неактивисты и неотличники? Об этом можно узнать из другой зарисовки-клипа «Лето значимостью в год» — наглядного примера того, что будет, если совсем не руководить досугом подростков. На экране — неприличные жесты, имитация нетрезвости персонажей и фонтанирующая нереализованная энергия старшеклассников. И такое видеобаловство — если не сказать видеохулиганство! — автор (десятиклассница Евгения Шамаева) прислала на конкурс...

Социальный рекламный ролик

Больше всего работ здесь, по традиции, посвящено проблеме наркомании («Мы выбираем жизнь», «#ВЫБОРЕСТЬ», «Наркотики убивают», ««Я больше не боюсь»»). Но сразу стоит сказать, что из года в год

авторы повторяют одну и ту же ошибку: демонстрируют на экране предметы, используемые наркоманами. Вот тут как раз и пригодилась бы подсказка руководителя о том, что этого категорически нельзя делать.

О проблемах экологии говорится в двух роликах, сделанных учениками средних и младших классов. Ребятам волнует замусоренность нашей планеты и лесные пожары. В ход пошли и рисунки, и фотоколлаж, и разыгранный по ролям душещипательный разговор погибающих лесных зверушек. Более глобально освещает эту тему анонимный старшеклассник из лицея № 5. Он сочинил и сам исполнил под гитару рэп, в котором досталось и неработающим очистным сооружениям Воронежа, и несовершенной транспортной системе, и в этой связи — бездействию чиновников и коррупции, а также погрязшим в пороках низам общества. Вот только выхода из положения юноша не предложил, а завершил критику риторическими вопросами.

Два восьмиклассника оригинально подошли к освещению темы коррупции: самоиронично разыграли сценку взаимодействия коррупционеров, показав при этом, что проблема циклична и нужно кому-то первым разорвать этот порочный круг; завершается ролик видеоплакаты-призывом в их же исполнении: «Мы против коррупции!».

Сегодня стали гораздо больше внимания уделять тому, как правильно выходить из конфликтных ситуаций. Если еще поколение назад в ход бы пошли кулаки, особенно у мальчишек, то теперь с детьми работают психологи и даже создаются специальные службы школьной медиации. Но не все об этом знают. Ролик гимназистов-семиклассников наглядно, используя ресурсы театрализованных диалогов, рассказывает об этом.

Несколько не очень удачно воплощенных работ тем не менее разнообразят тематическую палитру. Девушки, что вполне естественно, больше интересуются здоровым образом жизни и правильным питанием («Здоровая еда — здоровое тело»). Ученики среднего звена создали агитационный ролик «Кто такие волонтеры?». Уже к 8–9 классу подростки осознают, что их сверстниками прочно владеет зависимость от социальных сетей, и пытаются помочь им вырваться с помощью социальной рекламы («Социальные сети»). Видеообращение первоклассников к воспитанникам детского сада напоминает о правилах дорожного движения. Клип на первую половину песни «Голубь мира» мог бы стать неплохой работой, но почему-то авторы не стали показывать всю песню, из-за чего творческая задумка так и осталась не до конца реализованной. Иллюстрированное видеосочинение «Мое будущее — педагогика» раскрывает внутренний мир автора и рассказывает — правда, только в закадровом тексте — какой насыщенной может быть школьная жизнь, но видеотворчеством в полной мере это назвать нельзя.

Проблемы интеграции инвалидов касается ролик «Поймите, между нами разницы нет». Хотя видеоряд ролика убеждает зрителя как раз в обратном — разница есть, и она огромна. Однако не стоит сразу же обвинять автора в нетолерантности, он как мог, доступными ему средствами привлек внимание к трудностям тех, кто

никогда не сможет погонять мяч своими ногами, без посторонней помощи спуститься с крутой лестницы или просто-напросто пообщаться по телефону. Но тому, чтобы говорить о проблемах инвалидов, не обижая и не унижая их при этом, всему нашему обществу нужно еще научиться.

Неформат

Это, пожалуй, самая интересная группа видеоработ, поскольку здесь школьники не ограничиваются ни хронометражом, ни формой, ни тематикой творчества. Такие условия привлекли в номинацию наибольшее количество работ — 37, 7 из которых представляют собой оформленные видеорядами актерские работы воспитанников детского театра. В этом случае трудно говорить о тематических предпочтениях школьников, поскольку их позиция здесь выражена только в согласии с предложением руководителя работать именно над этим литературным произведением.

На фоне литературных видеоработ выгодно выделяется буктрейлер «Багаж», снятый коллективом авторов в составе детей и взрослых. Ролик соответствует всем требованиям жанра. Интрига, стимулирующая к прочтению произведения — главная задача буктрейлера — привязана к загадочному происшествию с маленькой собачонкой во время долгого железнодорожного путешествия: «Что же случилось с собакой?» Разумеется, ответ известен любому человеку старше трех лет, но оригинальность подачи делает ролик очень привлекательным.

Традиционно много внимания дети и подростки уделяют познанию окружающего мира, с возрастом трансформирующемуся в научный интерес. Стремление создавать такие видеоработы вызвано желанием творчески осмыслить информацию, получаемую на уроках. Это «Осенний мир», «Утверждают космонавты и мечтатели...», «Антрактида» и др.

Значительная часть творчества (5 работ) посвящена досугу. Так, ученик 8-го класса сделал иллюстрированный видеоклад о компьютерных играх, по форме напоминающий блогерскую серию. Игры на компьютере — сверхпопулярный сегодня вид времяпрепровождения не только детей и юношества, но и взрослых людей. Автор, сам увлеченный геймер, преподносит игру не как социально опасное явление (о чем, кстати, в этот раз не было ни одной конкурсной работы ни в одной из номинаций), а как полезное для развития человека занятие. И если последний тезис мы бы сочли спорным, то к достоинствам фильма можно отнести именно самостоятельный, смелый взгляд юноши на ситуацию, а также то, что им проведено довольно глубокое исследование развития этого направления досуга, рассмотрены его плюсы и минусы. Фильм очень информативен и динамичен, технологически правильно выполнены видеозахваты, что позволяет говорить об авторе не только как о геймере-юзере, но и как об уверенном пользователе ПК, что уже является полезным практическим навыком.

Несколько работ представляют собой мастер-классы, в которых ученики начальной школы делятся с ровесниками навыками творчества в технике оригами

и азами кулинарного искусства, давая тем самым ответ на вопрос, чем же полезным занять себя во время изоляции. Тема вынужденного нахождения дома отражена и в работе десятиклассников, которые динамично и с юмором в популярной для этого возраста форме клипа показывают, как развлечь себя мечтами о море и что изоляция — явление временное («Лето дома»).

Ряд неформатных фильмов (4 видеоработы) посвящен все той же патриотической тематике. О проблемах в освещении этого непростого вопроса мы говорили выше: увы, не все работы по-настоящему искренни. К данной тематике примыкает тема истории, и здесь дела обстоят несколько лучше, поскольку функция пропаганды в этом случае уступает место процессу научного познания, с которым сопряжены съемки такого рода сюжетов. А стремление к познанию заложено в развивающемся человеке изначально, и такая неподдельная заинтересованность дает хороший результат.

Конечно же, на протяжении всех 11 лет школьная жизнь является центром внимания. И если среднее звено активно борется за лидерство в ряду ровесников («Самый классный класс» и др.), то старшеклассники провели целое расследование об истории своей школы («Тайны “Тринашки”»). Отдельно стоит сказать о стремлении ребят понять, что такое лидерство («Образ современного лидера») и выразить свои мысли о развитии школьного образования («Какая она, школа будущего?»). Интересным экспериментом совмещения анимации, 3D-фотографии и видео стал фильм «Братья по разуму», выполненный в одной из новейших школ города (№ 103). В какой-то мере он является наглядным ответом на вопрос, поставленный нами ранее в этой статье: имеют ли сегодняшние школьники возможность работать на современном оборудовании и программном обеспечении? Это фильм о школе, сделанный действительно для школьников: 3D-инопланетяне исследуют здание, подсматривают за работой учителей и администрации, наблюдают за жизнью учеников, в результате чего решают стать частью этого коллектива. В видеопроизведении заметен рекламный оттенок: очевидно, фильм рассчитан на привлечение детей в новую школу. Думается, что в детской аудитории желаемый эффект будет достигнут.

Тема самопознания привлекла авторов всех возрастных групп. Самые младшие герои, воспитанники детского сада и начальной школы рассказали о том, маски какого персонажа они бы надели и почему; сюжет снимали 12-летние авторы. Семиклассница представила авторскую работу «Сон, живущий реальностью», в которой, помимо операторских, монтажерских, режиссерских и звукорежиссерских функций, выполняла и актерские задачи. Девочка представила себя как человека, в котором борются две личности: бродяга-одиночка и послушная дочь-школьница. Эта работа показательна еще и с психологической точки зрения: пубертатный период характерен как раз поиском и познанием себя как личности. И если в данном сюжете абсолютно не было авторского текста, то ролик группы старшеклассников «Послание родителям» как раз построен уже только на словесном выражении своих сомнений и пожеланий.

Приведем текст этого ролика полностью, поскольку считаем его буквально манифестом 16-летних: «Дорогие наши родители! Настало с время сказать вам очень важные слова: мы вас безумно любим! Той самой чистой и искренней любовью, которую вы отдаете нам день за днем. Мы ужасно напуганы и боимся всего на свете: двойки по математике, осуждения со стороны соседей, первой подростковой влюбленности и в особенности — расстроить вас. Это так сковывает и злит, что в разговоре с вами мы переходим на крик, хлопаем дверью и думаем, что весь мир против нас. Но в эти моменты, когда мы похожи на большие колючие кактусы, нам всего лишь нужен ваш совет, разговор взрослого с уже почти взрослым. Нам так важно понимать, что вы тоже совершали ошибки: приносили домой двойки, устраивали в комнате полнейший беспорядок и даже раскрашивали волосы во все цвета радуги. Разрешайте нам самим принимать решения. Мы понимаем, что иногда вы беспокоитесь за наше будущее больше нас самих, но это наша жизнь. И уж лучше мы набьем свои собственные шишки и найдем свой собственный путь, чем никогда не узнаем, в чем наше предназначение. Не сравнивайте нас с другими, ведь для нас нет ничего хуже, чем слышать, что кто-то лучше. Ведь это получается, что вы верите больше в того соседского мальчишку, чем в собственного ребенка. Постарайтесь не ругать нас за плохие оценки, за невыполненное домашнее задание, за прогулянную тренировку, а лучше направьте силы, чтобы узнать причину. Не тратьте время на ссоры. Нам так не хватает вас, когда днем вы пропадаете на работе, а вечером утыкаетесь в телефон или компьютер, забывая, что рядом есть мы. Разговоры с вами — огромная ценность. Позвольте совершать глупости вместе с вами. Мы прекрасно знаем, что иногда вам тоже хочется сплести венок из одуванчиков, прокатиться со снежной горки или просто ловить снежинки языком. Но общество диктует вам правило, что безделье стоит оставить детям. Подумайте, что для вас важнее — осуждение со стороны незнакомцев или минуты веселья, проведенные со своим ребенком? Больше всего мы хотим услышать, что вы гордитесь нами. Говорите нам это чаще. Нет, мы не зазнаемся, и у нас не появится корона над головой. Мы лишь станем увереннее, ведь от веры вырастают крылья за спиной. Ваши прикосновения так же важны, как и слова поддержки. Когда нам особенно грустно, мы готовы бросить все. Просто обнимите нас. Научите нас своим примером. Порой мы делаем вам больно, но мы не со зла. У нас есть одно смягчающее обстоятельство: мы вас любим!»

Конечно же, не обошлось без эмоциональных и очень разнообразных работ на тему любви. Особый трепет вызывают музыкальные клипы «Третье сентября» и «Привет», сделанные глухонемыми (!) детьми; исполнители очень артистичны, обладают богатой мимикой и выразительными жестами. А попадания в ритм музыки им удалось достичь при помощи монтажа. Темпераментным и необычным вышел буктрейлер «Письмо Татьяны к Онегину», снятый и озвученный старшеклассниками. Забавной получилась пересъемка «Школьные приключения Шурика», в которой ис-

пользована фонограмма почти одноименного советского фильма. Литературная композиция «Любовь» исполнена одним во всех ролях шестнадцатилетним актером Артемом Желновым, который является также сценаристом, режиссером, оператором и монтажером композиции. Юноша выложился на 100%, в результате получилась интересная, авторская работа, полная свойственного возрасту автора максимализма и психологических крайностей.

Поистине открытием фестиваля стал короткометражный фильм «Поверь». Сюжет его, с одной стороны, прост, а с другой — актуален для подростков. Шестнадцатилетняя Саша мечтает стать певицей. Однажды у нее с мамой заходит разговор о том, куда ей поступать. Саша хочет в творческий вуз, на вокальное отделение, а мама — чтобы дочь пошла по ее стопам и стала врачом. Саша наотрез отказывается, и между ними возникает конфликт. С того момента мама всеми способами перекрывает дочери творческие пути, но не из злостных побуждений, а потому что боится за дочь и уверена, что шоу-бизнес насквозь пропитан грязью, в чем ей самой довелось убедиться в молодости. Вскоре девушке встречается молодой человек по имени Артем, который стал ей и другом, и соавтором новых песен, и в какой-то мере продюсером. По счастливому стечению обстоятельств и не без помощи нового друга Саша получает приглашение в большой музыкальный проект, а мама, как ни странно, дает разрешение. Добрая современная история со счастливым концом, придуманная и реализованная во всех ипостасях одиннадцатиклассницей Ульяной Балашовой, показавшей в главной героине свою подругу, которая и сыграла сама себя. Фильм размещен для свободного просмотра на канале YouTube, где за полгода набрал 370 тысяч просмотров и 19 тысяч лайков. При этом отмечено 519 дизлайков, что говорит о полемичности, противоречивости темы и ее реализации на экране. В более чем 700 комментариях зрители и поддерживают главную героиню, и поражаются ее наивности, и видят в этой истории себя: тема никого не оставила равнодушным.

Видеоработа «Поверь» полностью авторская — режиссура, сценарий, съемки, монтаж и, конечно же, музыка и главная песня «Я пишу историю свою», которую тоже можно считать героем повествования. Основа идеи не выдумана, а взята из жизни. Фильм нашел своего зрителя. Значит, это и есть одна из главных тем, волнующих сегодня молодежь — кем стать? как реализоваться в жизни, не наступив при этом на горло собственной песне? где искать настоящую любовь и какой она должна быть?

Как же сильно контрастирует фильм «Поверь» с теми видеоработами, создание которых навязано авторам по тем или иным причинам! Особенно навязывание заметно в работах патриотической тематики. Но это вовсе не означает, что молодые россияне не любят Родину. Просто к реализации такой непростой темы неправильно подходят, и в первую очередь это касается руководящего звена дополнительного и особенно школьного образования. А если дать возможность

школьникам самим выбрать формы и методы подхода к проблеме патриотизма и памяти о Великой Отечественной войне, как они выполняют задание? Такого эксперимента учителя боятся, потому что патриотизм и историческая память являются приоритетными воспитательными направлениями. Поэтому видеоработы, осуществляемые «под чутким руководством», выходят однообразные и скучные, как под копирку. А сама тема, насаждаемая свыше, вызывает у подростков отторжение в силу их возрастного нигилизма. Чтобы действительно пробудить в них искренний патриотизм, ощущение исторической памяти, нужно дать им возможность творить самостоятельно. И прислушиваться к тому, как они сегодня воспринимают эту тему. Педагоги же боятся, что их обвинят в бездейственности и невыполнении воспитательной программы, поэтому насаждают детям свое видение. Здесь нужен ювелирный психологический подход, возможно использование методов тонкого манипулирования сознанием школьников. Например, предоставить им яркие, говорящие фото-, видео- и текстовые факты, выстроив их в определенной последовательности, и дать детям возможность самим размышлять над ситуацией, высказывать свое мнение, лишь слегка направляя его формирование с помощью информационных «вбросов», осуществляемых в нужный момент. Думается, такой подход даст хорошие результаты не только в работе над темой патриотизма и исторической памяти, но и при формировании гражданской позиции нового поколения по вопросам экологии, здорового образа жизни и другим важнейшим направлениям.

Конечно, все понимают, что работы на конкурс делаются порой в сжатые сроки и «в обязательном порядке», и что к учителям тоже применяются административные методы воздействия. Поэтому ни времени, ни желания идти длинным путем не остается. Так и появляются видеоработы, где в кадре находятся школьники, а над кадрами в переносном, а порой и в прямом смысле реет тень требовательного и настойчивого педагога. В такой ситуации ни о какой искренности школьников речи идти не может, они выступают в роли марионеток, в уста которых вложены правильные, но не их мысли.

Уставшие от бумажной рутины учителя предпочитают идти по пути наименьшего сопротивления. И не тратя время и силы на выяснение тематических предпочтений школьников, на мотивацию их к выражению своих собственных мыслей с помощью видеотворчества, просто берут инициативу в свои руки. Плюс к этому существуют определенные опасения педагогов, что мысли юных авторов потекут не в нужном русле. Поэтому взрослые привлекают детей (инициатива исходит от взрослых!) и снимают то, что «положено по разрядке». В этом мы видим сегодня основную проблему экранного творчества подрастающего поколения.

г. Воронеж



Юбилей учителя и коллеги. Побеждал одной газетной строкой

Основатель уфимской «Вечёрки» был убежден:
от коррупции спасет только гласность

Сразу несколько журналистов разных возрастов, сто лет не общавшиеся друг с другом, проживающие в разных городах и даже странах, вдруг в начале апреля находят друг друга по телефону, чтобы напомнить: 10 апреля исполнилось бы 90 лет основателю «Вечерней Уфы» Явдату Бахтияровичу Хусаинову. Или просто Яше. Так его называли про меж собой товарищи, друзья, коллеги и даже высшие чиновники в двух «Белых домах» – на улице Тукаева и проспекте Октября.

Мог не только головой, но и руками

Я проработал под его руководством 30 лет, но и по сей день остается загадкой симбиоз, живший органично в моем редакторе: мягкость, человеколюбие, застенчивая интеллигентность и вдруг бойцовское бесстрашие, когда приходилось защищать от нападок «сверху» «Вечёрку» и ее журналистов. Тут он шел до конца. Какое точнейшее попадание: руководитель на своем месте по всем качествам. Редчайший, к сожалению, случай. Вот бы сегодня вернуться к такому естественному отбору.

– Я ведь сын сапожника, – сей факт биографии Хусаинов выкладывал иногда как козырную карту в дружеских беседах, чтобы подчеркнуть, что может не только головой, но и кое-что руками.

Навыки, приобретенные от отца-сапожника, помогли молодому Явдату выиграть одну очень важную в жизни битву. Было это в Москве, в Высшей комсомольской школе при ЦК ВЛКСМ, куда он был направлен на отделение журналистики. Там с первого взгляда влюбился в сибирячку Сашеньку Песегову, которая затем стала Александрой Константиновной Хусаиновой. Завоевать сердце красавицы, окруженной кавалерами, было непросто. Судьба распорядилась так, что у Сашеньки на балу шпилька попала в щель паркета, и каблук сломался. Явдат тут же при всех покорила ее сердце признанием, что он сын сапожника и с каблучком разберется мигом. Ловкость рук и элегантные манеры, приобретенные в Стерлитамакском культпросветучилище, которое он окончил после школы, сделали свое дело. Так, начав с ремонта каблучка, Явдат Бахтиярович и дальше всю жизнь заботился о своей супруге. Мы, журналисты, это видели и в какой-то степени старались шефу подражать в своих семьях.

Первым человеком, переименовавшим имя в Яшу, был еврей дядя Осип, семью которого с началом Великой Отечественной войны подсадили в дом Хусаиновых в Стерлитамаке. Это имя Явдату, как ни странно, шло и припечаталось на всю жизнь.

В военные годы в городе появилось много приезжих. Сюда были эвакуированы заводы: станкостроительный – из Одессы, нефтяного оборудования – из Баку, пороховой – с Украины, обувная фабрика – из Москвы. Племянница дяди Осипа, красивая, вальжная, уже взрослая девушка, работала официанткой в офицерской столовой, откуда иногда приносила хлебушка. А мальчик Яша тоже подрабатывал: еще в мирные годы носил ведро с холодной водой и черпаком на базар и продавал за копейку-две меж торговых рядов. Некоторые рассчитывались продуктами.

Отец воевал в составе Башкирской кавалерийской дивизии. Спрос на сапожника там был ежедневный: чинил конскую упряжь, военную амуницию и в лошадях знал толк. Бахтияр вернулся летом 1945-го, обессиленный после ранения, большой. Грудь украшала медаль и орден Красного Знамени. Через полгода он умер. Маме Гайникамал, работавшей пекарем на хлебозаводе, было всего 35, Явдату – 14, сестренке Фание – 8. Замуж Гайникамал не вышла, хотя мужчины предлагали ей руку и сердце. Не хотела, чтобы у детей появился отчим.

