

ББК 76  
А 38

Факультет  
журналистики ВГУ  
Академия наук  
региональной печати



АЛЬМАНАХ

Выпуск 5-6 (196-197)  
2023

Редакционная  
коллегия:

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

ISBN 5-900955-02-8

Корректоры – Т. Коновалова,  
Е. Рязских

© Факультет журналистики  
Воронежского  
государственного  
университета.

Подписано в печать  
05.10.2023. Тираж 150 экз.

## Содержание

СЛОВО РЕДАКТОРА

**Владимир Тулузов**

Воронежский медиафорум: размышления по поводу ..... 2

ОТКРЫТИЕ НОМЕРА

**Евгений Ахмадулин**

Жанротворение и жанрообразование медиатекстов ..... 5

ЮБИЛЕЙ

**Сергей Попов**

Мастер славистики и ономастики ..... 15

МЕДИА

**Инна Давыдова**

Постправдивая реальность: шансы человечества  
на противостояние ..... 19

**Александр Землянский**

Роль медиа в освещении пандемии коронавируса:  
проблема дискриминации ..... 22

**Мария Королева, Елена Пронина**

Стратегии освещения стрессогенных событий  
в российских онлайн-СМИ ..... 28

**Ксения Марчан**

Эволюция системы саморегулирования в журналистике ..... 39

**Виктор Хорольский**

Союз теории журналистики и теории медиакоммуникаций:  
брак «по расчету» или «по любви»? ..... 43

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА

**Павел Пономарев**

Организация и продвижение вузовского контента ..... 49

ИМЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

**Виктор Будаков**

Биография и судьба ..... 56

**Михаил Вязовой**

Фотокор Костин ..... 63

**Юрий Гольшак**

«Довлатов лежал в гробу огромный, с согнутыми ногами». ..... 65

**Юрий Изюмов**

Гроссмейстер Чак ..... 70

РЕЦЕНЗИЯ

**Вера Харченко**

«Моя задача — вспахать землю...» ..... 72

ИМИДЖЕЛОГИЯ

**Яна Соломина**

Формирование цифрового имиджа преподавателя  
высшей школы ..... 75

ДАЙДЖЕСТ ..... 78

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ ..... 85



### Владимир Тулунов Воронежский медиафорум: размышления по поводу...

На XI Воронежском открытом медиафоруме состоялась секция-дискуссия «Смена поколений в воронежской журналистике: мы хотим знать, кому достанется построенное нами здание», модератором которой выступил выпускник журфака ВГУ, а ныне шеф-редактор медиахолдинга «Комсомольская правда», кандидат филологических наук Евгений Сазонов. В разговоре приняли участие директор медиахолдинга «РИА Воронеж» Наталья Филь, заместитель главного редактора «Студии “Губерния”» Элина Речкина, генеральный директор ИД «Свободная Пресса» Юрий Таранцов, руководитель коммуникационной группы «Аббрег» Дмитрий Орищенко, главный редактор газеты «Коммерсант-Черноземье» Андрей Цветков и автор этих строк.

Дискуссия получилась очень живой, хотя один из ее участников, подававших реплики из зала, назвал и тему, и итоги дискуссии банальными. Конечно, кто по-настоящему не нюхал журналистского пороха, кто не варился в «нашей буче боевой кипучей», тот может сделать такой вывод. А за круглым столом собрались люди, реально занимающиеся практической журналистикой, ежедневно выдающие на-гора информацию и искренне беспокоящиеся о будущем коллективов, стоящих за их спинами, и о будущем профессии, которой постоянно угрожают...

Да-да, из зала прозвучало, что журналистика как профессия и отрасль постепенно уходит в небытие — ее заменяют информационные технологии: «Если журналистика и останется, то она станет неким интеллектуальным гетто, которая ни на что не будет влиять и мало кому будет интересна. Поэтому и появляются новые феномены: постправда и постистина. Для государства медиа (не СМИ, а медиа) — это институт, важный потому, чтобы с помощью нетократии (медиаменеджеров и специалистов по информационным технологиям) осуществлять политическую мобилизацию социума. Это не плохо, но и не хорошо. Это реалии».

Ну что сказать?.. Во-первых, этот тезис как раз и есть банальность, обнародованная уже более десяти лет назад. Профессор кафедры деловой и политической журналистики НИУ ВШЭ Ольга Романова

---

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

еще в 2011 г. написала в журнале «Смена»: «В Высшей школе экономики скоро не будет отделения деловой и политической журналистики. И я этому очень рада. Потому что журналистика исчезает, хотим мы этого или нет, это профессия двух предшествующих веков. <...> У нас в НИУ ВШЭ отделение журналистики станет факультетом коммуникаций. Для начала будем изучать “двигатель внутреннего сгорания” — мультимедийность и конвергентность, а там и новые песни придумает жизнь».

Интересно, что в своей нелюбви к журналистике сходятся такие, можно сказать, антиподы, как Андрей Кураев ([http://21vek.org/categories.php?category\\_no=9](http://21vek.org/categories.php?category_no=9)) и Владимир Познер (<http://www.dw.com/ru/владимир-познер-в-россии-сегодня..>), Евгений Гришковец и Алексей Волин (<http://www.obeschania.ru/news/2013-02-15/volin-mnenie..>)... Да, в свое время известные российские журналисты Анатолий Друзенко, Гагик Карапетян и Альберт Плутник также выпустили книгу с характерным названием «С журналистикой покончено, забудьте!» (Друзенко А., Карапетян Г., Плутник А. С журналистикой покончено, забудьте! О друзьях-товарищах, драме «Известий» и распаде профессии. М., 2007. 528 с.), но ее пафос был, конечно, совершенно иным: авторы как раз боролись в ней за чистоту в журналистике, за ее качественность. А каковы мотивы современных раскольников?

Первый — это цинично-индивидуальный мотив «Баба-яга против». Надо всем показать: вот вы о древнейшей профессии печетесь, о важнейшем социальном институте, а я — инфант террибль местной политтусовки — соригинальничая и радостно возоплю: умирает ваша журналистика!

Второй — цинично-профессиональный мотив. Это когда черные пиарщики заражают журналистику, внедряя в нее «джинсу», компромат, фейки и т.п. (здесь же назовем и нечистоплотных политиков и бизнесменов). Если учесть, что подлинная журналистика, объективно востребованная обществом, это самое общество призванная защищать (хотя во все времена это было непросто делать: всегда находились те, кто хотел заглушить «глас народа», кто стремился прибрать к рукам СМИ), то выступающие против журналистики — действительно сознательно циничные раскольники. То есть они выступают против народа. Они, преследующие свои эгоистические цели, выступают против объединяющей, организующей роли СМИ — они за мутную воду, в которой будут ловить свою «рыбку».

Но мы будем защищать свою профессию. Благо, у нас есть единомышленники, и их большинство.

Так, декан журфака МГУ Елена Варганова, считая журналистику общественным институтом, производящим духовные и виртуальные ценности, согласилась с тем, что у журналистики есть сервисный компонент, но резонно заметила, что «она не может быть приравнена ни к химчистке, ни к ресторану. Они обслуживают определенную группу индивидуальных пользователей, а журналистика обслуживает общество в целом. <...> Это сервис особого рода, под который постиндустриальные ученые не разработали теорию. Хотя такая теория есть — теория общественного согласия» (<http://planetasmi.ru/upravlenie/45053-zhurnalistika-o..>).

Так, экс-председатель СЖР Всеволод Богданов, отделяя журналистику от PR и рекламы, в свое время написал, что серьезные издатели для достижения высокого рейтинга, большого тиража и привлечения дорогой рекламы стремятся привлечь серьезных журналистов: «Настоящий медиабизнес никогда не будет зарабатывать за счет того, чтобы Белинского делать, извините меня, чем-то проходным, и за счет него получать от какого-то заказчика деньги. <...> Покупая авторитетную, серьезную газету, читатель понимает, он получает качественную работу журналиста» (<http://planetasmi.ru/izdatelskij-biznes/46552-vsevolod..>).

Казалось бы, смешно и странно в XXI веке доказывать, что журналистика — это историческое завоевание человечества, но, оказывается, необходимо. Потому что те, кто отказывает журналистике в праве на существование, действуют. Действуют умело и на всех фронтах. Автор уже не раз писал об этом, но, видимо, следует продолжать «долбить камень частотой падений» (<https://spbspeaks.ru/2022/01/10/vladimir-tulunov-cto-..>)...

Итак, журналистика — это многомерное социально-экономическое явление, веками складывавшийся социальный институт, ставший в настоящее время совершенно определенной формой организации социальной жизни с разветвленными связями и отношениями, помогающий поддерживать баланс в обществе. То есть это: исторически востребованный вид духовно-практической деятельности с набором функций и принципов; корпус специфических социальных и правовых норм (этические кодексы, законодательство); мощная инфраструктура (совокупность СМИ, общественно-профессиональных организаций, редакционно-издательских комплексов и т. д.); система специальных знаний (учебная дисциплина, отрасль науки); профессиональная деятельность и элемент политической системы.

Журналист — это одновременно производственно-творческая и индивидуально-коллективная социальная профессия, которую следует сохранять и развивать. И еще: профессия корреспондента остается свободной — в том смысле, что, как и прежде, знаменитыми газетчиками и редакторами могут стать инженеры и медики, «лирики» и «физики», люди со специальным образованием и без него — и сегодня дорога в СМИ открыта каждому. Более того, основы журналистского мастерства можно освоить самостоятельно, методом

проб и ошибок, но избежать последних можно уже в самом начале профессиональной карьеры — на студенческой скамье. При этом подлинный профессионал продолжает учиться всю жизнь, даже если он с отличием окончил университет.

Демонтаж традиционной журналистики, до поры до времени достаточно устойчивой формы организации совместной деятельности профессионалов, реализующих важнейшие функции в обществе, начался с внедрения в массовое сознание деконструктивной идеи о том, что журналистика, если не умерла, то постепенно исчезает. Что миссия журналистики с ее базовыми функциями, часть из которых ориентирована на аудиторию, а другая — на социальные институты, изжила себя. Что сложившаяся система принципов этой деятельности, главный из которых — влияние на ход общественной жизни, также устарела.

Обострились такие специфические и опасные болезни нашей профессии, как дилетантизм, поверхностность, «нахватанность», что особенно заметно, когда корреспонденты — видимо, в целях экономии времени и средств, — пытаются подменять экспертов в самых различных отраслях духовного и материального производства.

Классическая журналистика, в которой доминировало слово, считается устаревшей, поскольку современная аудитория якобы требует в основном «картинки» (рисунки, фото, инфографика, видео). Такие публикации могут быть интересны по форме, но не всегда по смыслу, к тому же на их подготовку затрачивается много усилий, неадекватных производимому эффекту. При этом, реализуя миссию подлинной журналистики, работники СМИ должны учитывать факт бурного развития социальных медиа и новых медиа, использовать их как для общения, так и для разумного использования мультимедийной информации. То есть редакциям важно брать все лучшее, что отличает гражданскую журналистику (диалогичность, нестандартность, доверительность, гиперлокальность и др.), и минимизировать свои недостатки (ангажированность, консерватизм, ограниченность стереотипами, унифицированность и др.).

Считается, что спрос определяет предложение, но и предложение рождает спрос. В снижении уровня и широты читательского, слушательского и зрительского интереса виноваты и СМИ, идущие на поводу обывательской аудитории. А часть населения, познав свободу выбора, уходит в социальные сети, отказываясь от профессионально подготовленной и транслируемой прежде всего в государственных СМИ информации, что, если не трагедия, то серьезная проблема: ведь интернет-пространство реально заполнено фейковой информацией и в нем преобладает провокативный дискурс. Важно вернуть и воспроизводить аудиторию СМИ. И, думается, настало время, чтобы медиаобразование стало обязательной частью общего образования в школах, а в средних специальных и высших учебных заведениях преподавалось на факультативной основе. В школе медиаобразование должно быть интегрированным с традиционными дисциплинами (см. зарубежный опыт). Необходи-

мо сформировать систему медиаобразования как полноценного социального института. Да, сегодня в отдельных школах организуются пресс-центры; в каких-то регионах проводятся фестивали и конкурсы детских, юношеских и молодежных СМИ; дисциплина «Медиаобразование» включается в учебные планы некоторых вузов, реализующих направления «Жур-

налистика» или «Медиакоммуникации», но в целом медиаобразовательная деятельность осуществляется в нашей стране бессистемно, хаотично. На наш взгляд, настало время создания государственной долгосрочной программы медиаобразования в России, благодаря которой все разрозненные педагогические, научные, творческие, общественные силы будут объединены.



Евгений Ахмадулин

### Жанротворение и жанрообразование медиатекстов<sup>1</sup>

Из печати вышла монография профессора Е. В. Ахмадулина «Методология и методы исследования журналистики и медиакоммуникаций». На основе ранее опубликованных статей автора представлена целостная концепция методологии и методов исследования журналистики и медиакоммуникаций. Каждая из глав последовательно раскрывает историографию проблемы, практическое применение методов и саму теорию системного подхода, моделирования процессов массовой коммуникации и типологии медиасистем и носителей информации. Предлагаем вниманию читателей «Акцентов» заключительную главу книги «Медиатекст: жанровый подход», посвященную медиажанрам.

#### Жанротворение и жанрообразование

Российская журналистская наука самая жанротворящая, а журналисты самые жанрообразованные, ибо по количеству жанров периодической печати мы впереди планеты всей. Так, в сборнике из «Библиотечки журналиста» — «Газетные жанры» (1971) было представлено 10 жанров. А через 30 лет — в книге А. А. Тертычного «Жанры периодической печати» рассматриваются уже 42 жанра [Тертычный, 2000]. Та же тенденция отмечается на радио: радиорежиссер Л. Мархасев в 1962 году выделил 4 радиожанра [Мархасев, 127], а его коллега с эстонского радио В. Пант в 1967 году описал уже 44 радиожанра [Трикель, с. 4]. И это не предел. Некоторые коллеги начинают черпать жанровые формы («нюс-фиче», «TrendStory» и др.) из практики стран (например, США), где жанры как таковые никогда не рассматривались.

Начало процессу обобщения сложившейся практики употребления жанровых форм в советской газете по-

жили работы корифеев факультета журналистики МГУ С. М. Гуревича, М. С. Черепанова, В. Д. Пельта и др. [Гуревич, 1959; Черепанов и др., 1972]. Хорошо представлены жанры телевидения и радио [Борейский, 1969; Смирнов, 2006].

Актуальность статьи определяется неизменным вниманием исследователей к разработке новых жанровых концепций и подходов к классификации журналистских текстов. Вместо традиционных (информационные, аналитические, художественно-публицистические) групп жанров Л. Р. Дускаева, например, опираясь на концепцию М. М. Бахтина о речевых жанрах, в качестве типологического признака выделяет «коммуникативную цель общения с читателем» и предлагает трехзвенную классификацию жанровых групп: информирующие, оценочные и побудительные [Дускаева, 2004, с. 61]. А. А. Грабельников на функциональной основе выделяет четыре группы — информационную, объясняющую, оценивающую, побуждающую [Грабельников, 2007]. Л. Е. Кройчик на основе задач журналиста предлагает пять групп жанров: оперативно-новостные материалы, оперативно-исследовательские, исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные [Кройчик, 2000, с. 138]. Г. В. Лазутина и С. С. Распопова предлагают внетекстовую, деятельностьную модель «жанров журналистского творчества» [Лазутина, 2011, с. 8], которые включают новостную, проблемно-аналитическую, очерковую и смеховую журналистику.

Ныне в России о жанрах написаны сотни книг, статей, учебных пособий и методических разработок. Не вдаваясь в оценки достоинств и недостатков тех или иных концепций построения жанровых систем журналистики, подчеркнем, что все они так или иначе связаны с традиционным делением форм журналистских текстов, составляющих уникальную советско-российскую жанровую систему.

Цель статьи показать, что традиционные журналистские жанры были выделены не на основе глубокого исследования типологии текстов СМИ, а интуитивным путем и носят характер профессионального соглашения, а не теоретически доказанных закономерностей. Объектом исследования служат жанры периодической печати, на основе которых позже разрабатывались жанровые формы электронных СМИ. В основу исследования положен метод типологического рассмотрения журналистских текстов.

#### История возникновения журналистских жанров

Нужно отметить, что и в дореволюционной России понятие «жанр» в «Энциклопедическом словаре»

<sup>1</sup> Ахмадулин Е. В. Жанротворение и жанрообразование / Е. В. Ахмадулин // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. — 2020. — № 3. — С. 227–238.

**Об авторе:** Ахмадулин Евгений Валерьевич — доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики массовой коммуникации Южного федерального университета, действительный член Петровской академии наук и искусств (С.-Петербург) и Академии наук региональной печати России. Автор одиннадцати монографий, трех учебников и более 150 статей по истории и теории журналистики. Член Союза журналистов СССР и России.

Ф. Брокгауза, И. Ефрона (1907) соотносилось только с жанровой живописью. И, если посмотреть словарные статьи того времени с точки зрения жанровых форм журналистских текстов, мы найдем лишь некоторые сходства с современным их толкованием. В «Толковом словаре» (1880) В. Даля: *корреспонденция* — «взаимная переписка, письменные сношения» [Даль, т. 2, с. 163]; *обзор* — «обзор событий, обзор открытий нашего века» (т. 2, с. 582); *памфлет (англ.)* — «сильно нападающая на что-либо статья, отпечатанная отдельной книжкой, тетрадкой» (т. 3, с. 14); «*Рецензировать книгу*, критиковать, разбирать, ценить достоинство» (т. 4, с. 94); *фельетон (фран.)* — «листок, отдел рассказней в газете» (т. 4, с. 553).

Через четверть века Ф. Брокгауз и И. Ефрон зафиксировали: *интервью (англ.)* — «свидание газетных репортеров с политическими, общественными деятелями и учеными для беседы о каком-либо событии или текущем вопросе» [Брокгауз, с. 248]; *корреспонденция (лат.)* — «сообщение в газету из другого города» и, соответственно, *корреспондент* — «лицо, доставляющее в газету сведения из другого города или страны» (с. 308); *памфлет (англ.)* — «вид политической литературы, брошюра или статья резко обличительного содержания / от пасквиля отличается тем, что касается не личной жизни, а общественной деятельности данного лица» (с. 428); *рецензия (лат.)* — «краткий отзыв о книжных и театральных новостях» (с. 488). Есть также *репортер* — «газетный сотрудник, собирающий сведения о ежедневных происшествиях, событиях, собраниях и пр.» (с. 487).

Как видим, к бытующим сегодня жанрам мы можем в той или иной мере отнести интервью, обзор, рецензию и памфлет. Понятия «репортаж» не было, поэтому свой «титул» короля репортажа В. А. Гиляровский получил в советское время. А вот «король фельетона» В. М. Дорошевич был «титован» в начале XX века за свои публикации в отделе «Фельетон» (место в газете, отведенное для «читабельных» материалов, отнюдь не сатирического свойства, хотя критика и сатира не исключались). Штатными высокооплачиваемыми фельетонистами газет становились опытные журналисты-беллетристы, которые могли писать на любые общественно значимые темы, вплоть до святочных рассказов.

О жанрах журналистики и публицистики как таковых заговорили только в советское время. И здесь необходимо обратиться к истории.

Российская журналистика, начиная со времен Екатерины II (1760-е годы) и вплоть до реформ Александра II (1860-е годы) оставалась литературоориентированным феноменом, обсуждая все общественные проблемы в «толстых» журналах через литературу или посредством интерпретации литературы. Ведущие публицисты считали себя литераторами (а многие и были таковыми). Эта традиция была привнесена и в советскую систему журналистского образования. Именно на филологических факультетах образовались отделения журналистики (многие из них до сих пор находятся в составе филфаков), выпускникам которых присваивалась квалификация «литературный

работник». Логично поэтому, что жанровые методики литературы как бы продолжились в изучении жанров журналистских текстов. Если посмотреть на определения жаров, то они почти идентичны:

«*Жанры литературы* — это исторически складывающиеся группы произведений литературы, которые объединяет совокупность формальных и содержательных свойств, основанных на формальных признаках» [Режим доступа: <https://www.calc.ru/447.html>].

«Под журналистскими жанрами подразумеваются устойчивые типы публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками» [Тертычный, 2000: 3].

Если следовать логике этих понятий, то для выделения тех или иных жанровых форм из массы журналистских материалов необходимо было провести типологический анализ большого массива текстов. При этом все типы текстов должны были выявляться на основе одних и тех же типологических признаков таким образом, чтобы невозможно было один и тот же текст отнести к различным типам. Однако такого исследования никто не проводил.

У филологов такие исследования были. «В самом общем смысле термин «тип текста», — отмечает М. Н. Никонова, — обозначает эмпирически существующие формы манифестации (проявления) текстов. <...> Все попытки построения универсальной типологии текстов не привели до сих пор к каким-нибудь значительным результатам. Таким образом, выделить типы текстов интуитивным путем гораздо легче, чем подвести их классификацию под теоретическую базу» [Никонова, 2008: 145–157].

Именно интуитивным путем были выявлены и продолжают выявляться жанры журналистских текстов: *заметка* (заметил — написал), *интервью* (побеседовал — записал), *репортаж* (пришел, увидел — написал), *отчет* (услышал — записал). *Корреспонденция* («сообщения в газету из другого города») породила два аналитических жанра — письмо и корреспонденцию; *фельетон* из места на газетной полосе (пусть французы пользуются этим местом) превратился в сатирический жанр; разделились *обзор* и *обозрение*; к *очерку* (очертил) добавилась *зарисовка* (зарисовал) и т. п. При этом жанровые группы поделили на информационные, аналитические и художественно-публицистические, отказав тем самым аналитическим и художественно-публицистическим в информационности, а информационным и аналитическим — в публицистичности. Поэтому и появляются самые разнообразные классификации жанровой палитры журналистских текстов, о которых говорилось выше.

Отметим, что степень оперативности, а не информационность, являются важнейшим показателем для группировки журналистских жанров. В эту систему не вписывается, например, интервью, используемое как метод сбора информации. Опубликованное в вопрос-ответной форме, интервью может выступать как заметка, комментарий, корреспонденция, обзор, обозрение, в том числе по вопросам литературы и искусства.

История умалчивает о том, кто назвал некое множество «образцов текстов» жанрами и кто дал им имена.

Но наша уверенность в непогрешимости такой типологии доходит до закономерности. «Жанры — это естественные формы воплощения журналистского творчества, формы реализации журналистского замысла, — пишет А. И. Акопов. — При этом следует помнить, что жанры не зависят от времени и пространства, они существуют объективно и зависят от суммы характеристик и свойств окружающей действительности — обстоятельств, явлений, фактов и т. п.» [Акопов, 1996: 4]. «Тип произведений, который складывается исторически и определяется как «жанр», — утверждает А. А. Тертычный, — существует объективно, независимо от мнений как теоретиков, так и практиков» [Тертычный, 2000: 3].

Но если различные формы журналистских текстов, сгруппированные в систему жанров, существуют объективно, то почему этого не замечают теоретики масс-медиа в США и Европе? Так, О. Р. Самарцев, опираясь на британскую модель журналистики, все многообразие жанров сводит к двум видам письма — созданию новостей и созданию статей для газет и журналов, более расположенных к публицистике и «очерковой манере» [Самарцев, 2007: 290].

Показательным является издание в 2010 году справочника «Жанры журналистики Германии и России» на русском и немецком языках. Авторы проекта столкнулись с большими трудностями в понимании форм журналистского текста и в определении самого понятия «жанр»:

Е. П. Прохоров: «Жанр (фр. *genre*, от лат. *genus* — род, вид, манера), в журналистике типологическая характеристика публикуемых в СМИ разнообразных произведений, выделяемых по ряду относительно устойчивых признаков содержания и формы, совокупность которых в целом составляет на каждом этапе развития журналистики отчетливо просматриваемую систему» [Прохоров, 2010: 39].

Х. Пёткер: «Жанры (фр. *genre*, от лат. *genus* — род, вид, манера), более-менее устойчивые, ставшие привычными и формально стандартизированные посредством учебников формы повествования в профессиональном журнализме. <...> Жанры являются рабочей техникой, которой возможно научиться» [Пёткер, 2010: 35].

С одной стороны, речь идёт о типологии публикуемых в СМИ текстов, с другой, о формально стандартизированных в учебной литературе (для учебных целей) формах повествования, которые являются технологичным рабочим инструментом в профессиональном журнализме.

Как уже отмечалось, понятие «жанра в журналистике» и сама система жанров возникли и развивались в СССР. Этой научно-практической и образовательной проблемой были «заражены» и страны социалистического содружества. В ГДР жанры исследовались секцией журналистики университета им. Карла Маркса в Лейпциге. При объединении Германии — это наследие перешло в ФРГ и «дало, — как утверждает профессор Х. Пёткер, — самую последовательную и точную систематизацию жанров» [Корнилов, Пёткер, 2010: 49].

Однако в немецкой текстовой системе нет жанров хроники, корреспонденции, письма, журналистского расследования, очерка, фельетона, памфлета.

Да и жанр репортажа мы понимаем по-разному. У нас с появлением жанра «репортаж» исчезла на долгие годы специализация «репортёр», хотя сам репортаж выполняет функцию новостного оперативного жанра. Правда, печатный репортаж в таком виде не может уже конкурировать с телевизионным, где глаз камеры видит событие точнее и передает быстрее. В немецкой журналистике расширяющиеся функции репортеров влияют на объём понятия «репортаж». Это жанр крупных форматов (в т. ч. книжных), где сочетаются элементы очерка, аналитики, расследования.

Таким образом, объективный характер исторически сложившейся жанровой системы журналистских текстов остаётся под вопросом.

### Практика применения и научения жанрам

А теперь зададимся вопросом: какова же цель столь пристального и неугасающего внимания (в основном в России, т. к. даже в Германии исследования в этой области прекращены) к теоретизированию проблемы жанров, если это интуитивно вычлененные и сгруппированные журналистские тексты, «назначенные» жанрами, или это технологические формально структурированные матрицы текстов, удобные для обучения написанию разного рода материалов для СМИ?

С теоретической точки зрения Е. П. Прохоров объясняет это следующим образом: «В связи с обогащением функций СМИ историческое развитие и современное состояние жанровой системы СМИ вообще и каждой их разновидности, в частности, определяется необходимостью закрыть все предметное поле действительности в богатом разнообразии ее проявлений. Именно этим и вызывается, с одной стороны, все возрастающее разнообразие жанровых форм, а с другой — переплетение в одном произведении черт разных жанров, зависящее от многих факторов объективного и субъективно-творческого характера» [Прохоров, 2010: 41].

С практической точки зрения, утверждает Х. Пёткер, «жанры являются продуктивными навыками, с которыми связываются экономические функции для журналистов и медийных предприятий. Жанры несут с собой хорошо пригнанную друг к другу последовательность рабочих тактов, которая экономит время и облегчает координацию деятельности в рамках редакционной организации» [Пёткер, 2010: 37]. «Точное представление о жанре помогает профессиональному общению журналистов, — уточняет А. А. Тертычный. — Одно дело, когда редактор издания просит журналиста: «Напишите, пожалуйста, хороший материал об авиации». Совсем другое, если он ему предлагает: «Напишите очерк о летчике-испытателе». В последнем случае журналист, наверное, лучше поймет, какой именно материал хотел бы получить от него редактор» [Тертычный, 2000: 3]. Иными словами, журналисту задана тема и форма будущего материала, которую он воспринимает как некую уже известную (редактору и ему) матрицу. «Наличие жанров, — пишет А. В. Колесниченко, — позволяет журналисту пользоваться готовыми шаблонами и матрицами для подачи информации, а не изобретать для каждого материала новую форму» [Колесниченко, 2013: 11].

Отметим, что формы журналистских текстов становятся известными в результате *жанрообразования* — научения формированию текстов в тех или иных жанрах. «Усилия по систематизации жанров начались с развитием журналистики как научной дисциплины, которая исследует журналистские методы работы с эмпирико-аналитической точки зрения и передает эти результаты в процессе получения высшего образования и повышения квалификации (будущим) журналистам и журналистам» [Корнилов, Пёткер, 2010: 49].

Обучение студентов-журналистов написанию жанровых текстов ведется двумя методами: анализом образцов текстов, написанных в тех или иных жанрах, и представлением абстрактной модели конкретных жанров в признаковом пространстве этих жанров. Во втором случае предполагается, что форме текста обладает некими качественными характеристиками, присущими данному жанру. Одной из таких характеристик, присущих, по мнению теоретиков, информационным жанрам, являются вопросы: *кто? что? где? когда? как? и почему?*

Ещё Редьярд Киплинг, будучи репортёром, писал о них:

*Есть у меня шестёрка слуг,  
Проворных, удалых,  
И всё, что вижу я вокруг, —  
Всё знаю я от них.  
Они по знаку моему  
Являются в нужде.  
Зовут их: Как и Почему,  
Кто, Что, Когда и Где.*

Однако на эти вопросы должен отвечать любой жанр журналистики — заметка, интервью, некролог, корреспонденция, рецензия, фельетон и др. Попытки описания жанров в некоем признаковом пространстве не точны и не дают однозначного представления о том или ином жанре. Наиболее репрезентативной, на наш взгляд, является характеристика жанров журналистики Л. В. Шибаевой, выраженная в табличной форме [Ахмадулин, 2016: 214–223]. Каждый жанр здесь характеризуется по шести позициям: 1) «с каким материалом работает», 2) «на какой вопрос отвечает», 3) «какие задачи решает», 4) «виды», 5) «методы работы» и 6) «особенности формы».

Приведём примеры описания жанров по этим позициям.

Репортаж: 1) Событие. Объект и движение; 2) Как это происходит? 3) Показать событие, объект в процессе движения, зримо (а не просто в пересказе); 4) Спортивный, событийный; 5) Наблюдение!!! Работа глазами. Если событие уже прошло, его надо реконструировать, расспрашивая свидетелей: как это было, что вы видели? Имитировать эффект присутствия: вижу и рассказываю вам; 6) Темп рассказа! От первого лица, в настоящем времени. Диалоги — в записи живой речи, а не пересказе. Много глаголов. Подробности (но кратко).

Корреспонденция: 1) Событие. Факт, но главное — объект должен быть локальным, единичным (даже если он типичен!) и «законченным», вписанным в отрезок «от и до». Конкретный социальный опыт; 2) В чём причина (чья вина или заслуга в...)? 3) Объяснить

главную причину, выстроить цепочку причинно-следственных связей, показать практическое значение; 4) 1. информационная, 2. аналитическая, 3. очерковая; 5) 1. Описание объекта с разных сторон, с выделением подробностей. Сюжет — «происхождение». Описать объект, выделив четко предметную грань. Столкнуть между собой два или несколько разных объяснений (через мнения людей, цифры, факты); 2. Выстроить причинно-следственную цепочку к главному, ключевому объяснению, «первопричине». Показать, какое значение этот социальный опыт (практический) имеет для других; 3. Подробный с эмоциональными деталями рассказ о факте или событии. Без рассуждений и комментариев, через показ; 6) Живость (репортажность, очерковость) стиля. Сюжет не обязательно тянуть от начала до результата. Можно обеспечить драматизм сюжета, подчеркнуть противоречивость, конфликт возможных причин.

Эти описания жанров, сами по себе довольно «экспрессионистские», можно использовать в учебном процессе для проведения практических занятий по анализу жанровых форм журналистских текстов по авторской методике. Но для теоретических определений жанров эти описания не годятся.

Более логичную формализованную структуру жанров предложил А. И. Акопов. Его схема-матрица содержит 4 основных типических жанровых признака, каждый из которых включает компоненты, присущие всем жанрам журналистики. Универсальная, по мнению автора, «схема-матрица выглядит так: 1. *Задачи публикации:* а) информирование общественности о фактах действительности; б) пропаганда и распространение передового опыта; в) популяризация знаний; г) анализ окружающей действительности (освещение результатов анализа, постановка проблем, пути их решения); д) эстетическое и эмоционально-художественное освещение жизни. 2. *Метод отображения действительности:* а) описание на основе фактов, непосредственно наблюдаемых журналистом; б) отображение на основе фактов, полученных журналистом в процессе изучения документов и опросов; в) осмысление, использование и оценка фактов, воплощенных в художественном произведении литературы и искусства; г) оценка фактов со стороны компетентного лица (эксперта) или группы лиц; д) всесторонний анализ и оценка явлений действительности, данные журналистом. 3. *Масштаб отображения действительности:* а) отдельный факт; б) группа, цепочка связанных друг с другом фактов; в) всестороннее освещение локального участка действительности («кусочек жизни»); г) широкое освещение действительности. 4. *Средства изображения:* а) художественные образы; б) сатирические и юмористические образы; в) образительно-выразительные средства; г) литературно-стилистическая обработка текста» [Акопов, 1996: 7–8].

Автор утверждает, что его матрица «применима ко всем группам жанров». Например, жанр репортажа можно отобразить следующей формулой:

$P = 1a^2a^3b^4b,$

где: P — репортаж; 1, 2, 3, 4 — типические признаки

жанров журналистики; а, б, в — компоненты типических признаков; ^ — знак логического сложения.

В табличном выражении репортаж будет иметь следующие параметры:

	Типические признаки жанра «Репортаж»	Компоненты типических признаков		
		а)	б)	в)
1.	Задачи публикации	информирование общественности о наиболее значительных фактах действительности		
2.	Методы отображения	факты действительности, наблюдаемые журналистом		
3.	Масштаб отображения		группа, цепочка связанных друг с другом фактов	всестороннее освещение конкретной ситуации
4.	Средства изображения			изобразительно-выразительные средства

К сожалению, «Компоненты типических признаков» имеют довольно размытые границы и не могут однозначно характеризовать тот или иной жанр. К тому же информационный признак, присущий всем жанрам, подменяет важный признак степени оперативности.

#### Заключение

Подводя итоги вышесказанного, необходимо отметить, что интуитивное выделение жанров в практике журналистской деятельности носит характер профессионального договора, устанавливающего некие формально-логические стандарты для текстов российских (и только российских!) средств массовой информации. Эти практические формально-логические стандарты не имеют под собой научной базы, а как следствие, многочисленные публикации по жанровой проблематике не имеют отношения к теории журналистики, а лишь методически обслуживают «профессиональный договор» о формах текстов. Именно поэтому речь постоянно идёт о взаимодействии, диффузии, мимикрии, метаморфозах «назначенных жанров», не имеющих единой основы для их деления и жестких критериев для их определения. А внесение в российскую жанровую систему американских форм журналистских текстов ведет к ещё большей энтропии устоявшихся понятий.

В журналистском образовании сосредоточенность на изучении жанровых форм журналистских текстов зачастую мешает студентам овладению навыками написания материалов в проблемно-тематическом наполнении.

Чтобы проблему журналистских жанров поставить на научную основу нужно её рассматривать с двух сторон: с одной стороны, мы должны провести типологические исследования большого массива современных текстов СМИ разделяя их по единому основанию и выделяя по определенным параметрам те или иные устоявшиеся формы этих текстов (типология жанров), с другой, — теоретическое изучение самих форм, вы-

веденных из типологии текстов и представляющих формально-логические структуры (матрицы, модели), не наполненные содержанием. При этом необходимо иметь в виду, что в основе жанровой системы лежат формы текстов, опирающихся на окружающую действительность (оперативные (степень оперативности), аналитические и беллетризованные жанры), и отражающих уже отраженную действительность (оценивающие произведения литературы, искусства, науки и публицистики). Разработка такой научной проблемы под силу только мощной научной школе, организационный и исследовательский потенциал которой в российских вузах имеется.

#### Новость в системе медиакоммуникаций<sup>2</sup>

«Новость» была и остается одной из самых спорных категорий журналистики. Актуальность *новостной проблемы* хорошо обосновал Эверетт Деннис в книге «Беседы о масс-медиа» (М., 1997): «Новости трудно поддаются определению, и в этом причина того, что так много людей принимает живое участие в обсуждении этого предмета. Представители самых разнообразных профессиональных и социальных групп — журналисты, социологи, политологи, «источники информации» — все занялись этим. Дискуссия имеет не только теоретическое значение, поскольку знание и понимание того, что такое «новости», может принести реальную выгоду» [3, 203].

«Новость», с одной стороны, имеет глобальное значение, с другой стороны, производственные и потребительские приоритеты относительно новостного контента связаны с культурой конкретного общества, его историческими традициями, национальным менталитетом. Поэтому о новостных категориях в журналистике пишут много и определяют по-разному.

Западные ученые отдадут предпочтение исследо-

<sup>2</sup> Ахмадулин Е. В. «Новость» как основа журнализма // Гуманитарный вектор. 2020. Т. 15. № 5. С. 149–154.

ваниям новостных источников и технологиям отбора новостей [13; 14], используя при этом социологию новостей [17]. Например, D. M. Rufe пишет о природе новостной информации [16], E. Albaek — о взаимодействии экспертов и журналистов в новостной журналистике [9], I. Schultz — о журналистской интуиции при выборе новостных подборок [18]; W. Bennett выдвинул теорию «индексации», в результате чего освещение новостей отражает степень раздора среди политиков [10]; J. Curran и A. Tófi анализируют, как СМИ информируют демократию [11]. Практическая сторона новостной информации прослеживается в переводных источниках [4; 5; 8]. Российские авторы видят в новости основу для жанрообразования [6] и зачастую анализируют западный опыт новостной журналистики [1; 7].

Цель данной статьи показать, что «новость» как основная информационная составляющая журналистики является самодостаточной и не нуждается в привязке к определенным жанрам.

Методология и методы исследования опираются на системный подход, позволяющий рассмотрение новостных проблем в комплексе, включая факторы, влияющие на отбор новостной информации, до её потребления и усвоения аудиторией. Само же определение понятия «новость» проводилось с помощью экспертных оценок, сравнительно-жанровой методики и типологии журналистских текстов.

Научная новизна исследования состоит в том, что в нём впервые обосновываются различия между жанром как формально-логической структурой и новостью — объективной категорией, обладающей своими свойствами и качественными особенностями. Доказывается, что новость может быть представлена в любых информационных жанрах, если это не противоречит её основному свойству — новизне. В статье дается авторское определение понятию «новость».

#### **Новость доступна всем жанрам журналистики**

«Новость в своем исходном значении, — отмечает Г. В. Лазутина, — не жанр журналистского произведения, а новый фрагмент реальности, меняющий привычный ход вещей и потому требующий в той или иной степени общественного внимания» [6, с. 28].

Речь идет не только об определении для стандартизации понятия «новости», но и о том, кто и какие новости отбирает для представления их в СМИ. Сами стандартные критерии для определения понятия «новости», по мнению американского специалиста в области средств массовой информации, выглядят следующим образом:

1. Конфликт (напряжение-удивление),
2. Развитие (триумф-достижение),
3. Катастрофа (поражение-разрушение),
4. Последствия (воздействие на общество),
5. Знаменитость (социальная или политическая величина),
6. Новизна (необычное, даже чрезвычайно необычное),
7. Человеческий интерес (эмоциональный фон),
8. Своевременность (новизна, свежесть),
9. Близость (местная проблематика) [3, с. 205].

Однако все эти критерии говорят не о сущностном характере новости, а о её возможном содержании. Профессура журналистских школ в США придерживается концепции, что основным компонентом журналистского образования остается обучение студентов искусству повествования (story-telling), так как, по выражению Тома Филдера — декана колледжа коммуникаций Бостонского университета, «в тарелке супа важен сам суп, а не то, в чем он подается»<sup>3</sup>. Речь, таким образом, идет не об изучении жанра или определении «новости», а о навыках написания текста, который может быть представлен в различных жанрах или нести в себе новость. Главное для новостного текста его оперативность, актуальность с точки зрения аудитории СМИ, достоверность и доступность для понимания и восприятия изложенных фактов. Для этого выделяются главные параметры и действия журналиста по созданию текста на основе собранных материалов: формулировка «жесткой» новости в качестве лида, создание структуры текста, объективизация новости с учетом разных мнений и точек зрения, толкование фактов с помощью деталей и последствий, стоящих за фактами, тщательная проверка достоверности приводимых фактов и, наконец, написание текста простым и понятным для аудитории языком.

Владимир Даль в своё время дал довольно точное толкование «новости»: «Новость ж. качество, свойство нового, всего, что ново: новый случай, приключенье; вещь о нём, первое известие о чём-либо»<sup>4</sup>.

Но поскольку речь идет об определении понятия «новости» для СМИ, обратимся к толкованию «новости» самими журналистами, имеющими непосредственное отношение к преподаванию. Например, в учебном пособии «Практическая журналистика» (МГУ, 2008) А. В. Колесниченко цитирует М. Mencher: «В журналистике существует два определения новостей (всего то! — Е. А.). Новости — это:

- информация, необходимая людям для принятия решения, которое касается их жизни;
- отклонения от естественного хода событий»<sup>5</sup>.

Во-первых, «информация, необходимая людям для принятия решения», — не только (и не столько) новости в СМИ; во-вторых, не все аномальные явления являются новостью и не все новости освещают «отклонения от естественного хода событий».