После школы-семилетки парень поехал в Уфу поступать в геологоразведочный техникум, присмотрелся к столице, первым делом узнал размер стипендии и, поняв, что финансовый тыл его слаб, вернулся домой. Так выбор пал на местное культпросветучилище. Направили после окончания директором клуба в Буздяк, но место оказалось уже занято. Некоторое время поработал физруком в пионерском лагере. По рекомендации соседки, работавшей в горисполкоме, устроился в газету «За пятилетку», переименованную скоро в «Стерлитамакский рабочий». Застенчивому новичку поручили проверить несколько жалобных писем читателей. Тот справился и написал острый материал. «Берем, раз такой шустрый», – сказал редактор Николай Петрович Дегтярёв, кристально чистой души человек. Спустя годы, когда Хусаинов был уже редактором «Вечёрки», Дегтярёв пришел к нему и пожаловался: надоело все время подлаживаться

под партийное начальство, пора и о душе подумать. И устроился трудиться простым станочником в моторостроительное объединение, чтобы стать внутренне свободным человеком. Это был сильный поступок первого редактора Яши.

«Ленинец» – «Комсомольская правда» – ТАСС

После Высшей комсомольской школы Явдата назначили замредактора молодежной газеты «Ленинец», через год стал собкором «Комсомолки». Предыдущий собкор Юрий Зубрилин сказал как огорошил: «Собирайся в Москву, нужно представить тебя Алексею Аджубею». Про редактора «Комсомолки» ходила эпиграмма: «Не имей сто рублей, но женись как Аджубей». Он был зятем руководителя страны Никиты Хрущёва. Это помогало молодежной газете быть всегда на острие проблем, критиковать невзирая на чины и регалии. Хусаинов моментально встроился в колено. Правда после некоторых публикаций вызывали в обком партии, «на ковер». Но там знали, что Аджубей не даст в обиду собкора и отпускали Явдата, как говорится, с миром.

Затем его назначают собственным корреспондентом ТАСС. Прекрасная творческая школа, высокий полет, широкий круг знакомств с интересными и известными людьми, со многими из которых он дружил до последних дней.

Сборная команда «Вечёрки»

В 1968 году ему приказали прекратить «творческий полет одиночки» и возглавить создаваемую газету «Вечерняя Уфа». Газету нового образца, которая в отличие от других будет выходить вечером. Хусаинов собирал команду из сугубо творческих журналистов, пытливых, всегда нацеленных на поиск новостей и актуальных проблем. Помню первую встречу. Я, пацан из глубинки, еще без университетского образования, учился заочно в Свердловске. Мой друг Фарит Шарипов, уже работавший в «Вечёрке», предложил показаться Яше. «Ты что! – испугался я. – На мне же оранжевого цвета брюки, волосы до плеч. Дай хоть приведу себя в порядок, а то скажет – привел стилигу». Но Фарит настоял и втолкнул меня в кабинет уже тогда легендарного журналиста-шефа.

Явдат Бахтиярович широко и дружелюбно улыбался, не замечая ни брюк оранжевого цвета, ни пижонской прически. Он говорил, что «Вечерняя Уфа» должна стать если не лучшей газетой в мире, то уж в СССР – точно. Я почувствовал себя обремененным кредитом доверия со стороны мэтра журналистики и ощутил небывалый прилив ответственности. Так было все последующие 30 лет. Шеф старался не замечать гусарские выходки мои и других молодых журналистов, мелкие хулиганства. Как-то меня во время празднования серебряной свадьбы родителей прямо от подъезда дома в Нефтекамске милицейский воронок забрал в вытрезвитель: за то, что в марте сидел у подъезда в белой рубашке, не по погоде же и «с запахом». Соседки-бабушки заступались, говорили, что я гость на свадьбе – бесполезно, увезли. Гулял за

столом и сосед Назыф-абый, начальник городского ГАИ. Его защита тоже не помогла: воронок выполнял план. Отпустили после уплаты нужной суммы, но «голубая» повестка вскоре пришла по месту работы. Хусаинов повертел ее в руках, порвал и выбросил. «Я ничего не видел», – сказал он скупно и посоветовал идти работать.

Уфа – город открытых колодцев

Яша постоянно бурлил новыми идеями, рождал неожиданные проекты и просил, нет – требовал от своих сотрудников тоже подкидывать в «топку редакции» смелые ноу-хау. Как-то весной Уфу поразил бич открытых колодцев: их крышки исчезали куда-то, люди в них падали, особенно страдали дети. По заданию городских властей мы писали критические репортажи, проводили с коммунальщиками рейды, и все бесполезно. На утренней планерке Хусаинов вдруг предлагает нам обсудить одну идею: а что, если поверх названия газеты написать огромными буквами одну лишь убойную фразу «Уфа – город открытых колодцев»? «Ведь пишем же поздравления с Новым годом, с Первым мая, с 8 Марта», – рассуждал шеф.

В тот момент он не думал о своем кресле, он искал журналистские пути решения конкретной проблемы, от которой устали простые горожане. Планерка одобрила идею. «Вечёрка» вышла в свет с неожиданным «вооружением» на первой странице. Что тут в городе началось! Власти, городские и республиканские, созвали огромное совещание, вызвали Хусаинова. Шеф бился, как Спартак, и победил. К вечеру все колодцы были закрыты! По-моему, не только в Уфе, но и по всей Башкирии. Да, прием не стандартный, зато действенный.

Что имеем, не храним

Сегодня, когда много спорят о роли газет, других СМИ и интернета в обществе с точки зрения носителей гласности, об образе современного журналиста, задачах редакторов, было бы очень кстати пошелесть страницами истории, послушать профессионалов, прежде чем реформировать редакции. Реформы буксуют тогда, когда заодно со старым, «отжившим», отбрасывают и ценный опыт.

Ринат Файзрахманов, журналист, Уфа

Блиц-интервью

Это интервью состоялось десять лет назад. Хусаинов отвечал на вопросы своего воспитанника. Ответы мэтра несколько не устарели и сегодня.

– Начнем с аксиомы. Главная задача газеты – быть носителем гласности. Как вы понимаете гласность?

– Без гласности нельзя победить коррупцию. Она призвана сделать прозрачной работу власти. Именно работу, а не сферу быта, не то, что представители власти едят и пьют дома. Беда в том, что у наших руководителей нет мудрых помощников, поэтому гласностью часто манипулируют.

– Что думаете о профессии журналиста сегодня?
– Я бы стал искать будущих журналистов уже в школах, даже в детских домах. Найдя, помог бы им поступить в вуз. Редакции газет обязаны заниматься таким отбором. Вместе с органами власти.

– Вы, как редактор, всегда выступали на стороне своего работника. Сегодня такой руководитель в СМИ большая редкость.

– Честно скажу, вопрос защиты журналиста у меня был, если не на первом месте, то точно на втором. Острая, сильная, смелая газета – самая надежная защита журналистов. Она сама защищает своих сотрудников. Если только один раз сдашь своего коллегу, то все следующие попытки защититься разлетятся в прах. И еще: план работы редакции на квартал, год разрабатывался совместно с администрацией города – учредителем газеты. В них заранее предусматривались критические публикации. Попробуй не выполнить такой план!

Портрет Явдата Хусаинова предоставил художник журнала «Уфа» Алексей Скворцов.



Умел собирать и беречь кадры

Поначалу рубрика «Знакомства» вызвала у населения шок

...Я делал макеты очередных полос «Ленинца», когда позвонили с просьбой зайти к редактору «Вечёрки». Ну, это не с небес на землю, а всего лишь с восьмого этажа на третий спуститься, поэтому уже через несколько минут я заходил в кабинет Я. Б. Хусаинова, о котором, конечно же, знал (несколько лет внештатничал в отделе писем «ВУ»), но не был знаком лично.

Явдат Бахтиярович сразу же расположил своей интеллигентностью и тем, что не стал ходить вокруг да около, а сразу перешел к делу, предложив должность старшего корреспондента с работой в секретариате. Видимо, он от кого-то узнал, что в «Молодёжке» мне не предоставляли учебных отпусков, без которых невозможно было ни закончить аспирантуру, ни тем более – защитить кандидатскую диссертацию. Конечно, я сразу же согласился: ведь и статус издания у городской газеты был выше, и режим работы – дежурство через день – полностью меня устраивал.

Со временем я узнал, что Хусаинов до «Вечерней Уфы» успел поработать и замредактора «Ленинца», и собкором «Комсомольской правды» по Башкирии, и корреспондентом ТАСС, и внештатным автором «Правды» – главной газеты страны, то есть был настоящим профессионалом. Поэтому все его начинания, а он любил придумывать, любил рисковать (что, кстати, не помешало ему более 30 лет возглавлять редакцию ежедневного издания), были, как говорится, по делу. Яша (так любовно вечеркинцы за глаза называли своего редактора) любил, встретив тебя в коридоре, пригласить к себе в кабинет для разговора – мне

даже казалось, что он на ходу придумывает какую-нибудь новую акцию, в которую и вовлекает тебя...

Наверное, ему было интересно обсудить журналистские проблемы именно с молодыми, к тому же он и сам постоянно фонтанировал идеями.

Когда мне пришлось переходить на штатную работу в университет, Явдат Бахтиярович тут же предложил мне редактировать «Уфимскую неделю» и предоставил полный карт-бланш. Может быть, и поэтому (а информационно-рекламное приложение выдержало немало моих экспериментов) реальный тираж, по словам типографских рабочих, превышал официально объявляемый вдвое. Так, Хусаинов сразу же поддержал публикацию брачных объявлений. «УН» была пятой газетой в стране, отважившейся завести рубрику «Знакомства». А ведь поначалу даже тиражирование газеты было приостановлено по требованию начальницы отдела рекламы издательства, которая с сигнальным экземпляром помчалась в обком.

Выслушав ревнительницу нравственности, там поинтересовались, где еще печатаются подобные объявления? Та саркастически ответила: «В Прибалтике!» «А что мы хуже прибалтов, что ли?» – неожиданно заявил поборник суверенных прав и дал отмашку «Добро!».

Да, поначалу рубрика вызвала у населения настоящий шок, хотя мы кодировали объявления, удаляли оскорбительные письма, но вскоре просто перестали справляться с наплывом посетителей и почты, поэтому, как и планировалось, передали эти функции Городской службе знакомств, открытой в том числе по инициативе редактора «ВУ».

Хусаинов умел собирать и беречь кадры. «Вечёрка» начиналась с журналистов, пришедших из



«Молодёжки», а потом в ее штат вливались не только уфимцы, но и профессионалы из Нефтекамска, Свердловска, Оренбурга, Горького... Одно лишь перечисление имен коллег, с которыми мне посчастливилось работать, впечатлит любого опытного читателя, более пятидесяти лет следящего за публикациями нашей городской газеты: Алла Докучаева, Лия Перцева, Венера Карамышева, Тамара Рыбченко, Юрий Коваль, Александр Касымов, Фарит Шарипов, Ринат Файзрахманов, Юрий Дерфель, Радик Абдулин и многие-многие другие. За что спасибо «нашему дорогому Яше» – Явдату Бахтияровичу Хусаинову.

Владимир Тулунов, профессор, г. Воронеж

Наречия места

Его газета стала одним из авторитетных и боевых городских изданий страны

Моим последним местом работы до отъезда в Израиль была редакция «Вечерней Уфы». И первой газетой, где я увидел свое имя, отсиснутое печатными буквами, тоже была «Вечёрка».

И хотя первым, кого я называл значительным словом «редактор» был потрясающе эlegantный Амир Гусманович Валитов, руководивший тогда «Уфимской неделей», приложением к «Вечёрке», первым главным редактором, в кабинете которого я побывал и был одобрен, стал Явдат Бахтиярович Хусаинов.

В том же кабинете на третьем этаже Дома печати он, спустя 18 лет после нашей первой встречи, сказал мне: «Жаль, очень жаль. У меня на тебя были планы, подумай еще раз, чтобы не пожалеть потом. Все равно же сюда вернешься...»

Я вернулся, точнее, приехал «на побывку», через три года. Мы оказались с Явдатом Бахтияровичем, не помню уже на каком застолье, да и повод тоже в памяти не задержался. Вспоминаю лишь то, как я по-

тешно гордился тем, что уже на третьем году жизни в Израиле стал аж редактором приложения к русскоязычной газете. Хусаинова это не слишком впечатлило. «Ну да, конечно, а как еще иначе? Это же уфимская школа», – сказал он. И продолжил: «Съездил? Проверил себя? Хорошо, теперь пора домой, здесь ты пригодишься не хуже, а лучше, чем там».

Прошло еще с дюжину лет, и в очередной свой приезд в Уфу мы встретились на улице Ленина, «под Башсоюзом». Я знал, что Явдат Бахтиярович уже не работает редактором и что «Вечёрку» отдали не абы кому, а ее, к моей большой радости и вящей гордости, возглавил Вячеслав Голов, Слава.

Я окликнул Хусаинова, он обернулся, чуть-чуть повглядывался в седого очкарика и весело произнес: «Вот, я же говорил, еще встретимся? Что, на этот раз сюда насовсем?» Услышав, что снова ненадолго, тем не менее энергично продолжил: «Тогда давай я тебя в телепрограмму приглашу. Про наших, которые живут теперь не здесь...»

Вот в этом, кроме всего прочего, и был Хусаинов. Вот в этих словах – «здесь», «сюда», «домой» и других наречиях, обозначающих место. Место человека, как он, Явдат Бахтиярович, его для себя и других понимал.

«Вечерняя Уфа», в которой он редакторствовал 32 года, – это было его единственно верное «здесь».

Редакция, куда он собрал весь цвет уфимской (и не только) журналистики – это было его важное «сюда».

Газета, где работать или печататься было престижнее, чем во многих других, «много о себе думавших» изданиях, – это было его «домом».

Бывший собкор центральной газеты, «Комсомолки», сотрудник ТАСС, энергичный, крепкий профессионал, располагающий к себе симпатяга, Явдат Хусаинов мог бы сделать карьеру в Москве. И не раз возникали слухи, что его забирают на повышение. Но он оставался верен своему детищу, «Вечёрке», которая (заметим в скобках!) открылась в Уфе раньше, чем в Казани. Хусаинов вместе со своими верными сверстниками и уже выращенными в редакции замечательными газетчиками сделал «Вечернюю Уфу» одним из самых авторитетных, боевитых и популярных городских изданий страны.

И да будет благословенна память (это не велеречивость, а принятое в Израиле поминовение дорогого человека) Явдата Бахтияровича Хусаинова, журналиста, редактора и земляка, для которого так важны были наречия места – «здесь», «сюда» и «домой»!

Лазарь Данович, журналист (Израиль), <https://yandex.ru/turbo/reshbash.ru/s/articles/cotsium/Narechiya-mesta-753510/>



Специфика SMM в различных социальных сетях

Аннотация: в подборке этих материалов вы сможете узнать об основах копирайтинга и рерайтинга, а также о том, что из себя представляет SEO-текст и как работать с продающим контентом. Также здесь рассматриваются особенности продвижения в различных социальных сетях. Специфика конкретных отраслей задает особые стандарты ведения аккаунтов. Рассмотрим примеры контент-стратегий, возможные для применения в сфере онлайн-образования и государственных проектов.

Ключевые слова: копирайтинг, рерайтинг, социальные сети, Инстаграм, Вконтакте, Одноклассники, Фейсбук.

Копирайтинг и рерайтинг как формы создания контента

Переход коммуникации на новый уровень вместе с особым вниманием к социальным сетям, сайтам и его посадочным страницам (landing page) показали необходимость наполнения страниц релевантным текстовым и графическим контентом. Более того, стало важно создавать именно уникальный и качественный текст с визуальным наполнением без нарушения авторских прав для того, чтобы выделить тот или иной проект в сети среди множества других. В последнее время в сетевых средствах массовой информации и Интернет-маркетинге приобрели популярность копирайтинг и рерайтинг.

Разница между этими понятиями на первых взгляд практически неувидима: что копирайтинг, что рерайтинг направлены на работу с семантическим ядром и ключевыми SEO-параметрами (процентом уникальности и заспамленности, специальными словами) для продвижения того или иного контента в поисковых системах или же побуждения аудитории к совершению действия по пользовательскому сценарию. И тем не менее, разница между этими видами создания и обработки текста существенна.

У копирайтинга существует несколько определений, но следует помнить, что они имеют мало общего со словом *copyright* (с англ. — права на копию авторского текста), но напрямую связаны со словом *copywriting*, то есть — написание копии (экземпляра) текста. Многие считают, что эта форма создания контента пусть в основном и связана с написанием рекламных и PR-текстов, однако в широком смысле копирайтинг представляет собой оригинальное изложение мыслей автора на предложенную тему [1] вне зависимости от направления деятельности. Ключевым параметром, который определяет копирайтинг, является то, что в качестве результата заказчик должен получить продающий контент. Для понимания того, как создать контент, соответствующий пожеланиям заказчика, следует отметить такое понятие, как AIDA — стратегию по написанию продающих текстов.

Она включает в себя:

A (attention — внимание) — написание заголовка, который дает 90% успеха;

I (interest — интерес) — лид-абзац, состоящий из двух строк;

D (desire — желание) — попытка вовлечь клиента прочитать текст целиком;

A (action — действие) — призыв клиента совершить действие (например, перейти на другую страницу через гиперссылку или же приобрести товар).

Тексты копирайтинга также нацелены на повышение конверсии сайта (то есть число привлеченной аудитории сайта, выполнившей определенные целевые указания создателей контента, к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентном соотношении). Это важно прежде всего для того, чтобы выявлять действительно актуальные темы, которые будут интересны потенциальной целевой аудитории.

Существуют и другие универсальные формулы для написания копирайтерского текста. Так, например, AIDCA включает дополнительный блок C — confidence — доверие (наличие доказательной базы в виде отзывов, успешных кейсов и др.).

Наиболее эффективной формулой для B2C (бизнес для потребителя) и B2B (бизнес для бизнеса) является PMHS. Особенность этой формулы заключается в том, что текст старается давить на болевые точки читателя с самого начала:

P (pain) — боль. Определение важных проблем, с которыми сталкивается целевая аудитория.

M (more pain) — усиление боли. В тексте представлены примеры негативных последствий, если проблема не будет решена.

H (hope) — надежда. Необходимо показать читателю, что его проблемы решаемы.

S (solution) — решение. В тексте говорится о том, что необходимо сделать читателю, чтобы избавиться от проблемы.

Вне зависимости от того, какая формула будет применена в создании текста, важно помнить: копирайтерский контент должен побуждать ЦА к запланированному действию.

Специалисты различают несколько видов копирайтинга [2]:

Копирайтинг прямого отклика нацелен на то, чтобы аудитория выполнила необходимое действие или же приобрела товар или услугу, о которых пишется в тексте.

Имиджевый копирайтинг применяется для закрепления образа товарной марки в сознании ЦА.

Поисковая оптимизация, или **SEO-копирайтинг** играет большую роль в продвижении продуктов в сети, поскольку выполняет задачу повышения рейтинга сайтов по ключевым запросам. Такие тексты включают в себя ключевые слова и фразы, которые помогают работать с позициями веб-ресурсов, ведь алгоритмы поисковиков становятся с каждым разом разборчивее и умнее.

Любой текст, который нацелен на продажу или общее представление аудитории того или иного продукта, должен быть написан копирайтером. Несмотря на то что действительно оригинальные по своему смыслу тексты в интернет-пространстве на сегодняшний день встречаются не часто, копирайтерские тексты могут считаться авторскими. Главная причина — копирайтер занимается изложением сути темы в новой интерпретации и со свойственной ему стилистикой.

Следует отметить общие принципы написания копирайтерского текста:

1. Текст должен иметь конкретную цель, и автору нужно четко осознавать ее еще до начала написания контента.

2. Любая деталь, которая может привлечь внимание и зацепить взгляд читателя, должна находиться в самом начале.

3. Копирайтерский текст отличается от любого другого тем, что в нем используются емкие и лаконичные предложения без обилия знаков препинания.

4. Если текст пишется для сайтов или инфографики, то важно повторяющиеся моменты удалять или менять структуру контента.

5. Если текст объемный (лонгрид), то о ключевой теме читателю необходимо напоминать.

Любой аудитории нужен текст, соответствующий

трем критериям — он должен быть нужным, понятным и экспертным. Большую часть внимания следует направить на корректность формулировок в описании.

Эти правила применимы и для такой формы создания контента, как рерайтинг. Рерайтинг — написание текстового контента путем переработки оригинального текста [3]. Проще говоря, переписывание уже существующего текста своими словами, но таким образом, чтобы смысл не был потерян. В такой форме разработки текстового контента можно применять авторскую гибкость: убирать ненужные факты и фрагменты, сокращать предложения, менять стиль повествования, добавлять что-то новое. Таким образом, на выходе должен получиться оригинальный контент, который сможет выйти на первые строчки поисковых систем.

Может показаться, что рерайтинг куда проще копирайтинга, но это суждение ошибочно. Рерайтер должен также в идеале владеть языком и иметь богатый словарный запас, поскольку создание уникального текста путем глубокого переписывания изначального варианта — задача непростая.

Поэтому перечислим несколько моментов, которые определяют грамотный рерайтерский текст, который ничем не будет отличаться от качественного копирайтерского текста [4]:

- отсутствие фактических ошибок;
- отсутствие прогнозов и комментариев рерайтера;
- отсутствие личного мнения рерайтера;
- наличие той информации, которой нет в первоисточнике.

Анна Иванникова

Литература

1. Гончарова А. А. Может ли копирайтинг стать научной дисциплиной? // *Jazyk a kultúra*. — 2015. — № 23–24. — С. 228–233.
2. МаксUTOва Б. Б., Токсоналиева Р. М. Копирайтинг и стилистика текста: учебное пособие. — Бишкек, 2014.
3. Костенко Е. В. Копирайтинг и рерайтинг в сетевых СМИ — новые виды журналистики? // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kopirayting-i-rerayting-v-setevykh-smi-novye-vidy-zhurnalistiki/viewer> (дата обращения: 15.11.2020).
4. Там же.

Особенности продвижения в Инстаграм

- Аудитория: 1,158 миллиардов пользователей.
- Аудитория в России: 54 миллиона пользователей.
- 5 стран-лидеров по использованию Instagram: США (140 миллионов), Индия (120 миллионов), Бразилия (95 миллионов), Индонезия (78 миллионов), Россия (54 миллиона).
- 500 миллионов человек используют Instagram сторис каждый день.
- В соцсеть загружено более 50 миллиардов фотографий.
- По прогнозам, доходы Instagram от рекламы в 2020 году составили \$13,86 миллиардов. Официальных данных от платформы пока нет, но, для сравнения, в 2019 году этот показатель был \$9,45 миллиардов.

- 54,4% инфлюенсеров используют сторис для рекламы.
- Средний показатель вовлеченности — 2,79% (для российских аккаунтов, на которые подписано от 50 до 100 тысяч подписчиков).
- В России пользователи в среднем проводят в Instagram 24 минуты в день.
- 59% пользователей Instagram в России — женщины.

На сегодняшний день Instagram является одной из самых популярных социальных сетей в мире, в основу которой заложен симбиоз визуального искусства и вербального текста. Эта социальная сеть оказывает

глобальное влияние на общественное сознание и становится неотъемлемой частью социальной культуры современного общества. О популярности социальной сети свидетельствует тот факт, что бесплатное приложение занимает второе место в мире по скачиванию в Apple app store и входит в десятку самых популярных запросов в Google.

Эксперты считают, что рост Instagram замедляется, снижается вовлеченность, но при этом платформа сегодня остается одним из самых эффективных каналов продвижения в сети.

Площадка находится в постоянном совершенствовании своих возможностей, постоянно адаптируясь к актуальным потребностям своей аудитории. К значительным изменениям социальной сети в последние годы стоит отнести следующее:

1. Появление возможности ведения личных переписок. Возрастание популярности Instagram объясняется не только возможностью постинга видео- и фотоконтента, но и активным использованием данной социальной сети в целях личной переписки. Алгоритмами Instagram постоянно создаются разнообразные условия для побуждения пользователей к ведению активных переписок. Например, появление в сторис нового стикера — «Напиши мне», при нажатии на который появляется форма для отправки сообщения в Директ.

2. Изменение направленности контента: доминирующую ранее развлекательную функцию дополнили пользующиеся активным спросом информационно-познавательная (обучающие аккаунты, мастер-классы, прямые эфиры и т. п.) и коммерческая (продающие аккаунты, представительства интернет-магазинов в сети, широкие возможности продвижения бизнеса).

3. Изменение формата видеоконтента. Большинство блогеров и крупных компаний начинают отдавать предпочтение собственному видеосервису Инстаграм IGTV, позволяющему размещать и просматривать ролики большой продолжительности. Данная закономерность объясняется потребностью пользователей в съемке формата «здесь и сейчас».

Социальная сеть также предлагает возможность сохранять прямые эфиры в данном формате, что стало своеобразным откликом на потребность пользователей в высвобождении времени.

4. Вертикальный формат видеороликов. Широкую распространенность получили именно вертикальные ролики, так как растет число пользователей смартфонов, которым удобно просматривать видео в подобном формате.

Таким образом, Instagram находится в постоянном обновлении своего функционала, тем самым предоставляя пользователям все больше возможностей для продвижения своих аккаунтов.

Возможности для рекламного и PR-продвижения

Instagram можно назвать передовой площадкой для продвижения как личного бренда, так и бизнес-представительств. За последние годы Instagram сместил фокус внимания пользователей с количества

подписчиков аккаунта на качественные показатели вовлеченности и охвата. Погоня за лайками сменяется спросом на «живой» и интересный контент. Потому с каждым днем алгоритмы данной социальной сети препятствуют работе сервисов по «накручиванию» подписчиков — масслайкинга и массфоловинга.

По данной причине блогерам и брендам приходится вести кропотливую работу над аккаунтом и разрабатывать для рекламного и PR-продвижения новые и оригинальные способы вовлечения пользователей в диалог. Грамотное использование рекламного потенциала Instagram позволяет увеличить продажи или повысить уровень узнаваемости бренда.

Instagram предоставляет большие возможности и для компаний, продукты которых невозможно приобрести посредством социальной сети. К таковым относятся компании в сфере общественного питания, развлечений и т. д. В данном случае Instagram работает не на прямые продажи, а непосредственно на вовлечение в бренд, формирование лояльных покупателей. Платформа социальной сети выходит на диалог с целевой аудиторией и доносит до нее появившиеся новинки, выгодные акции и скидки, а также проводит всевозможные развлекательные конкурсы.

Компании-гиганты, в свою очередь, используют аккаунт в Instagram с целью формирования сообщества вокруг своего бренда и донесения до него истории, концепции и философии своего бренда.

Пожалуй, активнее других продвижением в Instagram занимаются салоны красоты и интернет-магазины одежды и аксессуаров. Красивый визуальный контент наилучшим образом соответствует указанным сферам и помогает продвигать предлагаемые товары и услуги. Генерация звонков, заявок, а также заказов необходима для владельцев малого бизнеса. Однако таким образом привлечь клиентов возможно только при условии грамотной выстроенной стратегии продвижения и рекламы.

Для определенных ниш бизнеса, таких как, например, ремонт квартир и шиномонтаж, профиль в Instagram нужен в качестве косвенного источника лидов, потому как выбор конкретного поставщика услуги в большинстве случаев осуществляется через рекомендации знакомых.

Потенциал продвижения бренда в Instagram начинается с создания бизнес-аккаунта и с тщательной проработки контента в нем, ведь составление подробного плана по продвижению — важное условие для достижения успеха. К самым простым возможностям продвижения в Instagram можно отнести использование геотегов, репостов в сторис, а также брендовых хештегов.

— Брендовые хештеги позволяют брендам отслеживать количество их упоминаний в социальной сети. При попадании таких хештегов в категории «топ» и «интересное» возрастает и возможность привлечения потенциальных клиентов.

— Использование геотегов также необходимо при продвижении местного бизнеса. Этот инструмент позволяет указать место своего расположения, тем самым сориентировать пользователей, получить информацию о ближайших объектах, узнать о популярных среди

аудитории местах, привязать важную информацию к сведению о месте, расширить узнаваемость, увеличить клиентуру.

— Репост — способ добавить к себе в ленту пост, картинку, статью, размещенные на сторонних ресурсах. Он не только повышает мобильность пользователей и помогает бороться с проблемой антиплагиата, но и обладает рекламным эффектом. Популярные публикации, многократно использованные другими пользователями, повышают интерес к первоисточнику и помогают оценить состав аудитории и ее предпочтения.

Все большую популярность стали набирать в сторис виртуальные маски. Еще недавно их основной функцией было развлечение, но уже сегодня маски способны повысить активность, сформировать лояльность и увеличить число подписчиков. Виртуальные маски позволяют пользователям окунуться в дополнительную реальность и примерить на себя, например, новую коллекцию очков, головные уборы, а также попробовать разные цвета помады, с возможностью их заказа.

На сегодняшний день Instagram начал тестирование масок с маркерным трекингом. В данном виде масок эффекты привязываются именно к объекту бренда. Такой возможностью уже воспользовался «Starbucks». Ценность подобных виртуальных масок для брендов — дополнительная реклама и массовая волна пользовательского контента.

Типы аккаунтов

Количество пользователей социальной сети Instagram растет, также увеличивается представленность типов аккаунтов. На данный момент (осень 2020 г.) в социальной сети Instagram представлено 3 типа аккаунтов: личный, бизнес-аккаунт и аккаунт авторов. В данной статье мы рассмотрим каждый вид отдельно.

1. Личный аккаунт в Instagram. Изначально социальная сеть Instagram была предназначена для обмена впечатлениями через фотографии с друзьями и близкими. Личный кабинет и функционал у пользователей были одинаковыми: пользователи публиковали фотографии с описаниями, оценивали лайками и комментировали других пользователей. С каждым годом социальная сеть набирала популярность, количество пользователей росло, и постепенно представители бизнеса стали регистрироваться в Instagram для продвижения личного бренда или продукта. Данный тип аккаунта имеет массу ограничений и минусов для продвижения бизнеса, а именно:

- отсутствие статистики — контент можно оценить только по количеству лайков, развитие аккаунта можно оценить только по количеству подписчиков;
- отсутствие официального продвижения.

Данный тип аккаунта больше подходит для ведения личного блога.

2. Бизнес-аккаунт в Instagram. Со временем были запущены бизнес-аккаунты для продвижения личного бренда или продукта. Данный тип имеет массу преимуществ для решения бизнес- и маркетинговых задач, а именно:

- статистика дает возможность просмотреть, сколько подписчиков взаимодействовали с разделом «Контакты» (звонили, смотрели адрес), проанализировать своих подписчиков, когда они онлайн, в какое время, с какими постами больше взаимодействуют;
- связь с клиентами — подписчики могут связаться с компанией, нажав кнопку «Позвонить», или написать на адрес электронной почты, нажав на кнопку «Эл.адрес» под шапкой профиля.
- реклама — бизнес-профиль позволяет просматривание поста и stories прямо в приложении Инстаграм;
- Shopping Tags — для категории интернет-магазина доступная функция добавления к фотографиям постов Shopping Tags (тег, при нажатии которого пользователь может узнать цену, название и сайт товара).

3. Аккаунт автора в Instagram. Желая получить статистику и запустить рекламу, на бизнес-аккаунты переключались не только коммерческие аккаунты, но и блогеры. Поэтому в 2019 году Instagram ввел еще один тип аккаунтов «Авторы». Преимущества данного аккаунта для блогеров состоят в следующем:

- подробная статистика о росте подписчиков. В бизнес-аккаунтах прирост отслеживается еженедельно, в аккаунте «Автора» ежедневно;
- возможность официального сотрудничества с брендами. Функция брендинга рекламных постов появилась у всех пользователей аккаунтов «Автор»;
- сортировка сообщений в Direct. В Direct аккаунта «Автора» три вкладки сообщений: «Основная», «Общая», «Запросы»;
- гибкое управление аккаунтом. В аккаунте «Автор» существует больше категорий аккаунта. Добавились следующие категории: Web-дизайнер, Архитектурный дизайнер и так далее.

Инструменты продвижения и раскрутки

В социальной сети существуют как бесплатные инструменты продвижения, так и платные: таргетированная реклама, конкурсы, реклама у блогеров и другие. Для бизнес-аккаунтов важно сочетать оба метода.

В рамках данного раздела рассмотрим самые популярные инструменты продвижения в социальной сети Instagram на 2020 год. Способы продвижения в Instagram принято разбивать на категории по цветам: белые (официально разрешенные), серые (не запрещенные, но сомнительные с профессиональной точки зрения) и черные (запрещенные).

Белые:

1. Рекламные посты — это публикация, созданная в рекламном кабинете при настройке таргетированной рекламы. Рекламные публикации показываются в основной ленте и в разделе «Рекомендации». Рекламный пост состоит из трех элементов: картинки, текста

и кнопки призыва к действию. Задача рекламного поста — продать.

2. Таргетинг — способ продвижения рекламного поста методом его трансляции в новостной ленте или stories тех пользователей, сегмент которых будет определен при настройке объявления. Такую рекламу возможно запустить только через бизнес-аккаунт Instagram, привязанный к социальной сети Facebook. Преимущества: воздействие на нужную целевую аудиторию; пробные запуски рекламных постов; возможность просматривать статистику. Минусы: высокая цена за отклик, профиль бизнес-аккаунта должен быть привязан к социальной сети Facebook.

3. Публикация в аккаунтах лидеров мнений (блогеры) — это один из самых востребованных способов продвижений в 2020 году. Рекламные посты публикуются в аккаунтах, где целевая аудитория интересуется продвигаемым продуктом или брендом. Преимущества: потенциально большой отклик людей; доверие подписчиков; нативная реклама, которая может выглядеть как совет. Минусы: высокая цена у блогеров-миллионеров; отсутствие возможности узнать про отклик; подписчики могут быть фейковыми.

4. Конкурсы (Giveaway) — это еще один популярный способ продвижения, суть которого заключается в том, что пользователи могут выиграть подарок или приз, путем привлечения других пользователей в бизнес-аккаунт (подписка, комментарий с отметкой других пользователей, репосты в личный аккаунт и другое). Преимущества: востребованность; активное привлечение внимания новых подписчиков. Минусы: необходимо много подписчиков; возможность отписки людей после завершения конкурсов.

5. Взаимопродвижение. Бизнес-аккаунт размещает на своей странице ссылку на профиль человека или бизнес-аккаунт, которые в свою очередь делают все то же самое. Это бесплатный способ продвижения. Несмотря на то, что это легкий инструмент продвижения, данный способ больше подходит для продвижения личной страницы, чем для бизнес-аккаунта. Преимущества: бесплатно; выглядит как рекомендация или совет. Минусы: неуместно для бизнес-аккаунтов; возможность отписки тех, кому данное действие не понравится.

Серые:

1. Массовый лайкинг / Массовая подписка — это действенный, но затратный по времени способ. Суть данного способа заключается в следующем: продвигаемый аккаунт осуществляет постановку лайков и/или подписку на потенциальных представителей целевой аудитории. Интересы этой ЦА могут пересекаться и совпадать с интересами данного аккаунта. Такая манипуляция производится с целью спровоцировать взаимный интерес у пользователя. Преимущества: возможный отклик; привлечение внимания. Минусы: затратный по времени способ; риск заморозки профиля.

2. Массовое комментирование — этот метод подразумевает комментарии под публикациями знаменитостей, знакомых и так далее. Преимущества: автоматическое комментирование при помощи специальных

сервисов; возможность выйти в топ рекомендаций из-за большого количества комментариев. Минусы: риск заморозки профиля; маленький отклик.

Черные:

1. Покупка подписчиков — это способ накрутки подписчиков для создания эффекта «массовки» на странице. Преимущества: создается видимость большого количества подписчиков. Минусы: риск блокировки аккаунта; короткая жизнь фейковых подписчиков; отсутствие активности и откликов.

Этапы формирования аккаунта и продвижения
Выбор типа профиля — личный, авторский или бизнес. Создание аккаунта:

Шаг 1. Скачать и запустить приложение.

Шаг 2. Зарегистрироваться (с помощью e-mail или аккаунта в Facebook).

Шаг 3. Создание профиля компании/личный профиль (выбор категории, добавление информации о компании: сайт, телефон, время работы, e-mail и др.).

Шаг 4. Настройка бизнес-аккаунта:

— описание профиля — УТП, краткое описание характера услуг;

— настройка мультиссылок;

— оформление внешнего вида аккаунта — загрузка аватарки.

Шаг 5. Создание контента: подготовка контент-плана (рубрикатор).

Шаг 6. Определение места хештегов в продвижении (создание индивидуального хештега, от 5 до 20 хештегов на пост).

Шаг 7. Разработка фирменного стиля бренда (фирменные цвета, шрифты, паттерны, элементы графики, фильтры для фото и видео).

Шаг 8. Продвижение аккаунта:

— таргетированная реклама (поиск ЦА по полу, возрасту, стране, региону, городу проживания, по интересам, поведению, предпочтениям и др.);

— взаимный пиар (SFS);

— посев рекламы у известных блогеров;

— флешмобы;

— giveaway («гивы», розыгрыши, конкурсы);

— использование **UGC (User-generated content, пользовательский контент — оригинальный контент, который создает аудитория блога);**

— **лента доверия на сайте бренда** (галерея постов Instagram, интегрированная на сайт);

— **использование Instagram-визитки Nametag** для привлечения клиентов из офлайн.

Шаг 9. Вовлечение аудитории, ее удержание в профиле:

— квесты, игры;

— лайктаймы;

— прямые эфиры, трансляции в IgTV;

— голосования;

— Instameet;

— персонализация бренда;

— реклама/активности в Stories.

Шаг 10. Регулярная оценка эффективности (приrost количества подписчиков, посещения профиля, охват; количество лайков, комментариев, репостов, просмотров и др.)

Особенности продвижения в «ВКонтакте»

- Аудитория: 97 миллионов пользователей.
- Аудитория в России: 72,9 миллиона пользователей — на 4,2% больше, чем в 2019 году (на октябрь 2020 года).
- В сутки пользователи отправляют 13 миллиардов сообщений и ставят 1 миллиард отметок «Нравится».
- Музыкальная подписка пользуется все большим спросом: в экосистеме MRG уже свыше 4 миллионов пользователей с премиум-доступом к музыке.
- По сравнению с 2019 годом в 2020 году просмотры видео выросли на 50%; количество уникальных авторов историй — на 13%; месячная аудитория мини-приложений — на 68%.
- В соцсети более 2 миллионов страниц для бизнеса.
- В среднем пользователи проводят в социальной сети 35 минут в день.
- 55% аудитории — женщины.
- Средний показатель вовлеченности — 0,27% (для российских групп, на которые подписано от 50 до 100 тысяч подписчиков).

Социальная сеть «ВКонтакте» на сегодняшний день является одной из самых посещаемых в рунете и входит в 20 популярнейших сайтов мира. Посредством популярной платформы пользователями решаются самые разные задачи: начиная от развлечений и личного общения и заканчивая продвижением бизнеса. При этом в данной социальной сети проходит значительное количество В2С продаж — 15% от всех продаж на различных платформах и в социальных сетях. Эффективность рекламным кампаниям, проходящим на данной платформе, обеспечивает отсутствие посредников, а также способность манипулирования потребностями пользователей.

ВКонтакте занимается постоянным обновлением своего функционала, а также разработкой новых возможностей платформы. Так, командой ВКонтакте в 2018 году был создан специальный алгоритм, который активно борется с проблемой, связанной с публикацией чужого контента. Программа занимается поиском неуникальных публикаций, а также реагированием на жалобы пользователей.

Так же как и большинство других социальных сетей, ВКонтакте предоставляет различным компаниям возможность создания своего представительства на платформе. Цель создания такого представительства может заключаться в продажах, формировании лояльного комьюнити, повышении узнаваемости, переборе трафика на основную площадку.

Для продвижения ВКонтакте предлагает пользователям создание сообщества и выбор 1) формата: «Бизнес», «Тематическое сообщество», «Бренд или организация» и «Публичная страница» и 2) типа: публичная страница, группа и мероприятие. Владелец такого сообщества предоставляет возможность публиковать материал различного формата, общаться с аудиторией, отслеживать статистику, а также подключать монетизацию.

ВКонтакте также предоставил доступ пользователям с правами рекламодателя к рекламным показателям в еженедельных отчетах по сообществу [1]. В данный блок вошли следующие данные:

- основные показатели по рекламе и их изменения в сравнении с прошлой неделей;
- список активных рекламных кампаний;
- аудитория рекламной кампании.