Owen Spencer-Thomas в своем блоге для молодых журналистов пишет: «Новости — это то, что люди хотят слышать или должны знать. Но это трудно определить в значительной степени, потому что истории могут быть представлены различными способами. Новости могут информировать, просвещать или даже развлекать» [15]. Он также приводит известные высказывания журналистов относительно новости, например, редактора *The New York Sun* Чарльза Дана:

<sup>3</sup> Stelter, Brian. J-schools play Catch-up. New-York Times, April 19, 2009.

<sup>4</sup> Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. Т. II. — М.: Госиздат иностр. и нац. Словарей, 1956. С. 549.

<sup>5</sup> Mencher M. News reporting and writing. Dubuque: WCB, 1994, p. 57.

«Если собака кусает человека, это не новость. Но если человек кусает собаку, это новость» или воскресного редактора *The New York Times* Лестера Маркела: «То, что вы видите — это новости, то, что вы знаете — это фон, то, что вы чувствуете — это мнение».

Более известные американские ученые — Мелвин Де Флёр и Эверетт Деннис, «проработав кипы статей и сочинений о новостях» сформулировали следующее определение: «Новость — это сообщение, в котором представлен современный взгляд на действительность в отношении конкретного вопроса, события или процесса. В новости обычно прослеживаются важные для индивида или общества изменения, которые подаются в контексте общепринятого или типичного. Новость оформляется с учетом консенсуса относительно того, что интересует аудиторию, а также внутренних и внешних ограничений, с которыми приходится сталкиваться соответствующей редакции. Она — результат ежедневно возобновляемой игры по достижению коллективного договора внутри редакций, сортирующих происходящие за конкретный промежуток времени события с тем, чтобы создать скоропортящийся продукт. Новость — это несовершенный результат принятия скороспелых решений в ситуации давления извне и изнутри» [12, р. 446].

Здесь сделана попытка сформулировать две проблемы: определить, что же такое новость, с одной стороны, и кто и как отбирает новости для СМИ, с другой. Заметим, что «новость» здесь не определяется как нечто новое, оперативно поданное, а как «современный взгляд на действительность» и как «важные для индивида и общества изменения».

В российском контексте, учитывая нашу склонность к жанрообразованию, «новость» служит основой этого процесса: «Новостная журналистика предстает перед нами как целая группа жанровых моделей, каждая из которых существует в нескольких форматах и характеризуется дополнительным своеобразием, проявляющемся не только в предмете и назначении текста, но и в его структуре» [6, с. 34]. А зачастую и сама новость превращается в жанр. Так, в учебном пособии А. В. Колесниченко «Настольная книга журналиста» «новость» определяется как жанр, синонимичный новостной заметке. «Жанр «новость», — пишет автор. — Новостная заметка — самый распространенный жанр в современной журналистике»<sup>6</sup>.

На наш взгляд, «новость» не вписывается в круговую ложе одного жанра, даже если мы назовём его «новостной заметкой». Любую новость можно подать в жанрах интервью, репортажа, отчёта. Новостью могут служить письма, рецензии на новые книги или кинофильмы и даже некролог о смерти известного человека. Жанр как таковой является устоявшейся формально-логической структурой для наполнения её журналистским текстом. Иными словами, жанр представляет собой упаковку для текста.

В отличие от жанра *новость является продуктом* (скоропортящимся продуктом), обладающим назна-

чением (ролью), а также определенными свойствами и качествами.

### Заключение

Новость, безотносительно к ее содержанию, предназначена информировать; главным природным свойством новости является новизна. Качества же новости, благодаря ее определяющему свойству, проявляются при ее использовании. Следовательно, свойство новости — это фактор, присущий ей изначально, заложенный в ней самой, тогда как качество — это фактор пригодности для удовлетворения нужд получателя новости. Иными словами, один и тот же фактор новости, который в соотношении с прочими его характеристиками выступал как свойство, в соотношении с нами и нашими потребностями выступает уже как качество новости.

Скоропортящийся продукт, каковым является новость, требует оперативной обработки и реализации, иначе качество ее (новостная свежесть) будет терять свои свойства. Ещё Г. В. Гегель отмечал, что качество «есть вообще тождественная с бытием непосредственная определенность... нечто есть благодаря своему качеству то, что оно есть, и, теряя свое качество, оно перестает быть тем, что оно есть» [2, 228]. Таким образом, утрачивая свойство новизны, новость перестает быть сама собой, становится чем-то иным.

По нашему мнению, «новость» — это оперативное и актуальное для воспринимающей стороны сообщение (устное или письменное, о также переданное по каналам средств массовой коммуникации) о новых фактах, событиях, явлениях, процессах из окружающей нас природы и социальной действительности.

Это определение подходит для двух собеседников, для ораторов, для общения в чатах, социальных сетях и для журналистских текстов во всех (преимущественно информационных) жанрах. Однако широта применения такого понимания «новости» идеализирует и нивелирует определение, делает его неприемлемым для всех, и особенно для СМИ. То, что для так называемой первичной группы будет новостью (рождение ребенка в семье), то для большой аудитории СМИ такая новость должна быть актуализирована дополнительными параметрами (рождение ребенка не в каждой семье, а, например, в семье известной личности).

Новость как таковая — объективная категория, но при конкретном ее наполнении и последующем отборе она оценивается субъективно в зависимости от приоритетов субъекта отбора новостей и объекта их потребления. Отбор новостей для СМИ детерминируется культурой и ментальностью данного общества, самой системой журналистики, функционирующей в той или другой стране, в зависимости от ведущих системоформирующих факторов — социально-политической организации общества (режим правления), идейных приоритетов, а также типами изданий и программ и приоритетными для данного общества повестками дня.

### Резюме:

Новость не является жанром журналистики, а представляет собой объективную категорию, обладающую своими свойствами и качественными особенностями.

<sup>6</sup> Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. Уч. пос. — М.: Аспект Пресс, 2013. С. 23.

Новость может быть презентована в любых информационных жанрах, если это не противоречит ее основному свойству — новизне. Новость — это оперативное и актуальное для аудитории сообщение, переданное по каналам средств массовой коммуникации, о новых фактах, событиях, явлениях, процессах из окружающей нас природы и социальной действительности. Отбор новостей зависит от культуры и ментальности данного общества, вида системы журналистики, типа СМИ и приоритетных повесток дня в данном обществе в данное время.

### **Форматы медиатекстов и элитарные СМИ<sup>7</sup>**

В последнее время ведется много дискуссий вокруг предсказаний о так называемой «смерти газет» [1] как бумажного носителя информации (экономико-экологические доводы), так и социального института с его специфической, линейно-текстовой формой представления информации, которую сторонники «погребальной теории» считают архаичной в век электронных супермагистралей, новых информационных технологий, разнообразия гаджетов и «клипового мышления».

Логика в этих прогнозах есть. Пользователи информации, особенно ее молодежная составляющая, в массовом порядке переходят в Интернет. За своей изменчивой аудиторией туда же бросаются газеты и журналы, переходя с «принта» на «цифру». И тенденции, происходящие на медиарынке, подтверждают сокращение сегмента печатных СМИ в пользу Интернета.

Тиражи печатной прессы в США в 2008–2014 годах упали на 15%, в Западной Европе — на четверть. В России подписные тиражи периодики во второй половине 2014 года в среднем по стране упали на 20,2%, а по итогам подписки на первое полугодие 2015 года — на 22% (данные ФГУП «Почта России»). По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), в первом квартале 2015 года рекламные доходы печатной прессы упали более чем на 40%. А рынки распространения печати и полиграфии — кризисные явления достигли ещё до падения курса рубля [2].

Однако, судя по данным «Отраслевого доклада 2015. Печатные СМИ в России», подготовленного Управлением периодической печати, книгоиздания и полиграфии, на который мы опираемся в своих суждениях, слухи о смерти газет сильно преувеличены [2].

Например, из доклада «World Press Trends 2014» Всемирной газетной и информационно-издательской ассоциации (WAN-IFRA), подготовленного по данным из более 70 стран, представляющих 90% мирового издательского рынка, следует, что каждый день более половины взрослого населения планеты читают ежедневные газеты: около 2,5 млрд. человек в традиционном печатном виде, порядка 800 млн. в цифровом и традиционном форматах одновременно, а около 200 млн. только в цифровой форме [3].

<sup>7</sup> Ахмадулин Е. В. Печатные СМИ: территория выживания // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2016. № 3. С. 156–160.

По данным TNS-Россия, только в 2013 году аудитория интернета выросла на 6% [4]. Данные регулярного исследования РосИндекс компании «Synovate Comcon» показывают: доля людей, пользующихся 4–5 медиа (ТВ, радио, печатными СМИ и Интернетом) для получения информации, в России сокращается достаточно быстро, а доля тех, кто ограничивается одним или двумя медиаканалами, растёт. Большим числом медиаканалов обычно пользуются представители высокого и выше среднего социально-экономического статуса, тогда как представители категорий доходности «ниже среднего» и «низкая» потребляют меньшее число медиаканалов [5].

Именно эту тенденцию улавливают издатели печатной периодики, понимающие, что в конкурентной борьбе с электронными СМИ на глобальном информационном поле им не выиграть. Необходимо использовать специфику и преимущества газет и журналов (комфортность, логику медиапланирования, аналитичность, преемственность и последовательность как отдельных тем контента, так и гипертекстов выпусков и др.) для обслуживания интеллектуальной элиты. Уже сейчас в качественных западных СМИ возникает мода на «лонгриды» (материалы для вдумчивого чтения — longreads). Суть явления заключается не столько в новом формате или жанре, а в смене парадигмы медийной работы, когда «обстоятельная и сложная журналистика» приходит на смену «быстрой, простой и краткой».

Однако, отмечают эксперты, такая смена невозможна без отказа от многих, главным образом, краткосрочных экономических основ деятельности медиа, принятых в настоящее время. Эта журналистика, имеющая целью создание языка общественной дискуссии, формирующая «реальный социальный и политический интерес» у аудитории, не замыкающаяся в форматных и целевых рамках, апеллирующая не к большинству по определению, не может быть сразу экономически самокупаемой, а тем более — прибыльной. Это, скорее, социокультурный, а не рыночный проект, поскольку такая журналистика до определённого момента существует не только «для общества», но и «вместо общества». До тех пор, пока это общество не станет более зрелым [1].

«Обстоятельная и сложная» журналистика не отменяет «быструю» журналистику, так как последняя всё равно будет присутствовать на рынке медийным фоном, без которого пресса существовать не может. Но именно фоном, а не содержанием. Бренд издателя в этих условиях необходимо рассматривать как своеобразную «конвергентную экосистему» различных медийных каналов (социальных сетей, веб-платформ, приложений для мобильных устройств и т. д.), в центре которой находится бумажный журнал или газета [6].

Образцом для подражания в данном случае может быть культовый американский еженедельный журнал «Newsweek» («Ньюсуик» — «Новости недели»). Издание печаталось в Нью-Йорке с 1933 года по 2012 год, потом «ушло» в Интернет, но после прихода новой редакционной команды, принявшей на вооружение именно «сложную и обстоятельную» журналистику, с января 2014 года «вернулось в бумагу», и уже сумело стать прибыльным.

Подобные процессы не единичны. Так, издатель Джон Харрингтон, выступая на медиаконгрессе «Будущее цифры начинается с печати», проходившем в октябре 2014 года в американском Оксфорде, отметил, что издательские дома США, работавшие до 2010 года по рекламоцентричной модели бизнеса, сегодня массово переходят на потребителецентричную модель [6]. А это значит, что во главу угла ставится читатель, его потребности, а доходы издателя зависят, в первую очередь, от продажи контента.

Таким образом, ориентация печатных СМИ на элитарную аудиторию (готовую платить за эксклюзив) позволит издателям компенсировать растущие затраты на выпуск бумажных носителей, а потребителям (подписчикам) даст ощущение приобщения к некому социальному сообществу, получающему выверенную и обстоятельную информацию. В этом случае подписка на газету или журнал (без розницы и выхода в онлайн) станет модным фактором объединения элитных сообществ и приобретет новые качественные функции в развитии гражданского общества.

## Литература

### Жанротворение и жанрообразование

- Акопов А. И. Аналитические жанры публицистики. Письмо. Корреспонденция. Статья. Учебно-методическое пособие. — Ростов-на-Дону, 1996.
- Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики: учебник. — М.: Изд-во Юрайт, 2016.
- Борецкий Р. А. Информационные жанры телевидения. — М.: Прогресс, 1969.
- Брокгауз Ф., Ефрон И. Энциклопедический словарь. — М., 2001. — С. 221.
- Газетные жанры. — М.: Политиздат, 1971. — 184 с.
- Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе: Учеб. пособие для вузов. М.: РИП-холдинг, 2007.
- Гуревич С. М. Жанры советской газеты: Учеб.-метод. пособие. — М.: МГУ, 1959.
- Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. — М., 1956 (с матриц 1880).
- Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь: Изд-во Пермского университета, 2004.
- Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. — М.: Изд-во Аспект Пресс, 2013.
- Корнилов Е., Пёткер Х. Жанровая система // Жанры журналистики Германии и России: Справочник. — Кёльн: Helem, 2010.
- Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб, 2000. — С. 125–168.
- Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 320 с.
- Мархасев Л. Журналистика и радио // Проблемы газетных жанров. — М., 1962. — С. 127.
- Никонова М. Н. Типология текстов // Теория текста: учеб. пособие / М. Н. Никонова. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2008. — С. 145–157.
- Пёткер Х. Жанры журналистики // Жанры журналистики Германии и России: Справочник. — Кёльн: Helem, 2010.
- Прохоров Е. Жанры журналистики // Жанры журналистики Германии и России: Справочник. — Кёльн: Helem, 2010.
- Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики. М.: Академический проект, 2007. — 528 с.
- Смирнов В. В. Жанровая система радиожурналистики. История. Теория. Особенности функционирования. — Ростов н/Д, 2006. — 472 с.
- Тертычный А. А. Жанры периодической печати. — Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000. — С. 3.
- Триккель И. А. Некоторые вопросы теории радиорепортажа // Радиорепортаж. — М., 1967. — С. 4.
- Черепанов М. С., Гуревич С. М., Пельт В. Д. Жанры советской газеты: Учеб. пособ. — М.: Высшая школа, 1972. — 424 с.

### Новость в системе медиакоммуникаций

- Воскобойников Я. С., Юрьев В. К. Журналист и информация: Профессиональный опыт западной прессы. М.: РИА Новости, 1993. — 204 с.
- Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. М.: Мысль, 1974. Т. 1. — 452 с.
- Деннис Э., Мэррилл Д. Беседы о массмедиа. М.: Вагриус, 1997. — 384 с.
- Ковач Б., Розенстил Т. Элементы журналистики. М.: Престиж, 2004. — 188 с.
- Копперуд Р., Нельсон Р. П. Как преподносить новости. М.: ЛитМир, 1998. — 126 с.
- Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011. — 320 с.
- Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики. М.: Акад. проект, 2007. — 528 с.
- Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией. М.: МедиаМир, 2008. — 200 с.
- Albaek E. The interaction between experts and journalists in news journalism // Journalism. 2011. № 12. — P. 335–348.
- Bennett W. Lance. 2007. News: The Politics of Illusion. 7th ed. New York: Longman, 2007. — 277 p.
- Curran J., Toril A. How Media Inform Democracy: A Comparative Approach. New York: Routledge, 2012. — 244 p.
- DeFleur M. L., Everette E. Dennis. Understanding Mass Communication. 5th ed. Boston: Houghton Mifflin, 1996. — 646 p.
- Franklin B., Matt C. Journalists, Sources and Credibility: New Perspectives. London: Routledge, 2011. — 204 p.
- McNair B. News and journalism in the UK. London: Routledge, 1999. — 224 p.
- Owen Spencer-Thomas. News values. URL: <https://www.owenspencer-thomas.com/journalism/newsvalues/> (дата обращения: 10.04.2020). Текст: электронный.
- Ryfe D. M. The nature of news rules // Political Communication. 2006. No 23. — P. 203–214.
- Schudson, Michael. The Sociology of News. 2nd ed. New York: W. W. Norton, 2011. — 280 p.
- Schultz I. The Journalistic Gut Feeling: Journalistic Doxa, News Habitus and Orthodox News Values // Journalism Practice. 2007. № 1. — P. 190–207.

### Форматы медатекстов и элитарные СМИ

- Мирошниченко А. Когда умрут газеты. — М.: Книжный мир, 2011.
- Отраслевой доклад 2015. Печатные СМИ в России // [Электронный ресурс] — режим доступа: <http://www.slideshare.net/omukovozov/2015-51309643>
- World Press Trends 2014 // [электронный ресурс] — режим доступа: [http://machouse.ua/pub/files/227/65/world\\_press\\_](http://machouse.ua/pub/files/227/65/world_press_)

- trends\_2014.pdf
4. TNS: Российская эксклюзивная мобильная аудитория — 16 млн. человек // [электронный ресурс] — режим доступа: <http://adindex.ru/news/digital/2016/04/13/133093.phtml>
  5. Synovate Comcon: россияне ищут золотую середину в медиапотреблении // [электронный ресурс] — режим доступа: <http://mresearcher.com/2015/07/synovate-comcon-rossiyane-ishhut-zolotuyu-seredinu-v-mediapotreblenii.html>
  6. Издательский бренд — «экосистема» медиаканалов, в центре которой находится бумажный журнал // [электронный ресурс] — режим доступа: <http://www.gipp.ru/viewer.php?id=51236>



## Сергей Попов Мастер славистики и ономастики

К 80-летию доктора филологических наук,  
профессора Г. Ф. Ковалёва

15 июля 2023 года научная общественность отметила 80-летие известного воронежского слависта, доктора филологических наук, профессора Геннадия Филипповича Ковалёва. По праву «в научных кругах имя профессора Г. Ф. Ковалёва — это синоним высокого профессионализма, глубокой филологической (и не только!) компетентности, самоотверженного служения науке, русскому языку и культуре» [1, с. 5].

Г. Ф. Ковалёв — Почетный работник сферы образования Российской Федерации, автор более 400 научных публикаций [полный список научных публикаций представлен здесь: 2, с. 339–362; с. 364–366], в том числе более 25 монографий, словарей и учебных пособий, под его научным руководством успешно защищены 3 докторские и 36 кандидатских диссертации [2, с. 362–364]. Свыше 30 лет он заведовал кафедрой славянской филологии ВГУ, в настоящее время возглавляет лабораторию воронежского лингвокраеведения им. профессора В. И. Собинниковой на филологическом факультете.

Г. Ф. Ковалёв внес значительный вклад в исследование этнонимии славянских языков [3, с. 284]. Его первой научной «лингвистической любовью» стали словообразование и этнонимия. Будучи первокурсником филологического факультета Воронежского государственного университета, он по заданию своего научного руководителя профессора М. В. Фёдоровой провел доскональный словообразовательный анализ публикаций одной из районных газет Воронежской области, выступил с докладом на студенческой научной конференции. На начинающего исследователя обратила внимание заведующая кафедрой русско-славянского языкознания профессор В. И. Собинникова, отметив его тщательную работу над небольшим по объему материалом.

В поисках своей научной «ниши» Г. Ф. Ковалёв плодотворно соединил свой студенческий интерес к словообразованию с этнонимией, результатом стали первые научные публикации соответствующей тематики и диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук, которую он успешно защитил в 1978 году под научным руководством доктора филологических наук, профессора И. С. Торопцева.

В опубликованной в 1982 монографии [4] Г. Ф. Ковалёв осветил новый материал, в основном самостоя-

тельно извлеченный им из источников русского языка с глубокой древности до наших дней. В научном труде проанализированы тенденции развития этнонимии от старославянского до современного русского языка, а также решены некоторые частные проблемы, например как выбрать или образовать этническое название в затруднительных случаях. На момент выхода монографии, как отмечал Г. Ф. Ковалёв, в научном мире были «особенно слабо освещены вопросы исторической классификации этнонимов, номинации в этнонимии, а также этнонимического словообразования. Большинство лингвистов и историков интересовалось лишь проблемами этимологии отдельно взятых этнонимов, поскольку этнонимия вольно или невольно рассматривалась специалистами только как вспомогательный источник для изучения истории языка и этногенеза того или иного народа» [4, с. 3]. Необходимость изучения исторической и современной этнонимии диктовалась нуждами исторической грамматики, лексикологии и словообразования, а также исторической географии, истории, археологии, этнографии и этносоциологии.

По мнению Г. Ф. Ковалёва, «этнонимами могут быть названия трех типов этнической общности: племена, народности, нации. Каждый тип в основном соответствует определенной общественной формации» [4, с. 13]. Он выделил 4 типа славянских этнонимов с позиции словообразования: 1) бесформантные и немотивированные; 2) имеющие форманты; 3) формантные этнонимы, имеющие в качестве мотивирующей основы хороним (данный тип этнонимов имеет перевес в славянских названиях неславянских народов); 4) бесформантные неизменяемые этнонимы, все без исключения являющиеся заимствованием из неславянских языков [4, с. 17–18]. Анализируя этнонимии Древней Руси, этнонимии эпохи становления языка русской национальности и современную русскую этнонимии, Г. Ф. Ковалёв прихо-



**Об авторе:** С. А. Попов, кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна ВГУ

дит к выводу о необходимости составления словаря русских этнонимов, который сыграл бы серьезную роль в отечественной лексикографии. Для примера он привел в монографии пробные статьи своего будущего словаря на букву «А». Материалы словаря публиковались как в отечественных, так и зарубежных научных изданиях [5].

В 1991 году опубликована еще одна монография [6], в которой Г. Ф. Ковалёв проанализировал проблемы становления этнонимии от общеславянской эпохи (на базе реконструкций и неславянских источников) до современных литературных языков славянских народов: древнейшие общие названия славян, эволюцию словообразовательных средств этнонимии славянских языков, самобытное развитие этнонимии в национальных славянских языках, рассмотрел дериваты женского рода в славянской этнонимии и её лексикографические проблемы. На основе данной монографии в 1995 году Г. Ф. Ковалёв в МГУ успешно защитил диссертацию на соискание ученой степени доктора филологических наук.

Следующая монография Г. Ф. Ковалёва [7] представляет цикл статей по этнонимике, материал которых не вошел в монографии автора, некоторые из них уже были изданы в различных отечественных и зарубежных сборниках, исправлены и дополнены. Материалы касаются проблем происхождения названия «Русь», этнонимии «Слова о полку Игореве», этнонимикона А. С. Пушкина и многого другого. Завершил книгу «Словарь этнических названий России», над которым автор работал несколько десятков лет.

Благодаря данным монографиям и последующим научным публикациям Г. Ф. Ковалёва в научном мире повысился интерес к этнонимике как самостоятельному разделу ономастики, и поднимаемые им проблемы были частично разрешены.

Другим важным вектором научного поиска Г. Ф. Ковалёва является многогранная исследовательская деятельность в области воронежского лингвокраеведения, и, в частности, микротопонимики.

Региональная микротопонимия по праву является частью общенациональной топонимической системы и представляет собой фрагмент языковой картины мира местного населения.

Профессором Г. Ф. Ковалёвым составлена инструкция для сбора региональных имен собственных, в том числе и микротопонимов [8], дана классификация микротопонимов, учитывающая объект номинации и лексико-семантические особенности онимов, подготовлен ряд словарей, включающих воронежские микротопонимы [9, 10, 11], сформулированы задачи лингвокраеведческой исследовательской деятельности и охарактеризованы особенности сбора и описания ономастического, в том числе и микротопонимического материала [12, 13, 15, 15].

Выходу словаря микротопонимов предшествовала длительная кропотливая работа. Для решения задач, связанных с изучением языковой культуры Воронежской области, её прошлого и настоящего в 1993 году на кафедре славянской филологии ВГУ по инициативе и под руководством профессора Г. Ф. Ковалёва была



создана Научно-исследовательская лаборатория воронежского лингвокраеведения имени профессора В. И. Собинниковой. Преподаватели, аспиранты, магистранты и студенты кафедры во время диалектологических экспедиций и практик в населенных пунктах Воронежской области активно собирают народные названия небесных светил, региональные фамилии, имена, прозвища, региональную топонимию и микротопонимию, зоонимию. Кроме того, эта работа сейчас успешно выполняется и на материалах письменных памятников (местная пресса, художественная и краеведческая литература и т. д.).

В исследовании микротопонимии топонимистам огромную помощь может оказать местное коренное население, прекрасно знающее как сами названия, так и легенды и предания, объясняющие их происхождение. С этой целью в феврале-марте 2005 года нами совместно с профессором Г. Ф. Ковалёвым во всех районных газетах Воронежской области было опубликовано обращение «Сохраним культурное наследие вместе!», в котором мы призвали жителей региона присылать в лабораторию воронежского лингвокраеведения имени профессора В. И. Собинниковой известные им микротопонимы и топонимические предания и легенды. Одними из первых на наш призыв откликнулись жители Грибановского, Россошанского и Хохольского муниципальных районов, которые прислали интересные версии происхождения местных названий. Это помогло в подготовке первого издания словаря Г. Ф. Ковалёва «Микротопонимия Воронежской области» [9].

Большим подспорьем автору словаря послужили районные газеты Воронежской области, активно ис-



пользовались и районные телефонные справочники. Однако основной материал был почерпнут из Картотеки Словаря воронежских говоров, хранящейся в Научно-исследовательской лаборатории воронежского лингвокраеведения имени профессора В. И. Собинниковой. Картотека собиралась в районах области с 1943 года многими поколениями студентов, аспирантов и преподавателей филологического факультета ВГУ. Картотека Словаря микротопонимов была значительно пополнена аспиранткой Г. Ф. Ковалёва Т. В. Толбиной в процессе подготовки кандидатской диссертации «Микротопонимия Воронежской области. Особенности номинации», которая была успешно защищена в 2003 году. При работе над словарем также были использованы материалы по микротопонимии, собранные в Центре региональных лингвистических исследований Воронежского государственного педагогического университета (руководитель — доцент А. Д. Черенкова).

О высокой научной значимости «Словаря микротопонимов Воронежской области» говорит и тот факт, что многое удалось обнаружить и уточнить по старым картам, обнаруженным в Интернете и в архивах (во многом благодаря усилиям и помощи аспиранта кафедры славянской филологии Эльвиры Пархоц). Также активно использовались и данные из карт сайта Wikimapia, названия прудов и малых озёр в основном взяты из этого источника.

Во Введении к словарю Г. Ф. Ковалёв классифицирует микротопонимы Воронежской области по объектам номинации [10, I, с. 19]:

- 1) названия элементов рельефа — оврагов, холмов, курганов, возвышенностей;
- 2) названия водных объектов — малых рек и их частей, родников, ручьёв, прудов, озёр, болот, колодцев;
- 3) названия лесов, садов, парков, полей, лугов, полей, урочищ;
- 4) названия частей селений (улиц, переулков, концев, хуторов, а также и единичные названия дорог, школ, магазинов, кладбищ).

Лексико-семантическая классификация, характеризующая причины и содержание названий, выглядит следующим образом:

1. Названия, отражающие особенности природной среды:
  - а) микротопонимы, характеризующие особенности ландшафта;

- б) микротопонимы, связанные со спецификой почв;
- в) микротопонимы, связанные с особенностями флоры;
- г) микротопонимы, связанные с особенностями фауны (домашних или диких животных и птиц).
2. Названия, отражающие особенности самого объекта по форме, размеру, расположению, характерным качествам и др.
3. Названия, производные от антропонимов.
4. Названия, производные от других топонимов.
5. Названия, отражающие особенности использования природных или антропогенных объектов.
6. Названия с утраченной мотивацией или неясной семантикой.

Приведем в качестве иллюстрации одну словарную статью:

**КАПКАЗ** (Капка'с) — улица и часть с. Богана Борисоглебского р-на. Застраивалась по обе стороны (в два порядка) на бугре в восточной части села. Эта часть села расположена на холмах над поймой р. Богана и чем-то напоминает *Кавказские горы*. Название улицы было дано после Великой Отечественной войны, когда пришедшие с фронта солдаты сравнивали эту улицу с Кавказскими горами. А странное название объясняется тем, что используется старое, народное наименование *Кавказа*. (После падения редуцированных в славянских языках появляется ранее отсутствовавший звук *ф*, который не всегда произносился и часто заменялся *хв* или *п*: *Кавъказъ* > *Кафкас* > *Капкас*). Официальное название — улица *Революционная*.

Исследование Г. Ф. Ковалёва является примером глубокого изучения общероссийской и региональной истории, отразившейся в воронежской микротопонимии. Автор зафиксировал интересный топонимический факт — фамилии полководцев России густо наполнили названия улиц сёл и городов Воронежской области: «Так, только в Грибановке обнаруживаются улицы *Ватутина*, *Жукова*, *Суворова*. В Россоши есть улицы *Баграмяна*, *Василевского*, *Малиновского*, *Фрунзе*. А в других селах ещё и *Чапаев*, *Рокоссовский* и т. д. А «рекордсменом» по армейским фамилиям в названиях улиц является с. Ямное Рамонского р-на, пригород Воронежа: 14 названий улиц и переулков только с фамилиями маршалов (Л. А. Говоров, А. И. Ерёмченко, Г. К. Жуков, И. С. Конев, К. А. Мерецков, К. К. Рокоссовский, С. К. Тимошенко, В. И. Чуйков). Мало того, еще 34 улицы с фамилиями генералов, да к тому же и 7 улиц с фамилиями... атаманов!» [10, I, с. 15].



Основы анализа микропонимии, заложенные Г. Ф. Ковалёвым, осваиваются в работах его учеников В. А. Сёмушкина, Э. О. Пархоц и др. Отдельно отметим докторскую диссертацию доцента Борисоглебского филиала Л. Н. Верховых, представившую лингвокраеведческую субпарадигму как интегративную модель исследования системы русского языка [16].

Еще одним основным направлением научного творчества Г. Ф. Ковалёва является литературная ономастика. Как отмечает С. А. Скуридина, «работа по выявлению функций имен собственных в художественном тексте Г. Ф. Ковалёвым начата в 90-е годы XX века. Ученый, рассматривая семантику демонима Волаңд, предлагает свою версию создания имени литературного героя: Волаңд — это анаграмма лексемы диавол, где старославянская буква «иже» соотносится с буквой «н» современного русского алфавита. Г. Ф. Ковалёву принадлежат статьи, направленные на выявление специфики именника художественных произведений А. Т. Твардовского, М. И. Цветаевой, А. А. Ахматовой, А. П. Платонова, И. А. Бунина, А. П. Чехова, А. С. Грибоедова, составившие монографию «Писатель. Имя. Текст» (Воронеж, 2004). Исследование литературных онимов в произведениях А. С. Пушкина представлено в отдельной монографии Г. Ф. Ковалёва «Пушкин и имя» (Воронеж, 2009), а также, что особенно ценно, в книге для учителя-словесника «Пушкин. Ономастический комментарий» (Воронеж, 2012)» [17, с. 128].

В своих трудах, посвященных литературной ономастике, Г. Ф. Ковалёв отмечает, что имя в авторском тексте уже со времен А. С. Пушкина определяется следующими факторами: авторским сознанием, при этом автор не всегда четко осознает причины своего выбора, системностью именника (имена взаимообусловлены), социальной обусловленностью (имя как индикатор социальной принадлежности) [18; с. 10–11].

По мнению С. А. Скуридиной, «новаторской является идея Г. Ф. Ковалёва об обусловленности художественного имени системностью хронотопа произведения: термин, предложенный М. М. Бахтиным, ведущий воронежский ономаст предлагает рассматривать как «определенный и образный показатель времени и места, зачастую как бы случайно, а иногда и нарочито, выраженный онимами, характерными для эпохи, отраженной в произведении» [19, с. 44].

Основные положения о принципах введения имени в художественный текст, выдвинутые Г. Ф. Ковалёвым, подтверждаются и дополняются в исследованиях его учеников. В настоящее время его идеи в этой сфере активно развиваются на кафедре русского языка и межкультурной коммуникации Воронежского государственного технического университета в работах коллег его ученицы С. А. Скуридиной, защитившей в 2020 году докторскую диссертацию «Ономастический код художественных текстов Ф. М. Достоевского» [20].

Ученики и коллеги Г. Ф. Ковалёва искренне желают ему крепкого здоровья, творческого долголетия и новых научных открытий.

*Фотографии Сергея Попова  
и из личного фотоархива Г. Ф. Ковалёва.*

## Литература

1. Верховых Л. Н. Ономастическая школа профессора Г. Ф. Ковалёва // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2023. № 2.
2. Имя в пространстве культуры: коллективная монография к 80-летию профессора Г. Ф. Ковалёва / под общ. ред. С. А. Скуридиной и С. А. Попова. Воронеж: Воронежская областная типография, 2023. — 372 с.
3. Попов С. А. Основатель Воронежской ономастической школы: к 75 летию доктора филологических наук, профессора Г. Ф. Ковалёва // Вопросы ономастики. 2018. Т. 15. № 2.
4. Ковалёв Г. Ф. История русских этнических названий: монография / Научн. ред.: И. С. Торопцев. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1982. — 159 с.
5. Kowalew G. Materiały do Słownika etnonimów języka rosyjskiego. Opole, 1987. 92 s.
6. Ковалёв Г. Ф. Этнонимия славянских языков: Номинация и словообразование. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1991. — 176 с.
7. Ковалёв Г. Ф. Этнос и имя. Воронеж: МИОН, 2003. — 236 с.
8. Ковалёв Г. Ф. Инструкция по собиранию регионального ономастического материала // Край Воронежский: история и традиции / ред. С. А. Попов. Воронеж: Петровский сквер, 1996. С. 64–65.
9. Ковалёв Г. Ф. Микропонимия Воронежской области: словарь. Воронеж: Артефакт, 2007. — 408 с.
10. Ковалёв Г. Ф. Словарь микропонимов Воронежской области: в 2 т. Воронеж: Наука-Юнипресс, 2017а. Т. 1. — 410 с.; т. 2. — 419 с.
11. Ковалёв Г. Ф. Словарь микропонимов Воронежской области: в 3 т. Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2023. Т. 1. — 520 с.; т. 2. — 525 с.; т. 3. — 572 с. (в печати).
12. Ковалёв Г. Ф. Ономастические исследования и изучение родного края // Воронежское лингвокраеведение: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 1. / науч. ред. проф. Г. Ф. Ковалёв. Воронеж: ВГУ, 2005. С. 3–23.
13. Ковалёв Г. Ф. Основные ценности региональной микропонимии // Русское народное слово в языке и речи: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 75-летию Арзамасского государственного педагогического института им. А. П. Гайдара. Отв. ред. Л. А. Климкова. Арзамас: АГПИ, 2009. С. 189–200.
14. Ковалёв Г. Ф. Избранное. Этнонимика. Воронежское лингвокраеведение. Разное. Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2014. — 440 с.
15. Ковалёв Г. Ф. Об изучении региональных особенностей микропонимии Воронежской области // Педагогическое регионоведение. 2014. № 1–2 (5–6). С. 84–93.
16. Верховых Л. Н. Лингвокраеведческая субпарадигма как интегративная модель исследования системы русского языка (на материале воронежского ономастикона). Дис. ... доктора филологических наук. Воронеж, 2022.
17. Скуридина С. А. Аспекты изучения литературной ономастики: взгляд исследователей Воронежской ономастической школы // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2023. № 2 (49). С. 127–133.
18. Ковалёв Г. Ф. Избранное. Литературная ономастика. Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2014. — 447 с.
19. Скуридина С. А. Современные ономастические школы: от Воронежа до Иркутска // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 3 (17). С. 41–46.
20. Скуридина С. А. Ономастический код художественных текстов Ф. М. Достоевского. Дис. ... доктора филологических наук. Елец, 2020.



**Инна Давыдова**

## **Постправдивая реальность: шансы человечества на противостояние**

*Аннотация: в центре внимания статьи — характеристика новой информационной среды, а также степень приспособленности аудитории СМИ к искаженной реальности, создаваемой непрерывным новостным потоком. Рассматриваются особенности потребления информации в условиях постмодернистской парадигмы и причины, приводящие к подрыву демократизации общества и международного взаимодействия. Автор делает выводы относительно того, есть ли шансы выйти победителем в игре в постправду и готово ли человечество бороться за свою медиабезопасность.*

*Ключевые слова: новая информационная среда, популистские лидеры мнений, «фильтр-пузырь», дезинформация, постправда, медиа, медиабезопасность.*

Жизнь современного мобильного человека плотно вписана в ритм догоняющей модернизации. Новые медиа и появление социальной журналистики, киберграмотность, интернет вещей, развитие способов хранения и обработки данных, которых производится все больше из года в год, оказывают мощное воздействие на сознание и поведение человека, трансформируют его пользовательские привычки и влияют на психологию восприятия неконтролируемого новостного потока. Всеобщая доступность информации, оперативность подачи материала, акцент на визуальной составляющей вытеснили качество, анализ контента неискушенной аудиторией.

Помимо высокой скорости распространения сообщений новая информационная среда также характеризуется следующими особенностями:

- акцент на эмоциональной составляющей в ущерб смысловой (главная черта наступившей эпохи постправды);
- слабая восприимчивость интернет-пользователей к аргументам, которые противоречат их устойчивому мировоззрению.

И действительно, Д. Хогган в своем интервью отметил следующее: «Вместо того, чтобы противостоять сути аргумента, люди склонны критиковать мотивы противников и усиливать враждебность по отношению к группам, придерживающимся другого мнения» [1].

---

**Об авторе:** Давыдова Инна, магистрант факультета журналистики Воронежского госуниверситета.

Популистские лидеры мнений, которые могут убеждать, влиять, играть на чувствах своих доверчивых «поклонников», поощряют человеческие возможности выстраивать потребление информации вокруг собственных мнений и предубеждений [2]. Так, «метааргумент» бывшего американского президента Дональда Трампа, чья предвыборная кампания 2016 года и последующая победа как раз предали широкой огласке термин «постправда», гласил, что «...нужно довериться способности людей самостоятельно принимать решения в вопросах истины, позволив им жить с последствиями своих решений даже тогда, когда их суждения оказались ошибочными...» [3, с. 17].

Обилие альтернативных медиаисточников в эпоху постмодернистской философии и многоканального общества, интернет-алгоритмы и бот-сети слаженно работают в экосистеме дезинформации, формируя вокруг каждого из нас непробиваемый «фильтр-пузырь», чья питательная среда — психологическая склонность человека окружать себя единомышленниками. Это приводит к фрагментации общества, формированию бесконечного числа мнений и форм восприятия действительности. «Подобный тренд драматическим образом подрывает общее понимание смысла и целей мировых событий, которое когда-то способствовало международному сотрудничеству» [4, с. 143]. Изменяется характер ведения коммуникации и порядок разрешения конфликтов, так как больше нет необходимости в доказательной базе.

СМИ и политические деятели виртуозно пользуются сложившейся ситуацией по самым разным причинам: приход к власти и поддержание народной стабилизации, снижение рейтинга конкурента и информационная атака на страну-соперника, что мы отчетливо можем наблюдать в противостоянии США и России. Здесь актуальна знаменитая фраза Натана Ротшильда: «Кто владеет информацией, тот владеет миром».

К счастью, даже в эпоху постправды раздробленная аудитория по-прежнему ощущает потребность в едином знаменателе. Им могут стать добросовестные медиа, если их создатели будут соблюдать этические и профессиональные стандарты, ориентироваться на объективное и сбалансированное освещение новостей [5, с. 142] без комбинирования правды и лжи, абстрактных рассуждений, провокаций, вброса сенсационной информации в «удачный момент» и замалчивания важных фактов. Последнее можно проиллюстрировать серией

событий, произошедших в Воронеже 24 июня 2023 года. Ни в одном новостном источнике нет точных сведений о том, кто несет ответственность за возгорание на нефтебазе и взрыв моста между поселком Анна и городом Борисоглебском [6].

Социально значима в этом плане деятельность журналистских расследований: несмотря на то, что она формирует циничное отношение к бенефициарам постправдивой информации, она является одним из элементов подготовки общества к борьбе с обилием фейков, симулякров и т.п. Благодаря YouTube, можно развенчать игроков, которые разным аудиториям дают противоположные обещания, разоблачить их поведение с помощью утечки электронных писем [7, с. 227].

В борьбе с однозначностью, когда интерпретация события становится важнее самого события, люди на-

ходят способы выбраться из-под купола искаженной картины мира и когнитивных заблуждений, абстрагироваться от эмпатийности в получаемых новостных сообщениях. По результатам социального исследования из Нижнего Новгорода [4, с. 153] мы можем наблюдать разделение современных интернет-пользователей на категории с различными личностными установками по отношению к возможности собственного участия в битве с продуктами постправды. Из чего следует вывод, что все участники опроса так или иначе озабочены собственной медиабезопасностью. При этом, к сожалению, большой процент выборки занимают граждане с низким уровнем готовности жертвовать финансовые средства и время для защиты общества от дезинформации.