Социальная сеть ВКонтакте создает все новые возможности для налаживания более тесной коммуникации владельцев сообществ с аудиторией. В марте 2020 года ВКонтакте обрадовал пользователей возможностью запуска рекламного продвижения сообщества напрямую из смартфона. В 2019 году появились рекламные истории бизнес-страниц как один из эффективных способов для повышения узнаваемости бренда. В рекламных историях появилась возможность рассказывать о скидках, новинках, а также устраивать короткие квесты. Такой формат подходит больше для долгосрочных кампаний с широким охватом. При этом большим плюсом такой рекламной истории является ненавязчивость, от этой характеристики зависит, сколько историй подряд просматривается пользователем. Для крупного бизнеса рекламные истории позволяют привлечь дополнительный трафик. Для среднего и малого бизнеса — шанс за небольшой бюджет заявить о себе аудитории.

Пользовательская страница во ВКонтакте не предназначена для основного продвижения, однако может послужить дополнительным инструментом создания и развития имиджа. Для этого необходимо оформление в профиле ссылки на сообщество и публикация истории с личного профиля со ссылкой на сообщество.

Что касается личного продвижения, команда ВКонтакте представила сервис «Клипы». Данный сервис представляет собой бесконечную ленту с короткими вертикальными видео. Ежедневно авторские клипы набирают около 200 миллионов просмотров [2]. Благодаря этому инструменту абсолютно любой пользователь может продемонстрировать свой талант широкой аудитории.

Социальная сеть ВКонтакте — одна из самых посещаемых в Рунете. С помощью наиболее популярной среди русскоязычных пользователей платформы люди решают различные задачи: от общения, поиска друзей и знакомых, самовыражения, развлечений, построения карьеры до продвижения бизнеса и онлайн-торговли.

Также в социальной сети ВКонтакте существуют типы сообществ, которые предназначены для различных целей, а именно: для продвижения личности или бренда, для планирования мероприятий или создаваемые в целях распространения развлекательного контента.

При создании сообщества социальная сеть «ВКонтакте» предлагает 6 вариантов: бизнес, тематическое сообщество, бренд или организация, группа по интересам, публичная страница, мероприятие. Однако все 6 вариантов сводятся по сути к 4 глобальным видам площадок: публичная страница, группа, мероприятие,

страница отдельного человека.

Рассмотрим каждый тип сообщества отдельно:

1. Публичная страница — это вид сообщества в социальной сети Вконтакте для распространения новостей и информации, а также продвижения бренда или имени как бренда. Сюда входят бизнес-сообщества, тематическое сообщество, бренд или организация.

2. Группа — вид сообщества в социальной сети Вконтакте для дискуссий или объединений по интересам. Группы бывают открытыми, закрытыми и частными:

1) открытая группа: могут вступить все желающие, информация в данной группе открыта и доступна любому пользователю;

2) закрытая группа: в нее могут вступить, только отправив заявку администратору или по приглашению, информация в группе закрытая, доступна только ее участникам;

3) частная группа: данную группу невозможно найти в поиске Вконтакте, вступить в такую группу можно только по приглашению администрации.

3. Мероприятие — это вид группы, который посвящен какому-либо событию в онлайн или офлайн. Мероприятие имеет много сходств с группой, так как также бывают открытыми или закрытыми. На мероприятие, по аналогии с группой, можно приглашать своих друзей. В данном виде сообщества всегда есть дата и время начала мероприятия, а также за день до осмещаемого события у пользователей этой группы будет уведомление о скором начале мероприятия.

4. Страница отдельного человека. У каждого пользователя есть личная страница — страница отдельного человека, предназначенная для обмена информацией, поиска друзей. Личная страница подходит для раскрутки имени как бренда.

Для продвижения в социальной сети Вконтакте существуют различные инструменты, укажем основные:

1. Таргетированная реклама — это реклама, которая показывается только нужной для рекламодателя целевой аудитории в соответствии с заданными настройками таргетинга: социально-демографические (пол, возраст, семейное положение, образование и т.д.), географические, по интересам (воспитание детей, мода, спорт, кулинария и т.д.), Look-a-like (пользователи, похожие на аудиторию некой исходной группы), ретаргетинг (реклама показывается пользователям, которые ранее посещали рекламируемый сайт или страницу Вконтакте).

2. Взаимные посты в группах — так называемое взаимное продвижение. Это бесплатный способ увеличения аудитории сообщества. Суть его заключается в том, что сообщество у себя в ленте оставляет ссылку на другое сообщество, чтобы привлечь внимание аудитории. Другое сообщество делает все то же самое по аналогии. Данный способ часто встречается на просторах социальной сети Вконтакте.

3. Покупка рекламы в схожих тематических сообществах — это еще один распространенный способ продвижения, суть которого заключается в том, что сообщество находит группу по интересам своей аудитории и приобретает рекламу у более раскрученного сообщества.

4. Организация конкурсов — один из самых действенных способов привлечения внимания аудитории. Сообщество организует конкурс, в ходе которого аудитория может получить приз (скидку, подарок и т.п.), всего лишь подписавшись на рекламируемый паблик или сообщество.

5. Раскрутка за счет лидеров мнений в определенной сфере. Данный способ действует по аналогии с рекламой в тематических сообществах.

6. Инвайтинг — это способ раскрутки группы, заключающийся в рассылке приглашений. Приглашать можно только друзей. Инвайтинг обычно используется для набора первоначального количества участников сразу после создания сообщества.

Этапы формирования и продвижения аккаунта Вконтакте

Шаг 1. Анализ информации, который включает изучение целевой аудитории, ее подробное описание; конкурентной среды; внешних и внутренних факторов и др.

Шаг 2. Формирование стратегии:

— формулирование целей и задач, которые стоят перед продвижением во Вконтакте, например, повышение продаж, создание благоприятного имиджа, повышение узнаваемости;

— контент-анализ страниц-конкурентов, оформление сообществ, рекламу. С помощью парсера можно собрать сводную информацию по социально-демографическому портрету аудитории, выявить частые комментарии в сообществах конкурентов;

— выявление нужд и болевых точек целевой аудитории;

— определение главного сообщения, которое будет донесено до аудитории;

— создание рубрикатора и контент-плана, определение правил создания контента, ответов на комментарии.

Шаг 3. Создание и оформление сообщества:

— определить тип сообщества (группа, мероприятие, публичная страница);

— оформить сообщество (краткое описание деятельности организации, время и часы работы, контактная информация, пометка всех ссылок в сообществе UTM-метками, создание короткого адреса страницы, оформление аватарки, добавление товаров, виджетов, приложений, хайлайтов и др.).

Шаг 4. Создание контента:

— посты должны быть разных форматов (лонгриды, фото и текст, видео и текст, гиф-изображение и текст и т.д.);

— тексты должны создаваться для читателя, с заботой о нем, тексты должны быть тщательно отформатированы и вычитаны;

— хэштеги можно использовать для рубрикации — продвижение с помощью них не работает;

— помнить об уместности использования эмодзи для целевой аудитории.

Шаг 5. Коммуникации:

— важно отвечать на большинство комментариев подписчиков;

— выводить аудиторию на общение;

— не удалять негативные комментарии, отвечать на них адекватно;

— можно удалять только спам;

— запустить рассылки.

Шаг 6. Реклама:

— поиск кейсов продвижения по нише организации, их анализ;

— анализ рекламы конкурентов;

— определение типа рекламной записи (карусель, запись с кнопкой, универсальная запись, сбор заявок, реклама в историях, реклама сайта);

— тестирование рекламных постов на «горячей» аудитории. Если рекламная кампания успешна, можно расширять аудиторию;

— постоянный анализ и оптимизация рекламы.

Шаг 7. Другие возможности продвижения:

— делиться с подписчиками «Историями»;

— привлекать аудиторию из других источников;

— стимулировать пользователей самим создавать контент;

— проводить опросы;

— проводить конкурсы и розыгрыши;

— участвовать в тематических обсуждениях;

— проводить прямые трансляции;

— организовать флешмоб;

— публиковать отзывы;

— постить подкасты;

— использовать нативную рекламу.

Шаг 8. Регулярно проверять эффективность продвижения с помощью различных метрик и изменять рекламную кампанию в соответствии с результатами

Кристина Повалюхина,

Мария Смирнова, Олеся Кропотухина.

Литература

1. <https://www.likeni.ru/events/v-otchetakh-po-soobshchestvu-vkontakte-poyavilas-reklamnaya-statistika/>

2. <https://blog.greensmm.ru/?p=4847>

Особенности продвижения в «Одноклассниках»

- Аудитория в России: 46,5 миллионов пользователей (ноябрь 2020)
- Пользователи отправляют 169 миллионов сообщений и загружают 10 миллионов фотографий в день.
- На сайте пользователи в среднем проводят 18 минут в день.
- 58% аудитории — женщины. Средний показатель вовлеченности — 0,17% (для российских групп, на которые подписано от 50 до 100 тысяч подписчиков).

«Одноклассники» (далее ОК) — это вторая по популярности социальная сеть в России и других странах СНГ. Данная социальная сеть широко используется в качестве источника увеличения продаж за счет своей платежеспособной целевой аудитории. Также внутри ОК находятся сервисы, благодаря которым пользователи могут оплачивать услуги ЖКХ, мобильной связи, совершать денежные переводы или покупать специальные возможности.

Отличительной особенностью ОК является быстрое распространение постов, способствующее увеличению охвата аудитории. Механика этого процесса заключается в том, что пользователь ставит «Класс» понравившемуся сообщению и автоматически делится им с другими.

ОК идеально подходит для реализации маркетинговой стратегии в случае, если возраст аудитории от 25 до 60 лет; необходим выход на региональную аудиторию; высокий уровень конкуренции на других площадках в рамках сегмента рынка.

Определим возможности для рекламного и PR-продвижения:

1. Таргетинговая реклама — один из наиболее эффективных методов продвижения, т.к. позволяет выделить конкретный пласт аудитории не только по возрасту, полу и геоположению, но и по интересам. Это способствует созданию действительно продающих

кампаний для продвижения различных товаров и услуг. Настройка происходит с помощью платформы MyTarget.

2. Промопосты — подвид таргетинговой рекламы, который направлен на расширение аудитории. С его помощью достигаются показы для всей целевой аудитории, а не только для подписчиков. Также его отличает дополнительный функционал, например, кнопка «Подписаться». Для создания необходимо через аккаунт на платформе MyTarget создать рекламную кампанию с типом «Заметка» и прикрепить ссылку на уже опубликованный пост.

3. Видеореклама — самый эффективный и популярный способ продвижения на 2020 год по статистике ОК. Платформа для запуска остается прежней — MyTarget. Важно, что загрузка видео в группу производится с компьютера. Затем создается промопост «Заметка» со ссылкой на видео — и ваш рекламный продукт готов.

4. Скрытые темы — инструмент для запуска промопостов, рассчитанных на определенную группу аудитории. Позволяет ограничить круг подписчиков сообщества, которые увидят публикацию. Таким образом повышается эффективность кампании, так как рекламные сообщения направлены на строго определенный пласт аудитории.

5. Реклама в приложениях характерна для любых мобильных приложений. Реклама показывается в играх, встроенных в социальную сеть, за просмотр пользователи получают бонусы.

6. CANVAS доступен рекламодателям, у которых есть крупные группы от 50 000 человек. Это полноэкранный формат рекламы. По сути, это мини-лендинг внутри Одноклассников, который можно создать из шаблона всего за несколько минут. Canvas быстро открывается прямо в мобильном приложении ОК и имеет много возможностей: можно добавить видео с автозапуском, панорамные фото с функцией гироскопа, слайдер с изображениями и кнопки действий.

Представлять бренд, компанию или личность на платформе ОК можно с помощью аккаунтов, которые делятся на:

- Профили.
- Группы и страницы:
 - публичная страница;
 - компания или организация;
 - предприятие, учреждение, место;
 - известная личность или коллектив;
 - группа по интересам или для друзей;
 - мероприятие;
 - магазин.

Как основной способ ведения малого бизнеса и продвижения личного бренда выделяют Бизнес-профиль. Его преимущества заключаются в том, что не нужно создавать группу, не требуется регистрация предпринимателя (подходит для самозанятых) и при этом доступны все инструменты ведения бизнеса.

Эффективное продвижение компании или крупного бренда невозможно без статистических данных и расширенных возможностей управления профилем. В этом случае целесообразно создание Бизнес-группы. Она отличается от Бизнес-профиля возможностью назначения нескольких ролей для ведения группы и дополнительными опциями настройки дизайна сообщества.

Таблица 1. Сравнение возможностей продвижения в Профиле и Группе.

Возможности продвижения	Профиль	Группа
Ограниченное количество друзей	✓	✗
Личные сообщения	✓	✓
Кнопки действий	✓	✓
Товары	✓	✓
Статистика	✓	✓
Возможность назначать администраторов	✗	✓
Приложения для страницы	✗	✓
Canvas	✗	✓
LeadAds	✗	✓

Крупные бренды и компании размещают рекламу в ОК с помощью инструментов MyTarget. Также существует Рекламный кабинет ОК — это инструмент для малого и среднего бизнеса, оснащенный алгоритмами таргетирования и различными форматами рекламных сообщений, таких как:

Публикация — это обычный пост в ОК, который можно наполнить любым контентом: фото, видео, опрос, музыка, текст и расположить его в любом порядке.

Рекламная публикация — содержит сниппет с кнопкой активного действия, т.е. перехода на сайт, в группу, игру или мобильное приложение. Предо-

ставляется 11 вариантов дизайна кнопок. В сниппет можно добавить изображение или видео.

Карусель ссылок или товаров. Объем такого визуального сопровождения — публикации от 3 до 5 карточек. Для данного формата доступен динамический ретаргетинг и алгоритм рекомендаций.

Canvas — мини-лендинг внутри ОК, который можно создать из шаблона всего за несколько минут.

Lead Ads — инструмент, который позволяет автоматизировать отправку и заполнение регистрационных форм пользователей. Формы легко создаются и настраиваются под самые разные задачи.

Видеореклама: преролл (рекламный ролик, который пользователь видит перед просмотром выбранного видео), мобильная видеореклама (квадратное/горизонтальное / вертикальное видео, которое пользователь видит в ленте новостей).

Playable Ads — дополнение, созданное для того, чтобы дать возможность пользователям сыграть внутри социальной сети в демо-версию и перейти далее к игре или скачиванию.

Коммерческие приложения, в которые встроен бренд: игры, конкурсы, опросы.

Формирование аккаунта и его дальнейшее продвижение состоит из этапов:

1. Зарегистрироваться в социальной сети ОК.ru.

2. Оформить личную страницу представителя компании: добавить фото, описание, контактные данные. Дальнейшее непосредственное общение в группе будет происходить именно от лица этого человека.

3. Перейти в раздел «Группы» и нажать кнопку «Создать группу или мероприятие».

4. Затем можно выбрать тип группы.

5. Далее необходимо заполнить поля информации о группе (название, описание, подкатегория, возрастные ограничения, контактная информация).

6. После заполнения формы необходимо ввести информацию о компании, добавить брендированную обложку, карточки товаров, базовый контент.

Дальнейшее продвижение подразделяется на бесплатное и платное. Запуск платной рекламной кампании с помощью Рекламного кабинета возможен при минимальном бюджете в 400 руб. Такой способ подходит для малого бизнеса, блогеров, медиа и обычных пользователей. Настройки оптимизированы для пользователей с минимальным опытом продвижения.

Среди платных способов можно отметить таргетированную рекламу через площадку MyTarget, рекламные публикации в новостной ленте пользователя, pre-roll-брендирование (возможность размещения баннера компании внутри популярной игры или ее разработка, создание стилизованных подарков, оформление страницы в корпоративных цветах компании). Бесплатные способы — это приглашение подписчиков в группу (важно: приглашать можно только аудиторию, которая в друзьях у администратора группы), приглашение в личные сообщения (администратор сообщества рассылает сообщения, в которых приглашает аудиторию вступить в сообщество), проведение конкурсов.

Алёна Белоус

Таблица 2. Достоинства и недостатки способов продвижения в ОК.

Способ продвижения	Плюсы	Минусы
Проведение конкурсов	Отклик от целевой аудитории	Высока вероятность участия не ЦА, а произвольных групп пользователей
Рассылка приглашений в личные сообщения	Контакт с ЦА	Вероятность блокировки модератором за «спам»
Приглашение друзей в группу	Контакт с ЦА	Нельзя приглашать более 40 друзей
Реклама в популярных сообществах	Большой охват Точка касания с ЦА	Высокая стоимость Риск аудитории с низкой активностью в дальнейшем
Таргетированная реклама	Широкие настройки таргетинга	Высокая стоимость Негативное отношение аудитории к рекламным баннерам
Продвижение постов	Не воспринимается как реклама Высокая вероятность перехода на сайт	Высокая стоимость
Pre-roll	Формирует запоминаемость бренда Пользователь не может пропустить ролик первые 5 секунд Высокая вероятность перехода на сайт	Высокая стоимость Вероятность негативного отношения к рекламным роликам
Брендирование	Увеличенный охват аудитории	Высокая стоимость (разработка игры, подарки и т.п.)

Особенности продвижения в Facebook

- Аудитория: 2,701 миллиардов пользователей
Аудитория в России: 39,7 миллионов пользователей
- В 2020 году рекламные доходы составили \$84,169 миллиардов (на 21% больше, чем в 2019 году).
- Ежедневное число уникальных пользователей в среднем составило 1,84 миллиардов человек (рост за год на 11%).
- По состоянию на апрель 2020 года большинство пользователей Facebook были из Индии (~ 280 миллионов пользователей), на втором месте США (190 миллионов пользователей).
- Пользователи тратят в среднем 1,7 секунды на пост.
- Средний показатель вовлеченности — 0,48% (для групп, в которых состоит от 50 до 100 тысяч подписчиков).
- В России пользователи в среднем проводят в соцсети 10 минут в день.

Facebook — социальная сеть, которая была запущена в 2004 году в Гарвардском университете Марком Цукербергом. Она была создана, чтобы студенты могли общаться с друзьями, генерировать новости, размещать интересные публикации. Со временем социальная сеть переросла рамки конкретного университета, распространилась на другие учебные заведения, позднее и на массовую аудиторию в целом. Естественно, менялись первоначальные цель, видение, содержание сети, дизайн. Сегодня платформа используется не только для общения с друзьями, но и для решения

широкого круга образовательных, развлекательных, организационных, бизнес-задач.

Facebook сегодня больше, чем социальная сеть. Во многом это платформа создания и развития бизнеса, формирования коммуникативных связей во всех сферах: B2B, B2C, B2G и даже B2P. Реклама и продвижение может осуществляться как государственной, так и частной компанией, работающей на рынке уже много лет, а также пользователем, который только начал свой бизнес. То есть здесь предоставляются одинаковые возможности для всех пользователей.

Facebook отличается от других социальных сетей с точки зрения продвижения, целевой аудитории, поведенческих факторов и т.д. В России эта социальная сеть уступает по популярности другим. По словам экспертов SMM, «российская аудитория очень особенная, так как она не соответствует среднему мировому профилю пользователя и определенным общепринятым поведенческим тенденциям. По данным TNS, число россиян, посещающих Facebook хотя бы раз в месяц, составляет чуть более 21,7 миллиона человек. Из них только 1,5 миллиона публикуют посты в хронике, размещают комментарии на страницах друзей и брендов. По демографическому составу: женщин — 58%, мужчин — 42%; в возрасте от 25 до 34 лет — 35,3%, в возрасте от 35 до 44 лет — 32,6%, в возрасте до 24 лет — всего 6,1%»[1].

В целом современную аудиторию Facebook в России можно определить как мужчин или женщин в возрасте от 25 до 44 лет, с высшим образованием, живущих

в большом городе, занимающих хорошую должность, имеющих собственный бизнес или предпочитающих быть самозанятыми, активных, интересующихся бизнесом, политикой, культурой, технологиями, целью которых является установление деловых контактов.

Facebook — это отличный способ продвижения товаров, услуг, создания бизнеса, продаж, рекламы, маркетинга и т. д. Самое интересное в этой платформе то, что вы можете делать это через разные страницы, такие как: личный кабинет, бизнес-аккаунт, группа, мероприятие, каждая из которых имеет определенные характеристики, которые делают их более привлекательными и лучшим вариантом для продвижения вашего продукта или бизнеса.

Если мы создаем личный аккаунт, то должны учитывать, что он предназначен для неформального общения, взаимодействия с нашими друзьями, он не может быть использован в коммерческих целях, что запрещено Декларацией прав и обязанностей пользователей Facebook. Если пользователь будет систематически нарушать рекомендации, социальная сеть может навсегда заблокировать его. Мы также должны учитывать другие возможности личного профиля, такие как: вы можете подписаться на страницу других пользователей, присоединиться к интересным сообществам, продемонстрировать реакцию в виде конкретных эмоциональных смайлов (эмоджи), комментировать публикации, регистрироваться для получения дополнительных услуг и т. д. Но важно помнить, что чрезмерную активность Fb может расценить как спам и вторжение в свободное пространство других пользователей, что навредит аккаунту. Личный профиль имеет лимит друзей в 5000 человек, что в некоторых случаях обычно является недостатком, так как владельцам популярных аккаунтов необходимо пересматривать качественный состав друзей, удалять ботов и неактивных (малоактивных) подписчиков.