Таблица 1  
Групповые характеристики личностей по отношению к дезинформации [4, с. 153]

Тип	Характеристика	% в выборке
1. Противники мемов и спама	Самая высокая степень: 1. озабоченности распространением мемов и спама; 2. субъективной значимости проблемы информационной безопасности. Самый низкий уровень: 1. ценности достоверности информации; 2. признания дезинформации нормой поведения в обществе	15
2. Сторонники политической дезинформации	Самый высокий уровень: 1. оправдания использования дезинформации для достижения политических целей. Самый низкий уровень: 1. готовности жертвовать финансовые средства и время для защиты общества от дезинформации	31
3. Озабоченные проблемой информационной безопасности	Самый низкий уровень: 1. значимости защиты государства и НКО от фейковых новостей; 2. озабоченности распространением мемов и спама. При этом не последнее место по важности занимает субъективная значимость проблемы информационной безопасности	39
4. Противники дезинформации	Самый высокий уровень: 1. готовности участвовать в противодействии дезинформации; 2. ценности достоверности информации; 3. признания дезинформации нормой поведения в обществе; 4. готовности жертвовать финансовые средства и время для защиты общества от дезинформации	15

Таким образом, дальнейшее самобытное развитие и процветание России зависит не только от эффективного применения новых технологий, но и от боевой готовности отразить информационную атаку, где в качестве боеприпасов используются инфоповоды [8, с. 101]. Новые средства поражения не причиняют привычного физического ущерба, руководствуясь иным, но не менее мощным механизмом действия. Сегментация аудитории на отдельные группы, которые подпитывают свои ценности и установки наиболее желанными аргумен-

тами, игнорируя инакомыслящих, приводит к подрыву демократизации общества и жестоким человеческим противостояниям, террористическим угрозам в связи с созданным эмоциональным накалом потребителей постправдивой информации. В политическом плане доминирование постправды означает движение в сторону тоталитарной модели государства или ее новых вариаций. Кроме того, легитимизация постправды ставит под вопрос функционирование науки как важнейшего социального института современности, что

также подчеркивает А. В. Глухова: «К обстоятельному перечню опасностей... стоит добавить ту, что связана с обесцениванием подлинно экспертного знания, антиинтеллектуализмом» [9].

Мрачная картина игры в постправду охватила все сферы общественной жизни, оформив в прочную раму замалчивания и дезинформации межличностную коммуникацию общества, политических элит и СМИ. В условиях ускоренного технического прогресса и того, что кризис доверия к информации стал хоть и раздражающей, но стабильной, естественной практикой, сложно говорить о том, есть ли надежда у всего человечества снять шоры с глаз и сформировать в своих умах объективную оценку происходящего. Однако для отдельного человека такая возможность вполне реальна.

### г. Воронеж

### Литература

1. Biggs D. The Toxic State of Public Discourse and How to Clean It Up / D. Biggs, J. Hoggan // Planetizen. — 2016. — July 19. — Режим доступа: <https://www.planetizen.com/node/87441/toxic-state-publicdiscourse-and-how-clean-it> (дата обращения: 30.09.2018).
2. Freedland J. Post-truth politicians such as Donald Trump and Boris Johnson are no joke / J. Freedland // The Guardian. May 13. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/may/13/boris-johnson-donald-trump-posttruth-politician> (дата обращения: 16.05.2020).
3. Фуллер С. Постправда: знание как борьба за власть / пер. с англ. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Смирнова / С. Фуллер. — М.: ИД Высшей школы экономики, 2021. — 368 с.
4. Николайчук И. А. Феномен постправды и кризис доверия к легитимным источникам информации / И. А. Николайчук, М. М. Янглева, Т. С. Якова // Проблемы национальной стратегии. — 2020. — № 5 (62). — С. 142–158.
5. Конев Е. Журналистские принципы в эпоху «постправды» / Е. Конев // Международная журналистика — 2018: глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа. — Минск, 2018. — С. 137–142.
6. Режим КТО в Воронежской области и перекрытие движения на трассе М-4 «Дон»: главное // TV-gubernia. — Режим доступа: <https://tv-gubernia.ru/novosti/proisshestiya/rezhim-kto-v-voronezhskoj-oblasti-i-perekrytie-dvizheniya-na-trasse-m-4-don-glavnoe/> (дата обращения: 24.08.2023).
7. Тимофеева Л. Н. СМИ в условиях доминирования политики постправды / Л. Н. Тимофеева // Политика постправды в современном мире. — СПб., 2017. — С. 226–230
8. Тимошук А. С. Медиатизация общественного интеллекта / А. С. Тимошук, Н. Н. Трофимова // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2020. — С. 99–105.
9. Глухова А. В. Постфактическая демократия и политика постправды: как защитить реальность? / А. В. Глухова // Личность, общество, власть: прошлое и современность: Материалы Двенадцатой регион. науч. конф. — Воронеж: ИД ВГУ, 2018. — С. 368–373.



## Александр Землянский Роль медиа в освещении пандемии коронавируса: проблема дискриминации

Медиа, стремясь осветить то или иное событие быстрее конкурентов, нередко пренебрегают фактчекингом и распространяют дезинформацию, которая, в свою очередь, провоцирует алармистские настроения в обществе. В период повышенной тревожности (например, во время пандемии) способность реципиентов к критическому мышлению значительно снижается, в связи с чем ухудшается и их способность распознавать дезинформацию. Как результат, пользователи становятся жертвами инфодемических нарративов, число которых росло ежедневно. Помимо этого, тревога и страх подавляют эмпатию, в результате чего возрастает число социальных конфликтов. По мнению исследователей Вахью Сулистриани, Шри Рахаю и Нанни Хармани из Индонезии, это и стало одним из самых разрушительных последствий инфодемии, когда общество от обсуждения новостей перешло к формированию стереотипов по отношению к тем, кто в этих новостях фигурирует, после чего началась стигматизация некоторых социальных групп [1].

По мнению американского социолога Ирвинга Гофмана из Чикагской школы социологии, стигматизация возникает вследствие несоответствия человека и его атрибутов (качеств) представлениям общества [2]. Итогом стигматизации является выдавливание субъекта за пределы социокультурного пространства, что приводит к враждебному отношению к культурным общностям и провоцирует конфликты [3].

Согласно отчету Европейского парламента от 20 октября 2020 года, разжигание ненависти и дезинформация в интернете становятся все более распространенными явлениями, поскольку отдельные субъекты используют онлайн-платформы для усиления поляризации в обществе, которая, в свою очередь, используется в политических целях [4]. Сегодня большая часть дезинформации публикуется в «маргинальных» блогах, социальных сетях и на веб-сайтах, которые часто являются анонимными.

Стереотипы и предубеждения всегда предшествуют дискриминации как процессу, поэтому они часто рассматриваются как ее компоненты или элементы эмоционально-социальной реакции [5]. Согласно определению Липпмана, стереотипы — это ментальные образы, посредством которых мы описываем группы людей и их членов, исходя из объединяющих их ха-

рактеристик. Однако, несмотря на такую, казалось бы, безобидную трактовку, психологи Вольфганг Штробе и Честер Инско установили, что большинство стереотипов являются чрезмерно упрощенными, а потому — предвзятыми и несправедливыми [6]. Отсюда и происходит стигматизация, искажения восприятия той или иной группы людей. Всё это наиболее ярко проявляется в период кризисов, например, во время глобальных или локальных чрезвычайных ситуаций — пандемий, эпидемий, военных конфликтов и т. п.

Американские исследователи Бернард Уитли и Мэри Кейт считают, что дискриминация, то есть ущемление прав человека, негативное отношение к нему, проявление неприязни из-за принадлежности к определенной социальной группе, является механизмом психики, предназначенным для адаптации и защиты от внешних угроз [7]. Кроме того, дискриминация имеет свойство распространяться на новые группы по мере того, как растет уровень социальной тревоги. Конкретно в условиях пандемии, по мнению психологов Джона Манера, Нормана Ли и Дугласа Кенрика, дискриминационный механизм может являться продуктом эволюционного процесса, поддерживающим передачу здоровых генов потомству, из-за чего люди склонны избегать тех, кто является переносчиком болезни [8].

Согласно исследованию Дивьи Бханот, Тушара Сингх, Сунила Верма и Шивантки Шарад из Индии, дискриминация, обострившаяся в период пандемии коронавируса, поставила под угрозу здоровье многих людей, так как из-за предвзятого отношения они сталкивались с отказом в оказании услуг, а также подвергались запугиванию и преследованию [9]. Также жертвами стигматизации стали не только родственники представителей дискриминируемых групп, но и лица, имевшие с ними дружеские контакты. Это неизбежно приводило к тому, что дискриминируемые граждане начинали скрывать свое заболевание, отрицать симптомы, избегать помощи медицинских работников, в результате чего некоторые из них столкнулись с серьезными осложнениями. Как выяснили исследователи из Бангладеш и Малайзии Ашек Махмуд и Резаул Ислам, иногда стигматизация приводила даже к разрыву социальных контактов между друзьями и отсутствию необходимой поддержки [10]. При этом влияние стигматизации часто носит долгосрочный характер, например, когда пандемия (а соответственно, и опасность заболевания) идет на спад.

В период пандемии мигранты нередко фигурировали в СМИ как угроза здоровью, чаще всего это выходцы

**Об авторе:** Землянский Александр Валентинович, доцент Московского педагогического государственного университета.

из Турции, Африки, Азии, Израиля, а также России. Медиа публиковали информацию о том, что передвижения через границы мигрантов (в частности ситуация на границе Греции и Турции в Европе и на границе Мексики и США) якобы способствуют распространению вируса. Так, во время первой волны пандемии, с января по март 2020 года, в германских СМИ стали появляться статьи о нелегальном проникновении в страну мигрантов под предлогом прохождения карантина [4]. Одна из чешских газет писала, что мигрантов тайно перевозят в Грецию, и вся история с коронавирусом — это попытка отвлечь внимание от проблемы миграции [11]. Аналогичный фрейм фигурировал и в хорватских СМИ, а также итальянских и испанских, где мигранты обвинялись в том, что «завозят» вирус в страну и заражают граждан. Эти нарративы часто сопровождалась фотографиями, сделанными еще до пандемии.

В Германии появлялись новости о том, что большинство пациентов с COVID-19 мигранты [12], которые к тому же не соблюдают правила карантина и социальной дистанции. Например, фиксировались массовые свадебные гуляния, хотя это было запрещено [13]. В венгерских медиа публиковалась информация о том, что правительство отказывается допускать беженцев в транзитные зоны, поскольку они являются носителями нового вируса [14]. Также малазийские СМИ сообщали, что в начале мая 2020 года в стране массово задерживали рабочих-мигрантов [15], а китайские — что в провинции Гуандун многие жители Африки оказались на улице: домовладельцы экстренно разрывали с ними договоры на аренду или принуждали к незаконной самоизоляции и сдаче анализов на коронавирус [16].

Российские исследователи в одной из своих работ подчеркивают, что «стигма становится клеймом для всех, кто имеет хоть какое-то отношение к заболеванию: заболевшие, их родные и близкие, врачи и средний медицинский персонал» [17]. Исследователи изучили контент, посвященный пандемии коронавируса, и нашли несколько примеров стигматизации — одного из самых опасных факторов инфодемии.

Материал, который приводится в пример исследователями, был опубликован на новостном сайте Anews [18]. В тексте речь идет про Дальний Восток, куда местная жительница Валентина прибыла из Аргентины с пересадкой в Италии. По прилете она обратилась к врачам из-за недомогания, у нее диагностировали коронавирусную инфекцию. После этого на двери ее квартиры появилась записка: «Сдохни, тварь, сама быстрее. Из-за тебя страдают наши дети. Сдохни!!! Сдохни!!!» На этом же информационном ресурсе исследователи обнаружили еще один пример стигматизации в Курганской области. «11 апреля Марину М., приехавшую из Москвы навестить родителей, госпитализировали в областную больницу, где анализы выявили коронавирус. Фельдшер скорой помощи узнал об этом и на следующее утро опубликовал пост в сообществе „Подслушано Ш.“». В тексте говорится, что жители города вычислили девушку, написали в комментарии к публикации ее данные, а затем стали публиковать в соцсетях ее фотографии с подписями «Вот это она при-

ташила». Ее отец не смог купить продукты в магазине, потому что продавцы спрятались от него в подсобке.

Еще один пример стигматизации — распространение информации о заболевшем семилетнем мальчике из Иркутской области. Исследователи выяснили, что сообщения создавались в социальных сетях в формате рассылки со следующим содержанием: «Сжечь, убить, расстрелять мать, которая мало того что сама поперлась, но и потащила детей с собой» [19]. В исследовании указывается, что в социальной сети в одной из групп было опубликовано сообщение с персональными данными семьи и подпись «Врага надо знать в лицо». Подобное поведение, по мнению авторов материала, вызвано низкой информированностью аудитории о коронавирусной инфекции, невысоким уровнем культуры, распространением фейковых материалов и слухов в СМИ и интернете.

Воздействие на реципиентов через медиа (например, ток-шоу) приводит к панике, усилению стресса, неосознанному формированию стигмы. В выпуске «Китайский вирус» ток-шоу «Пусть говорят» от 28 января 2020 года, к примеру, спикер-китаянка, переехавшая в Россию, рассказывает, что ее российские знакомые спрашивали, не является ли она носителем коронавируса [20]. В одном из сюжетов выпуска в закадровом сообщении содержатся вопросы: «Знают ли наши соотечественники о том, что китайских змей лучше не есть?» и «Может ли вирус приехать вместе с посылками из Китая?» Еще одним алармистским элементом оформления программы стала плашка с надписью «ТРЕВОГА!», находящаяся на экране на протяжении всего выпуска.

В ответ на распространение дискриминирующих сообщений Управление по борьбе с дискриминацией в Австрии разработало мобильное приложение VanHate [21], позволяющее пользователям сообщать о случаях разжигания ненависти в интернете. Таким образом было зафиксировано увеличение числа сообщений с обвинениями в распространении вируса мигрантами. Однако такие примеры практической борьбы с ксенофобией в период пандемии, которые были бы инициированы государственными органами, единичны.

Кликбейтные заголовки — самый часто используемый инструмент, который применялся в дискриминирующих медиатекстах. Например, статья, приводящая статистику преступности, озаглавлена «Насилие со стороны мигрантов потрясло Стокгольм» (на данный момент статья удалена) [22], хотя представленные данные не были подтверждены. Еще один способ привлечения внимания к медиаконтенту — это ложный контекст: на видео запечатлен поезд в час пик в Англии, при этом «картинка» используется, чтобы сообщить, что мигранты массово прибывают в Прагу [23]. И наконец, полностью сфабрикованные истории — например, «Папа может предложить построить мечеть на месте Нотр-Дама» (статья удалена) [24].

Азиаты также составили значительную социальную группу, подвергнушуюся дискриминации в период пандемии коронавируса [25]. Так, бывший президент США Дональд Трамп не раз использовал дискрими-

нирующие высказывания в своих социальных сетях и в СМИ. Например, во время первой волны пандемии, говоря о происхождении нового вируса, он заявил: «Это не расизм. Это происходит из Китая. Я хочу быть точным» [26]. Не менее провокационные заявления (позже удаленные) делал и сенатор Том Коттон в своем Twitter: «Мы не знаем, откуда вирус взялся, и мы должны докопаться до сути. Всего в нескольких милях от продовольственного рынка, где он возник, находится единственная в Китае суперлаборатория уровня биобезопасности 4, которая исследует инфекционные заболевания человека» [27]. И хотя научное сообщество отказалось от названия «китайский вирус» в пользу нейтрального COVID-19, члены американского правительства и политики продолжали еще какое-то время придерживаться старого определения [28]. Консервативные американские СМИ использовали в своих публикациях стигматизирующую терминологию по отношению к американцам азиатского происхождения, из-за чего предвзятость аудитории к ним повышалась [29].

Исследование Института стратегического диалога, специализирующегося на противодействии экстремизму, показало, что во всех странах пандемия активно обсуждалась на ультраправых каналах [30]. Например, на английском имиджборде (анонимном веб-форуме с различными разделами и темами для обсуждения) 4chan, известном своими неполиткорректными обсуждениями, на начальном этапе пандемии (март 2020 года) 32,5% освещаемых тем затрагивали проблему дискриминации. Также было выявлено, что крайне правые сообщества являются главными источниками расистских нарративов, в особенности антикитайских. Для аргументирования своей ксенофобской позиции такие сообщества используют следующие материалы:

1. Устаревшие или фейковые видео. Например, очередь китайцев в аптеку, которые якобы действуют сообща и намеренно создают дефицит средств первой необходимости, чтобы навредить местному населению.

2. Бездоказательные видео. Например, якобы китайская женщина плюет в лоток со свежими овощами в магазине или втирает слюну в дверную ручку.

3. Анализ финансовых отчетов китайских компаний с акцентом на их деятельность, например, заявления, что они перепродают использованные маски странам Запада.

4. Негативно окрашенные термины, такие как «китайский вирус», «уханьский вирус», «китайская чума» и т.п. [31].

Группа исследователей — Юлин Хсвен, Сян Суй, Анна Хинг, Джаред Хокинс, Гилберт Джи и Джон Браунштейн из США проанализировали 668 597 твитов, найденных по хештегам #chinavirus и #chinesevirus, которые имели наиболее расистскую окраску [32]. В результате был сделан вывод, что колебания в использовании этих хештегов коррелировали с колебаниями заболеваемости с января по март 2020 года. То есть чем больше людей заражалось коронавирусом, тем чаще появлялись ксенофобские высказывания.

Китайцы, проживающие во Франции, заявляли, что отношение общества к ним заметно ухудшилось после начала пандемии [33]. В Австрии и Бельгии дис-

криминации подвергались даже дети азиатского происхождения. Согласно опросу 300 жителей с азиатской внешностью, проведенному в Нидерландах 13 февраля 2020 года, 49% респондентов столкнулись с расизмом после начала пандемии коронавируса [34].

Ученые выявили, что пользователи, которые предпочитают называть коронавирус «китайским вирусом», а не COVID-19, чаще использовали и переходили по дискриминирующим хештегам. Представитель Европейской сети против расизма также отмечал, что антиазиатские нарративы быстро просачивались из социальных медиа в традиционные [4]. Например, были выявлены материалы, согласно которым заболевшие китайцы якобы намеренно втирают свою слюну в скамейки в общественных местах. В качестве ответа на все вышеперечисленное в Twitter появился новый хештег #JeNeSuisPasUnVirus («Я не вирус»), который активно распространяли азиаты и поддерживающие их сообщества.

Представитель некоммерческой организации E-Romnja сообщал, что члены цыганского сообщества тоже подверглись нападкам из-за ложных обвинений в том, что они являются распространителями вируса в Румынии [4]. Аналогичные случаи фиксировались в Испании и Болгарии, где был установлен особый контроль за цыганами в период карантина. Ультраправые партии Италии также распространяли информацию через подконтрольные медиа о том, что цыгане нарушают правила изоляции, а в сети вирусилась карикатурные изображения цыган как переносчиков инфекции, с отсылкой к устаревшим стереотипам об отсутствии у них норм гигиены [35].

Некоторые румынские СМИ, наоборот, утверждали, что цыгане имеют врожденный иммунитет к вирусу, а другие писали, что их сообщества являются очагами инфекции. Поэтому выезд из цыганских поселений и кварталов в Словакии и Болгарии был ограничен: более 6000 цыган оказались в тотальной изоляции от всего остального населения [36]. В результате такие чрезмерные меры предосторожности привели к ложному представлению о достоверности фейковых новостей, что еще больше укрепило стереотипы о цыганах. Всё это повлекло за собой прямые дискриминационные действия в отношении цыганского населения — от ксенофобских высказываний в интернете до физических столкновений. Так, учитель из числа словацких цыган сообщал, что цыган преследуют и карают на улицах ксенофобы, обвиняя их во вспышке коронавируса в стране [37].

Еще одним последствием распространяемой в СМИ и социальных сетях информации дискриминационного характера стало усиление исламофобии в некоторых странах Евросоюза. Так, например, в Германии аудитория антимусульманских каналов в Telegram всего за три месяца после введения карантинных мер в 2020 году выросла с 14000 пользователей до 40000 [38]. Некоторые из них активно продвигали теорию о том, что коронавирус является продуктом мусульманского сообщества для уничтожения «неверующих» [38].

В апреле 2020 года в столице Индии Дели была зафиксирована серия нападений на мусульман, в ре-

зультате которых многие получили тяжелые травмы [39]. В то же время в индийском сегменте WhatsApp появились фейковые видеоролики, где медицинские сотрудники якобы похищали мусульман и насильно вводили им вирус, что в результате привело к нападениям на врачей [40].

С мая по июнь 2020 года исследователями был зафиксирован всплеск в медиасфере антисемитских теорий заговора, которые циркулировали преимущественно в экстремистских онлайн-сообществах США и Европы.

Как правило, в основе таких нарративов лежали антисемитские теории, возникшие еще в 1990-х годах, но теперь включающие в себя и «связь» евреев с появлением коронавируса. Например, предположение, что вирус был «продвигаем» евреями как механизм манипулирования мировым рынком. Так, в Чехии вырос уровень ксенофобии по отношению к евреям, а коронавирус стал считаться «результатом сионистского заговора» [41]. Также сообщалось о большом количестве правонарушений в отношении евреев и на территории Германии [42].

## Выводы

Таким образом, в период неопределенности традиционные медиа, являясь основным источником официальной информации, непреднамеренно могут стать причиной дискриминации тех или иных социальных групп. Попадая из СМИ в соцсети, информация, мгновенно распространяясь, обрастает новыми подробностями и в конечном итоге влечет за собой непредсказуемые последствия в отношении героев медиаматериалов.

В период социальных кризисов главной задачей медиа становится своевременное и достоверное освещение событий, однако зачастую им приходится жертвовать либо первым, либо вторым. Так, не имея достаточно времени на проведение качественного фактчекинга, многие СМИ допускают публикацию дискриминирующих текстов, что, в свою очередь, приводит к повышению уровня ксенофобии в обществе. Даже случайное упоминание вируса в контексте той или иной национальности может привести к стигматизации ее представителей. Именно так случилось с жителями Китая во время пандемии коронавируса, который журналисты часто маркировали как «уханьский вирус» «китайский вирус», «китайская чума».

Однако не только азиаты, но и цыгане, мусульмане, евреи, а также мигранты стали дискриминируемыми группами в период пандемии. Последние подверглись серьезному общественному давлению из-за активного обсуждения СМИ обострения эпидемиологической ситуации и экономических проблем, возникших по причине увеличения миграционного потока.

Всё это говорит о существенном влиянии медиа на общественное сознание, поскольку именно об этих социальных группах и их взаимосвязях с новым заболеванием писало наибольшее число СМИ. В период кризиса и неопределенности, когда в обществе и без того повышен уровень тревоги, социальное

давление усиливается от алармистских текстов, затрагивающих ту или иную дискриминируемую группу. Как результат, вместо того чтобы являться источником актуальной и проверенной информации, которая будет стабилизировать ситуацию в обществе, СМИ превращаются в источник дополнительных социальных конфликтов.

## Литература

1. Sulistiadi W., Rahayu S., Harmani N. Handling of Public Stigma on COVID-19 in Indonesian. National Public Health Journal. 2020; Special Issue 1: 70–76. Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/335087852.pdf> (дата обращения: 23.08.2023).
2. Lawrence H. Y., Kleinman A., Bruce G. L., Phelan J. L., Lee S., Good D., Culture and stigma: Adding moral experience to stigma theory, *Social Science & Medicine*, Vol. 64, Issue 7, 2007, Pages 1524–1535. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0277953606005958> (дата обращения: 23.08.2023).
3. Сироткин Ю. Л. Стигматизация как социокультурный феномен // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2015. № 2 (20). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stigmatizatsiya-kak-sotsiokulturnyy-fenomen> (дата обращения: 23.08.2023).
4. The impact of disinformation campaigns about migrants and minority groups in the EU. Режим доступа: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/653641/EXPO\\_IDA\(2021\)653641\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/653641/EXPO_IDA(2021)653641_EN.pdf) (дата обращения: 23.08.2023).
5. Tiron E. New Value-Behavioral Structures and Hierarchies in the Technical Academic Education in the Context of Romania Integration in the European Union. *Sociology Mind*. 2011. 01. 74–80. 10.4236/sm.2011.12009. Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/276002296\\_New\\_Value-Behavioral\\_Structures\\_and\\_Hierarchies\\_in\\_the\\_Technical\\_Academic\\_Education\\_in\\_the\\_Context\\_of\\_Romania\\_Integration\\_in\\_the\\_European\\_Union](https://www.researchgate.net/publication/276002296_New_Value-Behavioral_Structures_and_Hierarchies_in_the_Technical_Academic_Education_in_the_Context_of_Romania_Integration_in_the_European_Union) (дата обращения: 23.08.2023).
6. Bar-Tal D., Graumann C. F., Kruglanski A. W., Stroebe W. Stereotyping and Prejudice: Changing Conceptions. *Springer Science & Business Media*, Nov 11, 2013. 276 pages. Режим доступа: <https://books.google.ru/books?id=xQDVbWAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=Wolfgang+Stroebe+%26+Chester+A.+Insko+%0D%0AStereotype,+Prejudice,+and+Discrimination:+Changing+Conceptions+in+Theory+and+Research> (дата обращения: 23.08.2023).
7. Whitley B. E. The psychology of prejudice and discrimination. Belmont, CA: Thomson Wadsworth, 2006. 684 pages. Режим доступа: [https://archive.org/details/psychologyofprej0000whit\\_m7i0](https://archive.org/details/psychologyofprej0000whit_m7i0) (дата обращения: 23.08.2023).
8. Kenrick D., Maner J., Li N. *Evolutionary Social Psychology*. 2015. Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/316378566\\_Evolutionary\\_Social\\_Psychology](https://www.researchgate.net/publication/316378566_Evolutionary_Social_Psychology) (дата обращения: 23.08.2023).
9. Bhanot D., Singh T., Verma S. K., Sharad S. Stigma and Discrimination During COVID-19 Pandemic. *Front Public Health*. 2021 Jan 12. Режим доступа: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7874150/> (дата обращения: 23.08.2023).
10. Mahmud A., Islam, M. R. Social Stigma as a Barrier to Covid-19 Responses to Community Well-Being in Bangladesh. *Int. Journal of Com. WB4*, 315–321 (2021). Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s42413-020-00071-w> (дата об-

- ращения: 23.08.2023).
11. Coronavirus: An overview of the Main Disinformation Narratives in the Czech Republic. Режим доступа: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/coronavirus-an-overview-of-the-main-disinformation-narratives-in-the-czech-republic.aspx> (дата обращения: 23.08.2023).
  12. How an Informal Conversation Was Used to Scapegoat Immigrants During the COVID-19 Pandemic. Режим доступа: <https://getthetrollsout.org/dig-deeper/germany-scapegoats-immigrants-covid19> (дата обращения: 23.08.2023).
  13. CDU-Mann Toprak: "Sollten Migranten-Phänomen bei Corona nicht unter Teppich kehren". Режим доступа: [https://www.focus.de/politik/deutschland/interview-niemand-spricht-ueber-ursachen-migranten-prangern-rassistische-corona-strategie-an\\_id\\_13048063.html](https://www.focus.de/politik/deutschland/interview-niemand-spricht-ueber-ursachen-migranten-prangern-rassistische-corona-strategie-an_id_13048063.html) (дата обращения: 23.08.2023).
  14. Orbans Ungarn: Soros, die Migranten und die Seuche. Режим доступа: <https://www.dw.com/de/coronavirus-in-orb%C3%A1n-ungarn-soros-die-migranten-und-die-seuche/a-52804365> (дата обращения: 23.08.2023).
  15. Malaysia detains hundreds of refugees and migrants during virus lockdown -rights groups. Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/health-coronavirus-malaysia-migrants-idINL4N2CJ1Y> (дата обращения: 23.08.2023).
  16. China: Covid-19 Discrimination Against Africans. Режим доступа: <https://www.hrw.org/news/2020/05/05/china-covid-19-discrimination-against-africans> (дата обращения: 23.08.2023).
  17. Туркулец С. Е., Туркулец А. В., Листопадова Е. В., Сокольская М. В. Социальная стигматизация в период пандемии // Социодинамика. 2020. № 5. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-stigmatizatsiya-v-period-pandemii> (дата обращения: 23.08.2023).
  18. Как россияне преследуют соседей из-за коронавируса. Режим просмотра: <https://woman.rambler.ru/other/44055726-kak-gossiyane-presleduyut-sosedey-iz-za-koronavirusa/> (дата обращения: 23.08.2023).
  19. Слово «коронавирус» как сигнал к травле в соцсетях и письмам с угрозами. Режим доступа: [https://www.1tv.ru/news/2020-04-14/383932-slovo\\_koronavirus\\_kak\\_signal\\_k\\_travle\\_v\\_sotssetyah\\_i\\_pismam\\_s\\_ugrozami](https://www.1tv.ru/news/2020-04-14/383932-slovo_koronavirus_kak_signal_k_travle_v_sotssetyah_i_pismam_s_ugrozami) (дата обращения: 23.08.2023).
  20. Первый канал. Пусть говорят. Китайский вирус. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=dClfdhleYhs> (дата обращения: 23.08.2023).
  21. VanHate. Режим доступа: <https://www.banhate.com> (дата обращения: 23.08.2023).
  22. Disinfo: Migrant violence strikes the city of Stockholm. Authorities ask not to worry. Режим доступа: <https://euvsdisinfo.eu/report/migrant-violence-strikes-the-city-of-stockholm-authorities-ask-not-to-worry> (дата обращения: 23.08.2023).
  23. Disinfo: A video shows a major influx of migrants to Prague. Режим доступа: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-influx-of-migrants-to-prague> (дата обращения: 23.08.2023).
  24. Disinfo: The pope might suggest a mosque to be built at the site of Notre Dame. Режим доступа: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-pope-might-suggest-a-mosque-to-be-built-at-the-site-of-notre-dame> (дата обращения: 23.08.2023).
  25. Hswen Y., Xu X., Hing A., Hawkins J. B., Brownstein J. S., Gee G. C. Association of "#covid19" Versus "#chinesevirus" With Anti-Asian Sentiments on Twitter: March 9–23, 2020. American Journal of Public Health 111. Режим доступа: <https://ajph.aphapublications.org/doi/10.2105/AJPH.2021.306154> (дата обращения: 23.08.2023).
  26. President Donald Trump: Calling it the 'Chinese virus' is not racist at all, it comes from China. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=dl78PQGjpiI> (дата обращения: 23.08.2023).
  27. Tom Cotton keeps repeating a coronavirus fringe theory that scientists have disputed. Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/02/16/tom-cotton-coronavirus-conspiracy/> (дата обращения: 23.08.2023).
  28. No, calling the novel coronavirus the 'Wuhan virus' is not racist. Режим доступа: <https://eu.usatoday.com/story/opinion/2020/03/11/sars-cov-2-chinese-coronavirus-isnt-racist-wuhan-covid-19-column/5020771002/> (дата обращения: 23.08.2023).
  29. Darling-Hammond S., Michaels E. K., Allen A. M. After "The China Virus" Went Viral: Racially Charged Coronavirus Coverage and Trends in Bias Against Asian Americans. Health Education & Behavior. 2020; 47(6): 870–879. Режим доступа: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1090198120957949> (дата обращения: 23.08.2023).
  30. COVID-19 Disinformation Briefing No.1. Режим доступа: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2020/06/COVID-19-Briefing-01-Institute-for-Strategic-Dialogue-27th-March-2020.pdf> (дата обращения: 23.08.2023).
  31. Adiukwu F., Bytyci D. G., Hayek S. E. Global Perspective and Ways to Combat Stigma Associated with COVID-19. Indian Journal of Psychological Medicine. 2020; 42(6): 569–574. Режим доступа: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0253717620964932> (дата обращения: 23.08.2023).
  32. Hswen Y., Xu X., Hing A., Hawkins J. B., Brownstein J. S., Gee G. C. Association of "#covid19" Versus "#chinesevirus" With Anti-Asian Sentiments on Twitter: March 9–23, 2020. American Journal of Public Health 111. Режим доступа: <https://ajph.aphapublications.org/doi/10.2105/AJPH.2021.306154> (дата обращения: 23.08.2023).
  33. France's Asian community fights back against racist attacks during pandemic. Режим доступа: <https://www.france24.com/en/europe/20210404-france-s-asian-community-fights-back-against-racist-attacks-during-pandemic> (дата обращения: 23.08.2023).
  34. 'Stinkchinees!' Dit is wat Chinese Nederlanders naar hun hoofd geslingerd krijgen sinds het uitbreken van het coronavirus. Режим доступа: <https://eenvandaag.avrotros.nl/panels/opiniepanel/alle-uitslagen/item/stinkchinees-dit-is-wat-chinese-nederlands-naar-hun-hoofd-geslingerd-krijgen-sinds-het-uitbreken/> (дата обращения: 23.08.2023).
  35. Roma in the COVID-19 Crisis. Режим доступа: <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/roma-in-the-covid-19-crisis> (дата обращения: 23.08.2023).
  36. Galova A. Slovakia's Romani in the Pandemic. Режим доступа: <https://www.rosalux.de/en/news/id/42585/slovakias-romani-in-the-pandemic> (дата обращения: 23.08.2023).
  37. Coronavirus pandemic in the EU — fundamental rights implications. Режим доступа: [https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra\\_uploads/fra-2020-coronavirus-pandemic-eu-bulletin\\_en.pdf](https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2020-coronavirus-pandemic-eu-bulletin_en.pdf) (дата обращения: 23.08.2023).
  38. Guhland J., Gerster L. Crisis and Loss of Control. German Language Digital Extremism in the Context of the COVID-19 Pandemic. Режим доступа: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2020/12/ISD-Mercator-Report-English.pdf> (дата обращения: 23.08.2023).
  39. Coronavirus conspiracy theories targeting Muslims spread in India. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/>

- world/2020/apr/13/coronavirus-conspiracy-theories-targeting-muslims-spread-in-india (дата обращения: 23.08.2023).
40. Fake WhatsApp Videos Behind Attack on Health Workers in Indore: Report. Режим доступа: <https://thewire.in/media/coronavirus-indore-doctors-attacked> (дата обращения: 23.08.2023).
41. V Česku v éře covidu sílí antisemitismus. Konspirace prý nejvíc šíří Aeronet. Режим доступа: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/v-cesku-v-ere-covidu-sili-antisemitismus-konspirace-pry-nejvic-siri-aeronet-166865> (дата обращения: 23.08.2023).
42. Germany sees spike in anti-Semitic crimes — reports. Режим доступа: <https://www.dw.com/en/germany-sees-spike-in-anti-semitic-crimes-reports/a-56537178> (дата обращения: 23.08.2023).



## Мария Королева, Елена Пронина Стратегии освещения стрессогенных событий в российских онлайн-СМИ



### Введение

За последние годы в журналистике и обществе произошли кардинальные перемены, многие из которых были вызваны стремительным развитием компьютерных технологий и появлением новых типов СМИ, в частности социальных сетей (Weaver, Willnat, 2016). По оценкам экспертов, изменились не только традиционные практики производства и распространения информации в СМИ, но и само медиапотребление (Bivens, 2008). Результаты аудиторных медиаизмерений уже неоднократно показывали, что интернет-пользователи отдают предпочтение социальным медиа в качестве источника новостей<sup>1</sup> (Черевко, Дунас, Толоконникова, 2018). Этот тренд усиливается во времена нестабильности и неопределенности. Так, в 2020 году одним из главных источников новостей о COVID-19 стали платформы социальных медиа («ВКонтакте», «Одноклассники», TikTok, YouTube и др.) (Малышева, 2020): «Только в течение марта в соцсетях о самоизоляции было написано около 3,7 млн. постов»<sup>2</sup>.

Да и сами журналисты в своей работе все чаще используют социальные сети. По свидетельству зарубежных исследователей, в освещении сирийских событий 2011 года журналисты часто полагались на непрофессиональный контент, который оказался весьма грамотно подготовленным (Johnston, 2016).

<sup>1</sup> Зарецкая Д. А. Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия, пленарное заседание [запись конференции на YouTube-канале факультета журналистики МГУ] 04.02.2022. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=SXUthO8a6yk&t=11s> (дата обращения: 06.02.2023)

<sup>2</sup> Оставайтесь дома! Реакции в соцсетях на самоизоляцию // Vc.ru: бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы: [сайт]. 02.04.2020. Режим доступа: <https://vc.ru/social/117120-ostavaytes-doma-reakcii-vsocsetyah-na-samoizolyaciyu> (дата обращения: 03.04.2022).

**Об авторах:** Королева Мария Николаевна, преподаватель кафедры цифровой журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. Пронина Елена Евгеньевна, доктор филологических наук, кандидат психологических наук, профессор кафедры цифровой журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Отечественные медиаэксперты также подчеркивают важную роль контента пользователей в работе современных журналистов при освещении кризисных событий. Сегодня UGC помогает профессионалам по многим направлениям: а) оперативно узнавать и получать эксклюзивную информацию; б) искать очевидцев и новых героев для своих материалов; в) сделать аудиторию соучастником события и т. д. (Толоконникова, Максимова, 2019). Вот, что по этому поводу пишет Карякина К. А. (2010) в статье об актуальных формах и моделях новых медиа:

*«Журналисты готовы признать, что их «гражданские» коллеги блогеры зачастую оказываются быстрее, точнее и понятнее для массовой аудитории, просто потому что выступают очевидцами событий и способны показать ситуацию «изнутри»».*

Одновременно с возрастанием интереса к социальным медиа как источнику информации снижается доверие к традиционным СМИ. По мнению ряда медиаэкспертов, к факторам, снижающим доверие аудитории, можно отнести: а) сухость, бесцветность, выдаваемые за «беспристрастность»; б) излишнюю сенсационность; в) односторонность, как якобы «целесообразность»; г) недостаточную глубину освещения события, а также д) отсутствие или недостаток диалога с читателями (Meier, Kraus, Michaeler, 2018; Fisher, et al., 2020).

Очевидно, что соцсети навсегда и бесспорно изменили принципы освещения событий. Новости, распространяемые на новых платформах, более социально ориентированы, а любительский контент — UGC (*от англ. User Generated Content* — «созданный пользователями контент»), — теперь часто используется профессиональными журналистами и помогает им освещать события, свидетелями которых они не стали (Johnston, 2016).

Эксперты убеждены: трансформацию аудитории из потребителей контента, рядовых **юзеров** (*от англ. User* — «пользователь»), в производителей, **просьюмеров** (*от англ. Prosumer = Producer + Consumer* — «производитель» и «потребитель» контент, два в одном), можно рассматривать как средство устранения разрыва между журналистикой и гражданским обществом, что способствует большей демократизации СМИ, и, как следствие, повышению общественного доверия к институту СМИ (Compton, Benedetti, 2010; Palomo, Teruel, Blanco-Castilla, 2019).

Данная позиция обосновывается тем, что у аудитории уже есть запрос, во-первых, на включение мнений в журналистику (как выражение большей подлинности), а, во-вторых, на более подробное освещение событий, большую прозрачность, открытость, которой можно добиться включением контента неинституционализированных авторов в тексты профессионалов

(Fisher, et.al., 2020). Следовательно, аудитория хочет меньше предвзятости в журналистике, но обязательно больше журналистики (Fisher, et.al., 2020). UGC с этой задачей отлично справляется: он наполняет журналистские материалы большей глубиной, помогает раскрывать темы с новых сторон, дает возможности для выражения альтернативных точек зрения в уже опубликованных историях, а также сам по себе является источником необычных сюжетов, на которые СМИ могли бы и не обратить свое внимание изначально (Kleemans, Schaap, Hermans, 2015; Grosser, Hase, Wintterlin, 2017).

Таким образом, использование UGC в журналистской работе ознаменовало не только переход от поучающей, «лекционной» журналистики к журналистике «равных», но и стало причиной «эмоционального поворота» в исследованиях медиа: все больше ученых уделяют внимание эмоциям в производстве медиатекстов и вовлечении аудитории в этот процесс (Meier, Kraus, Michaeler, 2018; Wahl-Jorgensen K., 2019).

Однако от СМИ требуется не только выразительность и разнообразие в подаче информации. СМИ не только информируют и развлекают, но также участвуют в процессах самоорганизации социума. Во время стихийных бедствий, катастроф, социальных потрясений наиболее востребована информация, способствующая психологической мобилизации, повышающая стрессоустойчивость и способность к активному преодолению трудностей. Для снятия психологического напряжения и проявления инициативы, людям важен обмен информацией, мнениями, чувствами, возможность отреагировать свои переживания, рассказать о них и получить поддержку со стороны окружающих. Чрезвычайно важны и примеры успешных действий других (Пронина, 2001). В экстремальных обстоятельствах национальные СМИ должны укреплять дух людей, активизировать процессы поиска решений, содействовать самовосстановлению общества (Пронина, 2019). Важным условием достижения психологического равновесия и успешной адаптации к реальности является свободный доступ аудитории к информации из различных, не только официальных, источников, возможность обсуждать проблемы и выражать (отреагировать) эмоции (Королева, Пронина, 2022).

Как сегодня СМИ решают эти задачи? Какую роль в работе профессиональных СМИ играют любительские материалы (UGC)? На эти вопросы мы попытались ответить в нашем исследовании.

### Методика<sup>3</sup>

Предметом изучения стали особенности подачи информации о травмогенных событиях в трех российских онлайн-СМИ: «Комсомольской правде» (KP.ru),

<sup>3</sup> Методика исследования является частью диссертационного исследования Королевой М. Н. «Использование любительского контента в текстах российских онлайн-СМИ о травмогенных событиях» и была ранее опубликована в научной статье «Пользовательский контент в текстах российских онлайн-СМИ о травмогенных событиях» (Королева, Пронина, 2022).

«Известиях» (IZ.ru) и «Ленте» (Lenta.ru). Эти платформы были выбраны для анализа по трем причинам:

1) сходство их аудиторных показателей, а также индексов цитируемости;

2) «генотипические» различия (у платформ KP.ru и IZ.ru есть оффлайн аналоги — массовая и общественно-политическая газеты, а у Lenta.ru — нет);

3) различная контентная политика (ориентация на массовость/эксклюзивность, информационность/аналитичность, глубокий анализ ситуаций/агрегацию новостей и т. д.).

Основным методом исследования стал **контент-анализ** медиатекстов о **травмогенных событиях** — катастрофах *природного, техногенного и социального (антропогенного)* происхождения<sup>4</sup>.

Для того, чтобы узнать, как стрессогенная информация подается в выбранных нами онлайн-СМИ, были отобраны три темы (каждая соответствует одному из описанных выше типов травмогенных событий), которые широко освещались в СМИ в период проводимого исследования (2018–2020 гг.): 1) **пожар в ТЦ «Зимняя вишня» в Кемерово** (изучались публикации в период с 25 марта по 31 декабря 2018 года); 2) **наводнение и серия последующих паводков в Иркутской области** (публикации в период с 27 июня по 31 декабря 2019 года); 3) **пандемия коронавируса** (публикации в период с 10 января по 31 декабря 2020 года).

Отбор текстов для формирования **генеральной совокупности** осуществлялся путем ввода ключевых слов (\*Зимняя вишня, \*наводнение Иркутская область, \*коронавирус) в окошко поиска на каждом сайте. Тексты попадали в выборку, если хотя бы в одном абзаце шла речь об упоминаемом событии. Изначально планировалось отобрать по 100 текстов для каждой темы и платформы онлайн-СМИ (100\*3\*3=900). Однако на платформе KP.ru за исследованный период было найдено только 95 текстов о наводнении в Иркутской области и 60 о пандемии коронавируса, которые все вошли в подборку материалов для контент-анализа.

Таким образом, **выборочную совокупность** составили суммарно 855 медиатекстов: 300 — о пожаре в ТЦ «Зимняя вишня»; 295 — о наводнении в Иркутской области; 260 — о пандемии коронавируса. 130 статей (15% от общего числа) содержали пользовательские материалы — UGC. Под UGC здесь понимаются фотографии, видеозаписи, комментарии и посты пользователей, первоначально размещенные в различных социальных сетях (Facebook и Instagram<sup>5</sup>, Twitter, YouTube, ВКонтакте, Одноклассники) и затем использованные профессиональными журналистами в своих медиатек-

<sup>4</sup> Классификации природных и техногенных ЧС заимствованы из электронного источника «Поражающие факторы источников чрезвычайных ситуаций, характерных для мест расположения и производственной деятельности организации, а также оружия массового поражения и других видов оружия». Режим доступа: <https://www.msu.ru/info/struct/gochs-mgu/docs/RN-tema1.pdf> (дата обращения: 29.09.2022)

<sup>5</sup> Принадлежат компании Meta Platforms, которая признана в Российской Федерации экстремистской организацией и запрещена.

стах. Статьи, включающие материалы пользователей, мы условно обозначили как *гибридные*. Статьи без использования UGC (725) — как *традиционные*. Рас-

пределение статей по темам и платформам можно увидеть в Таблице 1. В скобках указано количество гибридных статей в каждой категории.

Таблица 1.  
Распределение текстов выборочной совокупности по темам и платформам

Событие	Платформа			Всего
	Lenta.ru	IZ.ru	KP.ru	
Пожар в ТЦ	100 (18)	100 (8)	100 (23)	300 (49)
Наводнение	100 (13)	100 (2)	95 (36)	295 (51)
Пандемия	100 (11)	100 (5)	60 (14)	260 (30)
Всего	300 (42)	300 (15)	255 (73)	855 (130)

\* В скобках указано количество гибридных статей (с UGC)

**Кодификатор** контент-анализа состоял из 26 категорий (разбитых на 131 признак): категории 0–3 предназначались для регистрации платформы размещения и темы статьи, категории 4–22 — для анализа содержательных элементов текста, включая такие, как источники данных, субъекты действия, субъекты мнения и т. д. Категории 23–26 содержали данные о количестве просмотров, комментариев и репостов по каждой статье.

Результаты анализа были сведены в единую матрицу (базу данных), которая затем подвергалась математической обработке с использованием специализированного программного пакета *SPSS IBM Statistics*. Применялись *непараметрические методики сравнения выборок* (критерий U-Манна-Уитни), а также *частотный и дискриминантный анализы*.

### Результаты

Как следует из Таблицы 1, любительские материалы используются в СМИ достаточно редко — для всей выборки это 15%. Однако издания разительно отличаются по этому показателю. Наиболее часто обращается к пользовательским материалам KP.ru — 29%, на втором месте Lenta.ru — 14% и на третьем IZ.ru — только 5%. Эти различия выходят за рамки случайных отклонений и являются статистически значимыми. Чтобы разобраться, какую функцию выполняют UGC в СМИ и что изменяется в результате привлечения пользовательских материалов, необходимо сопоставить содержание «обычных» (без UGC) и «гибридных» (с UGC) статей.

Сопоставляя показатели разных платформ и разных типов текстов, мы заметили, что различия проявляются главным образом в том, кто именно выступает «субъектом мнения», «источником данных», кто предпринимает усилия по преодолению трудностей, обеспечивает «мобилизацию» общества на решение проблемы. В одном случае СМИ делают акцент на информировании аудитории об официальной позиции и деятельности институтов управления, а в другом — в фокусе внимания оказывается самостоятельная активность людей и самоорганизация общества. Несомненно, и деятельность институтов управления, и собственная активность общества должны находить отражение

в СМИ, однако пропорциональность в отражении активности той и другой стороны может варьировать в разных изданиях, и это имеет определенное значение. Так, делая упор исключительно на организационных усилиях официальных структур, СМИ представляют общество скорее как пассивный объект управления. Обращая внимание на мнения, чувства и способы адаптации простых граждан, издание представляет общество как субъект действия, самоорганизующуюся структуру, что стимулирует активность членов комьюнити. Собственная активность всегда является главным и необходимым условием адаптации как индивида, так и сообщества в целом. Это поднимает значимость тех журналистских материалов, в которых слово предоставлено обычным людям, попавшим в экстремальную ситуацию, ставшим свидетелями чрезвычайных событий, людям, которые приняли непосредственное участие в разрешении проблемы, или тем, кому есть, что предложить (Пронина, 2001).

Можно предположить, что полнота отражения активности органов управления и активности самого общества в ходе решения проблемы является достаточно устойчивой характеристикой издания и может рассматриваться как один из важных индикаторов в работе СМИ.

Чтобы выявить стратегию презентации событий, характерную для исследуемых СМИ, мы сопоставили два показателя, условно обозначенные как «**Активность власти**» и «**Активность людей**», отражающие представленность власти и рядовых граждан в картине событий. Так, первый показатель — «**Активность власти**» — объединял признаки: 1) власть как субъект мнения; 2) власть как источник данных; 3) власть как структура, решающая проблему. Признаки носили бинарный характер: 1 — наличие признака (независимо от числа однотипных случаев), 0 — отсутствие. Иными словами, фиксировался сам факт присутствия данного признака в тексте. В результате, показатель мог изменяться от 0 до 3, в зависимости от того, в каких качествах (субъекта мнения, источника информации, субъекта действия) были представлены официальные структуры в статье. Показатель 3 — означал представленность всех трех ролей, 0 — ни одной.

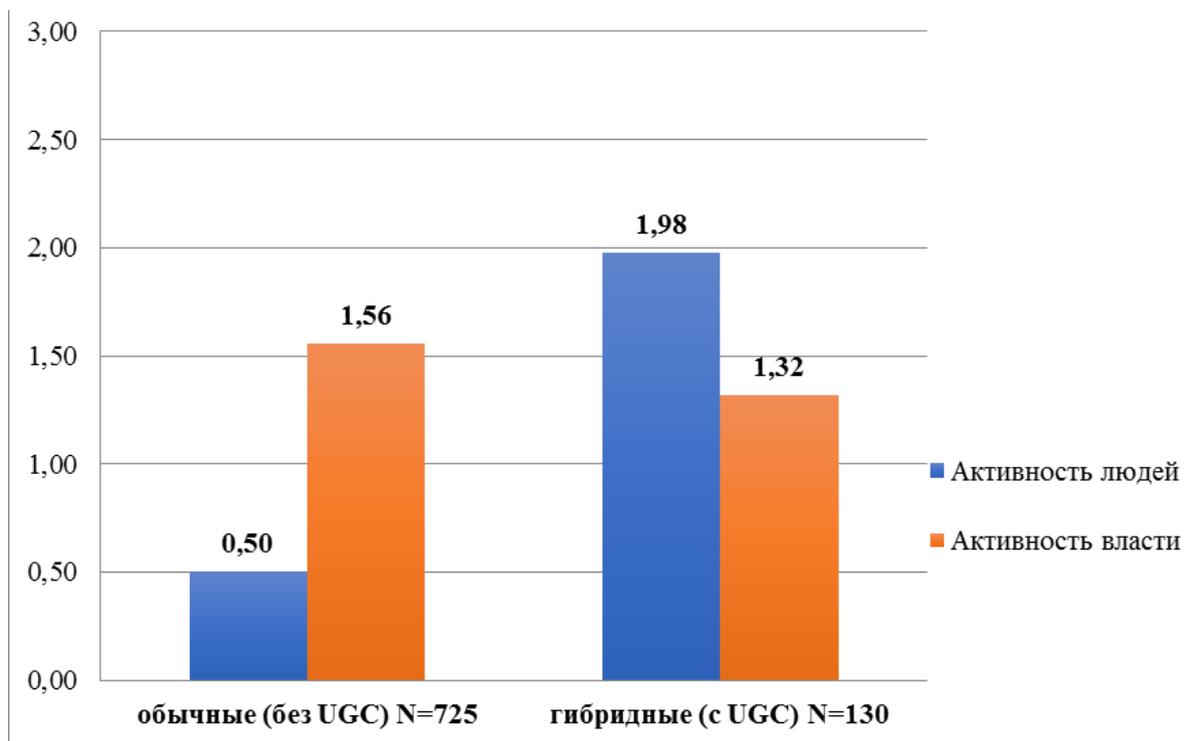
В следующем примере присутствуют все три признака «Активности власти»: «Председатель правительства Иркутской области Руслан Болотов потребовал разобраться в ситуации с завышением цен на продукты и питьевую воду в пострадавших от паводков районах. Ранее сообщалось, что цена на хлеб в подтопленном городе Тулун выросла до 100 рублей за батон»<sup>6</sup>.

Второй показатель — «Активность людей» — формировался сходным образом, только относительно рядовых граждан: 1) рядовые граждане как субъекты мнения; 2) как источник данных; 3) как субъекты действия. Этот показатель также мог изменяться в гра-

ницах от 0 до 3. Ниже на Диаграмме 1 представлены значения обоих показателей для традиционных и гибридных статей.

Например: «Детей из кинозала выводил один мужчина. Он всех успокоил, чтобы не паниковали. Он вывел их всех. Бежали кто куда: кто на эскалатор, кто на лифт. Ребенок сказал, что давка была, но никто не толкался, все спускались спокойно. Сижку, до сих пор трясет. Дай Бог здоровья тому мужчине и всем его близким. Я бы хотела его встретить и лично поблагодарить», — рассказала кемеровчанка Олеся Чащина»<sup>7</sup>.

Диаграмма 1. Отражение «Активности людей» и «Активности власти» в обычных (без UGC) и гибридных (с UGC) текстах



Как хорошо видно на Диаграмме 1, профессиональные журналисты в традиционных статьях основное внимание уделяют презентации деятельности власти. В гибридных статьях, напротив, лучше представлена активность общества. Различия между гибридными и обычными статьями статистически достоверны по критерию U-Манна-Уитни (см. Таблицу 2). Наибольший контраст наблюдается по показателю «Активность людей» (различия значимы на высоком уровне достоверности  $p < 0,001$ ).

Если сравнить между собой показатели разных платформ (по всему массиву текстов, включая и про-

стые и гибридные публикации), то можно увидеть, что два издания (Lenta.ru и IZ.ru) довольно сходны между собой по распределению показателей, а третье — KP.ru — отличается. Результаты представлены на Диаграмме 2. Как видно, Lenta.ru и IZ.ru — сходны не только по соотношению, но и по абсолютным значениям показателей активности. В текстах обеих платформ деятельность власти освещается значительно лучше, чем действия и чувства обычных людей. На платформе KP.ru показатели «Активность власти» и «Активность людей» примерно равны.

<sup>6</sup> В зоне наводнения в Иркутской области выявили завышение цен // IZ.ru. 2019. Июнь, 29. Режим доступа: <https://iz.ru/894211/2019-06-29/v-zone-navodneniia-v-irkutskoi-oblasti-vyavili-zavyshenie-tcen> (дата обращения: 13.05.2022)

<sup>7</sup> Гараева Л. Мамы ищут спасителя, который успокоил и вывел детей из горящего кинозала в Кемерово // KP.ru [25.03.2018]. Режим доступа: <https://www.kem.kp.ru/daily/26810.5/3846076/> (дата обращения: 12.05.2022)

Таблица 2.  
Значимость различий между гибридными и обычными статьями по критерию U Манна-Уитни

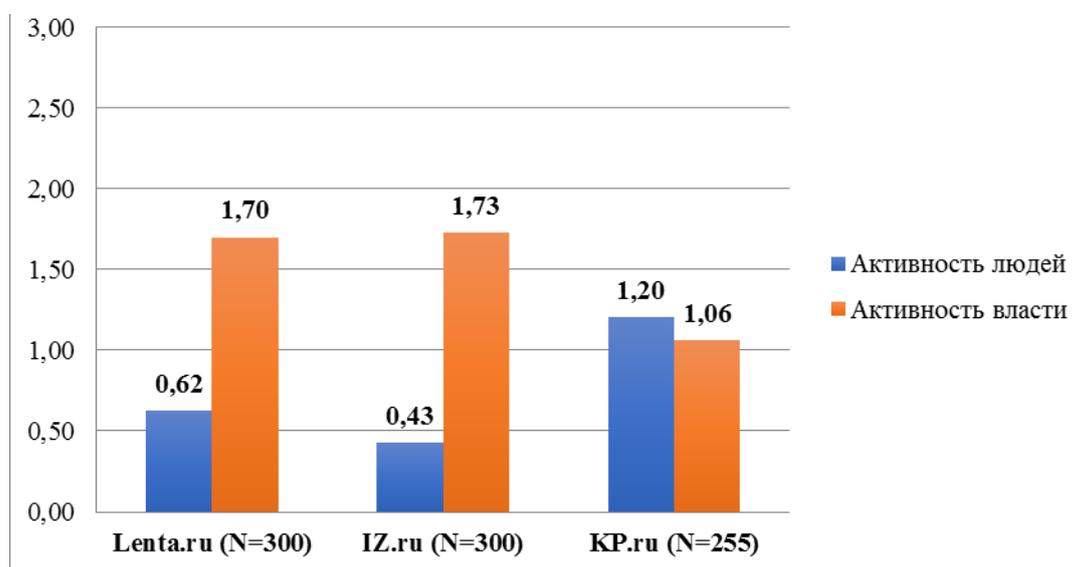
	Активность людей	Активность власти
Статистика U Манна-Уитни	13569	41542,5
Статистика W Уилкоксона	276744	50057,5
Z	-14,927	-2,259
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	0,000***	0,024*

\*\*\* Корреляция значима на уровне  $p < 0,001$

\*\* Корреляция значима на уровне  $p < 0,01$

\* Корреляция значима на уровне  $p < 0,05$

Диаграмма 2.  
Освещение «Активности власти» и «Активности людей» в публикациях трех медиаплатформ



Очевидно, что информативной в отношении стратегии издания является не только степень внимания к деятельности власти, с одной стороны, и рядовых членов общества, с другой, но и пропорциональность в их отражении. Фокус внимания может сдвигаться в сторону власти и институтов управления, а может — в сторону отражения мнений, чувств и поступков рядовых граждан. Информацию первого типа (с переводом в сторону деятельности институтов управления) можно обозначить как *властеецентрированную* или *институциональную*, а второго типа (с акцентом на интересах и жизни простых людей) — как *человекоцентрированную*. Определение «*человекоцентрированный*» в данном контексте соединяет сразу два важных понятия: одно из которых — «*human-interest*» (от англ. «человеческий интерес») — относится к сфере профессиональной журналистики, другое — «*человекоцентрированный подход*» — к практической психологии.

Профессиональное журналистское понятие «человеческий интерес» имеет скорее инструментальное, чем теоретическое значение и в сочетаниях *human-*

*interest story* (от англ. «газетный очерк», «история, представляющая человеческий интерес»), *human-interest news* (от англ. «эмоционально окрашенные новости»), *human-interest-oriented topic* (от англ. «тема, интересующая широкую аудиторию») означает сюжет, материал, вызывающий интерес и непосредственный эмоциональный отклик аудитории<sup>8</sup>. В центре внимания таких сюжетов — конкретный человек или люди с их эмоциями, проблемами, личной историей. События здесь подаются через призму восприятия конкретного человека, в том числе самого журналиста. Стиль изложения при этом лишен официальности.

В отличие от профессионального термина «*human-interest*», понятие «*человекоцентрированный подход*» (от англ. «*personal-centered approach*») имеет не только практическое, но и философско-методологическое, междисциплинарное значение. *Personal-centered approach* был заявлен одним из основателей гуманистической психологии *Карлом Роджерсом* в качестве оппози-

<sup>8</sup> Hughes H. M. (1981) *News and the Human Interest Story*. Piscataway, New Jersey: Transaction Publishers. — 313 p.

ции господствовавшему в психологии объектному подходу к человеку. Суть **человекоцентрированного** подхода состояла в том, что он переносил внимание с социальных отношений, ролей и функций человека на самого человека как «автономную и аутентичную сущность» (Орлов, 2012). В практике психотерапии такой подход был нацелен на «выявление человека в человеке» (Орлов, 2012). Возникший первоначально в сфере индивидуальной психотерапии и психологического консультирования, **человекоцентрированный** подход быстро получил распространение и в других сферах науки и социальной практики: в образовании<sup>9</sup>, управлении, методологии науки и даже политике, став инструментом решения многих задач (Орлов, 2012а; Штроо, 2016). Это же относится и к медиатерапии.

Что касается освещения стрессогенных ситуаций, то информация, в которой человек предстает как автономный субъект, обладающий «самоценностью, достоинством и способностью к самоуправлению» (Орлов, 2012б), имеет особо важное значение. Такая информация соответствует и журналистским критериям «человеческого интереса», и принципам гуманистического подхода. Информационная стратегия, представляющая события преимущественно в таком ракурсе, может быть, с полным правом обозначена как «**человекоцентрированная**». Важно, что несмотря на достаточно сложное психологическое и философско-методологическое содержание, данная стратегия

имеет весьма четкие текстовые критерии, описанные выше, и может быть измерена в счетных единицах.

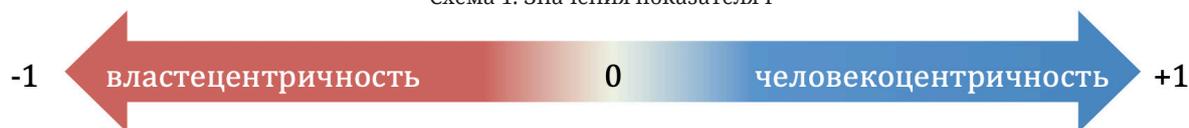
Показатель, который отражал бы содержание информационной стратегии, может быть рассчитан следующим образом:

$$I = \frac{(P - A)}{3}$$

где I — информационная стратегия,  
P — показатель активности граждан (от англ. people),  
A — показатель активности власти (от англ. authorities)  
(делитель 3 обращает шести-балльную шкалу в bipolarную)

**Положительные значения** показателя I свидетельствуют о **человекоцентрированной информационной стратегии** — то есть о преимущественном внимании журналистов к жизни простых людей, **отрицательные значения** — об **институциональной** или **властецентрированной стратегии**, акцентировании деятельности органов управления. Показатель может изменяться в границах от -1 (интерес исключительно к действиям официальных структур) до +1 (отражение исключительно жизни простых граждан). Значения близкие к 0 свидетельствуют о равной степени внимания издания к деятельности как власти, так и граждан (см. Схему 1).

Схема 1. Значения показателя I



Чтобы определить характер информационной стратегии, мы рассчитали значения информационного вектора для каждого из трех изданий, а также для простых и гибридных текстов. Результаты расчетов представлены на Диаграмме 3.

Как показывает Диаграмма 3, материалы, публикуемые в IZ.ru и Lenta.ru, отличаются выраженной фиксацией на вопросах власти и управления (-0,43 и -0,36 соответственно). KP.ru сохраняет относительный баланс между интересом к деятельности власти и простых граждан с некоторым перевесом в пользу **человекоцентрированной** информации о самих гражданах. Различия между всеми изданиями статистически значимы по критерию U Манна-Уитни.

Что касается текстов, то, как следует из диаграммы, традиционные статьи (без UGC) можно охарактеризовать как **властецентрированные** (-0,35); гибридные тексты, напротив, демонстрируют **человекоцентрированную стратегию** (0,22).

Более высокие показатели «Активности граждан» в публикациях KP.ru и большой интерес издания к материалам пользователей (процент гибридных статей на платформе «Комсомольской правды» — 29%,

Lenta.ru — 14% и IZ.ru — 5%) можно объяснить концепцией издания, разработанной и последовательно проводившейся (с 1997 по 2022 гг.) главным редактором газеты В.Н. Сунгоркиным. В одном из своих интервью он пояснял, что коллектив газеты стремится оставаться «вне партий, вне обвинений в оппозиционности или проправительственности»<sup>10</sup> и свою главную цель видит в том, чтобы давать информацию полезную «в практическом плане миллионам людей»<sup>11</sup>. «Не хотел бы дожить до того времени, чтобы вынужден был поднять флаг с криком: “Комсомольская правда” — это газета яростной оппозиции или — наоборот — яростно поддерживающая президента или еще кого-то. Как только мы начинаем в такую игру играть, мы становимся не газетой, а пропагандистским листком, дурающим людей. Что не есть хорошо!»<sup>12</sup>.

Возможно, поэтому изданию удастся поддерживать относительный баланс между освещением деятельности официальных структур и жизни рядовых граждан.

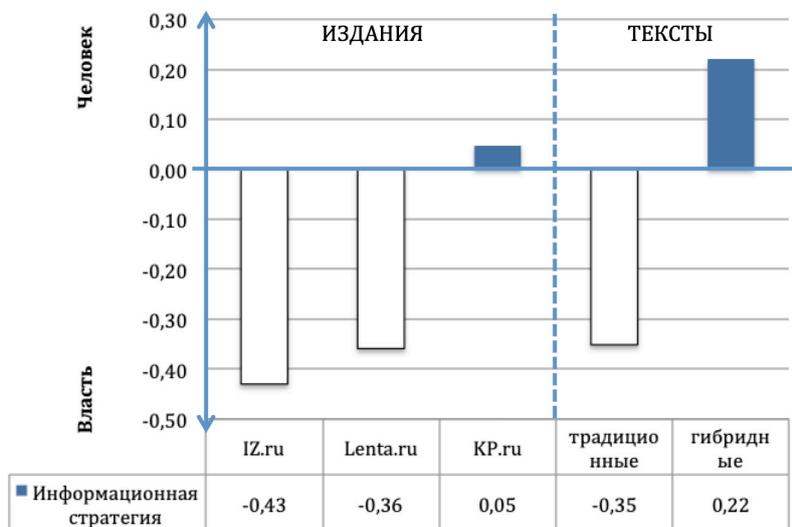
<sup>9</sup> Роджерс К., Фрейберг Д. Свобода учиться. М.: Смысл. 2019. — 528 с.

<sup>10</sup> Цит. по: Скоробогатко В. Предисловие // Васильева Л. А. Делаем новости! М., 2002. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text5/24.htm?ysclid=icepg7eecu745361307> (дата обращения: 06.02.2023)

<sup>11</sup> Там же.

<sup>12</sup> Там же.

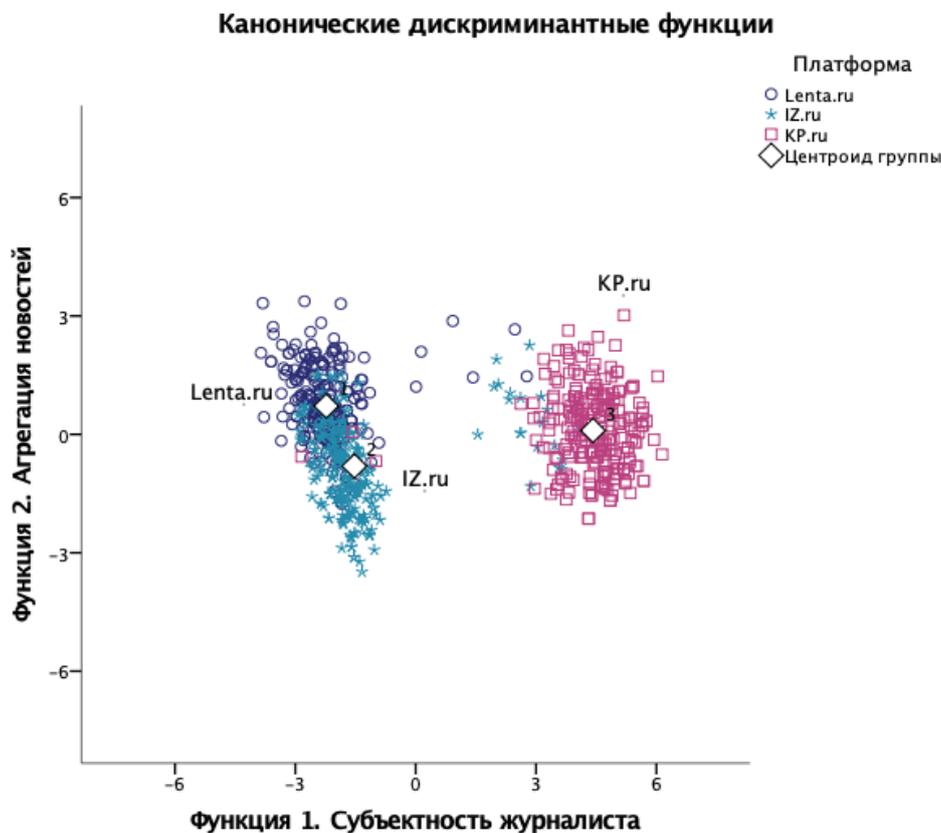
Диаграмма 3.  
Информационные стратегии, характерные для разных изданий и типов текста



В ходе дальнейшего исследования подтвердился неслучайный характер различий между тремя исследуемыми платформами. *Дискриминантный анализ*, проведенный по всем основным категориям контент-анализа, показал, что материалы KP.ru действительно значительно отличаются по ряду взаимосвязанных

параметров от публикаций других изданий. Это хорошо видно на Диаграмме 4, где показаны материалы трех изданий в семантическом пространстве двух канонических функций, представляющих наиболее значимые категории контент-анализа.

Диаграмма 4.  
Результаты дискриминантного анализа для трех онлайн-изданий



На графике хорошо видна значительная дистанция между KP.ru и двумя другими онлайн-СМИ, в особенности по горизонтальной оси — первой канонической функции. Эту функцию, которую можно обозначить как «*Субъектность журналиста*», задают следующие категории контент-анализа: «авторство указано» и «журналист как субъект мнения». Согласно расчетам (см. Таблицу 3), журналисты KP.ru чаще, чем журналисты двух других интернет-изданий, подписывают свои статьи и прямо высказывают личное мнение. В этом смысле, KP.ru напоминает форум, где каждый выступает от своего имени, в отличие от двух других платформ, которые претендуют на отраже-

ние объективной, надличностной или экспертной позиции.

Вертикальная ось (вторая каноническая функция) определяется уровнем использования сторонних фото/видео материалов в публикациях издания. Как видно на графике (различия по вертикальной оси), наиболее активно заимствует материалы других СМИ Lenta.ru. Чем выше показатель по данной оси, тем ниже аутентичность издания, которое в этом случае предстает как агрегатор новостей из других СМИ.

В Таблице 3 представлены средние показатели каждого издания по наиболее значимым категориям, вошедшим в канонические функции.

Таблица 3.  
Средние показатели исследуемых онлайн-изданий по категориям первой и второй канонических функций (в % от числа статей)

Издание	Категории контент-анализа			
	1-я каноническая функция		2-я каноническая функция	
	автор указан	субъект мнения журналист	наличие редакц. материалов	наличие материалов из др. СМИ
Lenta.ru	2%	2,33%	11,33%	92,67%
IZ.ru	6,67%	4,67%	53,0%	70,33%
KP.ru	98,8%	89,8%	71,37%	38,04%

Различия между всеми показателями, представленными в Таблице 3, статистически значимы, за исключением одного случая: Lenta.ru и IZ.ru статистически неразличимы по категории «субъект мнения — журналист». Как можно заметить, в этих изданиях мнение журналистов практически не представлено. Только 2,33% журналистов Lenta.ru и 4,67% журналистов Известий ссылаются на свое мнение, в то время как почти

90% авторов сайта KP.ru делятся с читателями личными соображениями и впечатлениями.

Насколько различия, выявленные в ходе дискриминантного анализа, соотносятся с особенностями подачи информации, показал корреляционный анализ. В Таблице 4 приводятся результаты корреляционного анализа по критерию Спирмана.

Таблица 4.  
Взаимосвязь информационной стратегии с показателями субъектности журналиста и аутентичности издания (корреляция r Спирмана).

		автор указан	субъект мнения журналист	наличие редакц. материалов	наличие материалов из др. СМИ
Участие людей	Коэффициент корреляции	0,311**	0,343**	0,053	-0,150**
Значимость		0	0	0,121	0
Участие власти	Коэффициент корреляции	-0,212**	-0,216**	-0,022	0,112**
Значимость		0	0	0,518	0,001
Человекоцентрированный подход	Коэффициент корреляции	0,329**	0,352**	0,05	-0,162**
Значимость		0	0	0,143	0
N		855	855	855	855

\*\* Корреляция значима на уровне  $p < 0,01$

Как следует из Таблицы 4, имеется значимая позитивная взаимосвязь между информацией об участии в событиях простых людей и уровнем субъектности журналиста. То есть, чем выше показатель «**Активность людей**», тем вероятнее, что журналист проявит свое личное отношение ( $r = 0,343^{**}$ ) и поставит свою подпись под материалом ( $r = 0,311^{**}$ ). Получается, что, ориентируясь на рядового человека, журналист и сам склонен выступать от себя лично, выражать собственное мнение, а не мнение редакции или организации. «**Активность власти**», напротив, отрицательно связана с признаками субъектности журналиста ( $r = -0,212^{**}$  и  $r = -0,216^{**}$  соответственно).

Что касается аутентичности издания — то есть использования собственных редакционных материалов и избегания заимствований — то оказалось, что вероятность использования заимствованных материалов ниже для информации о простых людях ( $r = -0,150^{**}$ ) и выше — для информации об официальных структурах ( $r = 0,112^{**}$ ).

Эти зависимости проявляются тем ярче (см. Таблицу 4), чем больше выражен **человекоцентрированный**

**подход** в целом. Таким образом, различия между изданиями по факторам субъектности и аутентичности, выявленные в ходе дискриминантного анализа, непосредственно детерминированы используемой информационной стратегией.

Но какой отклик у самих читателей вызывают данные информационные стратегии? Для того, чтобы выяснить это, мы использовали такие показатели как количество репостов, комментариев и просмотров. К сожалению, издания часто отключают эти опции или закрывают статистику на своих сайтах, поэтому данные были доступны лишь частично. Так, число просмотров регистрировалось только на платформе IZ.ru (288 материалов имели соответствующую статистику), репосты — только на платформе Lenta.ru (300 материалов), комментарии пользователей имелись и на платформе Lenta.ru (300 материалов) и на сайте KP.ru (255 материалов).

Несмотря на некоторую фрагментарность данных были получены значимые корреляции. Результаты расчетов по критерию  $r$  Спирмана представлены в Таблице 5.

Таблица 5.  
Активность читателей в зависимости от содержания публикаций (корреляция  $r$  Спирмана).

Стратегия	Активность читателей		
	Репосты	Комментарии	Просмотры
Активность людей	0,225**	0,161**	0,149*
Активность власти	–	0,170**	–
Всего статей	300	555	288

\*\* Корреляция значима на уровне  $p < 0,01$

\* Корреляция значима на уровне  $p < 0,05$

Результаты корреляционного анализа показали, что чем больше внимания в публикации уделяется простым людям, тем выше все три показателя вовлеченности читателей: количество репостов ( $r = 0,225^{**}$ ), комментариев ( $r = 0,161^{**}$ ) и просмотров ( $r = 0,149^*$ ). Что касается показателя «**Активность власти**», то здесь выявлена одна значимая корреляция: увеличивается количество комментариев ( $r = 0,170^{**}$ ).

### Заключение

В результате исследования были выделены две стратегии презентации чрезвычайных событий в СМИ: 1) с акцентом на деятельности официальных структур — **властецентрированная** — и 2) преимущественным вниманием к обычным людям, вне зависимости от их статуса — **человекоцентрированная**. Разные издания при освещении чрезвычайных ситуаций придерживаются разных стратегий. **Человекоцентрированная** стратегия отражает стремление издания к выстраиванию равных, неиерархических отношений с аудиторией.

Обнаружены существенные различия между платформами по параметрам субъектности (автономности) журналиста и оригинальности (аутентичности) материалов СМИ. Как показали результаты корреляционного анализа, и субъектность и оригинальность публикаций

выше в случае **человекоцентрированной** позиции. Выше и интерес читателей к таким публикациям, что проявляется в виде большего числа просмотров, комментариев и репостов.

Оказалось также, что гибридные статьи (с привлечением UGC) в среднем значительно более **человекоцентричны**, чем традиционные (без UGC): показатель активность граждан в гибридных статьях втрое выше, чем в простых. Таким образом, творчество непрофессиональных авторов, простых пользователей сегодня как бы задает «зону ближайшего развития»<sup>13</sup> для профессиональных СМИ — становится своего рода обучающей моделью для профессиональных журналистов в том, что касается **человекоцентрированной** коммуникации.

<sup>13</sup>. «Зона ближайшего развития» — понятие, введенное Л. С. Выготским для описания онтогенеза психики. Означает процесс подтягивания уровня актуального развития субъекта до более высокой ступени благодаря кооперации с более «продвинутым» партнером. После приобретения опыта совместной деятельности по решению сложных задач — субъект становится способным к самостоятельному решению аналогичных задач. Понятие «зона ближайшего развития» касается не только и не столько приобретения новых знаний, алгоритмов действия, сколько изменения парадигмы мышления.

## Литература

1. Карякина К. А. (2010) Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп, Вып. 1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/актуальные-формы-и-модели-новых-медиа-от-понимания-аудитории-к-созданию-контента> (дата обращения: 06.02.2023)
2. Королева М. Н., Пронина Е. Е. Пользовательский контент в текстах российских онлайн-СМИ о травмогенных событиях // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2022. № 4. С. 21–46. DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2022.2146.
3. Малышева Г. А. Социально-политические аспекты пандемии в обществе цифровой сетевизации: российский опыт // Вестник Московского государственного областного университета (Электронный журнал). 2020. № 3. С. 60–74. Режим доступа: <https://www.evestnik-mgou.ru/jour/article/view/61> (дата обращения: 06.02.2023)
4. Орлов А. Б. Психотерапия аполитична или она не является психотерапией: человеко-центрированный подход как принципиально, сущностно аполитичное предприятие или человеко-центрированный подход: искушение политикой (ответ Петеру Шмиду) // Журнал практического психолога. 2012а. № 4. С. 169–182.
5. Орлов А. Б. Человекоцентрированный подход в психологии, психотерапии, образовании и политике // Журнал практического психолога. 2012б. № 1. С. 33–64.
6. Пронина Е. Е. От эволюции медиа к эволюции журналистики // Коммуникативная культура: история и современность. Материалы IX Международной научно-практической конференции. 1 ноября 2019. Новосибирск: Новосибирский гос. ун-т. — ИПЦ НГУ, 2019. С. 88–92. Режим доступа: <https://istina.msu.ru/publications/article/270335064/> (дата обращения: 06.02.2023)
7. Пронина Е. Е. (2001) Психологические особенности творческой работы репортера. — Пульс, Москва. — 35 с.
8. Толоконникова А. В., Максимова А. В. Пользовательский контент в выпусках новостей на российских телеканалах // Медиаскоп. 2019. Вып. 3. DOI: 10.30547/mediascope.3.2019.8. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2569> (дата обращения: 06.02.2023)
9. Черевко Т. С., Дунас Д. В., Толоконникова А. В. Новости в условиях интернетизации: анализ новостного потребления студентов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2018. № 1. С. 3–25.
10. Штроо В. А. Человекоцентрированный подход и практика управления в российских организациях // Организационная психология. 2016. Т. 6. № 3. С. 91–104.
11. Bivens R. K. (2008) The Internet, Mobile Phones and Blogging. *Journalism Practice* 2 (1): 113–129. DOI: 10.1080/17512780701768568.
12. Compton J. R., Benedetti P. (2010) Labour, New Media and The Institutional Restructuring of Journalism. *Journalism Studies* 11 (4): 487–499. DOI: 10.1080/14616701003638350.
13. Fisher C., Flew T., Park S., Lee J. Y., Dulleck U. (2020) Improving Trust in News: Audience Solutions. *Journalism Practice* 15 (10): 1497–1515. DOI: 10.1080/17512786.2020.1787859.
14. Grosser K. M., Hase V., Wintterlin F. (2017) Trustworthy or Shady? Exploring the Influence of Verifying and Visualizing User-generated Content (UGC) on Online Journalism's Trustworthiness. *Journalism Studies* 20 (4): 500–522. DOI:10.1080/1461670X.2017.1392255.
15. Johnston L. (2016) Social News = Journalism Evolution? *Digital Journalism* 4 (7): 899–909. DOI: 10.1080/21670811.2016.1168709.
16. Kleemans M., Schaap G., Hermans L. (2015) Citizen Sources in the News: Above and Beyond the Vox Pop? *Journalism: Theory, Practice & Criticism* 18 (4): 464–481. DOI:10.1177/1464884915620206.
17. Meier K., Kraus D., Michaeler E. (2018) Audience Engagement in a Post-Truth Age. *Digital Journalism* 6 (8): 1052–1063. DOI: 10.1080/21670811.2018.1498295.
18. Palomo B., Teruel L., Blanco-Castilla E. (2019) Data Journalism Projects Based on User-Generated Content. How La Nacion Data Transforms Active Audience into Staff. *Digital Journalism* 7 (9): 1270–1288. DOI: 10.1080/21670811.2019.1626257.
19. Wahl-Jorgensen K. (2019) An Emotional Turn in Journalism Studies? *Digital Journalism* 8 (2): 175–194. DOI: 10.1080/21670811.2019.1697626.
20. Weaver D. H., Willnat L. (2016) Changes in U. S. Journalism. *Journalism Practice* 10 (7): 844–855. DOI: 10.1080/17512786.2016.1171162.

## Notes

1. «Ostavajtes' doma! Reakcii v socsetjah na samoizoljaciju» [Stay at home! Reactions in social networks to self-isolation]. Vc.ru: biznes, tehnologii, idei, modeli rosta, startapy. 02.04.2020. Available at: <https://vc.ru/social/117120-ostavaytes-doma-reakcii-vsocsetyah-na-samoizolyaciyu> (accessed: 03.04.2022).
2. «Porazhayushchie faktory istochnikov chrezvychaynykh situatsiy, kharakternykh dlya mest raspolozheniya i proizvodstvennoy deyatel'nosti organizatsii, a takzhe oruzhiya massovogo porazheniya i drugikh vidov oruzhiya» [Damaging factors of sources of emergency situations characteristic of the locations and production activities of the organization, as well as weapons of mass destruction and other types of weapons]. Available at: <https://www.msu.ru/info/struct/gochs-mgu/docs/RN-tema1.pdf> (accessed: 29.02.2022).
3. Cited as: Skorobogat'ko V. Predislovie [Introduction]. Vasil'eva L. A. Delaem novosti! [Making news!] Moscow. 2002. Available at: <http://evartist.narod.ru/text5/24.htm?ysclid=icepg7eecu745361307> (accessed: 06.02.2023)

## References

1. Bivens R. K. (2008) The Internet, Mobile Phones and Blogging. *Journalism Practice* 2 (1): 113–129. DOI: 10.1080/17512780701768568.
2. Cherevko T. S., Dunas D. V., Tolokonnikova A. V. (2018) Novosti v uslovijah internetizacii: analiz novostnogo potreblenija studentov [News in the Context of Internetization: Analysis of Students' News Consumption]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 3–25. (In Russian)
3. Compton J. R., Benedetti P. (2010) Labour, New Media and The Institutional Restructuring of Journalism. *Journalism Studies* 11 (4): 487–499. DOI: 10.1080/14616701003638350.
4. Fisher C., Flew T., Park S., Lee J. Y., Dulleck U. (2020) Improving Trust in News: Audience Solutions. *Journalism Practice* 15 (10): 1497–1515. DOI: 10.1080/17512786.2020.1787859.
5. Grosser K. M., Hase V., Wintterlin F. (2017) Trustworthy or Shady? Exploring the Influence of Verifying and Visualizing User-generated Content (UGC) on Online Journalism's Trustworthiness. *Journalism Studies* 20 (4): 500–522. DOI:10.1080/1461670X.2017.1392255.
6. Johnston L. (2016) Social News = Journalism Evolution? *Digital Journalism* 4 (7): 899–909. DOI: 10.1080/21670811.2016.1168709.