Создание коммерческой страницы — один из лучших вариантов, если вашей целью является продвижение брендов, продуктов, получение дохода. Настройка этой страницы возможна, если у вас есть личный кабинет. Преимущества коммерческой страницы заключаются в следующем:

- не имеет ограничений по количеству подписчиков и друзей,
- позволяет настроить рекламную кампанию

на 10 целей одновременно,

- можно использовать для продажи товаров и услуг,
- повышает осведомленность о компании или бренде,
- возможно добавить отдельные вкладки, что превращает страницу в мини-сайт;
- предоставляются статистические данные,
- есть возможность настроить отображаемую информацию и управлять ею,
- индексируется поисковыми системами.

Страница события специально используется для продвижения конкретного события, объявления семинара, конференции или концерта, который должен состояться в определенную дату.

Перечислим основные рекламные инструменты, доступ к которым есть в Facebook. Messenger Day — это хороший вариант для продвижения, так как он позволяет загружать на 24-часовые фотографии и видео, похожие на Instagram stories. В нем вы можете увидеть, кто видел или отреагировал на публикацию, какие эмоции она вызвала у каждого из них.

Чат-боты, позволяющие работать лично и непосредственно с пользователем, который ожидает быстрого ответа и решения своих потребностей.

Обложка, где можно публиковать обновленную информацию о событиях или акциях, добавлять видео, играть с дизайном страницы и т. д.

Заметки, в которых можно разместить важную информацию в заголовке страницы или в примечаниях и не перекрывать более поздние записи.

Онлайн-трансляция, позволяющая вести репортажи с места событий и пользователям наблюдать за происходящим (концертом, выставкой, презентацией, забастовкой и пр.) непосредственно в момент их проведения.

Тематические рамки и инфографика: необычный дизайн помогает сделать бизнес-страницы заметными, сделать их более привлекательными.

Сукусаняй Пагуай К. А.

Литература

1. Особенности аудитории в Facebook в России // demis group: URL: https://www.demis.ru/articles/celevaya-auditoriya-face-book/?fbclid=IwAR05jw5ZTEkP8ZPJq_I0lighD5mGMDP1R2MKjf9MNuuuK-1uaqIX_UO8uJ8 (дата обращения: 24.11.2020).

Создание и продвижение контента в сфере онлайн-образования

Образование является одной из наиболее перспективных и быстрорастущих сфер экономики. Согласно оценкам специалистов, рост образовательных услуг в развивающихся странах каждый год достигает 10–15%. Однако продвижение образовательных услуг традиционно сталкивалось с определенными трудностями, большое влияние на эту сферу оказывали государственные структуры. Многие образовательные

учреждения полностью или частично финансировались федеральными органами или местным самоуправлением, что не могло не влиять на маркетинговый подход. В последние годы тенденция изменилась, образовательный рынок переполнен многочисленными игроками, предлагающими свои услуги. Повышение уровня конкуренции привело к развитию маркетинга в области оказания образовательных услуг.

Еще одним решающим фактором стало набирающее все большую популярность **онлайн-образование**. Сейчас обучение посредством интернета — интересная и инновационная форма получения знаний. Период

пандемии выступил мощным катализатором развития онлайн-образования. С приходом COVID-19 и введением режима самоизоляции единственным способом обучения стал **e-learning**.

Объем рынка

2016 год

1,8 трлн руб.

Весь рынок

19,2% — 351,7 млрд руб.

Доля частного бизнеса

1,1% — 20,7 млрд руб.

Онлайн-образование

+3 млрд руб.

Рынка b2b



2021 год

2 трлн руб.

Весь рынок

18,9% — 385,4 млрд руб.

Доля частного бизнеса

2,6% — 53,3 млрд руб.

Онлайн-образование

Определим общие тенденции развития образовательной сферы в интернете.

1. Значительно выросла роль желающих обучаться цифровым профессиям. Пандемия внесла свои коррективы — работа на «удаленке» и фриланс теперь кажутся нам более стабильными.

2. Потери среди компаний, обучающих профессиям, которые нельзя применить онлайн. Так, например, школа Sikorsky Academy, предлагающая курсы по обучению парикмахеров и визажистов, потеряла более 24 миллионов рублей.

3. Во второй половине 2020 года незначительно упала выручка у участников рынка школьного образования. Здесь тоже не обошлось без вмешательства COVID-19: школьники и их родители начинают уставать от дистанционного формата обучения.

4. Спрос на комбинированный тип образования. Если раньше было модно считать, что онлайн всех победит, то сейчас на первый план вышло мнение, что офлайн тоже важен, в том числе и как дополнение к онлайн-образованию.

5. Выход на рынок нового важного игрока. В интернет-пространство со своими проектами и платформами пришли вузы. Кроме того, появилась тенденция сотрудничества университетов с онлайн-школами.

Еще одно интересное исследование рынка онлайн-образования провел исследовательский проект «Барометр». Создатели различных онлайн-школ, курсов и других образовательных платформ в интернете в 2020 году поделились своим опытом. В результате оказалось, что наиболее успешные проекты обучают цифровым профессиям (32%) и навыкам в сфере бизнеса (30%). Кроме того, такие курсы ориентированы на долгосрочное обучение от трех месяцев до года

(28%). Перед запуском проектов более 60% респондентов тестировали спрос и в итоге создали продукт на его основе. При формировании цены на оказываемые образовательные услуги создатели подобных курсов ориентировались на конкурентов и итоговую стоимость созданного контента. Что касается использования дополнительных инструментов, то компании будут внедрять геймификацию (43%), чат-боты (38%), AR/VR (8%) и искусственный интеллект (8%) [1].

В рамках рекламы образовательных услуг онлайн-компании прибегают к одному из самых актуальных на данный момент способов продвижения — **SMM**. Основная цель, которую преследуют онлайн-школы и различные обучающие платформы, — это привлечение новых учеников. Сделать это можно посредством создания сильного личного бренда и интересного контента, отличающего их от конкурентов.

Основной контент, публикуемый образовательными платформами в социальных сетях, обучающий. Показывая свой профессионализм, онлайн-школы и различные платформы выкладывают посты с полезным образовательным материалом из сферы, в которой они проводят обучение. При этом такой контент нередко перекликается с развлекательным. Например, онлайн-школа иностранных языков Skyeng может выложить пост в Инстаграме с 10 полезными словами на английском для вечеринки.

Рассмотрим основные тренды в создании контента для аккаунтов представителей онлайн-образования:

— использование геймификации сейчас однозначный must have;

— публикации видеоконтента (онлайн-университет востребованных интернет-профессий Skillbox часто публикует у себя в профиле короткие рекламные ролики для разбора);

— создание разного типа контента в различных социальных сетях, чтобы подстроиться под аудиторию и создать еще больше материала (многие онлайн-школы помимо профилей в Инстаграме/Вконтакте стали создавать каналы в Телеграм или аккаунты в ТикТоке);

— сотрудничество с блогерами и совместное создание контента (например, онлайн-школа корейского языка Сан сотрудничает с корейским блогером Даной Мун);

— тематическое оформление контента (образовательная экосистема Geekbrains, предлагающая уроки для обучения актуальным профессиям в сфере digital, публикует посты с изображениями, стилизованными под социальные сети и игры);

— «ученический» UGC-контент (многие онлайн-школы делают репосты сторис и постов учеников, это отличный способ получения большого количества бесплатного контента).

Онлайн-образование, так прочно вошедшее в нашу жизнь, в дальнейшем будет лишь все сильнее раз-

виваться. Для того чтобы выделяться среди большого количества конкурентов, нужно будет не только оказывать качественные услуги, но и хорошо их рекламировать, в том числе и посредством развития социальных сетей. Как можно повысить эффективность SMM в области образования? Придерживаться общих тенденций, которые используются теми или иными социальными сетями. В ближайшее время популярными будут видеоконтент (по типу роликов из ТикТока), AR-маски, проведение прямых эфиров. Для успешного существования в социальных сетях представителям онлайн-образования нужно следить за трендами и адаптировать их под себя, создавая не только полезный, но и актуальный контент.

Юлия Снимщикова

Литература

1. <https://ict.moscow/static/pdf/files/Barometer%20Online%20Education%202020%20%281%29.pdf>

SMM государственных проектов

Сегодня стала очевидной необходимость внедрения в современную жизнь механизмов регулирования, способных поддержать новые нарождающиеся взаимоотношения граждан с государством и различными социальными институтами. Особая роль в этом процессе принадлежит глобальной информационной сети Интернет, которая, являясь уникальным интерактивным средством массовой коммуникации, уже активно используется в процессе управления и взаимодействия государственных учреждений, коммерческих структур и граждан.

Социальные сети стали частым инструментом продвижения государственных и муниципальных инициатив, политических проектов. С помощью этого канала коммуникации решаются сразу несколько важных задач: оперативное информирование аудитории, диалог с пользователями, получение обратной связи, в том числе в виде проведения опросов и исследований. Кроме того, публикации в соцсетях могут выступать инструментом укрепления имиджа отдельных личностей или целых ведомств, роста их популярности за счет грамотно выстроенной контент-стратегии.

Современные коммуникационные стратегии органов государственной власти Индонезии, базируясь на ценностях гражданского общества, проходящие в стране демократические преобразования, выстраиваются не только в соответствии с информационной и имиджевой политикой конкретной организации, но и отвечая необходимости отчетности перед населением. В демократическом государстве власть подконтрольна обществу, что достигается, в частности, открытостью властных структур, обеспечением доступа к важной и значимой информации, свободой слова, собраний и др. Информационное обеспечение и продвижение различных государственных проектов должно быть выстроено с учетом современных юридических норм, требований профессиональных этических кодексов, при обязательном использовании современных

методов взаимодействия с общественностью и ориентируясь на реальные интересы и потребности аудитории. Лишь в этом случае стратегия информационного продвижения официальных ведомств может быть действенной и эффективной.

Использование интернет-технологий в сфере государственного управления имеет целый ряд положительных моментов.

1. Привлечение внимания широкой интернет-аудитории к персоне лидера или ведомству.
2. Повышение интерактивности общения с целевой аудиторией.
3. Относительная дешевизна интернет-технологий, низкая стоимость контакта с представителями целевой аудитории.

Однако при наличии очевидных плюсов политики вынуждены столкнуться с тем, что в интернет-пространстве никогда не будет единого мнения и единого принятия предлагаемой информации. Поскольку государственные инициативы касаются большого количества людей, надо быть готовым к активному обсуждению внедряемых программ и инициатив в сети.

Для улучшения обслуживания и повышения результативности взаимодействия с общественностью Посольство Индонезии в Москве использует социальные сети как инструмент информирования граждан и всех заинтересованных и создания благоприятного имиджа организации.

В настоящее время Посольство развивает свои аккаунты в Facebook, Instagram, Twitter и ВКонтакте. Выбор социальных сетей был обусловлен популярностью каждой из них среди граждан государств России и Индонезии, привычками в потреблении политической и общественно значимой информации, а также присутствию важной бизнес-составляющей аудитории.

Если проанализировать контент аккаунтов Посольства Индонезии в Москве, то стоит отметить, что преобладают новостной (информация о государствен-

ных праздниках, фото- и видеоотчеты с мероприятий, важные даты для государств) и репутационный (например, фото контент с известными политиками и знаменитыми людьми, реплики экспертных лиц) контенты. Можно утверждать, что сегодня информация о Посольстве в социальных сетях больше представляет собой официальную новостную ленту, нежели сообщества с живыми, активными обсуждениями происходящих событий. К сожалению, обучающие, развлекательные, пользовательские, вовлекающие публикации практически отсутствуют. Хотя именно такие виды контента могли серьезным образом разнообразить новостную ленту, повысить интерактивность сообщений. Среди рекомендаций по повышению привлекательности официальных профилей государственных учреждений в социальных сетях стоит назвать следующие:

1. Публикация контента разного содержания и формата, в том числе аудио- и видеосообщений.

2. Активная работа по информационному наполнению как вертикальной новостной ленты, так и горизонтальной, то есть публикация сториз, «исчезающих» сообщений.

3. Повышение интерактивности контента. Эту роль могут выполнять, например, опросы, инициирование реакций подписчиков и обратной связи, квизы.

4. Адаптация публикаций под социальные сети в целом и под формат конкретных социальных сетей. Даже официальные сообщения в аккаунтах должны выглядеть иначе чем в лентах информационных агентств или на страницах печатных СМИ.

5. Использование полного спектра инструментария социальных сетей: поддержка общих акций, марафонов, ведение прямых эфиров, онлайн-трансляций и др.

Фавваз Ридан



Александра Шерне Специфика планирования мероприятий по повышению мотивации сотрудников в 2019–2020 гг.

(на примере банковской отрасли)

Аннотация: статья посвящена особенностям планирования мероприятий по повышению мотивации сотрудников банковской отрасли в 2019–20 гг. В ней представлены специфические черты банковского сектора, которые необходимо учитывать при разработке программы мотивации на внутреннем уровне. Автор на основе анализа информации в открытых источниках определил виды специальных мероприятий, наиболее востребованных в российской практике банковской отрасли до пандемии и в период активного распространения COVID-19.

Ключевые слова: специальное мероприятие, внутреннее мероприятие, банковская отрасль, мотивация сотрудников.

Далеко не все работодатели учитывают тот факт, что именно сотрудники в большей степени создают мнение на рынке об организации. Как правило, руководители компаний выстраивают отношения с органами власти, СМИ, партнерами, потребителями, совершенно забывая о сотрудниках. Тем не менее практика показывает, что именно лояльность коллектива влияет на создание благоприятного имиджа во внешней среде и помогает компании динамично развиваться и занимать лидирующие позиции в своем сегменте. Одним из способов повышения эффективности коммуникации с персоналом является проведение различных специальных мероприятий (праздников, тренингов, викторин, конкурсов). Они могут способствовать сближению сотрудников, выступать инструментом для устранения внутренних конфликтов и разногласий, являться залогом успеха и стабильности компании.

В условиях мирового экономического кризиса и пандемии COVID-19, когда возможности работодателя материально мотивировать персонал существенно ограничены, обостряется проблема удержания квалифицированных специалистов в компании. В связи с этим возникает необходимость оптимизировать

численность персонала и затраты на его содержание, а поскольку требования к оставшимся сотрудникам существенно возрастают, работодатели вынуждены искать дополнительные мотивационные факторы нематериального характера. Одним из них являются специальные мероприятия внутреннего характера.

Под внутренним специальным мероприятием мы понимаем иницилируемое и финансируемое компанией событие, организованное для сотрудников, членов семьи или иной целевой аудитории, направленное на поддержание внутрикорпоративной культуры, повышение мотивации персонала и достижение других бизнес-целей организации.

Банковский сектор имеет специфические черты, которые необходимо учитывать при планировании специальных мероприятий. Среди них:

1. Коллективная работа — одна из особенностей банковской отрасли, поэтому здесь так важно создать благоприятный психологический климат, который уже сам по себе будет выступать мотивирующим фактором для персонала. Мероприятия по тимбилдингу должны быть ориентированы на доверие, оптимизм, поддержку и внимание. С целью сплочения коллектива можно проводить такие мероприятия, как ежемесячный или ежеквартальный конкурс на лучшего сотрудника. Проведение подобного рода мероприятий является неотъемлемым инструментом мотивации сотрудников.

2. Клиентоориентированность. Банковская сфера напрямую связана с удовлетворением потребностей клиентов, и от лояльности последних зависит финансовое положение банка, так как клиенты делают вклады, берут кредиты и доверяют свои сбережения компании. Чтобы усилить лояльность существующих клиентов и привлечь новых, необходимо проводить тренинги, направленные на построение успешной коммуникации с потребителем, изучение правил вежливого взаимодействия. Довольный клиент — мотивированный сотрудник, так как он видит положительный результат своей деятельности и деятельности компании, в которой он работает.

3. Ориентированность сотрудников на карьерный рост. Поэтому в этой отрасли наиболее актуальны обучающие мероприятия, цель которых мотивировать персонал к карьерному росту. Именно перспектива

Об авторе: Шерне Александра Сергеевна, студентка 2-го курса Санкт-Петербургского государственного экономического университета (направление «Управление персоналом»).

повышения должности — фактор, который позволяет не только сохранить сотрудника в компании, но и стимулирует его уверенно двигаться вперед, достигая глобальных целей банка. Следует отметить, что обучающие мероприятия для банковских работников эффективны только в случае их регулярного проведения.

4. Масштабность мероприятий. География присутствия банков является обширной, так как кроме главного офиса существует множество отделений в различных регионах страны. Например, в Сбербанке, крупнейшем банке России, Центральной и Восточной Европы, количество подразделений насчитывает 14200 в 83 субъектах РФ [1]. Для того, чтобы достичь высоких финансовых результатов в мотивации труда, необходимо гармонично сочетать интересы самого банка, его подразделений и конкретных сотрудников.

5. Значимость периода адаптации для новых сотрудников. Именно на стадии адаптации можно замотивировать персонал. Например, на стадии знакомства сотрудника с коллективом и ценностями организации, можно сплотить уже сформированный коллектив.

6. Высокая текучесть кадров. Данное явление не позволяет сформировать целостный коллектив и напрямую влияет на снижение производительности труда и неконкурентоспособность компании. Как правило, основания ухода и увольнения являются отсутствие эффективной коммуникации между руководством и персоналом, высокий уровень стресса в организации. Поэтому необходимо увеличить количество мероприятий, направленных на взаимодействие вышестоящего руководства и сотрудников отделений банков, на психологическую разгрузку сотрудников.

7. Тенденция к расширению функционала, когда банк перестает быть просто банком, оказывающим финансовые услуги. Например, Сбербанк в период пандемии 24 сентября 2020 г. объявил себя экосистемой и перешел на новый бренд «Сбер». Отметим, что экосистема функционировала еще до даты официального запуска, но только в отдельных отраслях (так, существовали служба доставки продуктов на дом «СберМаркет», помощник по выбору и покупке автомобиля онлайн «СберАвто», интернет-сервис по поиску и подбору врачей «СберЗдоровье», приложение по поиску ресторана «СберФуд»). Соответственно, компаниям необходимо расширять штат сотрудников для эффективной работы экосистемы. «Сбер» — пока первая экосистема, действующая в России. Под экосистемой Г. О. Греф понимает систему, в которой клиент является главным лицом и дирижером, а сама система вторична по отношению к потребителю. «Ваша проблема — наша возможность», — заявил глава Сбербанка. В настоящее время в данной отрасли «Сбер» не имеет конкурентов, но в будущем стоит ожидать появления новых игроков в этой нише. Так, уже в 2020 г. основным конкурентом «Сбера» должен был стать «Тинькофф» в коллаборации с «Яндекс», который расширил круг своих возможностей.