7. Karjakina K. A. (2010) Aktual'nye formy i modeli novyh media: ot ponimaniya auditorii k sozdaniyu kontenta [Actual Forms and Models of New Media: from Understanding the Audience to Creating Content]. Mediascope 1. (In Russian) Available at: <http://www.mediascope.ru/актуальные-формы-и-модели-новых-медиа-от-понимания-аудитории-к-созданию-контента> (accessed: 06.02.2023)
8. Kleemans M., Schaap G., Hermans L. (2015) Citizen Sources in the News: Above and Beyond the Vox Pop? Journalism: Theory, Practice & Criticism 18 (4): 464–481. DOI:10.1177/1464884915620206.
9. Koroleva M. N., Pronina E. E. (2022) Pol'zovatel'skii kontent v tekstah rossiiskih onlain-SMI o travmogennyh sobytijah [User-generated Content in Russian Online Media Texts about Traumatic Events]. Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika 4: 21–46. DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2022.2146. (In Russian)
10. Malysheva G. A. (2020) Social'no-politicheskie aspekty pandemii v obshchestve cifrovoj setevizacii: rossijskij opyt [Socio-political Aspects of the Pandemic in the Digital Networking Society: Russian Experience]. Vestn. Mosk. gos. obl. un-ta (E-journal) 3: 60–74. Available at: <https://evestnik-mgou.ru/ru/Articles/View/1025> (accessed: 06.02.2023) (In Russian)
11. Meier K., Kraus D., Michaeler E. (2018) Audience Engagement in a Post-Truth Age. Digital Journalism 6 (8): 1052–1063. DOI: 10.1080/21670811.2018.1498295.
12. Orlov A. B. (2012a) Psihoterapija apolitichna ili ona ne javljaetsja psihoterapiej: cheloveko-centrirovannyj podhod kak principial'no, sushhnostno apolitichnoe predpriatie ili cheloveko-centrirovannyj podhod: iskushenie politikoj (otvet Peteru Schmidu) [Psychotherapy is apolitical or it is not psychotherapy: a person-centered approach as a fundamentally, essentially apolitical enterprise or a person-centered approach: the temptation of politics (response to Peter Schmid)]. Zhurnal prakticheskogo psihologa 4: 169–182. (In Russian)
13. Orlov A. B. (2012b) Chelovekocentrirovannyj podhod v psihologii, psihoterapii, obrazovanii i politike [Human-centered approach in psychology, psychotherapy, education and politics]. Zhurnal prakticheskogo psihologa 1: 33–64.
14. Palomo B., Teruel L., Blanco-Castilla E. (2019) Data Journalism Projects Based on User-Generated Content. How La Nacion Data Transforms Active Audience into Staff. Digital Journalism 7 (9): 1270–1288. DOI: 10.1080/21670811.2019.1626257.
15. Pronina E. E. (2019) Ot jevoljucii media k jevoljucii zhurnalistiki [From the Evolution of Media to the Evolution of Journalism. In Communicative Culture: History and Modernity]. Proceedings of the 9th International Research-to-Practice Conference. November 1, 2019. Novosibirsk: Novosibirskiy State University — IPTs NGU. Pp. 88–92. Available at: <https://istina.msu.ru/publications/article/270335064/> (accessed: 06.02.2023) (In Russian)
16. Pronina E. E. (2001) Psihologicheskie osobennosti tvorcheskoj raboty reportera [Psychological features of a reporter's creative work]. Pulse Publ., Moscow. — 35 p. (In Russian)
17. Shtroo V. A. (2016) Chelovekocentrirovannyj podhod i praktika upravlenija v rossijskikh organizacijah. [Human-centered approach and management practice in Russian organizations]. Organizacionnaja psihologija 6 (3): 91–104. (In Russian)
18. Tolokonnikova A. V., Maksimova A. V. (2019) Pol'zovatel'skij kontent v vypuskah novostej na rossijskikh telekanalah [User-generated Content in News Releases on Russian TV Channels]. Mediascope 3. Available at: <http://www.mediascope.ru/2569> (accessed: 06.02.2023) (In Russian)
19. Wahl-Jorgensen K. (2019) An Emotional Turn in Journalism Studies? Digital Journalism 8 (2): 175–194. DOI: 10.1080/21670811.2019.1697626.
20. Weaver D. H., Willnat L. (2016) Changes in U. S. Journalism. Journalism Practice 10 (7): 844–855. DOI: 10.1080/17512786.2016.1171162.



*Ксения Марчан*

## **Эволюция системы саморегулирования в журналистике**

Институт саморегулирования позволяет грамотно выстраивать любую профессиональную деятельность через систему выработанных с опытом стандартов, правил и требований, которые устанавливают сами профессионалы. Исследователь Е. Ю. Архипова, анализируя в своей статье сущность обозначенного термина, пишет следующее: «Лексический анализ понятия «саморегулирование» указывает на наличие в той или иной системе определенных элементов, позволяющих самостоятельно поддерживать свое функционирование и реагировать на внешние воздействия» [1]. Именно стремление профессионалов защитить отрасль от внешнего воздействия является ключевым фактором и первопричиной создания и поддержания всех элементов системы саморегулирования. Особенно остро этот вопрос стоит в журналистской среде: если корпорация подвергается давлению со стороны государства или просто попыткам установления извне контроля тех или иных сфер деятельности, то это препятствует качественному выполнению профессионального долга в его истинном понимании донесения правдивой и достоверной информации. Независимая, направленная на защиту интересов общества журналистика возможна только при эффективно действующем институте саморегулирования вкпе с развитой правовой системой. Мало того, в основе юридических норм, регулирующих деятельность журналистов, лежат правила и этические стандарты, сформулированные когда-то именно профессиональным сообществом. При этом саморегулирование предполагает не только систему норм, но и наличие организаций, которые следят за их исполнением.

Помимо сохранения стандартов и традиций профессии, саморегулирование позволяет защитить сферу от любых внешних рисков. Так, сегодня с развитием новых медиа трансформируется в целом система СМИ, в ее функционирование активно включились блогеры: любой пользователь социальных сетей ведет информационную деятельность, считая ее полноценной заменой журналистскому труду, не предпринимая усилий по верификации фактов. Данное обстоятельство ставит под угрозу профессиональную идентичность журналистов, усугубляется ситуация тем, что все чаще и громче звучат мнения, выражающие скептический взгляд на про-

фессиональное образование в сфере журналистики. Итог — дискредитация профессиональной деятельности. Кроме того, все реже теперь говорят о профессиональной этике журналистов и гораздо чаще обращаются к обобщенному термину «медиаэтика», который включает в свое поле более широкий состав «участников». Причем данная тенденция употребления термина встречается собственно и в самой журналистской среде. Однако здесь необходимо затронуть важный нюанс, касающийся размытия границ профессии. И в этой связи актуализируется миссия саморегулирования.

Так, обозначая константы профессионализма журналистов применительно к современным условиям, В. В. Тулунов (профессор, декан факультета журналистики Воронежского госуниверситета) пишет следующее: «Будучи открытой профессией, журналистика призывает в свои ряды тех, у кого есть некая природная предрасположенность к данной духовно-практической, общественной деятельности; талант к созиданию и творчеству. Но поскольку количество СМИ продолжает расти, численность медиаспециалистов увеличивается, их профессиональный уровень в целом снижается, нередко и размываются миссия, цели, задачи журналистской профессии. Если прежде в прессу шли по призванию, с мечтой послужить обществу, то сегодня нередко ведущим стимулом становится желание самовыразиться, «продать свой талант подороже», даже независимо от целеустремлений заказчика» [2, 148]. Данной позиции по отношению к предназначению профессии и ее роли в обществе, негативно влияющей на всю сферу медиа, зачастую склонны придерживаться и блогеры, или, как их иногда называют, гражданские журналисты. А ведь истинное предназначение профессии журналиста всегда связывали прежде всего с ценностной природой деятельности. В этой связи стоит обратиться к истокам профессиональной этики журналистов и вспомнить о предпосылках ее появления, так как исторические параллели — наилучший способ обозначить проблемное поле современности.

Исторически журналистика складывалась как деятельность, направленная на сбор и распространение социально значимой информации, но во все времена власти предрержащие пытались направить эту деятельность в нужное им русло и использовать ее ресурсы для выполнения идеологических, а значит, пропагандистских функций. Данное обстоятельство стало одним из ключевых факторов для того, чтобы профессиональное сообщество пыталось защититься от вмешательства извне, в том числе и посредством формирования собственных стандартов и норм.

**Об авторе:** *Марчан Ксения Владимировна, доцент Московского педагогического государственного университета.*

Как отмечал известный исследователь профессиональной этики журналистов и автор первого отечественного кодекса в этой сфере (1991 г.) *Д. С. Авраамов*, естественно, что профессиональная мораль возникает вместе с оформлением журналистики в профессию [3]. А произошло это, несмотря на приклеившийся к ней ярлык «второй древнейшей» (по едкому выражению *Роберта Сильвестра*), на самом деле немногим более трех с половиной веков назад. Специфические нормы профессиональной морали формировались по мере накопления опыта, но сначала должна была оформиться профессиональная общность, в рамках которой будут действовать данные нормы. Первые газеты, еще рукописные, издавали один-два человека, которые были и репортерами, и редакторами, и издателями. Причем подобным образом выпускались газеты как за рубежом, так и у нас. Возьмем в пример опыт выпуска «Ведомостей Московского государства»: готовились обычно двумя сотрудниками Посольского приказа, а вместе с ними в процессе редактирования участвовал сам Петр I. Массовой профессией журналистика становится вместе с основанием газет и журналов, предназначенных уже для широкой аудитории, когда тиражи достигли десятков и сотен тысяч экземпляров, а это первая четверть XIX века. Тогда же постепенно формируется и редакционный штат, в это время уже принято говорить о журналистском сообществе.

Рождение профессиональных кодексов связано со стремлением журналистов оградить свою профессию от воздействия как стороны недобросовестных коллег, порочащих и дискредитирующих все сообщество в целом, так и со стороны влияния внешних сил, пытающихся подчинить деятельность профессионалов политической или экономической воле заинтересованных лиц. Еще одним важным обстоятельством в этом процессе становится критика со стороны общества в адрес журналистов, либо предоставляющих недостоверную информацию, либо бесцеремонно навязывающих свои оценки и мнения аудитории. Именно такое положение дел на рубеже XIX–XX веков, в период бурного развития газетно-журнальных монополий и расцвета «желтого журнализма» на Западе, привело к тому, что возникла объективная необходимость в регламентации деятельности журналистов. Но первыми об этом заговорили сами профессионалы, в частности отрицательные и разрушительные для журналистики явления отмечали известные тогда деятели и, как называли бы их сегодня, медиакритики *Энтон Синклер*, *Уолтер Липпманн*, *Джордж Сельдес* и другие. Они, по сути, стали родоначальниками идеи создания системы саморегулирования средств массовой информации.

На рубеже XIX–XX веков начинает складываться разветвленная система саморегулирования, которая помимо документально закрепленных норм включает в себя и появляющиеся в тот период во многих странах профессиональные организации журналистов: первые пресс-клубы, в задачи которых входило сплочение сообщества работников прессы, организация их досуга и отдыха; объединения, представляющие собой организации взаимопомощи, или ассоциации, союзы, призван-

ные отстаивать профессиональные права и интересы, и т.п. Постепенно эти организации расширили свой функционал и стали заниматься не только трудовыми правами журналистов, но и подготовкой профессиональных кадров, исследованиями в области журналистики, разработками основных стандартов профессии и этических норм, в том числе и на международном уровне. Так, появление первых интернациональных организаций ознаменовало, что ценности профессии универсальны во всех уголках мира.

В начале XX века активизируется и процесс создания первых этических документов, регулирующих деятельность журналистов, сначала на уровне отдельных организаций, союзов, ассоциаций, а позже на международном и национальных уровнях. Наибольшим авторитетом пользуются документы международных организаций: *Декларация принципов поведения журналистов* (IFJ, Бордо 1954 г., внесены изменения в Хельсинки 1986 г.); *Мюнхенская хартия этики* 1971 года (или Декларация обязанностей и прав журналистов), принятая Европейской федерацией журналистов; *Международные принципы профессиональной этики журналистов* (под эгидой ЮНЕСКО, IOJ, Прага, Париж 1983 г.); *Резолюция Парламентской Ассамблеи Совета Европы 1003 «О журналистской этике»* (1993 г.). Одним из последних международных документов, с учетом поправок на современность, стала *Глобальная хартия этики журналистов*, принятая на XXX Всемирном Конгрессе Международной федерации журналистов (IFJ) в Тунисе 12 июня 2019 года. Она дополняет Декларацию принципов поведения журналистов (1954 г.), известную как «Декларация Бордо».

Если обратиться к истории формирования системы профессиональных документов в отечественной журналистике, то важно отметить, что этот процесс был заторможен в связи с революционными событиями начала XX века. С приходом к власти коммунистического правительства вся деятельность СМИ напрямую стала подчиняться исключительно политике ведущей партии, а содержание профессионального долга работников прессы в Уставе Союза журналистов СССР определялось исключительно задачами, которые ставила перед собой КПСС, практически без учета специфики журналистики [4]. Профессиональная этика как учебная дисциплина не изучалась, так как считалась несовместимой с принципом партийной журналистики. Первый в отечественной истории *Кодекс профессиональной этики журналиста* был принят 1-м съездом Союза журналистов СССР на конфедеративной основе 24 апреля 1991 года, его авторы *Д. С. Авраамов* и *М. А. Федотов*. Кодекс содержал три главы: принципы профессиональной этики (всего 7 статей); нарушение норм профессиональной этики; возложение ответственности. Впоследствии с распадом СССР он был благополучно забыт и на смену ему в 1994 году приняли новый национальный *Кодекс профессиональной этики российского журналиста*, который был одобрен конгрессом журналистов России и сегодня является основным документом для всех членов Союза журналистов РФ.

Однако данное положение вещей не означало того, что у советских журналистов не было представления

о профессиональном долге и не была сформирована система нравственных норм. Ведь сама природа этического регулирования предполагает добровольное следование нормам вне зависимости от наличия прописанных и зафиксированных правил. Этические договоренности в профессиональной среде могут существовать и в устной форме, на уровне редакционной политики или просто исходя из социальной позиции самого журналиста, когда ключевым стимулом профессионального поведения является понятие ответственности.

Надо сказать, что об этом писал еще в далеком XVIII веке М.В. Ломоносов: его знаменитые «*Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии*» [5]. Данное эссе часто называют первым этическим кодексом в отечественной истории или, как минимум, его прообразом. Поводом к написанию «*Рассуждений*» послужила неверная информация о работе Ломоносова, опубликованная в лейпцигском научном журнале. В своем трактате Михаил Васильевич предостерегает журналистов от злоупотребления свободой суждения; призывает целью творчества ставить строгое следование истине; обращает внимание на то, чтобы журналисты тщательнее изучали предмет, о котором берутся писать; осуждает невнимательность, небрежность, поспешность, дух пристрастия и недобросовестность: «Чтобы быть в состоянии произнести приговор искренний и справедливый, нужно освободить свой ум от всякого предубеждения, всяческой предвзятости».

На рубеже XX–XXI веков в России появляются один за другим документы, регулирующие узкие направления, что характерно для иерархии этических норм профессии: *Декларация Гильдии судебных репортёров «О принципах честной работы в жанрах судебного очерка и репортажа, а также журналистского расследования»* (1997 г.), составленная группой журналистов, постоянно освещающих судебные и досудебные (на стадии следствия и возбуждения дел) процессы, с целью защиты от дилетантских подходов, девальвирующих в глазах общественного мнения профессию судебного репортера; *Хартия телерадиовещателей* (1999 г.), описывающая ответственность за распространение отечественной телерадиопродукции в эфире, и *Хартия телерадиовещателей «Против жестокости и насилия»* (2005), призывающая соблюдать права детей на защиту и помощь и, прежде всего, их права на получение информации, не наносящей вред их физическому и нравственному здоровью.

Важной вехой в становлении профессиональной этики стали два документа, описывающие правила поведения СМИ в случаях террористического акта и контртеррористической операции: *Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции* (2001), и *Антитеррористическая конвенция* (2003). А также особого внимания заслуживают *Рекомендации по распространению в СМИ информации о случаях самоубийства* (2016), в разработке которых принимали участие профильные специалисты из медицинских учреждений.

Помимо этических кодексов, существуют еще два механизма саморегулирования в сфере медиа, которые, естественно, опираются на разработанные в профессиональной среде стандарты — это советы по прессе и институт ньюз-омбудсмена.

Оба эти механизма описывает эксперт отечественной Общественной коллегии по жалобам на прессу К.А. Назаретян: «Совет по прессе, как правило, представляет собой орган, состоящий из журналистов, владельцев СМИ и представителей общественности, который рассматривает общественные жалобы на СМИ. В разных странах они пользуются разной степенью популярности. Первый в мире совет по прессе был создан в Швеции в 1916 году. <...> Ньюз-омбудсмен — это сотрудник СМИ, который принимает и обрабатывает жалобы от читателей/зрителей/слушателей и разрешает конфликты между ними и СМИ. Как правило, он ведет свою колонку или передачу, где разбирает конфликтные ситуации. Часто он в досудебном порядке рассматривает жалобы, которые могли бы вылиться в судебное разбирательство. Сегодня в мире существует всего несколько десятков СМИ, которые имеют своих ньюз-омбудсменов. Первые ньюз-омбудсмены, по всей видимости, появились в Японии: в 1922 г. газета *Asahi Shimbun* организовала комитет, принимающий жалобы от читателей» [6]. Институт ньюз-омбудсмена, к сожалению, в России не прижился, а вот организации, обладающие функцией наблюдателей за исполнением этических норм профессии, с различной степенью успеха, но развивались в рамках отечественного медиапространства. Подробно деятельность советов по прессе рассматривает исследователь О.И. Мамонтова в своей книге «*Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом*» [7].

В 1993 г. в России появляется первый подобный орган — *Третейский информационный суд*, который функционировал в качестве арбитража для быстрого рассмотрения информационных споров, связанных с первыми выборами в Государственную Думу и всероссийским голосованием по проекту Конституции РФ, но просуществовал он недолго — всего 3 месяца. Вслед за ним в 1994 г. по решению Президента РФ Б.Н. Ельцина в целях содействия в эффективной реализации конституционных полномочий, свобод и законных интересов в сфере массовой информации создается *Судебная палата по информационным спорам при президенте РФ* — квазисудебный орган саморегулирования, то есть несмотря на название, палата не была частью судебной системы, но ориентировалась на судебные процедуры, в рамках которой допускались «свидетельские показания» и использование внешних экспертных заключений при рассмотрении конфликтов (действовала до 2000 г.). В 1998 г. на очередном съезде Союза журналистов России было создано *Большое жюри*, которое рассматривало конфликты в области СМИ, лежащие исключительно в этической плоскости. Летом 2005 года Большое жюри СЖР было реорганизовано в связи с созданием надкорпоративной организации саморегулирования СМИ — *Общественной коллегии по жалобам на прессу*. Саморегулирующие функции были переданы новой институции, а Большое жюри

переквалифицировалось в дисциплинарную комиссию Союза журналистов России. Сегодня они существуют параллельно. Помимо организации федерального значения существуют и региональные коллегии, среди них Казанская, Уральская и Западно-Сибирская.

В 2015 году Общественная коллегия по жалобам на прессу создала рабочий документ «Медиаэтический стандарт» (обновлен в 2021-м), а в 2020-м впервые ею сформулированы правила для акторов новых медиа «Новомедийный стандарт Коллегии по жалобам на прессу». Причем в данном проекте документа авторами было учтено, что многие представители новых медиа имеют отдаленные знания о специфике нашей профессии, и стандарт не требует «невозможного»: «Коллегия исходит из того, что актер новых медиа — не профессиональный журналист, а потому и требовать от него следования нормам и правилам профессионального поведения журналиста, этическим стандартам, выработанным журналистами и для журналистов, и неправомерно, и нереалистично». Так, в первом пункте «Быть правдивым» дается следующее объяснение принципу: «Актер новых медиа не обязан соблюдать таких строгих требований к верификации публикуемой информации, как профессиональный журналист, но должен проводить проверку распространяемой информации в рамках доступных ему возможностей» [8]. Создание данного документа горячо поприветствовала и Национальная ассоциация блогеров, которая также заинтересована в репутации формирующегося института блогеров.

И хотя может казаться, что на сегодняшний день система саморегулирования профессии со всем багажом накопленных документов и существующих институтов выстроена, однако современная ситуация в области журналистской этики непростая. Профессиональное сообщество журналистов России за тридцать лет новейшей истории не смогло сформировать корпоративную культуру, в рамках которой успешно могла бы функционировать полноценная система саморегулирования деятельности СМИ. Для подтверждения истинности данного тезиса достаточно сослаться на результаты работы Общественной коллегии по жалобам на прессу. Возьмем показательную выборку за период с 2005 г. по 2019 г., когда на рассмотрение Коллегии поступила 91 жалоба на деятельность девяти ведущих федеральных СМИ, при этом только в 27 случаях, т. е. меньше трети, их представители как-то отреагировали и приняли участие в процессе разбирательств [9]. Это говорит о том, что сами журналисты в большинстве случаев не воспринимают всерьез обращения граждан и не считают для себя возможным и обязательным реагировать на подобные жалобы. Хотя именно так

необходимо понимать категорию социальной ответственности. Выходит, что многие журналисты просто-напросто не признают юрисдикции Коллегии в части ее деятельности по разбору жалоб аудитории на СМИ. Тем временем Коллегия наряду с Союзом журналистов России почти двадцать лет по сути являлась главным органом саморегулирования в области СМИ, активно занималась разработкой и усовершенствованием профессиональных стандартов. Однако ее работа для многих, кто считает себя профессионалом, остается незаметной. А сегодня вообще стоит вопрос о продолжении ее деятельности.

Отсутствие корпоративного духа, о котором когда-то писал исследователь Е. П. Прохоров [10, 220–225], не дает в полной мере запустить механизм саморегулирования российской журналистики.

### Литература

1. Архипова Е. Ю. Теоретико-правовой анализ понятия и сущности саморегулирования // Международный научно-исследовательский журнал. — 2020. — № 5 (95). — Часть 2. — С. 127–130. — URL: file:///C:/Users/Dmitry/Downloads/teoretiko-pravovoy-analiz-ponyatiya-i-suschnosti-samoregulirovaniya%20(1).pdf (дата обращения: 06.09.2023).
2. Тулупов В. В. Профессионализм журналиста и преподавателя журналистики / В. В. Тулупов // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. — 2023. — № 1. — С. 148–151.
3. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста / Д. С. Авраамов. — М., 1999.
4. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста / Г. В. Лазутина. — М., 1999.
5. Ломоносов М. В. Полн. собр. соч. Т. 3 / М. В. Ломоносов. — М.-Л., 1952.
6. Назаретян К. А. Журналистская этика: тенденции развития / К. А. Назаретян // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistskaya-etika-tendentsii-razvitiya/viewer> (дата обращения: 09.09.23)
7. Мамонтова О. И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом / О. И. Мамонтова. — LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012.
8. Новомедийный стандарт Коллегии по жалобам на прессу. URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/6267-novomedijnyj-standart-kollegii-po-zhalobam-na-pressu> (дата обращения: 06.09.2023)
9. Количество жалоб на СМИ в Общественную коллегия по жалобам на прессу (2005–2019) // МедиаТренды: Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ. 21 сентября 2020. № 4 (76). URL: [http://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi\\_76.pdf](http://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi_76.pdf) (дата обращения: 06.09.23)
10. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. — М.: РИП-холдинг, 2001.



## Виктор Хорольский Союз теории журналистики и теории медиакоммуникаций: брак «по расчету» или «по любви»?

(Методологические страдания)

*О, Аллах, избави нас от моря имен!  
/Ибн-Аль-Араби/*

*Аннотация: статья посвящена анализу теоретических основ перцепции и оценки медийных текстов и дискурсов. Культурософский подход к методологии новых наук о медиакоммуникациях, продуктивный в своей потенциальной энергии, лежит в основе размышлений и сомнений многих теоретиков-коммуникативистов. Предлагается перечень вопросов, углубляющих методик и методологические матрицы современной гуманитаристики. Сделан вывод о неизбежности союза разных отраслей знания в эпоху цифровой, коммуникационно-информационной революции. Ключевые слова: методология, медиакоммуникация, перцепция и интерпретация медийных текстов, анализ журналистских дискурсов, противоречия коммуникационно-информационной революции, цензура.*

### **Введение — лирическое вступление в прозаический мир академических штудий**

На первый взгляд, вопрос в заголовке данной статьи, не претендующей ни на что, кроме обобщения многолетнего читательского опыта автора этих строк, звучит банально, даже примитивно: вроде бы всем ясно, что сотрудничество любых наук полезно, естественно и неизбежно. Содружество наук привычно, постоянно изучается и учитывается в практической деятельности, как, скажем, и взаимодействие молекул и атомов в природе. Но есть здесь и зона загадок, есть не слишком ясные, иногда каверзные, вопросы: например, какие науки сливаются друг с другом легко, «охотно», а какие стали результатом искусственного «слияния-поглощения-обновления» и поэтому требуют по возможности четкого разграничения собственной территории, собственного объекта и предмета исследования? Далее, какие проблемы методологической направленности содержат процедуры демаркации границ «новых» (как правило, сравнительно молодых) наук со смежными отраслями знания? Или: в чем источник противоречивого «сожительства» и/или конфликтного самоопределения новых дисциплин, отпочковавшихся от уже устоявшихся, процветающих ветвей науки? Или: какова социально-политическая роль сетевой медиакультуры, еще одной магистрали человеческого

общения с помощью технологизированных (дигитальных) массмедиа? Уничтожит ли Машина (новые технологии в Сети) журналистику, и если да, то когда? Не является ли вышеназванный союз мезальянсом, браком не в пользу традиционной журналистики???

Список вопросов можно резко увеличить, перейдя к культурософским аспектам бытования СМИ в технологическом социуме, однако **цель данной работы** более приземленная: проанализировать методологические аспекты проблемы взаимо- (со)действия наук в сфере коммуникаций и медийного общения в условиях цифровой революции. **Задачами работы** стали: а) поиски и уточнение характерных признаков медиакоммуникаций в пространстве современной массовой культуры; б) обобщение и возможное обновление методологического репертуара в ходе обсуждения целей и процедур анализа медийных текстов (МТ) и медийных дискурсов (МД); анализ политических МТ в условиях жесткой медийной цензуры, (промышленной?) конкуренции [1, 72–90].

Наиболее общими закономерностями исследования подобных проблем выступают, на наш взгляд, общенаучные принципы контекстуальности и интертекстуальности любого МТ, и соответственно, вспоминая классиков марксизма-ленинизма, следует упомянуть принципы историчности движения МД, эволюции информационно-коммуникативных потоков, омывающих нашу планету [2, 16]. При анализе и типологизации МТ последних десятилетий целесообразно учитывать в качестве доминантной методологической тенденции возрастание роли гедонистических стратегий (например, тотальной визуализации и «геймификации») при создании МТ, а также установление более стабильных методологических постулатов при различении картины мира, создаваемой в науке, в искусстве, с одной стороны, и картины мира, создаваемой в СМИ — с другой. То, что медийная картина мира (МКМ) отличается от научной картины мира (НКМ), было известно и активно обсуждалось еще двести лет тому назад. Например, Оскар Уайльд, говоря о том, что миром (в том числе и миром коммуникаций) стали править журналисты, подметил и отметил в афористической форме жажду удовольствия как признак массовой культуры и знак новой эпохи поствикторианского Модерна. Вот лишь два образца его остроумия: «В Америке президент правит четыре года, а журналисты — бессрочно»; «В свое оправдание журналистика может сослаться на великий дарвиновский закон выживания зауряднейшего» [3, 56]. «Удовольствие» стало ключевым словом, лозунгом и мечтой среднего класса (буржуа), которое наметило

**Об авторе:** Хорольский Виктор Васильевич, профессор кафедры журналистики и литературы факультета журналистики ВГУ.

и иногда определяло многие пути «масскульты» и СМИ в XX в., а также обусловило цели массмедиа, примыкающих к данному типу «наслажденческой» культуры. Визуализация (фото, инфографика, оригинальный дизайн, игра шрифта и цвета в газетно-журнальных изданиях и т.п.), вытесняющая вербальный слой коммуникации, и сегодня нередко становится более релевантна, чем контент, что порождает амбивалентность эстетической коммуникации, традиционно считающей содержание сообщения более важным компонентом медийных дискурсов, нежели оформление высказывания, содержание документальных нарративов о «незастывшей современности» (М. Бахтин) [4].

При разговоре о методологии анализа МД важен всеобщий для НКМ закон корпускулярно-волнового распространения информации в мире, а также законы диалогического общения и понимания чужого слова (М. Бахтин, М. Бубер, А. Лосев), самодостаточный, самореферентный («аутопойетический», по Н. Луману) характер бытования любой медиасистемы. Интересно для нас и правило «консенсуального взаимодействия самоорганизующихся систем» (Умберто Матурана), «синергизм и эмерджентность» МД [5, 6], а также целый ряд герменевтических установок и практических процедур анализа МТ, обуславливающих медиаэффекты и реакции потребителей. Тут нелишне вспомнить теорему социолога и философа Н. Лумана о том, что почти всё, что мы знаем об обществе и окружающем мире, «мы узнаем через массмедиа, к которым тем не менее чувствуем недоверие», неприязнь, а порой и «открытую ненависть» [6, 22]. Гипербола в лумановской конструкции очевидна, но она, на наш взгляд, призвана высветить драматизм виртуализации бытия в эпоху Постмодерна. На Западе популярна социологическая идея конструирования реальности в СМИ, помогающая разграничить реальные события и их медийные образы (Бергер, Лукман, Е. Кожемякин), что уже давно используется в теории медиакоммуникаций (ТМК) [7, 159]. Это не прямая экстраполяция идей соседней науки, ведь конструирование и моделирование в научных штудиях привычно, как немывтая посуда. В условиях нового (сетового) витка НТР присутствие социологических идей в науке о массмедиа усиливается, что, между прочим, размывает границы этих гуманитарных наук (наук о духе), к обоюдной выгоде, делаая «брак» и внебрачное «сожителство» приятным фактором глобальной информационно-коммуникативной кооперации. Об этом вроде бы тривиальном для науки событии речь впереди.

### **Основная часть** **1. Рождение медиакоммуникаций из духа диалогизма и жизненных противоречий**

О диалоге в мировой культуре сказано не меньше, чем о любви... к общению. Но разговор о медиакоммуникациях нельзя вести без ссылки на базовый инстинкт — инстинкт дружеского общения-понимания, пронизанного жаждой любви к «ближнему своему», к закону социальной эмпатии, в основе которой, в первую очередь, лежит неизбежность диалога-согласия и мирного компромисса, надежного пути к понима-

нию индивидуумов, групп и масс граждан. Диалог в медиакоммуникациях как совместный поиск истины и смысла (смысла бытия, текста, общения и т.п.) изучался в России и во всем мире давно и основательно. Можно образно сказать, что «диалогизм», установка на понимание и успешность контакта — коммуникативного акта (КА) пронизывает космос человеческого общения, будучи атрибутом существования и всего «сущего» [8, 97]. Не случайно М. Хайдеггер подчеркивал, что «сущее есть всё, о чем мы говорим» [9, 42]. Социологи отмечают возрастание роли фатического (контактоустанавливающего) общения, когда целью контакта является сам процесс общения, вежливая беседа или имитация дружеского КА. Дипломатические дискурсы хорошо иллюстрируют данную черту медийной вежливости, причем это естественное лицемерие свойственно глобальным КА, в частности общению между государствами. Философ В. Миронов подчеркивает: «Если ранее пространство коммуникации возникло между двумя или несколькими культурами, не влияя на сами культуры, и само зависело от них, то сегодня культуры оказываются внутри глобального коммуникационного пространства. Ранее семиосфера (локальное коммуникационное пространство + социокультурное пространство) была результатом диалога, который провоцировался самими культурами за счет необходимости понимания и адаптации другого. Сегодня коммуникация как таковая является самостоятельной силой, помещающей диалог культур (часто без их согласия) внутрь глобального коммуникационного пространства. Здесь диалог ведется часто вынужденно, по законам и правилам новых условий коммуникации. Здесь ситуация не адаптации друг к другу, а подчинения более сильной и агрессивной среде. В такой внешней для культур среде создается предпосылка замыкания межкультурного диалога в Единое Глобальное Коммуникационное Пространство» [10, 287]. Добавим от себя, что стремительно возрастающая организующая роль коммуникаций в массовой культуре и в бытовой жизни рядовых граждан делает особо опасной системную манипуляцию информационными потоками с целью превращения повестки дня правящих элит в часть обязательной программы медиапотребления (МП) для гражданского общества. Иногда это приводит к ситуации, при которой пропагандистский монстр, создающий виртуальный мир квазиценностей, превращает НКМ в МКМ, а здравый смысл подменяет предрассудками и тоталитарной логикой бездумного послушания и «бегства от долга».

Чтобы понять жуткую опасность современного МП и оценить угрозы и риски для профессии «журналист», надо сделать **теоретическое отступление о миссии и миссионерах**. Научная дисциплина «Журналистика» утрачивает традиционные позиции, в первую очередь поучающе-пророческую функцию и воспитательно-дидактическую миссию, сливаясь с ТМК, более ориентированной на потребление интересного, развлекательного мегадискурса. Почему? Во-первых, напомним, что практическая журналистика является специфической творческой профессией, бытующей на границе самых разных видов деятельности, а те-

ория журналистики бытует на границе разных наук, с одной стороны, и в зоне «профанной», заурядной практики, более близкой к логике естественно-научных экспериментов, соединяющих (около)- научный поиск истины и квазинаучное, а часто и ненаучное, порой антинаучное, «бытовое» знание о законах каждодневной жизни. Категория «жизнь», включающая в свой состав «живое единство личности, внешний мир, индивидов вне нас» [11, 274], близка к категории «жизненный мир» как ее толкует феноменология. Термин «мир», т. е. община, совокупность всего людского многообразия, для журналистики важнее слов-категорий «партия», «государство», «правительство» и т. п., так как в реальной жизни правят наиболее весомо не политические, а социально-биологические установления и устремления. Сама категория «жизнь» должна стать, на наш взгляд, первой в ряду профессиональных терминов науки о функционировании медиакоммуникаций в обществе. А сам термин «общество» следовало бы конкретизировать за счет сопряжения его с двумя родственными понятиями «общественного» и «общностного», закрепив за первым термином привычные значения «социальности» как рациональных по преимуществу отношений (производственные отношения, политика, общественные движения и т. п.), а за вторым — значения социально-личностного, коммунарного поведения, детерминированные социобиологическими инстинктами, подсознательными рефлексами и глубинной эмоциональностью малых коллективов (семья, кружок друзей, религиозная секта и т. д.). «Общностное», как и «общественное», тоже во много рационально, но оно в значительной мере связано с «интимной» (малой) социальностью и интуитивно постигаемыми законами бытия, с традицией коммунарного влияния на адаптацию личности в Жизни. Журналисты нередко анализируют этот пласт бытия, но официальные СМИ, естественно, отражают (эксплицируют) чаще «большую» социальную практику, товарно-денежные отношения, классовую и партийную борьбу и тому подобные отношения.

Журналист, будучи миссионером — знатоком обыденной коммунарной жизни, не претендует на подлинно научную глубину и оригинальность своего анализа «жизненного мира» (Гуссерль) или хотя бы «социального мира» (А. Шюц) в малых (ровных) коллективах. И в этом он ближе не к ученым, а к писателям и поэтам, создающим эмоциональные образы и нарративы, сплавляя строгие факты и домыслы-вымыслы. Массив мировой «эстетической» публицистики ближе к эмоционально-субъективной народной культуре иносказания, к мифу в его широком толковании, нежели к рассудочности ученых трактатов и занудности научных конференций. Австрийский исследователь А. Шюц, говоря о природе социальности, осознанно упомянул о частной повседневной жизни людей, изучать которую надо, опираясь на объекты мышления и метафоры, сформированные «в рамках обыденного сознания людей, живущих повседневной жизнью в социальном мире» [12, 55]. Журналисты-репортеры, как и абсолютное

большинство граждан нашей планеты, живут обычной жизнью пролетариев умственного труда, т. е. действуют в рамках венаучной и/или околонаучной парадигмы освоения действительности. Категория «здорового смысла», на наш взгляд, выступает при этом несущей конструкцией рационального повествования. Журналист, конечно же, может предугадать и даже открыть новые социальные законы, однако он выступает, прежде всего, как хроникер Повседневности, как эксперт в сфере быстротекущих дней, забот и немойтой посуды. И его основная функция, предназначение, ядро миссионерской деятельности, думается, обусловлены не великими ивентами, а более мелкими событиями, делами и фактами, хотя, естественно, поиск больших новостей никто не отменяет, сенсация была и сегодня считается хлебом профессии. Журналист мечтает увидеть и описать «катастрофу» не потому, что он кровожаден, а потому что работа такая. Он сообщает о чем-либо интересном, а потом уже учит (а может и не учит) аудиторию с помощью своих сообщений. Он создает картину мира, соединяющую медийность, художественность и научность с логосом бытового менталитета малокомпетентной публики. Но ядром его работы должна выступать всё же НКМ, а если этого нет, то и дефекты профессии очевидны.

Хроникеры-публицисты и репортеры-расследователи, фиксируя миги исторического движения современности, создают панорамную картину эмерджентного мира новостей, творят образы своих персонажей в духе репортерской конкретики и лапидарности, хотя в идеале при всей оперативности их труда они могут, отвлекшись от сиюминутных забот, создавать в своих произведениях картину мира, максимально приближенную к научной, но не копирующую схемы и открытия ученых. Практическая журналистика, естественно, не враг науки и философии, особенно науки о сути медиакоммуникаций, взрывной сферы глобальных коммуникативных процессов (КП), но, обслуживая медиапотребности масс, жаждущих «хлеба и зрелищ», наука о всеобщем общении с помощью технологий обречена на постоянные качественные трансформации, часто революционные, а ее растворение в царстве медиаиндустрий и креативных технологий чревато потерей лица профессии, утратой идеала правдоискательства, потерей телеологической функции защиты слабых и создания информационно-противовеса сильным, без чего сбор информации становится ремеслом, которому уже есть альтернатива — Искусственный Интеллект (ИИ), пропаганда и имиджевые МТ, корпоративные МТ, программа телепередач, прогноз погоды, анекдоты и т. п. Драматическим фактором ухода теории журналистики с переднего края наук об общественной жизни может оказаться самоцензура. Издержки государственной заботы о журналистике приводят к утрате миссии, журналисты *volens-nolens* переходят в зону тотального контроля. Кризис журналистики, как правило, порожден кризисом социума, но от этого гражданскому обществу не легче. И поэтому перцепцию медиапродукции и ее переваривание никак нельзя считать частным делом граждан.

## 2. Медиапотребление и понимание дискурсов качественной журналистики: грустные размышления и наивные вопросы

Следуя в фарватере «блокового мышления», обладавшего в политике, напомним о главных особенностях качественного медиапотребления (КМП), о блоках восприятия и анализа МТ в науке и в среде «нормальных людей» [13, 77]. Нами в начале этого века были выделены 4 основных аналитических блока, 4 ступени осознания и комментирования смысла чужого слова: фактографический, телеологический, метафорический и метафизический. Первый блок, связанный с первичным сбором журналистской информации и информации о специфике собирания фактов о жизни и особенностях распространения МТ, отвечает на вопросы «кто», «что» и «почему». Впрочем, потребитель не всегда задает последний вопрос. Ему важнее знать, кто автор МТ, какова тема и проблематика материала. Фабульный слой наррации зависит от замысла и здравого смысла авторов. Первые два вопроса определяют время, затрачиваемое на чтение или просмотр МТ. Второй блок, зависящий от целей создателей МТ, имеет дело с телеологией, объясняющей финальную онтологию МТ, он обнажает интенции конкретного автора МТ и отвечает на вопросы «зачем», «с какой целью», «какова идея». Другими словами, фактография первого блока, поясняющая тематику и сюжетистику МТ, переходит в стадию герменевтического комментирования первичных событий и атомарных фактов, не вызывающих когнитивного диссонанса у подавляющего большинства потребителей и сторонников КМП. Самоочевидность и доступность фактуры первого блока дополняется на второй ступени анализа герменевтическими процедурами расшифровки смысла высказывания, часто не планируемого авторами МТ, репрезентацией в МКМ образа действительности, требующей от потребителя и/или аналитика минимального ПОНИМАНИЯ значений чужих слов и фраз. Третий, метафорический, блок отвечает на вопросы «как», «каким образом», «с помощью каких метафор, символов и иных средств выразительности авторы отображают реальность», «в каком жанре и формате функционирует МТ». На этом этапе восприятия и анализа МТ жанрово-стилевые особенности текста помогают углубить представления о языке и коде автора, о его суггестивных стратегиях и о подтекстах, подкрепляемых традицией, контекстуальными аллюзиями, игрой личностного и социального стилей коммуницирования. Индивидуально-духовная репрезентация жизненного мира определяется масштабом обобщений и выводов, истинностью НКМ в МТ. Третий блок тем самым позволяет потребителю судить о степени успешности КА и КП, о полноте реализации авторских интенций. Характер аргументации выявляет степень свободы создателей МД, конкретизирует их методологию. Четвертый блок рецепции является заключительной стадией декодирования чужого слова и месседжа, приобретающая финальную степень генерализации. Автор и получатель (реципиент) МТ отвечают еще раз на сформулированные ранее вопросы и добавляют к прежним вопросам КА, диалога неслиянных

и нераздельных сознаний, новые, более философские, но неизбежные и нужные для итоговых суждений детали, приближающие нас к идеальному пониманию метафизики МТ и МД. Вопросы «для кого» и «кому это важно» особо принципиальны в этом случае, но их сопровождают и факультативные вопросы: а) какова успешность КА и для кого МТ окажется полезным источником информации и поводом для сотворчества? б) какова будет обратная связь, каков социальный медиаэффект? в) каковы перспективы дальнейшего развития темы, конфликта, идейного посыла?

Перейдем к практической части разговора и проанализируем, опираясь на сформулированные методологические учебно-научные принципы восприятия и анализа МТ, некоторые современные МТ на тему российско-украинского конфликта, преимущественно в связи с ситуацией вокруг Бахмута (Артёмьевска), освещаемых в СМИ на фоне событий, связанных с долгой осадой города и с демаршем Е. Пригожина летом 2023 года. Эмпирическую базу практического разговора о принципах анализа МТ составляют газетные статьи о новейшей истории РФ, в частности, интервью в газете «Московский комсомолец» от 27 июля 2023 г., которое дал журналисту В. Жданову депутат Госдумы Александр Бородай, человек известный и авторитетный, работавший в ДНР с 1914 года, занимая важные посты, имеющий прямое отношение к массмедиа. Материал имеет заголовок «ВСУ пошли ва-банк: атака на Бахмут — лишь отвлекающий маневр», а также лапидарный подзаголовок: «Украина попытается разорвать российский фронт на две части» [14]. Представив героя интервью, военный журналист А. Жданов задал ряд интересных вопросов, которые вызывают у читателей дополнительные вопросы, т. е. порождают диалог, признак настоящего качественного журнализма.

Вопрос корреспондента № 1: **Как себя чувствуете после обстрела?** Ответ политика: *«Прекрасно себя чувствую. Многие приняли фотографию перевязанного бойца за мою. Это не так. Осколки, которые должны были влететь в меня, попали в спинки сидения и подголовники».* У читателя возникает дополнительный вопрос: с чего бы это случайные осколки танкового выстрела, с расстояния 3 км. предназначались именно герою интервью? Много о себе думает. Но в целом герой интервью не врет, что и необходимо считать основным достоинством данного МТ. А. Бородай не приукрашивает положение дел на линии соприкосновения армии Украины с российскими частями, особенно когда он говорит о Бахмуте. На фоне потерь у вагнеровцев, по сообщениям аналитиков, возник финансовый конфликт с министерством обороны. Со слов президента мы узнали о расходах государства на частную компанию, которая, кстати, не считается частью армии: 86 млрд. 262 млн. рублей за период с мая 2022 года по май 2023 г. Возникает дополнительный вопрос в связи с содержанием «солдат удачи» за счет бюджета. Ответа нет, фигура умолчания царит и в обсуждаемом интервью. Тем важнее интонации, намеки и суггестия атмосферы в обществе, ждущем перемен.

Вопрос журналиста № 2: **«Как оцениваете ситуацию на Бахмутском направлении?»** Ответ собесед-

ника честен и прям: «Как весьма сложную. Противник продолжает давить. Человеческий ресурс у него есть, снарядов и патронов у него пока в избытке. Хотя мы понимаем, что западные мощности на стадии истощения, и признак этого достаточно простой и наглядный». Вопрос: — **Какой же?** Ответ: «Многие снаряды у них не разбираются. Примерно каждый шестой-седьмой снаряд. Видно, что эти снаряды не покрашены краской» (т.е. свежие, с конвейера. — В. Х.). В подтексте высказывания очевиден намек на скорое истощение противника. Возникает дополнительный вопрос: а не вернут ли Бахмут, как вернули Херсон? И главный вопрос в этой связи: а почему автор обсуждаемого материала не задает такие простые и естественные вопросы, которые напрашиваются в ходе раскрытия темы?..

Продолжим анализ интервью В. Жданова. Вопрос журналиста: «**Как охарактеризуете действия ВСУ?** Ответ: «Они потихоньку пытаются продавить нашу оборону. Прежде всего не в самом городе, а на флангах, с правого и с левого». Недосказывание — доминирующее подтекстовое свойство наррации, не поддающееся герменевтическому толкованию: МКМ не соответствует НКМ... Журналист шлет собеседнику вопрос-уточнение: «**Пытаются взять город в окружение?**» Это интересный для военных специалистов вопрос в анализируемом интервью, говорящий об осведомленности журналиста и его эмоциональной вовлеченности в конфликт. Ответ удивителен:

— Да. Они хотят отрезать Бахмут, отрезать дороги и все прочее. В течение нескольких недель они давят. Это у них получается плоховато, но бои, действительно, идут чрезвычайно тяжелые. Учитывая большое количество живой силы, техники и боеприпасов, которые они расходуют.

Как подходить к анализу этой реплики в КА и КП? Коммуникаторы, обсуждая технические детали, вольноневольно уводят читателя от метафизических вопросов. Но углубленный анализ «затекста», на наш взгляд, позволяет вскрыть подспудный и не слишком оптимистический эмоциональный настрой собеседников, их надежду на скорейшее прекращение кровопролития. Еще один уточняющий вопрос заинтересованного корреспондента: **Взятие Бахмута — первоочередная задача ВСУ в рамках контрнаступления? Ответ:**

Это задача, в первую очередь, идеологическая. Честно говоря, даже если допустить, что в какой-то момент они отобьют Бахмут, ничего с точки зрения стратегии и тактики принципиально не изменится. Но я думаю, что они этого сделать не сумеют. Им нужно продемонстрировать своим западным хозяевам хоть какую-то «перемогу». В Бахмут они вцепились, потому что это у них было отбито. Сейчас они кладут там огромное количество сил и средств, в первую очередь, людей.

Интонации рассматриваемого политического интервью интересны как отражение основного тона российской журналистики как репрезентация скрытых смыслов официального МД. Остервенение противника не вызывает ответной ненависти, иначе ситуация была бы другой. Анализ данного МТ позволяет судить о состоянии умов в социуме и об эффектах медиапотре-

бления политической желтизны. Особенно интересен финал анализируемого интервью. Вопрос: **Насколько украинская армия еще боеспособна?** Ответ: «У них еще остались силы и средства. Где-то они планируют достичь успеха. И могут решиться на большой прорыв. Где именно они попытаются это предпринять? Я не знаю и предсказывать не берусь, но сложные времена у нас, мягко говоря, не закончились».

А. Бородай не знает фактов, ему не докладывают о решениях Генштаба, но он чувствует, что машина тормозит, и признает то, о чем другие по разным причинам молчат. Но конфликт управляющих и управляемых в данном МТ налицо, и это знаковый признак качества диалога.

### Заключение

Итак, какие же принципы содержательного и продуктивного подхода к медиапродукции подсказывает разговор о методологии анализа МТ? Думается, таких принципов много, но автору этих строк импонируют пять базовых.

1. Жизненный мир шире медийной картины этого мира. Требовать научной точности и художественного совершенства от работников медиасферы трудно. Но анализ контента МТ позволяет делать выводы о состоянии дел в данной области знаний и производства информационной продукции особого рода. Рассмотренные тенденции слияния наук в гуманитаристике предлагают новые продуктивные решения в области понимания и анализа МТ, не дающие прятать за риторикой и наукообразными схемами, наводнившими наши теоретические работы, «нищету куртизанок».

2. Медийное потребление в РФ ограничено, что, говоря дипломатично, вредно для профессии «журналист». Пересмотр последних законов о работе медиаиндустрии укрепит демократические нормы общественной жизни. К этому надо стремиться. Это требует большей активности со стороны теоретиков и методологов, чего пока не наблюдается. Но внешняя активность, жажда перемен, скрывающаяся за подчеркиваемой научностью дискурсов, за ширмой технологичности конструктов, налицо. Что вселяет надежду на оживление чувства социальной ответственности «пастьрей». Только так можно выйти из системного кризиса.

3. Анализ МТ базируется на контекстуальности любого высказывания. Исторический контекст и непосредственный «синхронический» контекст углубляют понимание чужого слова, авторские смыслы и интенции, помогают уточнить влияние подтекстовых коннотаций. Субъективность аналитиков корреспондирует с субъективностью участников социального диалога. Такова суть обсуждаемой профессии, таковы времена на улице.

4. В журналистике сегодня преобладают гедонистические тенденции. Постмодернистская ирония ощущается особо остро в интернете [15, 120]. В этой ситуации «союз нерушимый» журналистики и медиакоммуникаций логичен: надо объединять усилия всех коммуникаторов, стоящих на позициях прагматизма и гуманизма, на позициях НКМ. Это разумная

альтернатива уходу от серьезных проблем бытия, хотя сам переход теории журналистики в лоно медиакоммуникативистики чреват потерей былых, собственно журналистских, репортерских завоеваний. Но союз двух наук не только возможен, но и необходим, это брак по любви, что вселяет в медиакритиков осторожный оптимизм.

5. Работа журналиста в РФ приобретает характер мучительного морального выбора в неопределенной ситуации выбора социального. Поиск места в жизни, идеала истины и красоты пока не дал больших совокупных (профессиональных) результатов. Но свет в конце коридоров власти, застилаемый дымом пропаганды, все же виден.

### **Литература**

1. Хорольский В. В. «Красота» и «польза» в медийном тексте: к вопросу о путях развития теории массмедиа // Вестник МГУ. Сер.10, журналистика, 2018, № 3 — С. 72–90.
2. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие / А. П. Чудинов. М: Флинта: Наука, 2006. — 256 с.
3. Уайльд О. Избранные произведения. В 2 т. М., 1992, Т. 2. — 410 с.
4. Бахтин М. Избранное. В 2 т. Т. 1. Автор и герой в эстетическом событии. М.: Центр гуманитарных инициатив, 2020. — 544 с.
5. Медиакультура цифровой эпохи: состояние, проблемы, перспективы: коллективная монография, М-во науки и высш. обр. РФ. Тамбов: Изд. дом «Державинский». 2022. — 258 с.
6. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2005. — 256 с.
7. Кожемякин Е. А. Медиадискурс в фокусе социального конструирования: эмпирические практики в медиасообществах // Медийный текст: социальные практики, технологии, теории. Монография / А. В. Белоедова, М. Ю. Казак и др. Белгород, НИУ «БелГУ», 2018. — С. 158–200.
8. Хорольский В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации. Монография. Изд-во ВГУ. Воронеж: ВГУ, 2016. — 150 с.
9. Хайдеггер М. Бытие и время. СПб.: Наука, 2002. — 451 с.
10. Миронов В. В. Средство массовой коммуникации как зеркало поп-культуры // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М., 2008. С. 285–315.
11. Дильтей В. Введение в науки о духе // Собр. соч. В 6 т. Т. 1. М., 2000. — 387 с.
12. Шюц А. Избранное. Мир, светящийся смыслом. М., 2004. — 402 с.
13. Хорольский В. Коммуникативистика и теория журналистики // Современная коммуникативистика. — М., 2016. — № 2. — С. 8–17.
14. Жданов В. Бородай А.: «ВСУ пошли ва-банк: атака на Бахмут — лишь отвлекающий маневр». Украина попытается разорвать российский фронт на две части. URL: <https://www.mk.ru/politics/2023/07/27/vsu-khotyat-otrezat-bakmut-boroday-rasskazal-o-tyazheleyshikh-boyakh-za-artemovsk.html>
15. Хорольский В. В. Деконструкция и современная западная научно-популярная публицистика / В. В. Хорольский // Проблема национальных идентичностей в литературах Старого и Нового света. Мат. Международ. науч. конф. — Минск, 2002. — С. 119–122.



**Павел Пономарев**

## **Организация и продвижение вузовского контента**

*На примере отдела по информационной политике ВГУ*

*Аннотация: в статье анализируется опыт организации и работы пресс-службы одного из крупнейших и ведущих вузов Черноземья — Воронежского государственного университета. На примере функционирования работы Отдела по информационной политике ВГУ рассматриваются основные формы и методы корпоративной журналистики, а также коммуникационные стратегии по продвижению вузовского бренда и поддержанию его репутации в региональном и общероссийском медиaprостранстве. Автор выявляет «болевые точки» информационной политики вуза и предлагает способы ее «оздоровления».*

*Ключевые слова: ВГУ, информационная политика, пресс-служба, официальный сайт, новостная лента, корпоративная газета, социальные сети, PR, профессиональная этика.*

### **Введение**

Открытое и по возможности полное информирование о деятельности того или иного учреждения, организации сегодня является неотъемлемым и обязательным видом деятельности любой «корпорации». И подобного рода информация, и само информирование также носят, в свою очередь, корпоративный, т. е. свойственный какому-либо обществу, относящийся к определенному сегменту, характер. Сферы науки, высшего образования и, в частности, вузы не являются исключениями в этом вопросе. «Поиск форм эффективной коммуникация составляет основу преобразований в современном обществе. В этих условиях повышаются требования к составу и содержанию информационных ресурсов, отражающих разностороннюю деятельность участников процесса образования (абитуриентов, студентов, аспирантов, преподавателей, кафедр, факультетов). Основная особенность данного этапа развития коммуникативной базы образовательной среды заключается в том, что акцент переносится с решения проблем, связанных с компьютеризацией отдельных образовательных учреждений, на создание предпосылок для формирования целостного коммуникативного пространства на основе гибких информационных связей и отношений» [1], — подчеркивает Л. Д. Тюлюпова.

Сегодня крупные российские вузы имеют свои медиаплощадки, пресс-службы, коммуникационные

отделы, интегрированные в общую структуру вузовской организации. Воронежский государственный университет (ВГУ), являющийся одним из крупнейших и ведущих вузов Черноземья, также имеет свой медиациентр, в который включен ряд мультимедийных площадок. Созданием и распространением контента на этих площадках занимается Отдел по информационной политике ВГУ. В вузовском сообществе это административно-структурное подразделение, в которое сегодня входят такие информационные площадки, как университетский сайт, газета, социальные сети, носит общее название «пресс-служба» или «пресс-центр». Сегодня в него входят семь площадок:

- официальный сайт ВГУ: [www.vsu.ru](http://www.vsu.ru);
- корпоративная газета «Воронежский университет»;
- официальные группы во «ВКонтакте»: [vk.com/vsumain](https://vk.com/vsumain) и [vk.com/abitur\\_vsu](https://vk.com/abitur_vsu) (группа для абитуриентов вуза);
- telegram-каналы: @vsumain и канал для абитуриентов @abiturvsu;
- YouTube- (@VSUPRESS) и RUTUBE- ([rutube.ru/channel/25506975/](https://rutube.ru/channel/25506975/)) каналы (две разные площадки, но формат контента один — видеоролики); за 2022 год видеоролики, размещенные на канале ВГУ в YouTube, набрали 57 560 просмотров; на сентябрь 2023 г. количество подписчиков YouTube-канала ВГУ составляло 2 300 пользователей;
- группа в «Одноклассниках»: [ok.ru/profile/587590960610](https://ok.ru/profile/587590960610).

В число штатных сотрудников Отдела по информационной политике ВГУ входят руководитель Отдела, главный редактор газеты «Воронежский университет», специалист по рекламе, SMM-менеджер, дизайнер, корреспонденты, фотограф, видеограф.

### **Официальный сайт ВГУ и его новостная лента**

Официальный сайт ВГУ является основным информационным каналом вуза. Помимо справочной информации об университете (состав факультетов, структурные подразделения, сведения о руководстве, сотрудниках, информация о поступлении, официальные документы, сотрудничество и партнеры вуза, история ВГУ, контактная информация и т. д.), на главной странице сайта представлены постоянно обновляемая новостная лента, анонсы и объявления, актуальная справочная информация (календарь событий в вузе, анкеты и опросы и др.).

**Об авторе:** Пономарев П. А., аспирант факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Новостная лента сайта обновляется ежедневно; в среднем в течение дня на сайте публикуются 3–7 материалов, представляющих в основном заметки и отчеты, иллюстрируемые фотографиями с мест событий. Реже публикуются аналитические и портретные интервью, репортажи, гибридные информационно-аналитические жанры о жизни и деятельности вуза, его людях — студентах, преподавателях, сотрудниках. В принципе, новостная лента сайта не предполагает сложных аналитических материалов — т. н. «нетленок», — однако не исключает их. Заметки и отчеты «разбавляются» «большими» материалами в зависимости от новостной повестки в вузе, наличия актуальных поводов для публикации крупных текстов (юбилейные даты, а также медиазапросы Министерства науки и высшего образования РФ, которому подчиняется вуз; так, «подотчетной» Минобру рубрикой на сайте является «#научныйполк»: ежегодно с апреля по июнь эта рубрика наполняется историческими материалами, посвященными преподавателям и сотрудникам ВГУ — участникам Великой Отечественной войны; ведение рубрики контролируется Минобром).

За 2022 г. на новостной ленте вузовского сайта вышло 940 публикаций. Самым плодотворным месяцем стал ноябрь — 140 материалов. Также на сайте появились новые поисковые тэги — факультетские, при выборе которых сайт «фильтрует» материалы и предлагает только те публикации, которые отмечены тем или иным факультетским тэгом. Теперь можно отследить, какой факультет ВГУ является самым популярным в новостной повестке вуза. «Информационными лидерами» прошлого года стали филологический факультет, факультет географии, геоэкологии и туризма, а также физический факультет, факультет журналистики и факультет компьютерных наук. Наиболее популярными и наполняемыми за время существования новостной ленты сайта (с 2005 г.) тэгами стали «Образование» (более 3000 публикаций), «Наука» (свыше 2000 публикаций) и «Сотрудничество» (около 2000 публикаций). Таким образом, можно сделать вывод, что основные виды деятельности ВГУ остаются в поле зрения этих трех сфер, что вполне оправдывает статус ВГУ как российского классического университета, успешно отстаивающего свое место в ряду ведущих отечественных региональных вузов.

### **«Воронежский университет» — от вузовской многотиражки до корпоративной «газеты журнального типа»**

«Многотиражные газеты вузов изначально обладают рядом преимуществ, — отмечает теоретик журналистики, медиапедагог В. В. Тулушов. — Приближенность к аудитории «обрекает их на успех» (даже слабая в содержательном плане газета, как правило, прочитывается: все-таки интересно узнать, что происходит в администрации, на соседних факультетах); есть огромный потенциал в авторском активе (среди университетских преподавателей были, есть и будут те, кому не чужд дар популяризаторства); любой вуз — это «город в городе», в котором обязательно

происходит что-то интересное (в учебе, в науке, в общественной жизни), а «цикличность жизни» вуза заведомо облегчает тематическое планирование. Наконец, редакции могут заниматься только творческой стороной дела, поскольку финансовые заботы берут на себя учредитель и издатель» [2, 130].

Корпоративная газета ВГУ «Воронежский университет» (сокращенно «ВУ») существует почти сто лет: она основана 30 марта 1929 г. Что характерно: первый номер газеты, носившей в то время название «Красный университет», открывался передовицей под заголовком «Будем чистить свои ряды». 2-я полоса первого номера начиналась статьей «За четкую классовую линию». Подвал 3-й полосы был отдан заметке «Против идеализма и поповщины (При ВГУ организовано общество врачей материалистов-диалектиков)». А закрывала номер подборка заметок на 4-й полосе о морально-нравственном состоянии сотрудников и студентов университета под общим заголовком «Плачевный результат» [3, 1–4]. Что ж, какие времена — такая и газета.

В 1942–1943 гг., когда Воронежский университет находился в эвакуации в Елабуге и возможности типографской печати отсутствовали, газета все равно продолжала выходить — в рукописном виде. «Студенты и преподаватели выпускали газету «от руки»: чернилами, цветными карандашами, тушью, статьи перепечатывались на машинке» [4, 8]. При этом, как отмечают университетские историки и краеведы, «в ней [газете] практически не было ни политических, ни бесконечных «воспитательных» статей» [там же].

После войны газета получила новое название — «За научные кадры». В этом названии отражались основная тематика и проблематика вузовской газеты того периода — подготовка ученых, борьба за научные умы... «Менялось общество, менялась политическая ситуация в стране, не оставалась в стороне и газета. Острая политическая направленность издания сменилась мирным курсом, агитационные тексты — описанием университетских событий, это отразилось и в названии — «За научные кадры», — пишет корреспондент «ВУ» и «ветеран» университетской печати М. Л. Штейнберг [там же].

Менялись времена — менялась газета. И не только в содержательном, но и в формальном планах: «От древней технологии высокой печати она [газета] перешла на офсет, а иногда печатается методами цифровой полиграфии» [5]. Газета Воронежского госуниверситета меняла не только названия, но и композиционно-графические модели, проделывая путь от многотиражки до информационного бюллетеня... Формат же, который приобрел «ВУ» за последние два года, можно назвать «газетой журнального типа». Издания этой популярной и модной в последнее время модели по своим типологическим параметрам имеют признаки журнала (объем, тираж, периодичность, дизайн), но позиционируют себя в качестве газеты (по характеру информирования, целевой аудитории, жанрам и формам подачи материала). С одной стороны, это добавляет универсальности изданию и позволяет ему вобрать в себя плюсы обоих типов: газета — тип более гибкий (по сравнению с журналом); журнал — тип презентационный. Наблюдается

стремление к гармоничному соединению формы и содержания. С другой стороны, у редакции такого издания может возникнуть проблема ассоциирования: с кем же все-таки себя отождествлять — с газетными изданиями или с журнальными? Для редакции этот вопрос может стать принципиальным, поскольку от ответа на него будет зависеть четкая позиция редакции — *что и как* говорить?

Формально «ВУ» является газетой, зарегистрированной 11 мая 1999 г. (регистрационный номер В 1794). Согласно редакционному уставу, «ВУ» — газета общественно-политическая. Однако фактический набор типологических признаков «ВУ» говорит о том, что он является изданием корпоративным и по многим параметрам тяготеющим к журналу.

Итак, «Воронежский университет» — корпоративная газета журнального типа, полноцветная. Полиграфическое исполнение осуществляется на базе Издательского дома ВГУ. Производственный цикл предусматривает два варианта исполнения: офсетным способом и на цифровом оборудовании.

### Типоформирующие признаки «ВУ»

**Формат:** А4 (на скобе).

**Периодичность:** ежемесячная.

**Тираж:** 900 экземпляров (с 2022 года; прежний тираж — 800 экземпляров).

**Объем:** 20–28 полос (в среднем).

**Параметры печати:** издание выходит на глянце-вой бумаге, в цвете, с большим количеством иллюстраций. Так, например, в рубрике «Ночь. Фотоаппарат. Библиотека» (№№ 5–8 за 2022 г.) размещены фотоциклы, посвященные сотрудникам и студентам вуза в образах литературных героев.

**Дизайн:** активная эксплуатация «воздуха» и яркий иллюстративный ряд в сочетании со строгим, можно даже сказать, скупым дизайном; жесткие заголовочный комплекс и формат текстов (рубрика — заголовок — авторская подпись — лид — текст); чередование одноколоночной и двухколоночной версток. Стоит обратить внимание на обложки номеров: как правило, это художественные фото (см. №№ 8, 9 за 2021 г., №№ 2, 3, 5 за 2022 г., №№ 2, 7, 8 за 2023 г.) или рисованные обложки (№ 7 за 2021 г., № 8 за 2022 г.). При этом на обложке отсутствуют какие-либо дополнительные элементы дизайна (например, анонсы материалов номера), за исключением логотипа издания и его выходных данных.

#### Целеполагание:

— создание положительного имиджа учреждения (наравне с университетом учредителями газеты являются его профкомы: Профсоюзная организация ВГУ; Первичная профсоюзная организация студентов ВГУ Общероссийского Профсоюза образования);

— формирование престижного образа университета в вузовском сообществе (внутри вуза и за его пределами — на уровне города и области);

— объективное освещение университетской действительности, «повествование» о людях и событиях университета, ведение его «летописи»;

— сообщение о настоящем и прошлом вуза, сохранение его традиций и формирование новых социально-культурных мотивов ВГУ.

**Аудитория:** вузовское сообщество (руководство, преподаватели, сотрудники, студенты, абитуриенты и их семьи).

**Ареал распространения:** учебные корпуса ВГУ и подведомственные ему учреждения (Борисоглебский филиал, заповедник «Галичья гора» и др.). Электронный вариант газеты доступен на официальном сайте ВГУ в разделе «Издательства и издания» ([www.vsu.ru/ru/publishing/npvu/](http://www.vsu.ru/ru/publishing/npvu/)).

**Содержание и жанровый состав.** Большинство текстов в газете посвящены достижениям вуза в научной сфере, мероприятиям с участием руководства вуза и его ключевых представителей, бизнес-партнерству. При этом редакция большое внимание уделяет жизни студентов и преподавателей, истории и культуре университета, ярким страницам из жизни факультетов. В выпусках регулярно появляются тексты, посвященные науке, сотрудничеству с бизнес-сообществом, культуре, образованию, студенчеству. Однако жанровый набор газеты не столь разнообразен: предпочтение отдается информационным жанрам, таким как расширенная заметка, отчет, фоторепортаж; при этом в газете часто можно видеть исторический очерк и портретное интервью.

### Содержательно-тематическая структура «ВУ»

В «Воронежском университете» представлены следующие основные рубрики:

- Дата
- Интервью
- История
- Карьера
- Культура
- Наука
- Образование
- Партнерство
- Событие
- Спорт
- Студенчество
- Университет без границ
- Университетский человек

Всего в 2022 г. в газете были представлены материалы в 17-ти рубриках. К традиционным газетным рубрикам (таким, как «Партнерство», «Студенчество», «Наука» и др.) в прошлом году добавился ряд дополнительных постоянных рубрик, для каждой из которых был разработан свой дизайн:

— «**Службу русского языка спрашивают**» — постоянная колонка доцента филфака ВГУ, координатора воронежской телефонной Службы русского языка М.Я. Розенфельд, посвященная актуальным вопросам современного русского языка и грамотному произношению;

— «**#ВГУ\_рекомендует**» — рубрика, в которой преподаватели и сотрудники вуза рекомендуют свои любимые произведения разных видов искусств (литература, музыка, кино), рассказывают о своих культурных предпочтениях;

— «**Ночь. Фотоаппарат. Библиотека**» — совместный проект редакции «ВУ» и Зональной научной би-

библиотеки ВГУ, на площадке которой представители вуза (студенты, преподаватели, сотрудники) выступают в образах героев литературных произведений и рассказывают о них; материалы публикуются в виде серий фотографий и текстов к ним;

Если судить по активности использования в номерах тех или иных рубрик, то можно сделать вывод, что самые популярные и активные рубрики «Воронежского университета» — «История», «Событие», «Наука», «Студенчество», «Партнерство», «Образование», «Интервью», «Университетский человек». Эти рубрики также можно отнести к группе постоянных рубрик «ВУ». Название рубрик отражает тематику материалов.

### Политика редакции

Редакция «Воронежского университета» отдает приоритет в структуризации вузовских подразделений и, как следствие, в их информационном освещении по следующей иерархии:

университет  
↓  
факультет  
↓  
кафедра

Это, по мнению редакции, позволяет лучше всего отражать ключевую и приоритетную миссию вуза: быть образовательным центром — уникальным «домом знаний». Эта нисходящая цепочка позволяет также охватывать самые крупные университетские социальные группы — преподавателей и студентов. На эту задачу работает и обложка каждого номера: она создается индивидуально, в соответствии с тематикой выпуска. Редакция ставит перед собой задачу: в течение года охватить по возможности максимальное количество факультетов вуза, отразив в газете их деятельность и нынешнее состояние. Для этого авторы газеты стараются сбалансированно распределять объем информационного охвата по каждому факультету, чтобы избежать доминирования одного факультета над другим.

«Сквозными героями» газетных номеров в 2022 г. были представители следующих факультетов: факультет географии, геоэкологии и туризма (№ 1); филологический факультет (№ 2); юридический факультет (№ 3); медико-биологический факультет (№ 4); факультет компьютерных наук (№ 5); физический факультет (№ 6/7); факультет прикладной математики, информатики и механики (№ 9); факультет романо-германской филологии (№ 10); химический факультет (№ 12). Традиционно 8-й номер издания был посвящен Дню знаний, а 12-й — Новому году.

В 2022 г. было подготовлено ежегодное приложение к газете на английском языке «Never Before» (№ 39, ноябрь 2022 г.; ответственный за выпуск — М. А. Стернина) и спецвыпуск «ВУ» (№ 11 от 18.11.2022). Оба выпуска были посвящены Дню преподавателя высшей школы — новой праздничной дате, установленной Министерством науки и высшего образования (Приказ от 01.11.2021 г. № 992) и впервые отмеченной 19 ноября 2022 г. Праздник — аналог Дня учителя, адресованный профессорско-преподавательскому составу российских

вузов. В спецвыпуске один представитель от каждого факультета ВГУ рассказывает о миссии педагога и своем преподавательском пути. Подготовка спецвыпуска позволила привлечь внимание вузовского сообщества как к самой дате — профессиональному празднику педагога высшей школы, — так и к профессии педагога в целом. В этом номере читатель может узнать об истории разных факультетов ВГУ, познакомиться с ключевыми именами преподавателей и ученых ВГУ, знаковых для университета, регионального и отечественного научно-образовательного процесса, для истории Воронежа. Так сохраняется информация о прошлом и укрепляется связь поколений, так студенты и молодые исследователи могут яснее осознать смысл своей деятельности, который подтолкнет их к выбору своего дальнейшего жизненного и профессионального пути. Номер стал самым объемным из всех 12 выпусков года — 44 полосы.

Летом 2023 г. редакция выпустила очередной спецвыпуск — литературный номер «ВУ», где под одной обложкой вышли поэзия и проза студентов и преподавателей ВГУ (всего — 9 авторов). Этот спецвыпуск стал первым в новейшей истории газеты опытом подобного тематического номера, на что указывает сама редакция в предисловии к номеру [6, 3].

Проведенная в 2022 г. работа с аудиторией и потенциальными читателями «ВУ» позволила установить партнерские отношения с рядом организаций, ставшими рекламодателями газеты. Основные из них — салон оптики «Глазастик», реклама которого была размещена в №№ 9–12 за 2022 г. и №№ 1–3 за 2023 г., и оптическая группа «Точка зрения», реклама которой размещена в №№ 4–8 за 2023 г.

Совместно с университетским Отделом кадров редакция газеты постоянно публикует списки вакансий профессорско-преподавательского состава. Так, в 2022 г. списки вакансий были опубликованы в №№ 4, 5, 6–7, 11.

### Работа с авторами

В течение двух последних лет редакция «Воронежского университета» проводила работу по привлечению к выпуску газеты внештатных авторов и созданию т.н. «корреспондентского резерва» на факультетах и в структурных подразделениях вуза. В летние периоды редакция работала с практикантами — студентами факультета журналистики. Таким образом, к имеющемуся ранее набору авторов газеты добавился ряд представителей различных сфер вуза: педагогического и научного сообществ, студенчества, университетских сотрудников. Сегодня авторский коллектив «ВУ» представлен двумя группами — «штатниками» и «внештатниками». Эти группы, в свою очередь, делятся на следующие подгруппы.

#### Штатные авторы «ВУ» в 2021–2023 гг.

«Текстовики»: Ю. Белая, Н. Вальтер, А. Ганина, Е. Кочетова, А. Новохатская, П. Пономарев, А. Татаринцева, М. Штейнберг.

Фотографы: А. Исаев, Ю. Устьянцева, Д. Чернов, С. Чеченев.

Верстка, дизайн: Ю. Устьянцева.

#### **Внештатные авторы «ВУ» в 2021–2023 гг.**

**Преподаватели/исследователи:** А. Астафьев, А. Гуреев, А. Давтян, В. Дурденко, О. Козадеров, В. Костин, Е. Крутских, А. Крыловецкий, Е. Кулаковский, О. Лесовик, Л. Надежка, М. Розенфельд, А. Самойлов, Е. Сирота, Е. Стрельникова, В. Тулупов, Д. Чугунов, А. Шашкин.

**Сотрудники:** И. Будаева, Л. Владимировна, А. Макарова, Е. Михайлюк, Э. Пархоц, Н. Простаков, Ю. Пустовалова, В. Ряполов, А. Степанина.

**Студенты/практиканты/выпускники:** А. Бешенцева, А. Волгина, Д. Вторникова, И. Голик, Д. Константинов, О. Кириллова, И. Колупаев, С. Кострикин, В. Кучина, Е. Матвеева, И. Новокшенов, А. Онищенко, А. Орехова, И. Пономарев, Ю. Роменский, С. Сафронова, Ю. Соколова, Д. Сошин, Р. Тройникова, Е. Цветкова, А. Череватюк, Е. Чернышева, Ю. Шишко.

**Творческие коллективы** — представители структурных подразделений университета, деканаты, кафедры (кафедра биологии и биотехнологии; кафедра русской литературы XX и XXI веков, теории литературы и гуманитарных наук; кафедра физики твердого тела и наноструктур и др.).

#### **ВГУ в социальных сетях**

За 2022 г. количество подписчиков официальной группы ВГУ во «ВКонтакте» выросло на 2050 пользователей и на конец года составляло 33 725 подписчиков. На начало 2023/2024 учебного года количество подписчиков в группе составляло 36 438 пользователей, что говорит о росте популярности группы — как среди преподавателей и сотрудников вуза, так и (в большей степени) в студенческой среде. В сообществе «Абитуриенты ВГУ», где постоянно обновляется состав аудитории, рост составил почти 900 пользователей — на начало нового учебного года насчитывалось около 14 000 подписчиков группы.

Аккаунт «ВГУ» в 2022 г. получил статус официального сообщества вуза, пройдя верификацию в соцсети «ВКонтакте». В феврале 2023 г. аккаунт «ВГУ» вошел в Рейтинг медийной активности вузов, подведомственных Министерству науки и высшего образования, среди более 200 вузов-участников.

Ежедневно в группе ВГУ в ВК публикуются не менее 5 различных постов: прежде всего, это новости студенческой жизни, образования и науки, затем — анонсы главных университетских мероприятий и, наконец, в последнюю очередь — конкурсы, опросы, объявления, видеоролики и фотоподборки.

В 2022 г. в сообществе были открыты новые рубрики «#вгу\_рекомендует» и «Ностальгия по пятницам», демонстрирующие высокие показатели вовлеченности пользователей и «кликабельности» постов (CTR от 0.5 до 1.5).

Также в прошлом году у ВГУ появились две новые площадки в соцсетях — канал на RUTUBE с верификацией и аккаунт в «Одноклассниках».

С 2022 г. на YouTube-канале ВГУ регулярно выходят ролики из серии «7 вопросов ученому». Этот новый медиапроект призван популяризировать науку среди молодежи и установить обратную связь со студенческим сообществом. Герои роликов — ученые ВГУ — от-

вечают на самые популярные студенческие вопросы, которые студенты задают в социальных сетях вуза. В 2022–2023 гг. героями проекта «7 вопросов ученому» стали 7 ученых ВГУ (данные на сентябрь 2023 г.): миколог Гавриил Мелькумов (выпуск от 10.10.2022; 463 просмотра), программист Алексей Максимов (выпуск от 28.11.2022; 387 просмотров), филолог Екатерина Стрельникова (выпуск от 23.12.2022; 210 просмотров), физик Дмитрий Жукалин (выпуск от 1.02.2023; 249 просмотров), биогеограф Дмитрий Владимиров (выпуск от 2.03.2023; 313 просмотров), социолог Анастасия Квасова (выпуск от 1.06.2023; 243 просмотра) и экономист Дмитрий Ендовицкий (выпуск от 1.09.2023; 602 просмотра).

В конце апреля 2022 г. был создан telegram-канал ВГУ. За 9 месяцев число его подписчиков выросло до 1 142 пользователей (на февраль 2023 г.) — в среднем в месяц прибавлялось по 108 подписчиков. На сентябрь 2023 г. число подписчиков telegram-канала ВГУ составляло 2 792 пользователя. Среднее количество просмотров за месяц — 857, среднее количество комментариев — 31 в месяц, среднее количество лайков — 648. Всего выходит от 50 до 90 постов в месяц.

Исходя из анализа действующих групп вуза в соцсетях и статистики этих групп, можно сделать вывод, что пресс-центр ВГУ в течение последнего года активно «проработал» свои площадки в соцсетях, повысив количество и качество контента, а также количество подписчиков. Сегодня этот рост продолжается.

#### **«Болевые точки» информационной политики ВГУ**

При таких высоких показателях работы Отдела по информационной политике ВГУ нельзя, однако, не отметить «болевыми точками» информационной политики Воронежского госуниверситета.

Так, в новостной ленте официального сайта ВГУ наблюдается избыточное количество материалов, не представляющих, с точки зрения журналистики, новостной ценности. Иногда возникает ощущение, что поводы для публикации того или иного материала на сайте «высосаны из пальца»: сугубо «внутреннее» факультетское мероприятие, как, например, локальная конференция, встреча, лекция [см. 7] или участие преподавателя в специфической встрече специалистов узкой направленности [см. 8] становятся в один ряд с крупными международными форумами, проходящими на площадках университета, с визитами известных лиц, с важными научными достижениями и исследованиями [см. 9, 10, 11].

Так или иначе, обозначенная проблема связана с вопросами корпоративной этики, когда для сохранения и поддержания благоприятных отношений с тем или иным лицом сотрудники вузовского сайта как бы вынуждены публиковать предлагаемые этим лицом материалы. При этом лицо — участник события собственной жизни («бытия») — делает это событием достоянием обществу («со-бытием») и, как следствие, — собственно «событием» путем его информационного освещения. Герой становится автором.

Конечно, в современных медиаусловиях, когда

наблюдается, с одной стороны, явный переизбыток информации, а с другой — дефицит ее компетентных «операторов», это неплохо, когда герой становится автором — это проявление так называемой «гражданской журналистики». Но отсюда следует другая проблема: снижение качества подобного рода информации, размытие ценностных ориентиров в ее отборе, отсутствие строгих критериев для публикации. На наш взгляд, сотрудникам и руководству Отдела по информационной политике ВГУ следует задуматься над выработкой эффективных механизмов взаимодействия с «альтернативными» создателями контента — так, чтобы значение этого контента не противоречило принципам качественной журналистики и, в свою очередь, не обесценивало информацию и не создавало информационный хаос.

Жанровый и тематический набор газеты «Воронежский университет» обусловлен, вероятно, не столько форматом издания, сколько профессиональными навыками и творческими предпочтениями редакции. Отметим, что аналитические, публицистические и критические материалы, свойственные именно общественно-политическому типу, к которому формально принадлежит и «ВУ», сведены на нет; освещение не только достижений, но и проблем вуза, поиск их решений, возможность высказываний различных точек зрения в «ВУ» практически отсутствуют. Хотя еще несколько лет назад такие материалы были [см. 12, 13, 14].

### Выводы

Формально издание «Воронежский университет» остается газетой, что закреплено документально редакционным уставом (официальная смена типа издания повлечет за собой полное переоформление всего издания, что предполагает длительный бюрократический процесс). Фактически же «ВУ» является журналом, на что указывают его формат, параметры печати, периодичность, элементы дизайна. Формально «ВУ», согласно редакционному уставу, остается общественно-политической газетой. По факту «ВУ» является корпоративным изданием, о чем говорит его целеполагание, аудитория, ареал распространения и содержание. Таким образом, газета «Воронежский университет» вобрала в себя черты нескольких типов печатных изданий, оформившись в «гибридный вид» — корпоративную газету журнального типа.