На основе анализа представленной в открытых источниках информации крупных игроков банковской отрасли России мы выяснили, что наиболее востребованными видами внутренних мероприятий являются:

1) *командообразующие* — данный вид активно используют крупнейшие банки России, так как он позволяет сплотить сотрудников не только головного офиса, но и разных подразделений по всей стране. С помощью таких мероприятий банк достигает бизнес-цели, получая на выходе мотивированного сотрудника. Так, в марте 2019 г. Сбербанк провел необычное командообразующее мероприятие для своих сотрудников — двухдневный экстремальный тимбилдинг. Цель подобного рода мероприятий — повысить сплоченность и стремление помочь коллеге, выручить его в подходящий момент. Тимбилдинг был проведен по мотивам знаменитой передачи «Форт Боярд», что повысило интерес сотрудников к мероприятию. Участникам предстояло пройти 15 этапов различной сложности, где нужно не только побороть свой страх, но и проявить ловкость и смекалку. Ни холод, ни дождь, ни сильный ветер не смогли сломить дух игроков. Сотрудники успешно прошли все испытания, получили ключи от Паспарту, правильно ответили на сложнейшие вопросы мудреца Фуру. По отзывам самих участников, на площадке царил прекрасная атмосфера. В итоге сотрудники в который раз убедились, что только благодаря сплоченному, дружному коллективу можно добиться высокого результата. В данном мероприятии испытали свою ловкость и проявили ум около 500 сотрудников [2];

2) *обучающие мероприятия* — так, ПАО Сбербанк успешно реализовал в 2019 г. актуальный проект корпоративного обучения «Перезапуск», направленный на обучение сотрудников IT-специальностям. Персоналу предложили освоить новые уникальные на рынке профессии. Специалисты разработали программу повышения IT-уровня сотрудников с нулевого до junior. Данный проект был выдвинут для участия в бизнес-премии WOW! HR в номинации Be Cool в 2020 г. Цель — организовать переобучение талантливых сотрудников востребованным специальностям, требующим знаний цифровых технологий, с дальнейшим трудоустройством. В проекте мог принять участие абсолютно любой сотрудник по индивидуальной траектории. Средние затраты на подготовку одного специалиста составили 45 тысяч рублей. Стоит отметить, что для сотрудников банка обучение было бесплатным и проходило исключительно в нерабочее время. Данная программа действовала по всей стране и предполагала возможность смены сотрудником своего функционала в компании. С начала программы «Перезапуск» прошли обучение 520 человек за 10 месяцев, а к 2020 г. — около 3000 [3]. Отметим, что обучающие мероприятия — уникальная возможность не только для сотрудника, но и для банка. Ведь изучая что-то новое, специалист расширяет функционал своих возможностей для достижения целей компании. Обучение может носить как краткосрочный, так и долгосрочный характер. Еще до введения режима самоизоляции наблюдалась тенденция к преобладанию дистанционного обучения сотрудников финансовой отрасли;

3) мероприятия по адаптации новых сотрудников. С чего начать путь в компании и как не чувствовать себя отстраненным? Подобным вопросом задавался

практически каждый сотрудник банка. Хотя система адаптации к 2019 г. в банке «Открытие» уже была разработана и реализована, но требовала качественно нового подхода. Обновленный бизнес-процесс был запущен на основе уже внедренной системы WebTutor. Цель — создать гибкое, простое решение для адаптации новых сотрудников. Путь нового специалиста в банке «Открытие» начинается с регистрации на портале <https://people.open.ru/>. Первый рабочий день стартует с welcome-рассылки, которая включает в себя ссылку на учебный курс и программу адаптации. Также в банке «Открытие» новому сотруднику назначают наставника, который служит для новичка функциональным тренером. Сама программа адаптации включает в себя решение многоступенчатых задач, с которыми необходимо справиться как в ближайшее время, так и на 20-й, 50-й и 70-й день. Они помогают оценить отношение сотрудника к работе и его вовлеченность в процесс. Также для комфортной адаптации предлагается пройти тренинги, онлайн-курсы, вебинары. Еще одной особенностью является интерактивный бот-помощник, который может дать ответы на интересующие вопросы [4];

4) *развлекательные мероприятия* — по результатам исследования портала SuperJob «Затраты банков на новогодние мероприятия в 2019 году», практически треть банков увеличили затраты на организацию новогодних мероприятий, треть потратили столько же, сколько и в 2018 г., и лишь 7% — снизили. В основном в 2019 г. новогодние корпоративы проходили в середине или в конце декабря, но два крупнейших банка решили выделиться и провели корпоративы в начале месяца — это «Банк Открытие» (6 декабря), «Тинькофф Банк» (12 декабря). Самый масштабный праздник в 2019 г. для своих сотрудников устроил «Альфа-Банк»: более 50 площадок во всех уголках нашей страны. Самое массовое мероприятие было организовано в Москве, в клубе Arena, новогодний корпоратив посетили более 3 тыс. сотрудников. Вход был платным, по словам организаторов стоил 2,5 тыс. руб. За данную стоимость сотрудники смогли побывать на концерте российских звезд (например, Тимати и Лободы), также для них был организован фуршет, *sandy bar*, по всей площадке расставлены тематические фотозоны.

В 2019 г. новогодние корпоративы проводили не только в помещениях, но и в формате *open air*. Так, «Тинькофф Банк» отметил Новый год на катке Красной Площади ГУМ-Каток. «МТС Банк» провел мероприятие на катке в саду «Эрмитаж», организовав представление по мотивам новогодней сказки «Щелкунчик».

Некоторые крупные банки отказались от организации централизованного новогоднего корпоратива. Например, в Сбербанке каждое подразделение организовывало мероприятие самостоятельно. Традиционно не устраивали корпоративы ВТБ и «Ситибанк».

Новогодние корпоративы организуются банками для подведения итогов года и награждения лучших сотрудников. Такой формат — это не только завораживающее развлекательное мероприятие, но и командообразующее, объединяющее коллег и повышающее вовлеченность сотрудников в жизнь банка. В среднем для организации новогоднего корпоратива банки на 1 тысячу сотрудников тратят от 15 млн. руб., т. е. 15 тысяч рублей на одного человека.

Проведение новогоднего корпоратива — традиция многих крупных банков, которая остается неизменной на протяжении многих лет. И хотя для банков это определенные расходы, отказаться от развлекательного мероприятия подобного рода даже в условиях пандемии согласны далеко не все. В 2020 г. большинство банков приняли решение провести новогодние корпоративы с учетом всех имеющихся возможностей и введенных ограничений, выбрав для этого *zoom*-мероприятие в онлайн. Наибольшей популярностью на цифровых вечеринках пользовался формат интервью, *public talk* ведущего и топ-менеджера.

В формате онлайн отпраздновал свой день рождения «Абсолют Банк». В разгар пандемии 22 апреля 2020 г. банку исполнилось 27 лет. Праздник решили не пропускать, несмотря на ограничения. В сложившейся ситуации вместо зала использовали платформу для онлайн-трансляций, бумажные приглашения сменились QR-кодами.

Организация мероприятий по повышению мотивации сотрудников в банковской отрасли — одна из самых важных функций HR-специалиста. По оценкам экспертов, во время кризиса важность мотивации возрастает в два раза. В сложных экономических условиях для сотрудников главное — сохранить чувство стабильности и определенности, поэтому специальные мероприятия как метод нематериальной мотивации персонала приобретают особую значимость в непростые времена.

г. Санкт-Петербург

Литература

1. Сбербанк сегодня.— Режим доступа: <https://www.sberbank.ru/ru/about/main> (дата обращения: 20.03.21).
2. Сбербанк Форт Боярд.— Режим доступа: <http://evento-group.ru/portfolio/181—sberbank-fort-boyard.html> (дата обращения: 22.03.2021).
3. «Перезапуск»: как Сбербанк обучает сотрудников IT-специальностям.— Режим доступа: <https://hr-tv.ru/articles/perezapusk-kak-sberbank-obuchaet-sotrudnikov-it-spetsialnostjam.html> (дата обращения: 23.03.2021).
4. Как создать современную и удобную адаптацию новых сотрудников — кейс банка «Открытие».— Режим доступа: <http://blog.websoft.ru/2020/02/blog-post.html> (дата обращения: 24.03.2021).



Андрей Громов, Константин Тулунов **Ярославль против Москвы** Великое противостояние двух архитектурных центров XVII века



**О том, как
в XVII веке сошлись
в архитектурной битве
державная и торговая
столицы России**

Настоящий расцвет русского зодчества — XVII век, именно он создает картину древнерусской архитектуры как массовой и как актуальной (окружающей нас). Интересно, что в основе всего этого богатства лежит противостояние Москвы и Ярославля. Именно в этих двух городах было построено самое большое количество каменных церквей: в Москве около 200, а в Ярославле около 60 (для сравнения в Вологде, Нижнем и Казани, которые замыкают топ-5 русских городов по количеству построенных в XVII веке каменных храмов, не больше 25). Именно здесь появились и развивались две противопоставленные друг другу архитектурные школы, которые определили облик всей русской архитектуры в этом столетии.

Почему Москва, в общем, понятно без особых объяснений — столица... А вот почему Ярославль, следует пояснить. Уже в конце XVI века Ярославль стал крупнейшим торговым центром. Он оказался на перекрестке важнейших торговых путей: на север в Архангельск — главный путь торговли с Европой, «открытый» в XVI веке; и на Юг по Волге и далее в Каспийское море и Персию. Даже на Восток в Сибирь многие торговые пути тоже шли тогда через Ярославль. Более того, во время смуты он стал не только торговым, но и политическим центром. Именно в Ярославле была ставка второго ополчения, именно из Ярославля оно двинулось на Москву. При этом Ярославль даже не был епархиальным центром — резиденция митрополита Ростовского и Ярославского была в Ростове.

То есть в архитектурной битве XVII века сошлись державная и торговая столицы России.

Величественная провинция и скромная столица

Древнерусская архитектура была специфичной. Те, кого мы называем зодчими, не столько придумы-

вали новые формы церкви, сколько воспроизводили образцы, выбирая и изменяя их под конкретные пожелания заказчика, а также под имеющиеся ресурсы, включая качество строительных артелей и мастеров, особенности местности и свои представления о прекрасном и божественном. К тому же из-за смуты почти двадцать лет никто никаких церквей не строил, и возникла проблема как с актуальными образцами, так и с мастерами.

И когда в Москве возобновилось каменное строительство, то стали ориентироваться на самые простые, не требующие уникального мастерства и больших ресурсов бесстолпные храмы конца XVI века. Они не такие величественные, как четырехстолпные, их общий объем намного меньше, на них не поставишь мощные купола — своды не выдержат, но зато их строить намного проще, а внутреннее пространство за счет отсутствия мощных колонн даже увеличивалось. Такими образцами стали малый Собор Донского монастыря и церковь Троицы Живоначальной в Хорошове. Это небольшие одноглавые соборы с горкой кокошников. По этим образцам в 1626 году была построена церковь Покрова Пресвятой Богородицы в Рубцове и дальше именно такой тип храмов стал доминирующим в Москве.

А в купеческом Ярославле взяли за основу совсем другие архитектурные образцы конца XVI века:



Фото 1. Храм Живоначальной Троицы в Хорошеве. Трапезная и колокольня, разумеется, приделаны к церкви в XIX веке.

Об авторах: Андрей Громов, главный редактор журнала *Republic-Siber*. Константин Тулунов, вице-президент по развитию бизнеса в Топливной компании «ТВЭЛ» Ростатома.



Фото 2. Ярославль. Церковь Николая Надеина. Сейчас церковь зажата во дворе элитных домов сталинского времени. И, кстати, ярославские мастера все-таки не идеально справились со сложной задачей строительства храма соборного типа. Первый блин вышел немного комом. Храм изначально был пятиглавым, как мы и написали выше, но общая конструкция оказалась ненадежной, и потом пришлось убирать дополнительные главы, чтобы снизить нагрузку. Теперь церковь Николая Надеина одноглавая.

Спасо-Преображенский собор в Больших Вяземах и собор Авраамиева монастыря в Ростове Великом. Идея купеческой столицы, идея нового мира и новой России, которую воссоздали, по сути дела, на купеческие и посадские деньги, предопределила выбор храмов соборного типа — четырехстолпных (редко двухстолпных) с мощными главами и куполами, галереями и приделами. Тот тип храмов, что составлял величие и славу русского зодчества, тот тип храмов, что строили себе князья и великие монастыри.

Причем в Ярославле начали строить храмы даже раньше, чем в Москве. Первые каменные церкви после смуты были построены еще в конце 1610-х годов: Входеоерусалимская (радикально перестроена в XIX веке) и Введенская надвратная церковь Спасо-Преображенского монастыря (от нее сохранилось только основание — там, где сейчас главные ворота Ярославского Кремля). А в 1620–21 году строится приходская церковь Николая Надеина — четырехстолпная, пятиглавая, с галереями. И дальше практически все приходские церкви Ярославля в XVII веке были именно такими.

Купола. Такое разное пятиглавие

Прообразом московских бесстолпных храмов были одноглавые церкви XVI века. И первые московские «новостройки» были тоже одноглавыми. Это был не эстетический, а конструктивный выбор: дополнительные главы критически увеличили бы нагрузку на конструкцию, и она бы просто не выдержала их.

Однако эстетическая мода на пятиглавие взяла свое. И, чтобы вписать пятиглавие в бесстолпную конструкцию, главы и купола стали делать маленькими, легкими, ажурными. Чаще всего глухими — они не играли роли дополнительных источников света.

В Ярославле четырехстолпная структура позволяла увеличивать давление на конструкцию, а потому пятиглавие тут было изначально. А развитие его пошло по пути, строго противоположному московскому. В Ярославле главы становились все крупнее и мощнее. Типологически это почти всегда огромные луковичные главы, на мощных барабанах. В итоге в конце XVII века появился особый тип ярославских храмов, где основная часть постройки заметно ниже, чем высота глав.

Самый радикальный храм Петра и Павла на Волге не сохранился, но и сохранившихся, например, Федоровской церкви, достаточно, чтобы поразиться этому феномену и восхититься им.

Два храма — два мира

Выбор разных типов храмов предопределил и совершенно разное развитие храмовых комплексов. В Москве бесстолпный храм скромного объема предопределил развитие горизонтально-вертикальных структур. К храму с запада стали пристраивать невысокие вытянутые пристройки — трапезные. Они тоже не требовали большого строительного мастерства, отлично сочетались с объемом основного храма и создавали дополнительное пространство, в том числе и для службы в зимнее время (подробнее об этом в статье про трапезные). Ну, а к трапезным уже в свою очередь стали пристраивать колокольни, которые создавали дополнительную (и доминирующую) вертикаль. Так появился, распространился и развился один из самых главных типов русского храма — «корабль»: выстроенные в линию церкви, трапезная и колокольня. А первым таким «кораблем» считается церковь Григория Неокесарийского на Полянке. Не все московские храмы выглядели именно так (к тому же многие трапезные и колокольни были сильно перестроены в XVIII–XIX веках), но трехчастная композиция была повсеместной.

В Ярославле же всё иначе: никаких «кораблей» и никаких трапезных. Функцию расширения неслужебного пространства храма взяли на себя галереи, которые

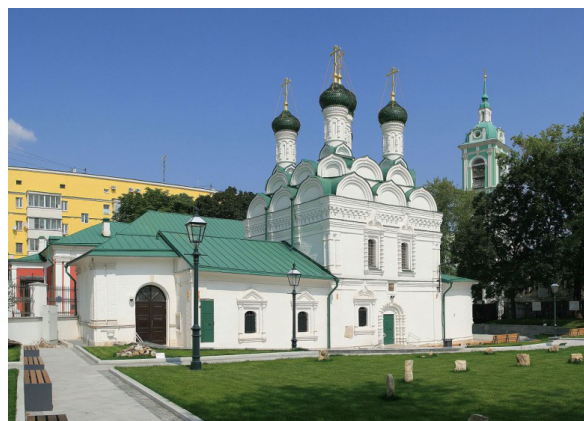


Фото 3. Москва. Церковь Михаила и Федора Черниговского. 1675 год. Тут типичные «московские» главы XVII века. Легкие, стройные, глухие. Ну и горка кокошиков под ними. Колокольня на заднем плане построена в XVIII веке и относится к совсем другому храму — Усекновения Главы Иоанна Предтечи под Бором



Фото 4. Ярославль. Федоровская церковь. Маленькая главка над приделом по размеру и типу как раз очень близка московским. Сравните ее с главами основного объема и почувствуйте разницу.

в Ярославле довольно рано стали делать крытыми (в церкви Николая Надеина изначально была открытая галерея, как в Преображенской церкви в Вяземах, но потом ее перекрыли, и она обрела нынешний вид). А вот функцию зимних храмов надо было реализовывать отдельно, и потому чаще всего рядом с величественным собором строили небольшую теплую церковь. Колокольню пристраивали либо с северо-западного угла храма, либо она вообще стояла отдельно.

В итоге сформировался особый ярославский ансамбль, и многие церкви сразу строились с учетом всей композиции: пятиглавый храм соборного типа с закрытыми галереями, маленькая теплая церковь и колокольня. Они могли быть компактными — прижатые друг к другу; могли быть разнесенными в пространстве церковного двора, но выстраивались как единое целое. Чаще всего эти комплексы построены на игре, в которой с мощным луковичным пятиглавием сочетались шатровые решения колоколен и приделов. Собственно, шатровые приделы и колокольня стали также общим элементом для всего ярославского стиля.

Большинство ансамблей не сохранилось в полноте — теплые церкви перестраивались или (в советское время) сносились, как не представляющие архитектурной ценности. Сейчас таких комплексов осталось чуть меньше 10. Самые значительные: Храм Николая Мокрого, Иоанна Златоуста в Коровниках, церковь Дмитрия Солунского и Федоровский собор.

Величественная провинция и роскошная столица

Помните, мы писали про горку кокошников на первом московском храме XVII века и его прообразах XVI века. Так вот, эта горка кокошников имела большое значение. Пусть нет достаточных ресурсов, нет мастеров, способных строить что-то величественное, да и настроение не совсем то. Но вот можно с помощью этих кокошников сделать что-то простое, но очень красивое, бурлящее, живое.

Когда в Москве снова сосредоточились ресурсы, а столичный пафос стал набирать мощь, именно эта идея украшения сделалась определяющей. Продолжая строить простые одностолпные храмы и «корабельные комплексы», все основные ресурсы, как материальные, так и творческие, в Москве были направлены на убранство церквей. Внешнее убранство московских храмов выстраивается так, чтобы не оставить пустого места, чтобы заполнить декором всю поверхность. Сверху горки кокошников, наличники в самых разных вариантах (причем часто сразу нескольких типов), разнообразные порталы, профилированные структуры, изразцы и еще всякие ширинки (квадратные углубления в стене с орнаментом или изразцами внутри), полуколонки (витые, рифленые), бегуницы (кирпичная кладка, создающая орнаментальный узор из последовательных треугольников) и поребрики. Ко всему прочему, московские храмы начали строить в расцвете на расцвете.

Это буйство декоративных элементов появляется в Москве сразу же — опять же вспомним про горки кокошников, а дальше идет по нарастающей и уже в 50-х годах приобретает черты сложившегося стиля. Который в XIX веке, не без пошлости, назовут «русским узорочьем» («дивным узорочьем»).

Храм Григория Неокесарийского на Полянке, храм Николая в Пыжах, Храм Николая Чудотворца в Хамовниках, храм Троицы Живоначальной в Останкине, ну и, конечно, храм Троицы в Никитниках — это только самые очевидные примеры из числа сохранившихся.

В Ярославле никакого буйства декора на фасадах, как правило, нет. Там все вполне скромно. Часто это пустые белые стены. Декором в основном украшали галереи и колокольни — но тоже без избытка: столбики, изразцы, ширинки, орнаментальные пояса. К концу XVII века под влиянием московской архитектуры в Ярославле начинают все богаче декорировать храмы, но все равно основное пространство стен оставляют по большей части открытым. Показательно, что в хра-

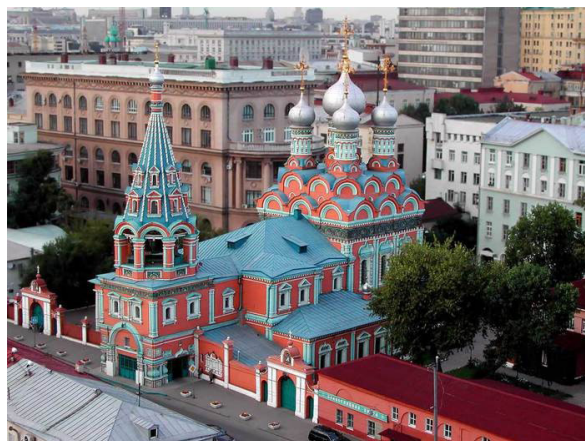


Фото 5. Москва. Храм Григория Неокесарийского. Трапезная была немного перестроена и надстроена в XIX веке. Но общую структуру первого храма «кораблем» видно очень хорошо. Так же, как и все основные черты московского стиля.

ме Иоанна Златоуста в Коровниках резные колонны по углам были добавлены в самом конце XVII века.

Сейчас на фоне послепетровской архитектуры и русско-византийского стиля XIX века нам кажется, что вся архитектура XVII века — это один общий поток развития древнерусской архитектуры, и храмы Москвы мало чем отличаются от храмов Ярославля. Но это совсем не так. Это два разных мира, два разных влияния на всю русскую церковную архитектуру. Две разные идеи русского храма и пространства, которое

они организуют. Просто надо научиться это видеть. И тогда все станет еще интереснее.

Все-таки удивительное время этот XVII век: русская купеческая провинция говорит на равных с Москвой, соперничает с ней и даже превосходит в традиционализме, монументальности и величественности. А державная Москва отвечает ей не помпезностью и пафосом, а легкостью, игрой форм и феерией красок.

Впервые опубликовано на: <https://republic.ru/posts/99849>

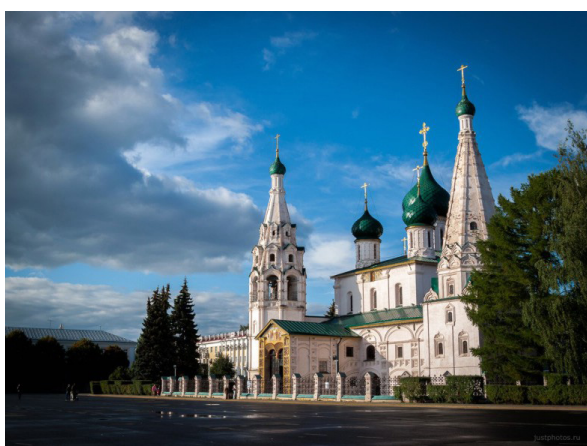


Фото 6. Ярославль. Церковь Ильи Пророка. Четырехстолпный храм с пятью мощными главами (световыми), крытой галереей, шатровой колокольней в северо-западном углу и приделом с шатровым завершением.