Сегодня перед сотрудниками Отдела по информационной политике ВГУ, которые, в силу специфики своей работы, являются в большей степени специалистами в области PR и связей с общественностью, нежели сугубо журналистами, стоят следующие задачи: сохранение благоприятной атмосферы в вузовском коллективе, с одной стороны, а с другой — поддержка репутации вуза на городском, региональном и всероссийском уровнях. Таким образом, информационная политика ВГУ разделяется на «внешнюю» и «внутреннюю». Информационное сотрудничество вуза и, в частности, его Отдела по информационной политике осуществляется сегодня с такими СМИ, как «АиФ», «РБК-Черноземье», «ИТАР-ТАСС» и др. В 2022 г. на этих площадках вышло 30 материалов, посвященных вузу, в т. ч. интервью

с ректором Д. А. Ендовицким (маркированное, правда, на портале «РБК-Черноземье» как реклама [15]).

Все это говорит о том, что деятельность пресс-службы вуза в первую очередь носит рекламный и PR-характер. И в этом случае сотрудникам Отдела по информационной политике приходится выбирать, что является приоритетом в их работе — идеалы и ценности журналистики традиционной или жизни в обстоятельствах, предлагаемых журналистикой корпоративной. Иными словами, сотрудник вузовской пресс-службы поставлен в жесткие условия, когда на кону, с одной стороны, — честь и репутация заведения, с другой, — принципы качественной работы в предлагаемых (руководством) обстоятельствах. Зачастую эти две позиции вступают в противоречие друг с другом. Как следствие, сотрудник пресс-службы вынужден делать выбор, сопряженный с моралью и этикой. Каким будет этот выбор? Какие риски и последствия сопряжены с ним? На эти зачастую «мучительные» вопросы сотрудник вузовской пресс-службы вынужден отвечать практически ежедневно в своей работе, которая, таким образом, превращается в ежедневное нравственное противостояние — в «возделывание собственного сада», по Вольтеру.

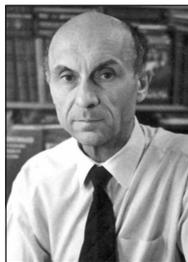
Следствием такой напряженной работы становится постоянная «текучка» кадров. Так, за последние десять лет в пресс-службе ВГУ сменилось пять руководителей; в среднем, нахождение одного человека на должности руководителя пресс-службы ВГУ продолжалось около двух лет — сравнительно недолгий промежуток времени.

Для оптимизации работы Отдела по информационной политике ВГУ, снижения стрессового уровня и рабочей нагрузки сотрудников руководству вуза, возможно, следует задуматься над улучшением условий работы в Отделе. При сравнительно небольшом штате (до десяти человек) сотрудники университетской пресс-службы вынуждены вести одновременно семь информационных площадок вуза. На этом круг обязанностей сотрудников пресс-службы вуза не замыкается: они также занимаются выпуском печатной и сувенирной продукции, подготовкой официальных текстов, поздравительных и презентационных материалов и т. д. Возможно, следует расширить штат Отдела, выработать механизмы стимулирования работы сотрудников, предложить возможности гибкого рабочего графика с учетом индивидуальной нагрузки, ввести систему доплатных поощрений. При этом нельзя исключать кадровые и технические возможности других структур вуза — например, факультета журналистики, факультета компьютерных наук, факультета прикладной математики, информатики и механики, филологического факультета и др. Представители этих факультетов обладают достаточными навыками и компетентностью, чтобы помочь вузу и его руководству в информационном освещении деятельности университета, в поддержании функционирования медиаплощадок и каналов вуза, в техническом содействии. При этом помощь факультетов может носить как практический, так и теоретический, консультативный характер. Например, для поддержания высококачественного уровня

газеты «Воронежский университет» возможно создание редакционной коллегии газеты, в которую войдут представители вуза — эксперты в сфере журналистики, полиграфии, филологии, культуры и т. д. Выработка и претворение в жизнь подобных конкретных решений, на наш взгляд, может явно повысить качество работы вузовского пресс-центра и вывести его на новый профессиональный уровень, сделав работу в пресс-службе ВГУ престижной и востребованной у потенциальных работников и выпускников альма-матер.

### Литература

1. Тюлюпова Л. Д. Проблема эффективной коммуникации в современной университетской корпорации / Л. Д. Тюлюпова // Российская коммуникативная ассоциация (РКА). — URL: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/t/tulupova.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/t/tulupova.shtml) (дата обращения: 11.09.2023).
2. Тулулов В. В. Газета в вузе: и сфера журналистики, и сфера PR / В. В. Тулулов. — Вестник ВГУ. Серия: Проблемы высшего образования. — 2010. — № 1. — С. 129–132.
3. Красный университет. — 1929. — 30 марта. — С. 1–4.
4. Штейнберг М. Размышления над подшивкой / М. Штейнберг // Воронежский университет. — 2019. — № 3–4. — С. 7–8.
5. Ко Дню печати. Как менялась газета «Воронежский университет» — с 1929 года до наших дней / Официальный сайт ВГУ. — 2023. — 13 января. — URL: <https://www.vsu.ru/ru/news/feed/2023/01/15907> (дата обращения: 10.09.2023).
6. Воронежский университет. — 2023. — № 7.
7. Преподаватели ВГУ прочитали лекции для Управления Судебного департамента в области / ВГУ — официальный сайт. — 2023. — 15 августа. — URL: <https://www.vsu.ru/ru/news/feed/2023/08/16896> (дата обращения: 11.09.2023).
8. Представители ВГУ — участники круглого стола Объединения православных ученых / Официальный сайт ВГУ. — 2023. — 21 июля. — URL: <https://www.vsu.ru/ru/news/feed/2023/07/16808> (дата обращения: 11.09.2023).
9. В ВГУ — международный форум «Россия и Европа: мозаика, которая не складывается» / Официальный сайт ВГУ. — 2022. — 25 мая. — URL: <https://www.vsu.ru/ru/news/feed/2022/05/14977> (дата обращения: 11.09.2023).
10. Федор Конюхов — в ВГУ: «Я мечтал о путешествиях с 8 лет» / Официальный сайт ВГУ. — 2022. — 2 сентября. — URL: <https://www.vsu.ru/ru/news/feed/2022/09/15311> (дата обращения: 11.09.2023).
11. Ученые ВГУ открыли самый древний карбонатитовый комплекс на Земле, сформировавшийся в современном тектоническом стиле / Официальный сайт ВГУ. — 2023. — 15 августа. — URL: <https://www.vsu.ru/ru/news/feed/2023/08/16895> (дата обращения: 11.09.2023).
12. Джувеликян Х. Питьевая вода в Воронеже / Х. Джувеликян // Воронежский университет. — 2018. — № 4. — С. 10–11.
13. Перерыв на обед / Воронежский университет. — 2017. — № 11. — С. 20.
14. Чугунов Д. Познание света дней и пространств бытия / Д. Чугунов // Воронежский университет. — 2020. — № 1. — С. 12–13.
15. Дмитрий Ендовицкий: «Сотрудничество вузов никогда не было таким значимым» / РБК-Черноземье. — 2022. — 5 июля. — URL: <https://chr.plus.rbc.ru/partners/62c3d4917a8aa931d2309373> (дата обращения: 10.09.2023).



### Виктор Будаков Биография и судьба

*Есть биографии, которые можно вместить в несколько строк, но за ними — большая летопись и отдельной человеческой жизни, и жизни страны.*

Борис Иванович Стукалин (1923–2004), столетие со дня рождения которого минуло недавно, — уроженец Черноземного края, выходец из крестьянской семьи. Детские годы прошли в тамбовской деревне, а годы молодости и ранние зрелые годы (1939–1960) — на воронежской земле и непосредственно в Воронеже.

Большая часть трудовой деятельности Стукалина связана с Москвой, но Воронеж навсегда остался в его сердце и памяти родным городом. По признанию Марины, дочери Бориса Ивановича, «всю жизнь отец называл себя воронежцем. Он сердечно любил город своей молодости... никого из земляков, просивших о помощи, не оставлял без поддержки».

И не только Воронеж, но вся область, которую он извездил, будучи редактором воронежских областных газет, помнят о нем благодарственно.

Еще до войны, шестнадцати лет, он прибыл в Острогожск, вскоре стал сотрудником редакции газеты «Острогожская жизнь». Подружился с вдохновенным пером редакции, юным поэтом и публицистом Василием Кубанёвым. После войны собрал по крупицам творческое наследие рано ушедшего из жизни друга, издал его в Воронеже и столице, благодаря чему имя и слово Кубанёва обрели всесоюзное звучание. Острогожцы не в последнюю очередь и за труды по увековечиванию памяти Кубанёва присвоили Борису Ивановичу звание почетного гражданина Острогожска.

Войну Стукалин прошел от начала до конца. После окончания радишколы был направлен на Западный фронт. Налаживая или восстанавливая радиосвязь,

---

**Об авторе:** Виктор Викторович Будаков родился в 1940 году в селе Нижний Карабут Россошанского района. Окончил историко-филологический факультет Воронежского государственного педагогического института. Прозаик, поэт, эссеист. Лауреат литературных премий им. И. А. Бунина, им. А. Т. Твардовского, им. Ф. И. Тютчева, премии журнала «Подъём» «Родная речь» и др. Основатель и редактор книжной серии «Отчий край». Почетный профессор ВГПУ. Заслуженный работник культуры РФ. Автор более 30 книг прозы и поэзии, 10-томного собрания сочинений. Член Союза писателей России. Живет в Воронеже.

не раз попадал под артобстрел, бомбежки, а то и прицельный пулеметный огонь фашистского истребителя. Подмоскowie, Смоленск, Белоруссия, Польша, Германия — боевой путь продлился от Москвы до Берлина.

После войны он два года работает в Острогожске, а с 1948 по 1952 годы — редактором районных газет в Абрамовке, Россоши, собкором «Коммуны» в Борисоглебске.

С 1952 года Борис Стукалин — редактор воронежской областной газеты «Молодой коммунар». Он объединил в стенах и вокруг редакции творчески одаренные личности, которые позже обрели российскую известность, — Владимира Кораблинова, Василия Пескова, Алексея Прасолова, Юрия Гончарова, Анатолия Абрамова, Николая Коноплина, Анатолия Жигулина... Газета скоро пришлась по душе воронежцам, и ее редактор был «приглашен на повышение»: с 1956 года он успешно руководил редакцией «главной» областной газеты «Коммуна».

В 1960 году Бориса Стукалина, одного из лучших среди редакторов областных газет, приглашают на работу в сектор печати ЦК, где он проявил себя как замечательный знаток и организатор в журналистской, газетной сфере. В 1965 году ему был предложен пост заместителя главного редактора «Правды». Отдав несколько лет редакции главной газеты страны, он неизменно являл понимание насущных проблем жизни и общества, широту кругозора, а еще — столь необходимую во все времена, достойную уважения принципиальность, которая испытывалась не раз.

В 1966 году один известный журналист написал в газету статью, где едва не все успехи на Малой Земле приписывались Брежневу. Стукалин решительно сократил неумеренные восхваления, и ЦК не замедлил о себе напомнить: первому заместителю главного редактора «Правды» было выказано явное осуждение, да и в целом на редакцию началось давление. Борис Иванович вспоминал позже: «Мы долго обсуждали, как реагировать на оказанное давление: либо уходить в отставку, либо в меру сил сдерживать раскручивание нового культа. Выбрали второе».

Где бы ни работал Стукалин, везде он вносил дух доброжелательства и принципиальности и везде успевал сделать многое. Но особенно значителен его вклад в книжное дело страны. Как первый человек в книгоиздательской отрасли России (организатор и Председатель Государственного комитета Совета Министров РСФСР по печати с 1963 по 1965 год), а затем и всей



страны (Председатель Госкомиздата СССР с 1970 по 1982 годы), Борис Иванович брал на себя решение великого множества вопросов. Начиная со строительства, ввода в действие полиграфических комбинатов в Подмоскowie, улучшения полиграфической базы во многих регионах страны и кончая сугубо творческими делами. Потребовалось много сил, воли, настойчивости, чтобы издать, например, произведения «труднопроходимых» авторов — Булгакова, Кафки, Мандельштама, не вписывавшихся в привычный ряд, но читательскому сознанию необходимых.

При Борисе Ивановиче Стукалине был реализован небывалый в мировой издательской практике проект — выпуск 200-томной «Библиотеки всемирной литературы». «Школьная библиотека» также была предметом постоянного внимания министра печати. Десятки миллионов книг для детей и юношества — значительная вежа, благотворная страница в народном образовании!

Широко издавались не только книги, вошедшие в золотой фонд мировой библиотеки, но и произведения начинающих свой творческий путь авторов. Приходилось помогать и живым классикам — Леонову, Шолохову, Симонову...

С 1982 года Стукалин — заведующий отделом пропаганды ЦК, с 1985 — Чрезвычайный и Полномочный посол в Венгрии.

Общественно-политическая деятельность Стукалина — особая статья. Как многократный депутат Верховного Совета страны, как председатель различных общественных комиссий Борис Иванович Стукалин с неизменной ответственностью относился к запросам, нуждам, просьбам — от кого бы они ни исходи-

ли — больших ли организаций или простого человека труда. В памяти многих людей, в рассказах и воспоминаниях, опубликованных в книжных и газетных изданиях, наш земляк являет собою образ глубоко эрудированного, глубоко профессионального, чуткого и волевого, вдумчивого и действенного, неизменно готового помочь человеку. Настоящего человека. Автор знаменитой «Повести о настоящем человеке» известный писатель Борис Полевой и в шутку и всерьез называл Стукалина «маршалом книжных войск». И хотя наш земляк проявил себя во многих сферах — журналистской, просветительской, дипломатической, политической, но именно книжное дело стало «состоянием души», как он сам об этом говорил. И подобно тому, как выдающийся издатель, уроженец Черноземного края Алексей Суворин смог с книгами народной библиотеки войти едва ли не в каждый дом, так и Борис Стукалин организовал книжное дело так, что книжные библиотечки появились едва ли не в каждом доме страны.

Издательского дела он не оставлял до последних месяцев своей жизни. Возглавлял Совет ветеранов книгоиздания и Фонд развития отечественного книгоиздания имени И. Д. Сытина. Деятельно участвовал как главный редактор издательского блока в комитете памяти маршала Жукова и Фонде «Выдающиеся полководцы и флотоводцы Великой Отечественной войны 1941–1945».

В 2002 году в Москве вышла в свет книга воспоминаний Бориса Стукалина «Годы, дороги, лица...» — мужественная, искренне повествующая о трагическом и героическом пути нашего Отечества в двадцатом веке. Заключительная глава звучит как напутствие живущим: «Спешите делать добро! — хочется сказать своим близким и друзьям, всем, кому попадут на глаза эти заметки. Всему человечеству помочь невозможно, поэтому не скупитесь на внимание к тем, кто рядом, с кем сводят вас жизненные обстоятельства. Помогайте близким добрым словом и благим делом, поддерживайте тех, кто в этом нуждается. Если сможете, удерживайте людей от дурных поступков и сами живите по совести, не преступайте опасных граней!..»

В книге «Годы, дороги, лица...» — своеобразной энциклопедии культурного, издательского, журналистского, общественно-политического движения страны — мы находим выразительные картины жизни человека, семьи, Отечества на протяжении десятилетия, немногословные портреты известных политических лиц, весьма примечательные эпизоды и нити отношений; скажем, антитеза Стукалин — Горбачёв; Борис Иванович долгие годы избирался депутатом Верховного Совета СССР по Ставропольскому округу, была возможность изучить характер ставропольского комсомольско-партийного секретаря и далее его московскую эволюцию, хотя — эволюцию ли?

Мне кажется, что Горбачёв, даже и не прочитав стукалинскую книгу, мог бы сделать мало-мальски доброе; в своих воспоминаниях ему бы сказать о Стукалине: вот образ истинного общественного деятеля, патриота-государственника, для которого большой пост — возможность неустанно содействовать госу-

дарственному благоустроительству, а не распалать себя заботами о банковских счетах, примосковских особняках, заграничных виллах и парках, как то обернулось у многих обладателей большого поста. Не сказал, конечно. Потому что сам был иным — не по заслугам вознесенным. Да и что им, не всем, разумеется, нынешним, бесстыже-ловко нажившим свои недобрые архисостояния, властодержателям и денежным тузам; забота об увеличении собственного капиталца для иных стократно важнее заботы о вверенных им министерских сферах, губерниях, авторитете Госдумы! Судебной системы они не боятся, а Божий суд, надеются, их минует.

Борис Иванович Стукалин не взял у государства ни крохи — ничего не приватизировал, уйдя на пенсию, не «прихватил» ни дачи, ни машины, а выделенную ему в центре Москвы квартиру выкупил у государства и едва не до конца дней расплачивался с долгами.

Ау, нынешние правители-чиновники от районных, губернских и выше, достойно высока стукалинская планка, не дотянуться?!

В литературном наследии Бориса Ивановича Стукалина есть замечательная книга, посвященная миру русской природы, дням досуга, проведенным на охоте и рыбалке, — «Зори утренние и вечерние» (Москва, 2003).

Неизменной вдохновительницей во всех делах, верным другом и единомышленником на протяжении всей жизни была для Бориса Ивановича его жена Ольга Яковлевна. Дети — Владимир и Марина, внучки — Галя и Оля — всегда оставались их душевной радостью.

В 2004 году, вскоре после кончины Бориса Ивановича, в столице была издана книга памяти о нем — «По делам и честь», в которой многие известные люди страны с душевной признательностью отозвались о выдающемся уроженце Черноземного края.

### **Встреча с министром**

Мне довелось неоднократно встречаться с Борисом Ивановичем Стукалиным. Конечно, самая памятная — первая встреча. Однажды в летний солнечный день 1980 года в центре Москвы я поднялся на верхний этаж белого, брусом вытянутого здания у Страстного монастыря — в приемную тогда министра печати страны, или официально — Председателя Госкомиздата при Совете Министров СССР. Привела меня сюда нужда не личная, а рабочая. В те поры в Воронеже в Центральном-Черноземном книжном издательстве я редактировал 30-томную книжную серию «Отчий край». На очереди был сборник произведений Василия Кубанёва, поэта, так много обещавшего, но рано ушедшего из жизни. Борис Стукалин работал с ним в предвоенные годы в редакции районной газеты «Острогжская жизнь», был его единомышленником и другом. После войны он собрал и издал в Воронеже маленький сборник стихотворений Василия Кубанёва, а затем большим столичным изданием придал его творчеству всесоюзное звучание.

Готовя кубанёвский сборник с новыми текстами, в том числе и дневниками, я полагал неэтичным,

если бы их не просмотрел человек, давший Кубанёву творческую жизнь после смерти.

Предварительная договоренность о встрече была, но пожаловал я точно не ко времени: близился обеденный перерыв, в приемной дожидались фигуры немалого ранга и нельзя было не обратить внимания на доброжелательные, но твердо произнесенные слова, адресованные миловидной секретаршей грузинскому и азербайджанскому министрам печати: «Вам по семь минут!» Я подошел к ее столу и спросил тихо, с улыбкой: «Сколько же мне, провинциалу, будет отпущено? Минуты? Или секунды?» — «Как понравится!» — ответила она, тоже не без улыбки.

Ровно в час дня я вошел в министерский кабинет — просторный, удлинено вытянутый, по одной из стен с пола до потолка заполненный книгами. Борис Иванович поздоровался, пригласил присаживаться. Проницательно и доброжелательно взглянул на меня, и я мысленно отреагировал в том духе, что нахожусь перед своим главным руководителем, для меня более весомым и по-землячески интересным, чем, скажем, генсек и его ближайшие сподвижники. На первой же фразе мягко зазвонил телефон — стерильно белый, клавишный. Поскольку микрофон был включен, я хорошо слышал, о чем шла речь, — о штатной единице литературного секретаря для писателя Леонида Леонова. И еще — о поддержке в издании шолоховского многотомника. Борис Иванович дал разрешение без проволочек, с видимым удовольствием, сказав при этом: «Наши классики. Будем надеяться, не последние русские классики».

(Мои воронежские друзья-писатели, которым я позже вкратце рассказал о том, как быстро и разумно решаются серьезные вопросы, благоприятные даже и для судеб великих, не преминули пошутить: мол, чего бы и тебе тогда было не попросить по-землячески какую-либо инспекционную писательскую должность или разрешение на издание своего избранного. На что мне также пришлось отшучиваться, что я скоро ухожу в лесники и зайцам и волкам не будет никакого дела до моих сочинений.)

Борис Иванович стал расспрашивать о Воронеже. Некоторые уголки, упомянутые мною — вроде Петровского и Кольцовского скверов, Помяловского спуска, Березовой рощи, — вызвали в нем живой отклик. Вспоминал он сдержанно, но за немногими словами выделались картины пережитого. Разговорились о писателе Владимире Кораблинове, воронежском историческом писателе, авторе книг о Кольцове и Никитине. Владимир Александрович нас прямо-таки сблизил: он был дорог для нас обоих. Будучи редактором «Молодого коммунара», Стукалин дал время Кораблинову, тогда художнику молодежной газеты, написать «Жизнь Кольцова»; для меня же Владимир Александрович был наставником, старшим другом, я навещал его часто, и Стукалину интересно было знать, чем жил писатель, какие современные книги читал, над чем работал.

В беседе мы вновь и вновь возвращались на воронежскую землю, где в Острогжске, Абрамовке, Россоши, Борисоглебске прошла его журналистская молодость, где в Воронеже он возглавлял редакции областных газет и оставил о себе самую благодарную,

самую добрую память. Не думаю, что я рассказывал что-то исключительное, сверхинтересное о своем крае, но, видимо, Борису Ивановичу дорога была любая весточка с родной стороны.

Нам снова принесли чай. Я мельком взглянул на часы: пошел третий час.

«Хороша провинция и редактор оной, — подумал о себе, — оставил министра без обеда!»

До кубанёвской рукописи мы так и не добрались. Борис Иванович попросил оставить ее на вечернее прочтение и мне назавтра зайти к обеду. Когда я вышел, в приемной уже было немало народу, среди них и весьма известные писатели.

На другой день разговор и сложился о писателях и литературе, а более всего о кубанёвской рукописи. Борис Иванович успел прочитать ее всю, внимательнейшим образом, замечаний было не столь много — краткие, справедливые, корректные. Лишь в одном случае я попытался возразить. В дневниках Василия Кубанёва со свойственной тому искренностью, прямоотой и размашистостью давались нелицеприятные оценки некоторым весьма именитым и влиятельным в тридцатые годы стихотворцам... Борис Иванович сказал, что едва ли надо, во всяком случае сейчас, публиковать эти резкие, в чем-то запальчивые отклики о литераторах, иные из которых еще живы, а у других — есть свои родственники и свои поклонники. И дело не в том, что они умеют жаловаться, крик поднимая, а просто по-человечески лучше остаться в границах такта и доброты или хотя бы снисходительности.

— Но тогда о них никогда не выйдет сказать, кто же они есть на самом деле или, по крайней мере, что о них думает честный человек. Вот они и благоденствуют хвалимо-журиемые при жизни. Резкого о них не скажи. А уходят... Опять-таки об ушедших плохо не говорят, — привел я свои доводы.

— Нет, рано или поздно все становится на свои места, — тихо-убежденно сказал Борис Иванович. — У кого — жизнь, а у кого — игра; у одного — чувство родины, у другого — слова о ней. Кто — со своей «художественной» агрессией к народу, а кто — с любовью и болью. Аудиторию можно заморочить на какое-то время. Но не навсегда. Людей — чтобы во всех поколениях — не обманешь. Историю не обманешь.

Снова мы встретились нескоро: в конце прошлого века, на восьмидесятилетнем чествовании воронежской «Коммуны». Высокий, стройный, подтянутый, он, казалось, не изменился за долгие годы. Та же естественная скромность при столь же естественной, спокойной силе внутреннего достоинства. Но все же морщин на лице добавилось, и выглядел он несколько усталым. Я, разумеется, знал, что, взойдя на самый верх власти, генсек Андропов предложил ему высокий идеологический пост в ЦК и что позже Стукалин пришелся не ко двору последующей перестроечной артели. И я понимал, сколь непростые были для Бориса Ивановича те времена: очередные страдания народа, очередной развал страны... В «минуты роковые» сполна проявляется сущность человеческая, и Стукалин явил ее достойно, честно и благородно, не покрывив перед своей совестью, решительно уйдя из «банкетного

зала» политической, художественной, журналистской верхушки.

Узнав, что я возглавляю Воронежский областной литературный музей, Борис Иванович пообещал выслать из своего домашнего архива рукописи, письма, фотографии Кубанёва, Троепольского, Прасолова. Прошло месяца три, я уже перестал надеяться на получение обещанного, решив, что в столичной занятости ему не до разборки архива и поиска обещанного, как из Москвы пришла увесистая бандероль — прасоловская рукопись ранних стихов и писем. Эта рукопись была опубликована и прокомментирована мной в газете «Коммуна» и журнале «Дон», большей частью вошла в наиболее полный сборник произведений Алексея Прасолова «И душу я несу сквозь годы...». Вскоре Борис Иванович передал мне еще подлинники — письма, стихи, фотографии Василия Кубанёва, Гавриила Троепольского, и теперь все это, как и прасоловская рукопись, хранится в музее.

Мы стали переписываться, Борис Иванович всякий раз приглашал в гости. В первый раз у него мы проговорили до полуночи, и в доме, расположенном совсем близко от Кремля, храма Христа Спасителя, Российской Государственной библиотеки, просто не выходило иначе, как снова и снова возвращаться мыслями к прошлому России, недавнему трагическому развалу советской державы, завтрашнему дню нашего народа. С той поры я часто по приезду в Москву останавливался в Большом Афанасьевском переулке, в гостях у семьи Стукалиных, и с неизменным радушием и добросердечностью был встречаем Ольгой Яковлевной, женой Бориса Ивановича, а также их детьми — Мариной и Владимиром, которые, хотя и жили в разных точках Москвы, являлись единым целым стукалинской «матицы».

В один из приездов Бориса Ивановича в Воронеж я попросил его выступить перед сотрудниками литературного музея, и это выступление стало для них событием, как ныне принято говорить, знаковым. Человек, столько повидавший и переживший, он выступал и как политический деятель, и как журналист, и как издатель, и как педагог, а короче говоря — как сын своего Отечества, у которого душа болит за всё, что происходит с каждой семьей, каждой деревней, Воронежем, Россией. Тогда я просто не мог не сказать присутствовавшим: «Если бы в высшем руководстве было бы побольше таких людей, как Борис Иванович Стукалин, мы бы оказались очевидцами добрых государственных преобразований, а не развала страны».

Едва ли забудутся мне и наши воронежские прогулки. И особенно — в его последний приезд. Мы побывали у бывшего Дома губернатора, где после войны в одном из его отсеков располагался возглавляемый Стукалиным «Молодой коммунар». Постояли у прасоловской мемориальной доски. Зашли в Петровский сквер. Борис Иванович долго и молча глядел в левобережную даль, словно пытался увидеть за горизонтами тамбовские места своего детства.

Не раз после того мы перезванивались. А однажды я позвонил — и сердце будто пошло в обрыв, сразу почувствовал неладное: речь у Бориса Ивановича была мучительно-замедленной, трудно ему дающейся.

Сильный его организм устоял под ударом инсульта. Но вскоре обрушились новые беды. Тяжелейшая операция. Долгие месяцы в больнице. Ольга Яковлевна и Марина явили всю мыслимую и немислимую полноту заботы и ухода. Но из больницы Борис Иванович так и не вышел...

На похоронах я дал слово родным, что мы, воронежцы, будем помнить своего земляка и постараемся увековечить его память. Библиотека имени Бориса Ивановича Стукалина в Воронеже уже существует. Проводятся музейные книговедческие стукалинские чтения. Надеюсь, что со временем воронежцы пройдут и по улице, которая будет носить его имя.

### **От тамбовского села до Московского Кремля**

*(Наши диалоги)*

— Борис Иванович, в недавно вышедшей в Москве вашей книге «Годы, дороги, лица...» находим мужественные, точные, искренние слова о трагическом и героическом пути нашего Отечества в двадцатом веке. Есть пронзительные наблюдения над временем и людьми. Точные характеристики как достойных руководителей государства, так и «оборотней из Политбюро», «архитекторов» перестройки и развала страны.

Но давайте все же поговорим о хорошем. Жизнь человеческая полна не только горестных, но и счастливых переживаний. Вы участвовали в великой войне до последнего дня, вошли в поверженный Берлин, стояли у стен Имперской канцелярии; к слову сказать, ее штурмовала и рота моего отца, так что вы были с ним где-то рядом.

Ваша работа — газетная, издательская, общественно-политическая — доставляла вам много хлопот, даже стрессов, но — и радость. И самое, заметается, главное — семья, «маленькая держава» — ваша жена Ольга Яковлевна (более полувека вместе), ваши дочь и сын, ваши внучки... что может быть прекрасней мира и лада в семье?

— Разумеется, в этом смысле я могу назвать себя счастливым человеком. Защищал Родину, участвовал в ее послевоенном восстановлении. Повидал многое — и скорбное, и радостное. И тяжелейший, в тридцать третьем захвативший страну голод, жертвы которого томили сердце подростка на улицах Тамбова... И поистине всенародный праздник встречи возвратившегося из космоса Гагарина...

Не хотел бы идеализировать, упрощать прошлое. В нем — радости и трагедии, взлеты и разочарования. Но, знаете, как сказал древний мыслитель, самое большое счастье — жить среди своего народа, со своим народом. Жить, думать, мечтать, как твой народ.

Что же до семьи, то это действительно благословенный уголок, приют, плацдарм — надежный, душевно-чуткий во все времена войн, смут, житейских неурядиц. Я счастлив в семье. Да и трудно быть счастливым в мире, не имея счастья в семье.

И колы заговорили о счастье, разве не счастье — наша страна детства? Сколь бы ни была она подчас тяжелая, бесхлебная. У меня до сих пор перед глазами мое родное сельцо Чуповка, соседние Малая Царёвка

и Куриловка, речка Малая Ирка, утренние рыбалки, прекрасный дедушкин сад, какого не было во всей кирсановской округе.

— Мне впервые ваша фамилия встретилась как редакторская на последней странице местной районной (россошанской) газеты, затем — в воронежском «Молодом коммунаре», а позже — и в «Коммуне». Из молодежной газеты, помнится, даже приходил короткий одобрительный ответ за вашей подписью на мое отрывочное письмо — какие-то я там излагал пространственные мысли о необходимости каждому человеку быть готовым к подвигу. Каждому! Иначе и страна порыв подвижничества потеряет. Так, наивные полудетские романтические строки.

— Да, тогда доводилось отвечать на подобные письма. Радовало в них романтическое восприятие отечества и мира. Послевоенное поколение — сильное поколение. А моя газетная страда — весьма памятная — началась еще до войны. Я работал в острогожской «Новой жизни», где моим другом стал замечательный поэт и журналист Василий Кубанёв. Прекрасное начало, но трагическая судьба. Когда весной сорок третьего года выпало на несколько дней завернуть с фронта в Острогожск, от поэта, казалось, ничего не осталось. Бомба попала на могилу Кубанёва, вернувшегося с фронта по болезни и вскоре умершего. Другая бомба разнесла жилище Кубанёвых, рукописи погибли. В тот день сестра поэта Маша прочитала по памяти два братовых стиха, я записал их. После войны начал поиски всего, написанного другом. Собирал по крупницам. В пятьдесят пятом в Воронеже вышла первая книга Кубанёва «Перед восходом», которую я бережно собрал и предварил предисловием. Появлялись все новые находки, появлялись и новые кубанёвские книги — теперь уже не только в Воронеже, но и в Москве.

— Знаком с ними. Был даже редактором одной из них. Обращался к литературной общественности Воронежа, чтобы учредить ежегодные Кубанёвские чтения. Присвоить имя Кубанёва Областной юношеской библиотеке. Теперь всё это есть, но, думаю, Кубанёв — всё еще недооцененное имя.

— В последние годы жизни Константина Симонина я был в дружеских отношениях с ним. Так вот он однажды попросил у меня почитать что-нибудь кубанёвское, а вскоре прислал письмо из Кисловодска, где находился на лечении. Не стану говорить о словах благодарности в мой адрес, но вот что он пишет по существу: «Когда читаешь эту книгу Кубанёва, несколько раз — хочешь не хочешь, а возвращаешься к мысли, что вот ты сейчас старый человек, довольно известный писатель, написавший много книг, прочитанных, в общем-то, миллионами людей, — вот перед тобой книжка человека, жизнь которого оборвалась на двадцать первом году и который, исходя из твоего собственного сегодняшнего ощущения, обладал в юности большими задатками, чем ты...»

И вот, прикинув всё, с горечью думаешь, что смерть на двадцать первом году утащила из литературы человека, который, будь он жив, был бы способен сделать в этой литературе и больше, чем сам сделал, и больше,

чем сделали многие другие, дожившие до твоего возраста писатели. Горькое чувство, заставляющее задним числом с особенной остротой воспринимать именно такие вот давние и безвременные потери.

Наверное, мысли мои сходны с теми мыслями, которые у многих русских литераторов и поэтов были когда-то в девятнадцатом веке о Веневитинове...»

— Борис Иванович, вы открыли всесоюзному читателю имя и слово Василия Кубанёва, и великое спасибо вам за это. Вы же стояли у истоков творческого пути и по-настоящему помогли найти свое «я» другому большому русскому поэту — Алексею Прасолову. Об этом многие знают. Но не все знают, что Прасолов до конца дней своих высоко ценил ваше мнение, мысленно сверялся в вами, незадолго до ухода из жизни писал: «Получил ответ от Стукалина... Это ответ на всё, что мною уже сделано в жизни. Я, наконец, понят как поэт — до глубины».

— И поныне с какими-то особенными, смешанными чувствами грусти, признательности вспоминаю об Алексее Прасолове, действительно большом русском таланте, самобытном поэте, чей путь оборвался так прискорбно рано.

— Воронеж, да и вся наша литература, должны благодарить вас за неоспоримую помощь не только Прасолову, но и Владимиру Кораблинову, Василию Пескову, Анатолию Жигулину, Гавриилу Троепольскому, Юрию Гончарову, Николаю Коноплину. Да и многим еще.

— Возглавив «Молодой коммунар», я постарался редакционную поденщину облагородить творческими началами — духом муз. Участвовали в литературных «посиделках» и сотрудники — Кораблинов, художник-ретушер, наш «энциклопедический словарь» — будущий летописец Воронежского края, и Василий Песков, взявший творческий разбег талантливо и широко, — позже его слово полюбит миллион читателей страны, и приглашенный мною из россоспанской глубинки на работу в «Молодой коммунар» Алексей Прасолов. На литературном «огоньке» бывали частыми гостями Троепольский, Шубин, Абрамов, Гончаров, Кретова, Тимошечкин, Коноплин, Жигулин. Та же творческая атмосфера сохранялась и в «Коммуне», где я редакторствовал с пятьдесят шестого по шестидесятый.

— Мы с вами затронули только воронежский период — и говорить не переговорить. А журналистская, издательская жизнь в Москве? Целая эпоха не только в вашей жизни, но и в литературной, издательской жизни страны.

— Да, ввод в действие полиграфических комбинатов в Подмоскowie, улучшение полиграфической базы во многих регионах — это требовало времени, воли, немалых трудов. Обычно то были невидимые миру слезы. Спасибо, серьезные государственные умы, в частности Косыгин, Мазуров, глубоко осознавали важность издательско-полиграфического дела, их помощь была более чем существенна. Что же касается сугубо творческих, литературных начал — здесь можно также рассказывать о многом частном и фундаментальном — от изданных с моей непосредственной помощью Булгакова, Кафки и Мандельштама, не вписывавшихся в привычный ряд, но необходимых читательскому сообществу, до выпуска



200-томной «Библиотеки всемирной литературы» — прежде небывалого в мире проекта. Издание было осуществлено в десять лет. Тираж каждого тома — триста тысяч экземпляров! Суммарный тираж — шестьдесят миллионов книг. И все равно спрос до конца не был исчерпан. Тогда часто можно было видеть объявления: «Меняю “жигули” на Всемирную библиотеку». Нельзя забывать и о том, сколько было издано не только собраний сочинений известных писателей, но и книг начинающих свой творческий путь авторов. Они сказали честное слово о деревне, родном крае, тревогах и бедах отечества. А иногда приходилось помогать и классикам: Шолохову, Леонову. С Леоновым в последние годы нас связывала сердечная дружба.

Госкомиздат действительно незабываемая веха моей жизни. Много помню. И многих — настоящие подвижники, истинные профессионалы. Единомышленники.

— В своей книге вы произносите «похвальное слово полиграфистам». Вот нравственный уровень автора — о большинстве людей, с которыми вас так или иначе свела судьба, вы пишете тактично, душевно, сочувственно. Находите в каждом встречном, в каждом сотруднике достоинство, хорошую черточку на особицу. Видеть в людях хорошее — это, на мой взгляд, крупное, широкое свойство души...

— Но мне действительно везло на хороших людей — и на войне, и в мирной бытовой среде, и в журналистском и издательском мире.

— И куда в меньшей степени в политике? Существует старое убеждение, что политика вообще вне нравственного начала.

— Да ведь, как и всюду, и здесь — по-разному. Есть политики — труженики, озабоченные судьбами страны и народа, а есть политиканствующие борцы за свой карман, свое пустославие, без чести и совести. Конец недавнего века выплеснул легионы таковых. Слава Богу, не все делается ими; как бы они, выпархивая на верхние этажи власти, ни грабили Россию, а крестьянин рожь сеет. Хотя, конечно же, беды в стране много.

— Читая в вашей книге об известных политических фигурах, всякий раз узнаешь что-либо существенное. Речь ли о презираемых в народе «архитекторах перестройки», идеологах мародерочно-рыночной экономики и развала страны, или же серьезных политических именах, как, например, Косыгин, Андропов, Фулбрайт.

*Книга «Годы, дороги, лица...» — органично искренна, с сердечной болью за происшедшее с отечеством в двадцатом веке. Может, и не во всем соглашаясь с автором, читаешь ее на одном дыхании.*

*И спасибо вам, Борис Иванович, — почти треть тиража, около трехсот книг, вы передали воронежцам, в дар библиотекам города и области. Думаю, воронежцы рады будут прочитать вашу книгу от начала до конца и главы из нее непременно будут опубликованы в Черноземном крае — на вашей Родине.*

— Я особенно порадуюсь, если мои воспоминания на моей родине прочтает молодежь...  
2003 г.

### **Строки из писем**

**Из письма-поздравления Василия Пескова, май 1973 г.**

«Дорогой Борис Иванович!

Полвека — это только полвека! Желаю тебе здоровья и сил на остальной путь столько же, сколько бы я пожелал своим матери и отцу.

Живи долго. Такими людьми, как ты, красна Земля...»

**Из письма Константина Симонова, 5 мая 1978 г.**

«В последние одно-два десятилетия мне часто приходилось сталкиваться с тем, что нашему, а — шире говоря — нашим поколениям, воспитанным, отчасти самовоспитанным в те предвоенные годы, отказывают в наличии тех мыслей, соображений, чувств, очень не простых и не однолинейных, которые на самом деле имелись и в наших головах, и в наших сердцах. Мне давно хочется написать на эту тему, и, может быть, когда я буду писать об этом, выписки из Кубанёва — и из стихов — в меньшей степени, и из писем его и дневниковых заметок — в большей степени — лягут в основу некоторых, весьма существенных для меня рассуждений и даже, пожалуй, выводов.

Желаю Вам, всего доброго, дорогой Борис Иванович...»

**Из письма Владимира Кораблинова, 23 августа 1980 г.**

«Дорогой Борис Иванович! От всего сердца благодарю Вас за всё, что вы сделали для меня, начиная с далеких лет нашей воронежской жизни. И вот последнее — очки. Добыть такие у нас, в наших условиях — дело совершенно немыслимое. Когда я получил их, просто обалдел от радости. Тем более что с глазами у меня сделалось так плохо, что и говорить не хочется. Дела, в общем, не очень веселые.

Но нет, не буду плакаться и хныкать, потому что есть у меня вечная спасительница — моя работа. И еще — хорошие люди, какие одним уж тем, что существуют и помнят обо мне, как-то помогают жить и не поддаваться хандре и окаянной старости.

Ведь какой я подарок получил на днях: звонок из Москвы... Коллегия утвердила двухтомник! А спустя несколько дней — официальное письмо об этом из «Мол. Гвардии». Вы, дорогой Борис Иванович, и представьте себе не можете, какая это поддержка, какая радость для меня! Лучше всяких лекарств и уколов. Спасибо, спасибо Вам, хороший вы человек!..»

**Из письма Гавриила Троепольского, 20 февраля 1986 г.**

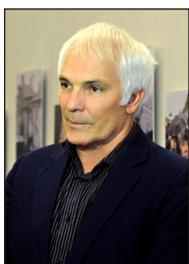
«...Я тоже благодарю судьбу, что она свела нас в Острогжске и за то, что ей было угодно, чтобы родилась дружба. Помню и Васю Кубанёва отчетливо, особенно его посещения Госсортучастка... помню и вечерние беседы в редакции, но при каждом воспоминании меня не покидает некое чувство вины — поздно оценил необыкновенный талант: а вы-то оба были в том возрасте, когда, по-видимому, и не могли оценить друг друга для будущего. Тут Вашей вины в том — никакой: потом-то воскресили В. Кубанёва именно Вы. Так ушедшие в Лету друзья становятся нам ближе и дороже и остаются в нас до конца жизни...»