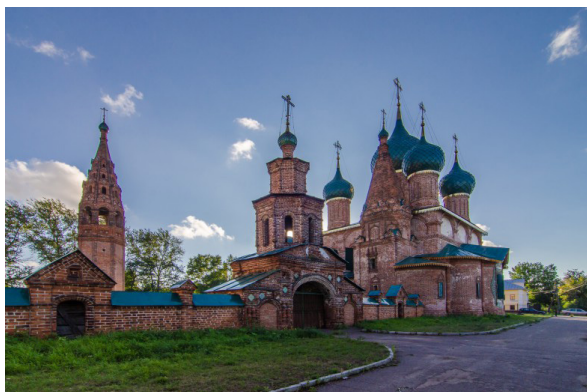


Фото 7. Ярославль. Церковь Иоанна Златоуста в Коровниках. Тут шатровая колокольня стоит отдельно от церкви.

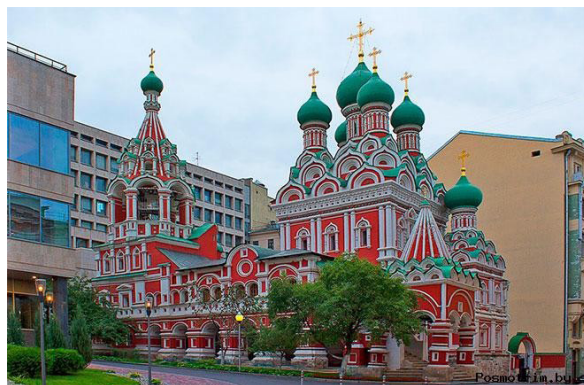


Фото 8. Москва. Церковь Троицы в Никитниках. Кстати, уродливое здание на заднем плане — это один из корпусов администрации президента РФ. И на ближнем плане тоже. Так вышло, что один из самых главных шедевров русской архитектуры находится на полузакрытой территории, принадлежащей АП. Об этой церкви и ее окружении у нас был отдельный текст.

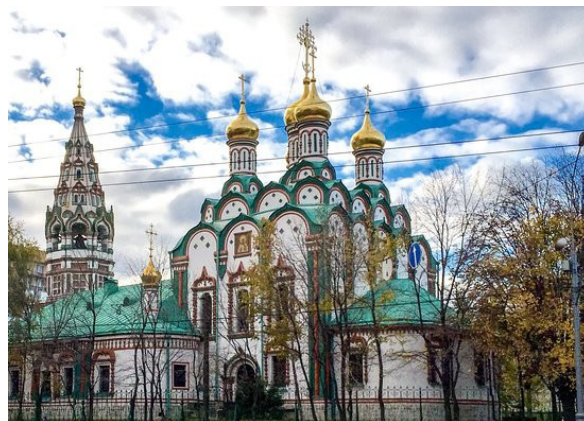


Фото 9. Москва. Храм Николая Чудотворца в Ховниках.

Виктор Захарченко: «Впервые в России наш хуторской хор исполнил ораторию Гайдна “Сотворение мира”»

В нынешнем юбилейном году 210-летия Кубанского казачьего хора, которым 47 лет руководит народный артист России профессор В. Г. Захарченко, каждый из нас вправе воздать с почтением слова благодарности Виктору Гавриловичу за героическую музыкально-патриотическую свершений во имя России, во Славу Кубани. 22 марта духовному вдохновителю русской, казачьей культуры исполнилось 83 года. «Вы — достояние нашего края. Вы — легенда, которая дает возможность людям надеяться на то, что всегда есть вера и любовь, потому что в нашей кубанской песне, в вашей песне всегда есть надежда», — с такими словами к патриарху христианской чести обратился губернатор Краснодарского края В. И. Кондратьев в Центральном концертном зале на ул. Красной, 5.

Герой Труда России, дважды лауреат Государственной премии РФ, лауреат международной премии Фонда Андрея Первозванного, дважды Герой труда Кубани, уникальный песенный композитор, крупный ученый-фольклорист, выдающийся хоровой дирижер, главный вдохновитель Кубанского казачьего хора, общественный деятель, выходец из станицы Дядьковской, Виктор Захарченко создал более 300 музыкальных произведений и обработал около двух тысяч народных песен. В 1995 году в качестве гимна Краснодарского края была принята его авторская обработка песни «Ты, Кубань, ты наша Родина...». Ученик величайшего хормейстера Владимира Николаевича Минина, аспирант самого Евгения Владимировича Гиппиуса, Виктор Захарченко удостоен званий народного артиста РСФСР, Украины и Абхазии, заслуженного артиста Южной Осетии.

Народная культура — понятие широкое, многоярусное. В нее входят не только музыка, песни и пляски. Это и традиции, и обряды, и народные промыслы. Это вера народа и его мироощущение. Благодаря феноменальному дуединству — Виктор Захарченко и Кубанский казачий хор — мы, кубанцы, можем знать свою историю и с каждой новой песней возвращаться к своим истокам.

В 1936 году было принято постановление советской власти о создании Кубанского казачьего хора. До официального документа никто не знал историю этого музыкального коллектива.

— *Историю Кубанского казачьего хора надо начинать не с 1936, а с 1 октября (по новому стилю 14-го) 1810 года. Этот день приходится на Покров Святой Богородицы. По инициативе протоиерея Кирилла Россинского был создан Войсковой певческий хор Черноморского казачьего войска. Тогда это был Черноморский хор,*

на Кубань пришли черноморцы и создали церковный хор. Это деталь самая важная. Именно церковный. Казаки участвовали во всех российских войнах и революциях. Екатерина Вторая подарила Черноморскому войску две серебряные трубы и две серебряные литавры для того, чтобы помимо хора был еще и оркестр. (В античном театре оркестром служила площадка для хора.) Поэтому были созданы певческий и музыкантский хоры, — рассказывает Виктор Гаврилович. — Вначале это был духовой оркестр, и уже через небольшое время он стал симфоническим. Функции и предназначение Войскового певческого хора определились как церковного православного коллектива. Широко был масштаб у этого хора: утром пели литургию, вечером всенощное бдение, все церковные требы. Все делалось исправно. Но самое главное, также по инициативе Кирилла Россинского было у нас построено более 20 храмов, а так как казаки были православными, то должны были утверждать православную веру на Кубани. Не сомневаюсь, что Кирилла Россинского канонизируют, так же как и гениальнейшего русского полководца Александра Суворова. Придет время — и все расставится по своим местам. В 1860 году по Указу императора Александра II войско линейных и войско черноморских казаков объединили и было образовано Кубанское казачье войско. Теперь хор стал певческим хором Кубанского казачьего войска. Так вот этот самый хор пел народные песни. Тот репертуар, который хор пел до революции, я уже опубликовал.

В настоящее время В. Г. Захарченко занят выпуском собрания сочинений в 18 томах, посвященных истории Кубанского казачьего хора. На протяжении нескольких десятилетий Виктор Гаврилович собирал по крохам из всех российских библиотек и государственных архивов ценнейшую информацию о старейшем национальном казачьем коллективе, появившемся в России и официально утвержденном в 1811 году.

Опираясь на старинные фактические документы, на маленькие книжечки Акима Дмитриевича Бигдая, в которых было всего по 40 песен, Виктор Захарченко систематизировал все и издал полномасштабный песенный сборник «А. Д. Бигдай — собиратель народных песен Кубани». Дореволюционный хор уже к концу XIX века исполнял классическую музыку В. А. Моцарта, Л. Бетховена, Р. Вагнера, А. А. Архангельского, М. И. Глинки, Н. А. Римского-Корсакова, А. Г. Рубинштейна, П. И. Чайковского, казачьи песни Украины и Кубани.

— *Впервые в России наш хуторской хор исполнил ораторию Гайдна «Сотворение мира». Сей факт должен знать каждый. Это был лучший певческий хор России. Его слушал Александр II, Александр III, ему благоволила*

Екатерина II. Наш казачий хор — уникальное мировое явление, — продолжает В. Г. Захарченко. — Главным предназначением у этого певческого хора было славить Господа Бога. Во время Гражданской войны, когда началось поголовное истребление казаков, казаки вынуждены были спасаться — многие уехали в Грецию, в Сербию. И вот там они в гонениях совершили свой главный подвиг. Сохранили Войсковой певческий хор. Несмотря на такую кровавую страницу в истории казачества, они несли гордо знамя искусства. Не имея на чужбине ни квартир, ни сытой жизни, они смогли спасти хор. Это было время истребления и казачества, и веры одновременно. Войсковой священник Константин Образцов, автор Гимна Кубани «Ты, Кубань, ты наша Родина», был расстрелян, первый исполнитель Гимна Александр Авдеев тоже расстрелян в 1929 году, позже Григорий Концевич — в 1937 году. Они были просветителями по сути. Всех их реабилитировали через 70 с лишним лет. Все эти факты говорят о том, что песенную традицию казаки сохранили даже в изгнании, в песне они черпали силу, сохраняли веру, духовные традиции. Я опубликовал о праздновании 100-летия хора книгу. Кстати, из 13 хоров России Кубанский казачий хор — единственный реабилитированный хор. Все остальные хоры исчезли, потому что потеряли свою историю. Кубанский казачий хор — это хор мучеников. А мы — их правопреемники. Это единственный старейший коллектив в России с такой биографией. Поскольку мы реабилитированы, мы установили День памяти кубанского казачьего хора. Мы по сегодняшний день ведем борьбу за наши традиции и ценности, за правопреемственность Кубанского казачьего хора, за нашу историю. Не допустим, чтобы ее переписывали. Историческая миссия нашего региона — процесс собственного возрождения. Казаки всегда поддерживали государство, выступали на его защиту — даже ценой своей жизни.

Можем ли мы представить Кубань без Кубанского казачьего хора, без его ведущего наставника Виктора Захарченко?! Конечно, нет. Это была бы не Кубань, а обычный российский край. Кто из нас хоть раз задумался о том, что современная мегапопулярность хора зиждется на лестнице, уходящей в ст. Дядьковскую, откуда родом родители музыкального народного гения. Будучи сиротой, мама Наталья Алексеевна Носкова, прожившая тяжелую, но счастливую жизнь, в браке с черноморским казаком Гавриилом Ивановичем Захарченко создали большую крепкую семью.

— Детство было трудное. Но оно скрашивалось песней. Отец своим голосом мастерски копировал звучание разных музыкальных инструментов и мечтал, чтобы хотя бы один из детей стал профессиональным музыкантом. Мама часто говорила мне уже взрослому: «Эх, дожив бы батько, порадувався бы». Музыкальность во мне — это генетическая закономерность. Чем, скажем, Захарченко отличается от других руководителей народных хоров? Я знаю всю казачью жизнь изнутри. Если многие руководители заинтересовались народной песенной культурой на определенном этапе становления: кто в школе, кто в консерватории, то я рожден в казачьем стане. Живое вырастает из живого. У меня в жизни все складывается по промыслу Божьему.

Мама была заядлая певунья, отец мой купил патефон. Я с малства слушал Сергея Лемешева «Вдоль по улице метелица метет», Федора Шаляпина, была пластинка «Хор им. Пятницкого», и это в предвоенном году, я все хорошо помню, особенно музыку, даже ребенком подпевал. Потом война, голод, патефон обменяли на продукты. Я родился в 1938 году. Уже в трехлетнем возрасте видел тяжелую жизнь своих родных. Папа ушел на фронт, мама одна воспитывала четверых детей. В селе остались женщины, дети и старики. Уходили на работу все вместе и приходили вместе. Помню с детства, как у нас собираются люди, обнимаются и начинают петь, как песня людей берегла, как она их поднимала. Пели и рыдали, пели так, что душу раздирало. Искусство способно потрясать людей. Для них песня была больше, чем молитва, она их объединяла. Они выплакивали песней все свое горе: война, у одной муж погиб, у другой сын, у третьей — и муж, и сын. Храмы были закрыты, церкви не работали, люди сами устраивали маленькие хоры. И вот так, поддерживая друг друга, выжили, более того, научились жить, закалились. Я всегда думаю, что Господь неслучайно меня до 17 лет держал в станице Дядьковской, не пускал меня в город, к музыке. Если б не было моего детства, моей матушки, не было бы и моей музыки. Мама моя прожила 90 лет.

На торжественном концерте «В день весеннего равноденствия», посвященном 83-летию В. Захарченко, зрители услышали в авторской трактовке и те народные песни, которые Виктор Гаврилович вынес из детства от мамы и папы: «Ой там у саду», «Гэй у мэнэ був коняка». Любовь к матери композитор выразил в трогательном посвящении «Бедная птичка» в исполнении солистки хора Анны Воронцовой. Это духовный стих от матери, записанный сыном. Зал замер, а потом взорвался бурными продолжительными овациями.

Отточенными дирижерскими движениями управляя хором, Виктор Захарченко почти после каждой песни давал комментарий, раскрывая историю создания музыкального произведения, почему он обратился именно к стихам Ю. Кузнецова, Л. Украинки, Н. Зиновьева. Рассказывая об истории песни «Поэт вызвал мир на битву» («Смерть поэта») на стихи Н. А. Зиновьева, Виктор Гаврилович представил Николая Александровича. Поэт встал, и зал ему аплодировал. Когда хор спел эту раздирающую душу песню, многие не смогли скрыть своих слез. Поэт и музыкант смогли довести Слово до сердца слушателя.

— Слова, проникшие в душу человека, очищают ее. Это своего рода покаяние. А какое покаяние без слез? Хор еще не начал петь, зал уже встал, — делится эмоциями Виктор Гаврилович Захарченко.

Песни Кубанского казачьего хора наполнены глубоким национально-корневым смыслом. Каждое исполнение трогает до глубины души. Какую бы песню ни исполнил хор, зал реагировал бурными, нескончаемыми аплодисментами, некоторые зрители вставали, крестились и кланялись хору.

— Любая песня хора — это судьба казака, — продолжает В. Г. Захарченко. — Все должны знать, без веры нет

Отечества, без Отечества нет семьи, без семьи нет песни. Наша святая обязанность — сохранить православную веру казака через его самобытную культуру. Нам надо защищать наши традиции, которые соединяют наши поколения — те, что были 300 лет до нас и сегодняшний день. Ибо когда есть разрыв и не знаем историю — это катастрофа. Ведь посмотрите, из-за чего в стране такой шум поднялся. Из-за поправок к конституции. А там уже есть слово Бог. В. В. Путин внес поправку к статье 67 о том, что Российская Федерация, объединенная тысячелетней историей, сохраняя память предков, передавших нам идеалы и веру в Бога, признает исторически сложившееся государственное единство. А это означает: где Бог, там и Русь, там и Кубань-матушка, ее народ, песни, которые будут звучать по всему миру. Наш коллектив — это духовная святыня. Это достояние не только Кубани, но и всей России! Поймите, что казаки — воины, кровь во время войны лилась рекой. Поэтому многие казачьи песни трагичные, воинственные, душевные.

Среди приглашенных гостей были и кубанские писатели — давние друзья Виктора Гавриловича — литературный критик Т. П. Немчинова и поэт Н. А. Зиновьев, на чьи стихи В. Захарченко написал немало песен.

— В зале присутствовали высокие гости, среди которых руководители администрации Кубани и ее столицы, ЗСК и Городской думы Краснодара, духовные отцы, представители сфер образования, просвещения и культуры. Приглашение от Виктора Гавриловича получила и я. На сцене, как явление, большой классический коллектив артистов в составе 70 человек.

Лейтмотивом всей этой уникальной эстетической программы мощно звучало: «Россию не поставить на колени!!!». Атмосфера святого, благоговейного отношения к главному действующему лицу — руководителю этой бесценной культурной сокровищницы профессору В. Г. Захарченко — и ко всему происходящему действу ощутимо царила в зале. Невероятно, но в этой обстановке явно улавливался, как таинственно поданный знак Божьего благословения, чудесный аромат ладана, очищающий всех присутствующих своей святой благодатью. Ведь, как известно, благоухание смолы ладана символизирует особую чистоту, святость, священнодействие! Чрезвычайно волнительно было услышать там, при встрече с великим Маэстро, от гениального хранителя и создателя подлинного русского национального искусства, такие слова: «Рад видеть Вас, дорогая Татьяна Павловна! Мы с Вами идем одной дорогой, единым верным путем Истины!!!», — поделилась своими впечатлениями о потрясающей ауре, царившей на празднике, литературовед Татьяна Павловна Немчинова.

Остается добавить, что ко всем заслуженным и признанным наградам патриарха казачьей песни добавилась еще одна. Поздравляя маэстро, заместитель главы администрации г. Керчь Р. Р. Джапаров по поручению руководства Республики Крым вручил Виктору Гавриловичу Захарченко представление о присвоении ему звания народного артиста Республики Крым.

*Мира Гукасова, член Союза журналистов России,
кандидат филологических наук*



«Когда строку диктует чувство...»

Поэзия Надежды Копыловой

Н. И. Копылова, доцент кафедры русской литературы XX и XXI веков, теории литературы и гуманитарных наук филологического факультета ВГУ.

Надежда Копылова – автор поэтических сборников: «Пунктиром...» (Липецк, 2018) и «Коснуться вечности ладошкою земною» (Воронеж, 2018). Стихи Копыловой публиковались так же в альманахах ВГУ «День поэзии» (2020) и «Акценты» (2019).

Надежда Ильинична много путешествует.

Любимое место отдыха – Крым.

Природа полуострова, земля, политая кровью наших солдат, дает ей новые темы для поэтического творчества.

Столько боли за жизнь накопилось...

В долгий ящик сложила ее.

Уплотнила, прижала, закрыла,

Чтоб не выпало вдруг ничего.

Боль притихла, ведь все уже в прошлом.

Но ночью порой невзначай

Хочешь думать лишь о хорошем –

Обнимает, напротив, печаль.

И скулит, и слезу источает,

В темноте ни к чему вытирать.

Слава Богу – почти что светает,

Счастье дня скоро буду встречать.

В. Ф.

Ты прости мне странную любовь:

Все равно тебя согреет.

В час, когда ты будешь одинок,

Вспомни – и на сердце потеплеет.

Все нелепо было, абы как.

Глупостью казалось. Но на деле –

Что в судьбу просилось – не пустяк.

Но ни ты, ни я не разглядели.

В. Ф.

Давай шиканем: встретимся,

На возраст не глядя. И

Счастья обрывки развесим

На плачущие кусты.

Дождь их промоет. Высушит

Солнца закатный свет.

И засмеемся весело,

Будто нам 30 лет.

В. Ф.

Прикоснулась к своему-своему,

Прикоснулась и – камнем ко дну.

Оттолкнулась – и жива, и дышу,

Только лишь в полсилы живу.

Собрала я душу в кучку,

Собрала я душу в стих.

Неужели ты не слышишь,

Как живу я за двоих?

Неужели ты не видишь –

Позади я след во след?

Без твоей дороги, милый,

Торной мне дороги нет.

Какой уютный час,

Какой уютный день...

В нем память о черемухе лесной...

Строптивым был костер,

Огонь тотчас погас,

Но счастьем одарить нас все-таки

успел.

В. Ф.

Надеюсь на взаимную любовь...

Морской волны и взбалмошного ветра.

Так откровенно не скромны

Объяты их. Наверно,

Языческие помнят времена:

Веселою волной была тогда

и я

Или всего лишь легким дуновеньем

И отвечала им тождественным волненьем.

Надеюсь на взаимную любовь

Дорог, исхоженных за годы,

Надеюсь на взаимную любовь

Бушующей во гнев непогоды...

Как лечит нас взаимная любовь!
Превозмогает боль... и вновь
Душа распахнута, и под ногой
Хрустит ледок в созвучии с судьбой.

Своего человека найти,
Угадать в незнакомом обличье –
Все равно, что капризы судьбы
Разгадать, еще не родившись.

Итальянская брусчатка
Не для тонких каблукочков.
Цок-цок-цок каблук квадратный
Наподобие подков.

Красота и мощность зданий
Восхищают. Но потом
Вдруг нахлынет осознание –
Все прослоено рабом.

Век за веком, век за веком...
Тех слоёв не оживить.
И с красой тысячелетий
В диалог вступает жизнь.

30.10.19, г. Рим

Лес ноябрьский, хмурый лес.
Лист совсем-совсем исчез.
Первый снег упал на плечи.
Шепот ветра душу лечит,
Уши лапкой холодит,
Душу, сердце молодит.

А что Потом? Душа в бездонной выси
Вдруг, совершая сладостный полет,
Посмотрит вниз – и быстро
С нее вся радость тут же соскользнет.

Огонь и пустота ожесточенья
Душе в пространствах высших ни к чему.
И тяжким станет ей Освобожденье,
И страшно даже тем, кто Там, в раю.

Если б узнать все досконально,
Что, откуда и как взялось,
Жизнь, что осталась, я на закланье
Всю отдала бы, хоть жалко до слез.

Взрыв иль не взрыв?
Или Божья воля?
Богу не скучно вечно быть?
Вечность осмыслить невозможно
И остается мне – просто
жить.

Вспоминая Крым

На Боспоре боспоряне
(Скифско-греческий заквас)
Все в курганы запихали
От чужих недобрых глаз.

И копаем, и копаем,
Моем, чистим и скребем.
Вы не хмурьтесь, боспоряне:
Память вашу бережем.

п. Нимфей

*Хлебозаводу № 1 – памятнику
культуры, г.Воронеж*

Сносят детство мое – целый квартал –
И трубу заводскую, пропахшую хлебом.
Помню долгий гудок, он всем-всем сообщал,
Что настало полдненное время обеда.

Скудным был тот всеобщий обеденный час,
Но в несытом единстве была теплота единенья.
Мякиш свежего хлеба немислимо пах,
Запах плыл, добротой насыщая мгновенья.

Снос идет... растерялись подсобные зданья,
Прилепились к большому, как к старшему
малые дети.

Время, время другое – вот оправданье,
В нем заложен расчетливый логин монеты.

Снос идет, снос идет. Пусть бы сквер или парк...
Нет, не примет земля здесь торгового центра.
И бесстыдный авральный поспешный шабаш
Вновь прикроют товарным коммерческим метром.
01.12.20

А греки древние не знали,
Что очень древние они
И что поэтому в печали
Давно уж быть они должны.

Но вопреки судьбе и тленью
Античный солнечный загар
Сквозь современные одежды
Сияет, как тогда сиял.

Лишь XXI век он как бы
Слегка в хмелю, с ума сошел:
Он Афродиту и Деметру
Играть заставил в волейбол.
п. Героевское

Песни травы здесь – о прошлом, о прошлом...
Их непонятен свистящий напев.
Стелются низко, зная, о хорошем
Мало что помнят за древностью лет.

Войны и войны, войны и войны,
С каждой войною страшней и страшней.

Или за золото, или за веру, или за Землю
Бесстрашных людей.

п. Эльтигон

Даль синеокая неба и моря
Праздники помнит. Но больше –
Горе.
Ливнем летучим и градом падающим
Рушится наземь в плаче
Горючем.

п. Героевское

«Никогда я не был» на Боспоре.
Я была. И снится мне Боспор:
На подкладке векового горя –
Яркий солнечный и радостный простор.

п. Героевское

Здесь и трава колышется иначе.
И ива здесь другая, чем везде.
Другие боги, радуясь и плача,
Нам посылают память о себе.

гора Митридат

Загадки сей земли, загадки вековые
В клубок тугой навеки сплетены.
И дописать финалы роковые
Не дай нам Бог. Не дай такой судьбы.

п. Аджимушкай

Песок ракушечный. И гребень над волною –
Макушку выставил коварный Посейдон
И не дает морского нам покою
Своим дыханьем и чиханьем он.

На древнегреческом пустынном побережье
Не людно и сейчас спустя века
И Посейдоновы таинственные вежды
Напрасно ищут взглядом рыбака.

п. Героевское

Керченское

Над древнегреками штормило то же море
И плыли, плыли, плыли облака...
Кричали чайки над морским простором
По-гречески. С ошибками (как я).

Смеялось море, им лаская лапки,
Прощая грамматический курьез.
А Посейдон, нашаривая тапки,
Ругался. То ли в шутку, то ль всерьез.

Июнь, 2019, п. Героевское

Платаны вместо тополей,
Стволы белеют, как березы.
На них загадки – письма, как
Как древних радость или слезы.

г. Керчь

Здесь уныло смотрятся хрущевки,
Будто знали, что через года
Пред историей отец их ловкий
Свой позор не смоет никогда.

Не своим добром распорядится,
Не к Тавриде ухо приклонив,
Просто так, вполне единолично
Крым отдаст, у мертвых не спросив.

г. Керчь

Рыжей

Сторож другой и собака другая.
Рыжей на смену явился Мухтар.
Лишь конура стоит как стояла,
Ну и забор навеваает печаль.

Рыжая, где ты? Нрав твой веселый
Я вспоминаю. Но стынет душа:
Где? У какой конуры новоселом
Жизнь доживаешь? Если жива.

п. Иноземцево

Метет, ну наконец метет!
Зима хвостом перед весной взметнула
И намела сугроб. Еще сугроб!
И от души в лицо меня лизнула.

Исчезла вмиг, стянув с земли покров.
Как шлейф – за ней ручьи. Запели
Уж о весне. Скукожился сугроб.
И будто бы и не было метели.

п. Иноземцево

Лесное предзимье

Комар сумасшедший внезапно проснулся,
Полетал вокруг меня, слегка ухмыльнулся
И решил: в ноябре уже поздно кусать,
А весна далеко, еще можно поспать.

Совсем, совсем сухая осень.
Не плачет. Нет.
Дождей не просит.
На удивленье небеса
Сияют, будто бы весна.
И я осенняя, но все ж
В душе – почти что
молодежь.

Дожди? Когда ж дожди?
Душа, глаза соскучились по влаге.
Не плакать, нет. Но смыть, скорее смыть,
Что сердцу зрелому
не надо.

Подснежников медовый запах
И влажная земля...
И старый дуб готов заплакать
После весеннего
 дождя.

И слезы радости на ветках,
И слезы на лице.
И среди леса вдруг монетка
На нужной стороне.

Я слушаю молчанье леса,
Зимы густую тишину.
В безветренном пространстве Некто
Тугую натянул струну.

Ни дуновенья, ни звучанья,
Молчит струна. И только свет
Далеких звезд из Мирозданья
Беззвучный тайный шлет Привет.

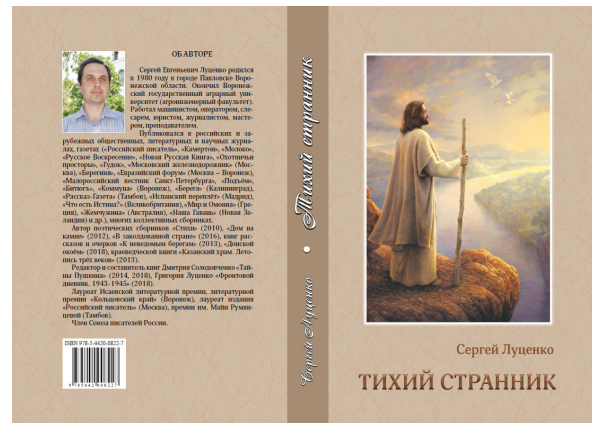
И всё-таки она вертится!

Фатеева И. А. «Газетоведение как научно-образовательная школа в России: Сто лет спустя» (Москва, 2020.— 388 с.)

В конце 2020 г. в Москве вышла интересная книга, посвященная зарождению, развитию и, увы, угасанию целого научного направления: «Газетоведение как научно-образовательная школа в России: сто лет спустя». Ее автор — Ирина Анатольевна Фатеева, последние годы много выступающая в научной прессе по популярной ныне тематике — медиаобразованию. Задаешься вопросом, как связана современная научно-исследовательская деятельность ученого с новой темой, чем обусловлена? Чтение книги дает ответ на все вопросы, возникающие у читателя. Книга Фатеевой многоаспектна и может служить наглядным примером исторической диалектики: того, как зарождаются идеи, научные школы, как выбирают свою судьбу люди науки, тем самым определяя дальнейшую траекторию жизненного пути конкретного исследователя, взаимопересечения истории и человеческого судеб.

В книге две главы, они вмещают в себя энциклопедическую картину воздействия исторического перелома 1917 г. на развитие журналистики и науки о журналистике, построения новой системы журналистской практики и ориентации на нее журналистского образования, еще не успевшего до Октябрьской революции сложиться в четкую систему. И вот эту картину переформатирования всеобщего хаоса войны и мира, различных идейных устремлений, научных методологий в более-менее логичную многоуровневую систему кузницы журналистских кадров, которую опять сметет новая политическая доктрина — построение авторитарного государства — рисует И. А. Фатеева. У нее получилась в некотором роде научная полифония, т. к. в ее повествовании сплетаются несколько нитей: от политико-экономических и общекультурных процессов до судеб отдельных людей, не всегда даже суперизвестных и суперталантливых, но внесших свой вклад в дело формирования нового научно-практического направления — газетоведения.

Это не новый термин, он известен тем, кто изучал историю советской журналистики 1920–1930-х гг., но он не стал широко распространенным, потому что волна репрессий ради идейного единообразия смела смелые и новаторские научные и творческие порывы первого послереволюционного десятилетия, когда еще возможны были дискуссии, разные точки зрения, когда говорил не только «товарищ маузер». Потом отброшенными и уничиженными в едином огне «партийных чисток» оказались недавние противники: формалисты и вульгарные социологи, рапповцы и Серрапионовы братья, сторонники универсальных и чисто отечественных моделей подготовки журналистов. Данная профессия



оказалась вообще вырвана из своего природного контекста творческой деятельности, сохранив только одну функцию — «подручных партии». Тем самым и модели журналистской подготовки, и выработка профессиональных норм журналистской деятельности оказались отодвинуты на полвека.

В ходе развития гипотезы И. А. Фатеева пришла к выводу о сущности газетоведения как предмета своего исследования, придерживаясь данного определения на протяжении всей монографии: «это хронологически первое отечественное научное направление, посвященное журналистике, изначально стимулировавшееся потребностями подготовки работников системы прессы РСФСР, опиравшееся в качестве научно-методологической базы на аналогичные зарубежные течения и наработки отечественного книговедения».

Книга состоит из Введения, двух глав, послесловия, большого научно-справочного аппарата, включающего список имен, указатель использованных архивных материалов, развернутого списка использованной литературы, что значительно обогащает ее научное значение. Главы неравноценны по объему, вторая глава чуть ли не в два раза меньше первой, что обусловлено предметом исследования каждой из них. Первая глава «Газетоведение как научное направление» предполагает широкое исследовательское поле, включающее отечественные предпосылки: историю русской журналистики, литературной и журнальной критики, историю отечественной цензуры, взаимодействие представителей советских научных школ с зарубежными центрами изучения прессы, прежде всего, германскими. А также рассматривает формирование в молодой советской России научных центров по изучению современного газетоведения, его

научно-методологическую базу, научных лидеров. Значительное место уделено разработке специальных научных направлений внутри газетоведения: изучению аудитории, ее культурным и социальным характеристикам, методам работы с ней, изучению оформления прессы и его влиянию на популярность изданий, исследованию языка газеты и, наконец, разработке методики по подготовке рабоче-крестьянских корреспондентов.

Отдельный, большой и сочувственный интерес вызывают рассказы о людях, ставших первыми исследователями в сфере газетоведения. Их судьбы не похожи и по происхождению, и по предыдущей истории обучения: были среди них историки, филологи, философы — что вполне объяснимо самим предметом деятельности, но встречались и люди, далекие от гуманитарных наук и даже от классического образования, пришедшие из духовных семинарий, ремесленных училищ и проч. Единственное, что их объединяло — это опыт подпольной партийной работы, это страницы биографии, сопряженные со ссылками, тюремным заключением и вынужденной эмиграцией. Их биографии выковывали особый характер: твердый, мужественный, жертвенный, убежденный. Они были исполнены веры в силу печатного слова, в силу пропаганды, обращенной к массам. В этом они шли вслед своим верованиям, не всегда одинаковым с верхушкой партийного руководства, что и станет впоследствии поводом к их репрессиям.

Почти все, за редким исключением, деятели первой волны научного осмысления опыта массовой газетной пропаганды стали в конце 1930-х гг. жертвами репрессий и были либо расстреляны, либо сгинули в многочисленных лагерях, унеся с собой планы, новаторские разработки, полезные проекты. Хотя стиль монографии И. А. Фатеевой строго научный, сдержанный, но в рассказах о трагедиях человеческих судеб под пятой репрессий прорывается ее горячее сочувствие журналистам и пионерам науки, преждевременно уничтоженным за свою яркость, непохожесть, убежденность и смелость: «Нам кажется *жуткой* (авт.) несправедливостью по отношению к этим людям, погибшим в годы сталинского террора, что нет о них ни книги, ни даже порой статей...» И этот моральный настрой — отдать должную память зачинателям газетоведения, первым советским теоретикам и практикам журналистики — ощущается на всем протяжении повествования.

В первой главе собраны редкие и малоизученные данные о разных видах научных организаций, ставящих своей целью изучение газетоведения: здесь и коммунистические институты журналистики, и научные лаборатории при крупных производственных объединениях, как, например, РОСТА, и центры при профильных профсоюзных объединениях. Остается только поражаться творческому размаху, уверенности в необходимости подобной исследовательской работы, ее многочисленным направлениям: и разработке международных контактов в 1920-е гг., и планированию подготовки научной смены, и организации взаимодействия со смежными специальностями: книговедением

и психолого-педагогическими исследованиями. Остается только предполагать, какими бы могли быть плоды столь энергичной и разносторонней деятельности. По преданию, Дантон накануне казни воскликнул: «О, революция, ты пожираешь своих детей!» Горькую истину этого прогноза события русской революции лишь подтвердили.

Вторая глава «Газетоведение и преподавательские практики» посвящена систематизированию и описанию многообразного опыта подготовки журналистских кадров в тот период. Оказывается, на начальной стадии журналистского образования его формы были разнообразными как по уровню подготовки: начальная, средняя, высшая, так и по географии (Москва, Ленинград, Свердловск, Харьков и др.), и по ведомственной принадлежности. Пока в СССР не установился железобетонный авторитарный режим, профессионально-педагогическое творчество было очень изобретательным. Были введены в действие учреждения низшего профессионального образования, например Московская школа книжно-газетного ученичества в Серпухове, существовавшая с 1926 г. И кто бы сейчас знал о ней, если бы не монография И. А. Фатеевой?

Еще более распространенными были учреждения среднего уровня: курсы, техникумы, училища, имевшие ключевую роль в обеспечении редакций квалифицированными кадрами, что было немаловажно после двух войн, унесших огромное число жизней, а также в связи с расширением газетной сети, обеспечивавшей полномасштабную агитационную работу в стране. Высшим уровнем, нацеленным на подготовку руководящего звена, стали КИЖИ и ГИЖИ. Почти все эти направления были представлены в очных, вечерних и заочных вариантах.

Разнообразие форм подготовки журналистов в это время базировалось на отсутствии пока еще единого ведомства, она осуществлялась как под эгидой Наркомата просвещения, так и по линии партийной учебы, что позволяло опробовать разные модели подготовки. Наглядным свидетельством этого разнообразия являются разысканные исследовательницей по архивам и приложенные к аналитической части учебные планы разных заведений, с указанием времени изучения, количества часов, форм проведения занятий и порой даже имен преподавателей. Книга буквально переносит читателя на почти сто лет назад в кипучую действительность первых послереволюционных десятилетий, когда еще бурлила освобожденная народная фантазия. Некоторые плодотворные идеи, например про среднее специальное образование, так и остались нереализованными по сей день, хотя нам приходилось слышать о них сожаления в начале 1990-х гг.

Подводя итоги, отметим несколько моментов. Во-первых, очевидна огромная авторская заинтересованность материалом, которая иногда оборачивается некоторой избыточностью фактических данных. Во-вторых, нарисована достоверная картина того, как государственно-партийная власть прагматично подходила к системе подготовки журналистов, призванных стать не «гласом народа», а «подручными партии». С этой целью блокировались все проекты, направленные

на выращивание журналиста- просветителя и выразителя дум народных, оставались только «инструкторы и вожатые». С этой же целью принижалось значение эстетического вектора в журналистике, это касалось и красоты слова, и эстетики изображения, целенаправленно делался акцент только на пропагандистских эффектах газеты.

Возвращаясь к фразе Дантона, приходится с грустью констатировать не только последовательную борьбу партийного аппарата с творческой природой профессии журналиста, но и строгий контроль за единообразием рабселькоровского движения, что проявлялось в языке, диапазоне взгляда на жизнь, в упрощении и прагматизме присущих ей конфликтов, в строгой жанровой политике, в тех нормах выхолощенного литературного языка, который однозначно оказывал влияние на стереотипность мышления советского человека, на его страх оригинальности и творческой смелости, на готовность всегда ориентироваться на рамки:

партийные, моральные, творческие, рамки, ставшие нормой жизни.

В этом смысле книга И. А. Фатеевой не только добротное научное исследование, но и по-житейски мудрая книга, которая хоть и показывает мертвящее воздействие узкой и прагматичной программы, нивелирующей все творческое и самобытное, показывает, что ради идеологического единообразия пожертвованы были тысячи жизней талантливых людей, но она же и показывает, как эта система со временем себя изживает, именно в силу своей бесплодности. По прочтении остается чувство благодарности автору и изумления огромному творческому потенциалу нашего народа.

*Галина Щербакова,
доктор филологических наук,
профессор кафедры журналистики
Тольяттинского государственного университета*



Станислав Илларионович Галкин (08.08.1940 – 12.04.2021)

12 апреля 2021 года ушел из жизни наш товарищ, коллега, член редколлегии «Акцентов», сотрудник кафедры фотожурналистики и технологий СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова Станислав Илларионович Галкин. Ему было 80 лет. Станислав Илларионович посвятил журфаку МГУ всю свою жизнь: окончив его в 1964 году и защитив кандидатскую диссертацию, С. И. Галкин многие годы преподавал на кафедре техники газетного дела и средств информации. В разные годы он заведовал научно-экспериментальной лабораторией технических средств журналистики, кафедрой техники газетного дела и средств информации, был заместителем декана по дополнительному образованию и научной работе. В 2007 году Станислав

Илларионович получил звание заслуженного преподавателя Московского университета. Он был легендой для многих журфаковцев. Автор большого числа статей, учебных пособий и учебников по технике и технологии дизайна печатных СМИ, Станислав Илларионович обладал поистине энциклопедическими познаниями и во многих других областях науки и искусства. С ним всегда было интересно разговаривать, его советы помогали в жизни. Студенты, выпускники и коллеги скорбят об этой утрате. Хорошая память о Станиславе Илларионовиче Галкине навсегда останется с нами.

*Редколлегия научно-практического альманаха
«Акценты. Новое в массовой коммуникации»*



ПРАВИЛА

для авторов научно-практического альманаха «Акценты. Новое в массовой коммуникации»

Альманах принимает к публикации материалы, содержащие результаты оригинальных исследований, оформленные в виде полных статей. Опубликованные статьи, а также статьи, представленные для публикации в других журналах, к рассмотрению не принимаются.

Альманах выпускается в восьми номерах (4 ежеквартальных выпуска).

Плата с авторов за публикацию статей не взимается.

Редакция не гарантирует обеспечение авторов опубликованных статей бумажным экземпляром издания, поэтому им рекомендуется скачивать PDF-версии с сайта факультета (<http://jour.vsu.ru/izdaniya-zhurnaly-i-prodolzhayushchiesya-izdaniya/almanah-akcenty>).

Статьи принимаются в электронном виде. Они должны быть сжато написаны, аккуратно оформлены и тщательно отредактированы.

Текст статьи должен быть набран через полтора интервала, с полями — 2,5 см с левой стороны, размер шрифта — 14 п. (Times New Roman Cyr).

Для публикации статьи авторам необходимо представить в редакцию следующие материалы и документы в бумажном и электронном виде (e-mail редакции: vlvtul@mail.ru):

- 1) текст статьи, подписанный всеми авторами, таблицы, иллюстрации и подписи к ним;
- 2) название статьи, аннотацию, ключевые слова, инициалы и фамилию авторов, место работы — **на русском и английском языках**;
- 3) сведения об авторах: их должности, ученые степени, телефоны и адреса электронной почты (**на русском и английском языках**);
- 4) цветное фото автора.

Ссылка на использованную литературу дается в тексте цифрой в квадратных скобках [1], через запятую дается указание на страницы — [1, с. 165], через точку с запятой — другая ссылка (например, [1, с. 5; 2, с. 75]).

Кроме ссылок на литературу в тексте могут присутствовать сноски.

Список литературы дается в конце статьи с обязательной нумерацией и озаглавляется **ЛИТЕРАТУРА (прописные буквы)**. Список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1–2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание, ссылки располагаются в порядке цитирования.

Редколлегия