Отвечаю на Ваш вопрос. «Троепольский как писатель сложился» именно тогда, в Острогжске, точнее «оформился». Писать-то начал гораздо раньше, но — плохо, а тот — сначала учитель, потом агроном, — понимал это. Начинать и бросал, начинал и бросал... По-видимому, такая волнообразность и определяется двумя словами — найти себя. Однако жизнь сложилась так, что, бывало, хотелось уйти от себя. И уходил. А вот в Острогжске, именно в Острогжске, понял всем существом — не могу не писать, Обязан писать потому, что задуманное мною никто не напишет. К моменту благословения, полученного от А. Твардовского, пришел в «Новый мир» с готовыми рассказами.

Так что Острогжск — моя вторая родина...»

\* \* \*

Останется Борис Иванович Стукалин в памяти читающей России поистине маршалом книжных войск, великим поборником книжного мира. Вот только останется ли Россия читающей? Прежде ухода всеземного человеческого мира уходит мир читающий. А ведь «в начале было Слово...»



## Михаил Вязовой Фотокор Костин

*Фоторепортажи и фотопортреты Анатолия Митрофановича Костина (1935–2009) отличались особым мастерством и душевным расположением автора к людям. Прекрасный журналист, замечательный товарищ, отзывчивый человек, Костин имел массу знакомых в самых дальних уголках нашей области, потому что почти всю жизнь проработал в редакциях воронежских областных газет «Молодой коммунар» и «Коммуна».*

Свое детство он провел в селе Орлово Новоусманского района. В средней школе поселка железнодорожной станции Тресвятская он подружился с Василием Песковым и Анатолием Рябко. Интересно, что вся троица посвятила себя фотографическому искусству и журналистике. Василий Михайлович Песков стал единственным в стране журналистом-фотографом лауреатом Ленинской премии, автором более 30 книг, изданных в России и многих зарубежных странах. Летчик-испытатель Анатолий Ефимович Рябко, помимо своей мужественной работы, стал известен как прекрасный фотожурналист, летописец Военно-воздушных сил страны, автор нескольких книг-альбомов об авиации. Фотожурналист Анатолий Митрофанович Костин прославился на родной воронежской земле.

Фотоделу ребят обучал фронтовик, охотовед соседнего заповедника Кирилл Сергеевич Ермолов, затем на глаза попалась книга Юрия Екельчика «Изобразительное мастерство в фотографии», ставшая для Анатолия настольной на многие годы. После службы в армии он по совету Михаила Михайловича Ужанского несколько лет успешно работал верстальщиком афиш в типографии издательства «Коммуна». Поступив на заочное отделение журналистики Воронежского госуниверситета, Анатолий стал публиковаться сразу и в областной партийной, и в областной молодежной газетах. А когда «МК» перешел на большой формат, Костин, уже штатный фоторепортер, не только снимал заметки, но и макетировал полосы «молодежки». Большой формат позволил редакции содержать второго фотокора. Эту должность в разные годы осваивали Михаил Сидельников, Александр Чернявский, Федор Киселёв, Юрий Загузин, Алексей Колосов, Михаил Вязо-

**Об авторе:** Михаил Вязовой, руководитель фотостудии «Экспресс», заведующий фоторедакциями газет «Молодой коммунар», «Коммуна» и др., ученик Анатолия Митрофановича Костина

вой, Михаил Рогозин. Многие из них благодаря наставничеству Костина стали заметными фотомастерами.

Анатолий Митрофанович всегда отличался аккуратностью, дисциплинированностью и столь необходимой в деле коммуникабельностью, что очень ценится в журналистике. Из командировок по районам области он, как правило, возвращался не домой, а в редакцию, чтобы проявить пленки, и утром, на планерке, уже наглядно показывать еще мокрые снимки. Костин также трудился ответственным секретарем в газете железнодорожников «Вперёд», редактировал «Воронежский епархиальный вестник». А уже в возрасте, на пенсии, активно иллюстрировал книги и другие издания воронежских полиграфистов.

Многие публикации Анатолия Костина выделялись выразительными динамичными композициями. Это относится и к снимкам, и к тексту. Причем автор, кадрюя свои снимки, всегда оставлял маленький белый кант — своеобразный фирменный знак мастера. В 1970-е годы Анатолий вел в молодежке рубрику для фотолюбителей «Фотоклуб «Юпитер»», где доброжелательно комментировал и анализировал снимки начинающих авторов и внештатных фотокорреспондентов.

Особенно любо было Костину портретное искусство: он создал портреты практически всех выдающихся людей Воронежа и области того времени. Неслучайно многие его фотопортреты оживали со временем на страницах журналов и стендах музеев. Таковы его снимки Гавриила Троепольского, Василия Пескова, Анатолия Филипченко, Марии Мордасовой, Анатолия



Жигулина, Валентины Довгер, Евгения Дубровина и многих-многих других. Люди на его фотографиях всегда красивы, умны и приветливы.

Заведующий отделом иллюстрации, он поставил своеобразный рекорд — работал с шестью главными редакторами «Молодого коммунара»: Михаилом Шишлянниковым, Евгением Дубровиным, Виктором Чекировым, Валерием Барабашовым, Пятеримом Варфоломеевым, Виталием Жихаревым.

Митрофаныч был душой коллектива, и, когда, слегка заикаясь, он рассказывал анекдоты, слушать их собирался весь этаж газетчиков. Часто он делился забавными историями из своей жизни. Однажды он в картинках поведал, как вместе с внештатником «МК» Борисом Петровым они отправились на завод «Воронежзапчасть» просить детали для редакционного автомобиля. Первым в кабинет директора зашел Костин и нарочно, сильно заикаясь, стал что-то бормотать. Молодой директор, бывший кавээнщик, вначале решил, что его разыгрывают, но когда в дверях появился контуженный с детства Петров, то решил подыграть необычным посетителям и ловко изобразил кривляку... Костин от неожиданности опешил, но через секунды выдал четко, не заикаясь: «Завтра в обкоме вам объяснят, как надо принимать журналистов партийных

изданий...» Через неделю мне пришлось встречаться с директором и заглаживать это маленькое недоразумение. Тот случай резко повысил мой авторитет — вернулся я с ящиком запчастей.

Другой эпизод случился на пленуме обкома КПСС. Редакция только что приобрела настоящее заводское фоторужье с прикладом и длинным черным телеобъективом. С виду как настоящий гранатомет. Костин решил его опробовать, забился в дальний угол, спрятался за занавеску, выставил объектив-дуло и ждал момента. Не дождался... Очнулся в соседней комнате — на столе аппарат разобран, карманы вывернуты. Бдительная охрана сработала четко. Но обиднее всего было то, что подошедший редактор газеты, член обкома КПСС Владимир Евтушенко удивленно произнес: «Анатолий, чего это ты разлегся на столе?»

Вместе с тем Анатолий Митрофанович был очень скромным человеком. Персональных фотовыставок у мастера было немного. Одна — в Союзе журналистов (1985), другая — в редакции «Молодого коммунара» (2004). О фотокорреспонденте А. М. Костине была одна большая публикация журналиста Эдуарда Ефремова в газете «Воронежская неделя», № 9 за 2004 год.

Годы идут, а уроки Анатолия Костина не забываются. Как-никак, а тридцать лет мы работали с ним рядом.



**Юрий Гольшак**

**«Довлатов лежал в гробу огромный,  
с согнутыми ногами».**

*Евгений Рубин: друг писателя,  
спортивный журналист, эмигрант*

Обозреватель «СЭ» вспоминает разговор с ярким человеком советской эпохи.

Сколько их осталось живых — настоящих друзей Довлатова? В Переделкино неподалеку от дач Окуджавы и Евтушенко — крошечное имение Евгения Рейна. Довлатовского приятеля еще по улице Рубинштейна в Ленинграде 60-х. Написал две чудесные книги о тех временах. Найдите — не пожалеете.

Где-то в Штатах Александр Генис. Вполне себе бодр. Дает одно интервью за другим. Я слушаю как завороченный. Что-то даже записываю. Например, соображение: «Довлатов хорош не тем, как писал, а как вычеркивал...»

В Комарово живет в домике Ахматовой — том самом «скворечнике» — Валерий Попов. Написавший о Довлатове в «ЖЗЛ» чудесную книжку. Впервые в вековой истории серии — без единой фотографии героя. Запретила родня.

Жив и крепок Толик из «Заповедника». До сих пор живет в той же избе рядом с довлатовской, ставшей музеем. Возможно, до сих пор мочится с крыльца — как и было зафиксировано наблюдательным соседом. Хотя, думаю, прекратил эту практику.

Обреченно вздыхая, сегодняшний Толик фотографируется со всеми желающими. Если совсем уж достали — просит передать, что уехал на рыбалку.

Но всё уходит. От того времени — мерцание осколков. Вроде вот этого вот Толика. Оказывающегося вдруг не бумажным героем, а вполне осязаемым. Живым, теплым, усмевающимся.



**Об авторе:** Юрий Гольшак, обозреватель «Спорт-Экспресс». Окончил истфак педагогического университета. В журналистике с 1994 года.

Вот умер внезапно Петр Вайль — успев сфотографироваться перед самой кончиной с нашим Рабиным. Напрямую я эти события не связываю.

Скончалась на днях в Америке Людмила Штерн, оставившая о Довлатове, Бродском и том поколении две изумительные книжки воспоминаний.

С год назад не стало Романа Каплана, создавшего нью-йоркское чудо — ресторан «Русский самовар». Где даже Бродский пел «Очи черные». Нет теперь ни «Самовара», ни Ромы. Объединявшего, примирявшего волной обаяния всю русскую эмиграцию конца XX века. С их чехардой обид и недопониманий.

Все мы читали «Ремесло» — и помним эти строчки. Может, и напоминать не стоило бы. Но все же:

«Эрик Баскин был известным спортивным журналистом. Редактором журнала «Хоккей-Футбол». А футбол и хоккей заменяют советским людям религию и культуру. По части эмоционального воздействия у хоккея единственный соперник — алкоголь. Когда Баскин приезжал с лекциями в Харьков и Челябинск, останавливались тракторные заводы. Вечерняя смена уходила с предприятий...»

### **«А что еще Серега обо мне написал?»**

К чему это я? А вот к чему!

Как-то задавшись целью, мы с Сашей Кружковым ринулись на поиски того самого Эрика Баскина.

Отыскать было несложно — Эрика на самом деле звали Евгений Рубин. Один из известнейших спортивных журналистов Советского Союза давным-давно уехал в Штаты — но даже писал что-то в первые номера «Спорт-Экспресса». След был.

У старушек из стенбюро мы отыскали номер. Дозвонились в Нью-Йорк. Не веря себе самим, три часа добродушно болтали через океан с тем самым Баскиным. А ощущение — будто говорили с самим Довлатовым. Ненадолго покинувшем кладбище Mount Hebron в Квинсе.

В голосе Баскина мы без натуги ловили довлатовские интонации. Впрочем, во всех эмигрантских голосах мелькнет что-то родственное.

Вспоминали московские огни, ленинградские метели. Бориса Майорова, Валентина Иванова и Льва Яшина. С которыми Эрик... Простите, Евгений Михайлович писал когда-то книжки.

Вспоминали и Довлатова, разумеется. Подмечая — вот она, ревность-то! Ну как такое может быть? Мы через океан пересказываем 82-летнему довлатовскому герою то, что о нем было написано давным-давно в «Ремесле». А он делает вид, что не читал.

Поверить, что не читал в самом деле, было сложно. Хотя — кто знает?

— Так-так, — чуть брезгливо уточнял Баскин. — А что еще Серега обо мне написал?

Мы переглядывались в легком недоумении.

Довлатовский текст случился под рукой — мы открывали и зачитывали долгими кусками. После прикинули: спустя 26 лет после выхода...

— Н-да, — подбадривал нас Баскин. — Лю-лю-бобытно...

### **«А болван Женя Рубин все сражается с «Новым русским словом»...»**

Секунду спустя наши голоса в трубке оттеняли угадываемые звуки — весенняя капель о какую-то жесть. Мы понимали: дедушка справлял нужду, не отрываясь от прослушивания. Даже вправляя реплики:

— Не ожидал я, что у Довлатова будет такая писательская слава. Честно скажу. Но пришла посмертно! Вот сейчас лежит передо мной один том — американцы объединили записные книжки Чехова, Ильфа и Довлатова. Считают, Довлатов — уровень Чехова. Как такое может быть?

— **Разный уровень?**

— Да конечно! Сережа — одаренный юморист, неплохой писатель. Но не на уровне Ильфа и Петрова. Тем более — Чехова. Довлатов дарил мне все свои книжки, но я сейчас не могу вспомнить ни один его рассказ. Славу-то ему соорудили друзья по Ленинграду, довольно известные писатели — Найман, Евгений Рейн, Людмила Штерн... Те же Вайль с Генисом. Хотя жена Довлатова Лена мне рассказывала — перед смертью он с ними вообще дружить перестал. Впрочем, сама Лена со мной теперь не общается.

— **Почему?**

— В свое время у меня в Москве вышла книжка, я о Довлатове написал не очень лестно. Лена обиделась, говорила со мной злобно. Хоть до этого общалась очень нежно. Моя супруга Жанна ей сказала: «Лена, ты напрасно обижаешься. Он написал про Сережу еще мягко...»

— **Вы в самом деле не читали ничего, что написал о вас Довлатов?**

— Что-то долетало. Какая-то ерунда. В «Новом американце» каждую неделю делал колонку редактора, так про меня написал: «А болван Женя Рубин все сражается с «Новым русским словом», его редактором Яковом Моисеевичем Седых...»

— **Еще писал, что вы подрались с Меттером.**

— Серьезно? Однажды мы действительно чуть не подрались. Меттер считал, в газете можно бездельничать. Эффектно стоять у окна с трубкой, как он. В перерывах пытаюсь соблазнить секретаршу. Она мне жаловалась: «Евгений Михайлович, я к Боре хорошо отношусь, но он почему-то все время хочет мной овладеть, посадив на умывальный...» Я как-то на Меттера так разошелся, что остановил машину на хайвее: «Иди домой пешком». Но драки не было, нет. Он бы меня поколотил, Меттер здоровый. Намного моложе меня.

### **«Очень скоро я с Довлатовым рассорился и ушел»**

Насчет «останавливающихся заводов» в Челябинске ради творческих вечеров Рубина — это Довлатов выдумал, конечно. Заводы функционировали. Может, чуть менее интенсивно.

Но корреспондент Рубин был выдающийся, что и говорить. Старики должны помнить. Борис Майоров так вообще всплеснул руками, когда в нашем разговоре проскользнула фамилия. Потерял интерес к прочим темам — долго расспрашивал о Рубине. Охал и качал головой.

Кому повезет — тот достанет вышедшую когда-то крошечным тиражом книжку Рубина «Пан или пропал». Обо всех мытарствах в Союзе и Штатах. О Довлатове и «Новом американце».

Мы сдержанно похвалили его книжку — но Рубин будто не услышал:

— Так что Довлатов обо мне еще начирикал? — переспросил Рубин. — Что заводы останавливались, когда я приезжал о хоккее рассказывать? Вы не шутите?

— **Боже упаси.**

— Ну, смешно! Довлатов был большой фантазер. Ради красного словца никого не жалел. Вот написал повесть «Иностранка» про одну сотрудницу, Людмилу, с «Радио Свобода». У нас были сложные отношения.

— **Это как?**

— Сначала мы дружили, потом рассорились года на два. Даже не разговаривали. Потом Сергей ко мне пришел, покаялся — и стал работать в моей ежедневной газете «Новости». Время спустя партнеры меня оттуда выжили, а Довлатов остался. Хотя говорил: «Теперь буду работать только с тобой...» В Штаты Сережа приехал на год позже меня. Сказал при встрече: «Знаешь, в спорте не понимаю ни-че-го. Совершенно не интересуюсь».

В Ленинграде знал одного боксера, ты второй мой знакомый из спорта. Но фамилию твою знаю, видел под статьями». Я тогда много печатался — и в «Правде», и в «Огоньке». Познакомились мы в Америке. Однажды сказали — на радио заглянет свежий эмигрант, никому не известный писатель по имени Сергей Довлатов. В большом зале я увидел этого человека — гигант! Огромный!

— **Настолько огромный?**

— Я потом узнал — 195 сантиметров. Остроумный, приятный, располагающий к себе. Его очень хорошо слушали, хотя рабочий день закончился. После нам было на метро в одну сторону, дорогой разговорились. Довлатов был не такой простой. Не прямолинейно симпатичный. К тому времени газета «Новый американец» уже существовала, мы создали ее втроем: я, бывший внештатный автор моего отдела по «Советскому спорту» Алексей Орлов и Борис Меттер, племянник известного писателя, автора «Ко мне, Мухтар». После встречи с Довлатовым я им позвонил: «Приехал интересный человек, очень остроумный и одаренный. Давайте его пригласим?» Так оба решительно восстали. Особенно Меттер: «Зачем нам делить доходы на четырех?!»

— **Что ответили?**

— «Какие доходы? — поразился я. — Нам до доходов дожить бы...» Как-то сломил сопротивление и позвонил Довлатову. Предложил быть четвертым. Тот обрадовался: «С удовольствием!» Оказывается, приехал он давно — и ничего не делал. Просто сидел дома. Время спустя мы должны были втроем ехать в Нью-Джерси к хозяину банка, тот обещал заем для газеты. И вдруг Довлатов говорит — я никуда не поеду.

— **Что вдруг?**

— Рассказал: «Я с вами душой, но не деньгами. Сам я ничего не зарабатываю, трудится только жена». Денег у нас ни у кого не было. Это эмигрантам 90-х было проще, им в Союзе разрешали продать свои квартиры и взять с собой сбережения. А нам-то позволяли вывезти по 130 долларов на человека. Я летел с женой и сыном — было при нас 390 долларов. Два с половиной месяца на эти деньги жили в Риме, до Америки добрались без гроша.

— **Тот отказ Довлатову простили?**

— Очень скоро я с Довлатовым рассорился и ушел. Они остались в «Новом американце» втроем. Причиной нашей ссоры был, как ни странно, бывший сотрудник «Советского спорта» Паша Дембо. Взял его, только приехавшего, на грошовую зарплату — 130 долларов в неделю. Из-за этого он потерял все пособия. Вдруг мои партнеры берут двух друзей Довлатова из газеты «Новое русское слово», хороших журналистов Вайля и Гениса, на зарплату 500 долларов в неделю...

— **Ну и что?**

— Так мне сказали: «Пусть твой Паша уходит!» Ответил им: он уйдет — и я тоже. Стали издавать свою газету, «Новости». Но я оказался совершенно бездарным бизнесменом.

### **«У Довлатова был один страшный недостаток»**

Задавая герою вопрос, мы приблизительно представляем, что услышим. Часто удивляемся, если наши ответы ярко не совпали.

Но вот Рубину задали вопрос, на который ответа не имели:

— **Будь Довлатов жив — его писательская слава укрепилась бы?**

Рубин ответил и не ответил:

— У Довлатова был один страшный недостаток — поэтому я подозреваю, что Сережа был не жилец. Он запойный. Жуткий алкоголик! Пил не регулярно — но если уж запивал, то исчезал на две недели. Его мать, Нора Сергеевна, рассказывала, что они его привязывали к кровати — Сергей в этом состоянии был неуправляем и дик. Но я этого не видел, он просто пропадал... Зато был свидетелем, в каком виде возвращался. На «Радио Свобода» не мог прочесть вслух собственную заметку. Это был умирающий человек — с пропавшим голосом, весь дрожащий. Еле двигался. С невероятным трудом выходил из этого состояния. Думаю, перспектив из-за этого не было никаких. Алкоголиком он был еще в Ленинграде.

— **Откуда вы знаете?**

— Все мы летели в Америку через Вену, а он — через Будапешт. Его мама мне рассказала, он так напился в самолете, что упал с трапа. Чудом ничего себе не сломал. Его на день оставили в Будапеште, в вытрезвителе...

— **Последнюю встречу помните?**

— Очень хорошо. Это была пятница. Рабочая неделя закончилась, все разъезжались. А Сережа — только после запоя, первый день. Говорю ему: «Серега, поехали к нам на дачу?» — «Нет, я в Бруклин. У меня там дела...» Выяснилось — там у него была женщина, то ли маникюрша, то ли парикмахерша. Отправился к ней, совершенно не окрепший после пьянства. У нее и умер. Позвонила Вайлю: «Приезжайте, возьмите своего друга».

А я на даче открыл журнал «Огонек», его вдруг стали продавать в Нью-Йорке. Наткнулся на большое интервью Довлатова, делал чуть ли не сам Коротич. И Сережа рассказывает — он приехал в Штаты, полгода валялся дома, было ему скучно, депрессия, и во время лежания ему пришла мысль: а не сделать ли в Америке русскую газету? Выдал себя за создателя «Нового американца». Жена моя рассердилась страшно: «В понедельник поеду вместе с тобой в Нью-Йорк. Пусть Сергей все скажет в глаза. Есть у него стыд?»

— **Тяжелая история.**

— В понедельник мы действительно вернулись в Нью-Йорк — на похороны Довлатова. Он лежал в гробу огромный, с согнутыми ногами. Не могли отыскать гроб под такой рост. Это было ужасно, конечно. Он и одежду-то все время покупал в специальном магазине для больших людей. Был невероятно щедрый, вечно кому-то помогал, посылал деньги в Таллинн для своей дочки... А сам очень скромно одевался. В галстук его ни разу не видел.

### **Кружочек с изображением Дзержинского**

Конечно же, мы расспрашивали о спорте. Помня, в какой газете служим.

Рубин вдруг начинал говорить с совсем другими интонациями. Голос молодел с каждой фразой. Странное дело.

Нам было удивительно предполагать, что при его-то всесоюзной славе все хоккейные знакомства оборвались. Наверняка ведь с кем-то перезванивался через океан — как вот сейчас с нами.

— Да нет, — его равнодушие показалось нам напускным.

Мы молчали, Рубин тоже.

Первым не выдержал он — и заговорил горячо, юно:

— Как-то приезжала сборная, так я общался с Виктором Тихоновым и Володей Юрзиновым. Игроки одно время боялись со мной общаться. В Сараево иду по улице — вдруг навстречу мне вся команда. Все до единого отворачиваются, будто меня не знают. Один Слава Третьяк обрадовался: «О, Евгений, здравствуйте! Как вы живете?» Очень искренне и храбро.

— **А Тихонов?**

— Тихонов тоже всегда со мной общался. Я спрашивал: «Как же ты не боишься? Вон Юрзинов меня даже не замечает...» — «Женя, я под такой защитой, что могу быть честным по отношению ко всему». Кстати, Володя Юрзинов несколько лет спустя сказал: «Мне так стыдно. Делал вид, будто тебя не замечаю». — «Володя, это было опасно». — «Но Тихонов-то к тебе подходил! А вот я — испугался...» Помню, в петлице у Юрзинова был кружочек с изображением Феликса Дзержинского.

— **Прекрасно.**

— Как-то в Нью-Йорк приезжала сборная ветеранов, был Валерка Васильев, Саша Якушев... Как они меня встретили! Я по привычке пришел на хоккей, присел где-то сбоку — так они меня заметили, вывели на площадку и сделали огромную фотографию. На следующий матч принесли майку сборной с надписью «Е. Рубин № 1». В ресторане «Националь» был теплый банкет.

### **«Потом я позорно от Яшина бегал»**

— **Вы написали три книги — с Яшиным, Борисом Майоровым и Валентином Ивановым. С кем еще хотелось бы?**

— Мне хотелось написать книгу только с одним человеком — Евгением Рубиным. И я ее в Нью-Йорке написал. А хотел я писать в Москве, но мне не давали. Каждый раз говорили: «Знаешь что? Делай-ка ты литературную запись!» Вот с Борькой Майоровым мы были в дружеских отношениях — написали книжку. А с Ивановым и Яшиным я даже не был знаком!

— **Ничего себе.**

— Яшин вообще отказывался писать с кем бы то ни было, кроме Льва Филатова. Но Филатов не пожелал у Яшина быть литзаписчиком, он только со Старостиным так книжку сделал. Идея заглохла. И вдруг Валька Иванов, с которым мы уже поработали, сказал Льву: «С Рубиным не хочешь книгу делать?» Яшин задумался: «Знаешь, с Рубиным я бы согласился. Пускай позвонит». Я пришел в гости, познакомился с семьей. Написали маленькую книжечку. Потом я позорно от Яшина бегал.

— **Книжка не удалась?**

— Наоборот. Мы собрались в Америку, а Лева настаивал, чтоб написали книгу побольше. Решили с женой: если буду поддаваться на уговоры писать книги, то не уедем никогда. Я стал от Яшина прятаться. Он был очень хороший человек.

— **Из трех книжек какая далась тяжелее?**

— Все легко. Единственное, Борька Майоров все время сетовал: «Мы с тобой сидим разговариваем, а ты ничего не записываешь!» — «Боря, что интересно — я и так запомню. Что скучно, для книжки не нужно». Ни Иванов, ни Яшин не жаловались, что я не записываю.

— **Не записывать — это правильно?**

— Нет правильного и неправильного. Все индивидуально. У меня была феноменальная память, я помнил все на свете! Заканчивал писать, перечитывал рукопись — еще много чего вспоминал.

— **Вы описали эпизод, как Анатолий Тарасов перед чемпионатом мира-66 в Любляне уговорил Старшинова и Бориса Майорова, чтоб приняли в свою тройку Ионов. Вместо Евгения Майорова. Евгения отцепили — и в скором времени он перестал появляться в сборной, завершил карьеру. Как полагаете, он простил вчерашних партнеров?**

— Думаю, не вполне. Он с ними общался, но прежней близости не было. Я эту историю узнал от Бориса Кулагина, помогавшего Тарасову в ЦСКА. Кулагин — кристально честный мужик, никогда не врал. Как-то в Архангельском Тарасов его спросил: «Как считаешь, для победы в Любляне хватит две тройки нападения — Альметова и Фирсова?» — «Конечно. А что?» — «Да Женьку Майорова хочу отцепить. Зачем нам в сборной готовить конкурентов для ЦСКА?» Кстати, незадолго до смерти Женя был у меня в Нью-Йорке, приехал вместе с Димой Рыжковым. Дмитрий сказал: «Знаешь, Женька уже еле ходит. Надо за ним приехать в гостиницу в Манхэттен. Хорошо, отвечаю, буду ждать на углу. Рыжков покачал головой: «Нет, он не дойдет. Остановливайся прямо у дверей».

— **Майоров осознавал, насколько плох?**

— Был в мрачном настроении.

### **«Альметов промаялся в Америке полгода, улетел в Москву и вскоре умер»**

Нам уж и вопросы не приходилось задавать — Рубин вспоминал сам. Как, например, приехал к нему в Нью-Йорк легендарный Александр Альметов.

Мы немедленно припоминали вычитанное в рубинской же книжке, как шутила легендарная тройка — Локтев, Альметов и Александров. В бассейне Центральных бань кидали на воду кильку в маринаде. Закусывали прямо там.

Хотели сделать старику приятное — читали! Помним!

Но вдруг слышали:

— Что-то я об этом слышал...

Мы едва удерживали смехок. Чтоб не сбить старика с мысли.

— Альметов вообще был мастер шутить. После отбоя на базе укладывал в кровать футбольный мяч и вещи так, чтоб со стороны казалось — спит человек. А сам вылезал в окно и гулял до утра. Когда в 1990-м Альметов с подружкой Галей прилетел в Нью-Йорк, то первые 18 дней жил у меня.

— **Альметов пытался в Штатах найти работу?**

— Галя сразу устроилась няней. Потом они сняли комнату. У меня был знакомый бизнесмен, который вызвался помочь Альметову с работой. Договорились о встрече. Но Сашка где-то по дороге успел надрататься, и все на этом закончилось. Такой он был человек — добрый, мягкий, но спившийся и ни к чему не пригодный. Чтобы свести концы с концами, Галя пекла пирожки, которые продавала на Брайтон-Бич. Когда простила Сашу принести ей корзинку с пирогами, тот отвечал: «Мне, олимпийскому чемпиону, ходить с пирожками?!» Он ничего не хотел делать. В итоге промаялся в Америке полгода, улетел в Москву и вскоре умер.

— Вы знали, что Альметов копал могилы на Ваганьковском кладбище?

— Галя говорила, что все это вранье. Но и Боря Майоров, и другие ребята потом подтвердили — действительно копал.

— В книжке вы писали — как в 1969-м на чемпионате мира встретили перед игрой растерянного Николая Озерова. Ему из Москвы прислали перечень выражений, которые нельзя употреблять в репортаже.

— Да! Да!

— Ну и что там было?

— Прекрасно помню — запретили употреблять фразы «друзья-соперники», «упорная борьба», «силовой прием» и прочие штампы. Говорят, чуть ли не сам Лапин, начальник Гостелерадио, составил список. И Озеров как-то ухитрился вывернуться. Держал список перед глазами — и не сказал ни разу.

### **Ревность**

Заметка та в «СЭ» не вышла — мы узнали, что такое ревность бывалых корреспондентов. Ссоры минувшего с годами только крепчают. Обрастая вы-

думанными подробностями.

Один из тогдашних членов редколлегии припомнил что-то — и произнес:

— Они сделали интервью с Рубиным! Зачем?! Делали бы уж со мной — историй не меньше...

Что ж. Отнесли в «Огонек». Ныне покойный, к сожалению.

А Евгений Рубин — он же Эрик Баскин — тихо умер в своей Америке лет пять назад. Мы узнали-то не сразу, год спустя. В России об этом не писал никто. Да и в Штатах, думаю, тоже.

Зато перечитываем сегодня — и улыбаемся:

«Когда Баскин приезжал с лекциями в Харьков и Челябинск, останавливались тракторные заводы. Вечерняя смена уходила с предприятий».

Когда-то все это озвучивалось у нас внутри голосом Довлатова. Теперь — самого Рубина.

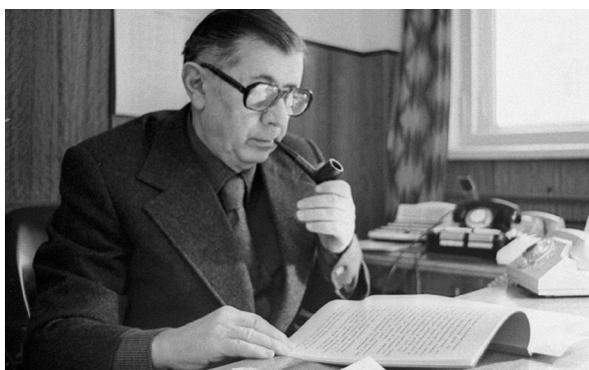
Его интонации, его глухой смешок и оттенки недоумения память сохранила отчего-то очень ясно.

*<https://www.sport-express.ru/golyshak-vspominaet/reviews/evgeniy-rubin-erik-baskin-iz-knigi-sergeya-dovlatova-golyshak-vspominaet-2100154/>*



## Юрий Изюмов Гроссмейстер Чак

Исполнилось 110 лет со дня рождения Александра Борисовича Чаковского (1913–1994), имя которого навсегда вошло в историю нашего издания, выходящего с 1830 года. В редакции между собой все называли главного редактора для краткости Чак.



За 60 лет в журналистике я знал трех по-настоящему ярких газетных редакторов: Константина Симонова, Алексея Аджубея и Александра Чаковского.

Александр Борисович Чаковский был последним из этой плеяды. С неизменной сигарой, всегда элегантно одетый, со множеством людей первой величины знакомый и абсолютно всем известный, напористый, острый на язык, он выделялся в любой среде, в любой обстановке.

Чаковский рано вступил в литературу. Его первая публикация датируется 1937 годом. У него не было ни протекции, ни связей. Всего, чего он достиг, он достиг сам, собственным трудом и талантом. Член ЦК КПСС, депутат Верховного Совета СССР, Герой Социалистического Труда, лауреат Ленинской, Сталинской и нескольких Государственных премий, секретарь правления Союза писателей СССР — это только основные знаки его общественного положения. Главным же, что все определяло, была «Литературная газета».

Я считаю Чаковского редактором номер один советского периода. Придуманная и созданная им 16-страничная газета была совершенно новым типом издания. Единственная и неповторимая, как ее редактор, «ЛГ» во многом выражала, а в чем-то и предопределяла развитие общества, была неотъемлемым явлением его духовной жизни. Миллионы людей самого читающего

тогда народа даже представить себе не могли существование без «Литературки». Это не преувеличение, что могут подтвердить представители самых разных социальных слоев, возраста и положения.

### Дороги, которые мы выбираем

Александр Борисович Чаковский родился 26 августа 1913 года в Петербурге. Детские и отроческие годы Чаковского прошли в Самаре. А в 17 лет он отправился в Москву — начинать самостоятельную жизнь.

Александр Борисович поступил на Московский электростанционный завод, освоил рабочую специальность электрика, вступил в комсомол, начал печататься в заводской многотиражке. По прошествии некоторого времени выходит первая книга, которой А. Б. Ч. гордился до конца жизни, — брошюрка «Как термичка изгоняла брак».

Чаковский поступает на вечернее отделение юридического института, затем переходит в только что открывшийся Литературный институт, который оканчивает в 1939 году. В Литинститут ему посоветовал идти Федор Панфёров, редактор журнала «Октябрь», после того как опубликовал очерк Чаковского об Анри Барбюсе. Работает в редакции газеты Московского военного округа «Красный воин» и продолжает учебу в аспирантуре знаменитого ИФЛИ. Пишет литературные портреты Мартина Андерсена-Нексе, Николая Островского, Адама Мицкевича, Эмиля Золя, первую повесть о Парижской коммуне и ее участнице, поэтессе Луизе Мишель.

С началом войны Чаковский становится военным корреспондентом газет Волховского, Ленинградского, а затем 3-го Прибалтийского фронта. В 1941 году вступает в партию. Много ездит, много пишет. Часто бывает в осажденном Ленинграде. Виденное и пережитое там легло в основу повести «Это было в Ленинграде». Александр Борисович говорил о ней: «Лучшее, что я написал».

Потом выходят романы «У нас уже утро», получивший в 1950 году Сталинскую премию, и «Дороги, которые мы выбираем», повести «Год жизни», «Свет далекой звезды», «Невеста». 1950–1951 годы Чаковский проводит в Северной Корее, в разгар американской агрессии, в качестве специального корреспондента «ЛГ», пишет там повесть «Хван Чер стоит на посту».

В 1955 году Чаковского назначают главным редактором журнала «Иностранная литература». А. Б. Ч. сделал отличный журнал, быстро завоевавший большую популярность. Полагаю, именно успехи Александра Борисовича на редакторском поприще предопределили его назначение в «Литературную газету».

**Об авторе:** Юрий Изюмов, первый заместитель главного редактора «ЛГ» с 1980 по 1990 год.

Уже будучи ее главным редактором, он создает свою главную книгу — роман-эпопею «Блокада», ставшую вершиной его творчества. События героической и трагической обороны Ленинграда он изображает на широком фоне Второй мировой войны с ее главными действующими лицами. Автор ввел в состав персонажей романа Сталина, Жукова, Ворошилова, Жданова, Кузнецова (под псевдонимом), Говорова, описал их действия и поведение в реальных ситуациях. Таких книг о войне до «Блокады» не было.

Работа над «Блокадой», а затем над сценарием по ней заняла у Александра Борисовича много лет, пришедшихся на наиболее плодотворные в творческом отношении годы. В дальнейшем он написал политический роман (опять первым) «Победа», книгу о последнем годе жизни Рузвельта «Неоконченный портрет», роман «Нюрнбергские призраки», выпустил сборник своей публицистики «Литература, политика, жизнь».

### **Свет далекой звезды**

Чаковский создавал ту «Литературную газету», что стала всеобщей любимицей в 70-е и 80-е годы, не на пустом месте. Фундаментальные ее основы были заложены Константином Симоновым, а если строго следовать истине — Сталиным.

В 1962 году, когда А. Б. Ч. стал главным редактором, Симонов рассказывал ему о встрече со Сталиным при своем назначении.

— Мы хотим, чтобы «Литературная газета» была левее правительства, — сказал тогда Сталин. — Работайте исходя из этого. Если вы будете ошибаться — вас поправят. Иногда серьезно поправят. Но вы не обращайтесь на это внимания и продолжайте делать газету по-прежнему.

В чем секрет огромной популярности «ЛГ» Чаковского? В ее непохожести на другие газеты? Да. В глубине и смелости ее выступлений? Да. В разнообразии тем и жанров? Да. В талантливости авторов? Да. Есть, однако, еще одна причина, называть которую, может быть, не совсем корректно по отношению к ее читателям. Газета в целом была умнее основной читательской массы.

Критические выпады «Литгазеты» почти всегда вызывали бурные протесты объектов критики. Но в ЦК КПСС, куда они поступали от обиженных секретарей обкомов или министров, крайне редко находились желающие передавать их Чаковскому. Даже среди секретарей ЦК. А о работниках ниже рангом и говорить не приходится. Невозможно представить себе, что какой-нибудь инструктор или завсектором «воспитывал» члена ЦК КПСС Чаковского, как редакторов других газет.

В газете существовал твердый порядок оценки новых литературных произведений. По прошествии

каждого месяца литературные отделы на заседании редколлегии вносили свои предложения: что из новинок похвалить, что поругать, что проигнорировать, что подвергнуть всестороннему анализу. В обсуждении участвовали все желающие, решение принималось коллективно. В спорных случаях редактор советовался с руководством Союза писателей, с отделом культуры ЦК КПСС. Иногда и оттуда поступали рекомендации. Но случалось это крайне редко: слишком высок был авторитет Чаковского, да и подсказки он воспринимал только те, которые соответствовали или не противоречили его точке зрения. Давить на Александра Борисовича было бесполезно, он давал такой «отлуп», который во второй раз никто получать не хотел.

Многие испытывали чувство благодарности за выбитые им квартиры, автомашины и прочие житейские блага. Были, конечно, у главного и недруги в редакции, но до поры до времени они это скрывали. Хотя критика никогда не возбранялась. Были даже записные зоилы, например редактор отдела экономики Александр Ильич Агранович (А. Левиков). Несколько раз в год Агранович, назначаемый дежурным критиком на летучках, где разбирались вышедшие номера, принимал на себя роль бесстрашного борца за правду и произносил пылкие нелицеприятные речи в адрес руководства газеты. Но к этому все давно привыкли и относились спокойно. У Чаковского обычно тоже хватало чувства юмора, никаких угнетений со стороны администрации наш трибун никогда не ощущал.

### **Неоконченный портрет**

По характеру А. Б. Ч. был человеком резким, агрессивным. Это простекало и из его темперамента, и из убеждения, что наступление — лучшая оборона. На съездах, пленумах и совещаниях он был трибун, воитель, громовержец.

Полемистом Чаковский был отличным. Вступать с ним в словесный поединок было делом безнадежным. Если не хватало аргументов, А. Б. Ч. подавлял оппонента неудержимым напором. Его умению высказать и отстаивать свою точку зрения оставалось только завидовать.

Судьба каждому отпускает свой срок, чтобы проявить всё, на что человек способен. Пушкин в одном из писем писал: писать стихи можно до 30 лет. Редактировать одну из газет мирового значения можно тоже только до определенного возраста. Чаковский покинул свой пост в 1988 году по предложению ЦК КПСС. Время наступило такое, что по возрасту и состоянию здоровья он уже не мог твердо держать в руках редакцию.

Александр Борисович Чаковский умер 17 ноября 1994 года. Похоронен на Новокунцевском кладбище.

<https://lgz.ru/article/-34-6899-30-08-2023/grossmeyster-chak/>



*Вера Харченко*

## **«Моя задача — вспахать землю...»**

*О книге «А. М. Ломов. Избранные труды»*

*(Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2023. 133 с.)*

*Аннотация: анализируется сборник избранных научных трудов воронежского ученого А. М. Ломова. Говорится об актуальности идеи о ведущей роли предложения в синтаксисе, об исследовании А. М. Ломовым «Слова о полку Игореве» с позиций веяний поздних эпох, о В. И. Дале как основателе уникального словаря и его огромной работе по систематизации собранных фактов. Проводится мысль о ренессансных истоках ученого, становящегося примером для новых поколений лингвистов.*

*Ключевые слова: А. М. Ломов, И. П. Распопов, предложение, «Слово о полку Игореве», инотекстовые актуализаторы, В. И. Даль.*

Имя воронежского ученого Анатолия Михайловича Ломова (1935–2018) широко известно в лингвистических кругах, и не только в лингвистических. Сразу вспоминаются следующие опусы синтаксиста: это монография «Типология русского предложения» [1], понятийный словарь-справочник «Русский синтаксис в алфавитном порядке» [2] и, конечно же, монография ««Слово о полку Игореве» и его автор» [3]. Эти труды переиздаются в Москве: вышло третье издание, четвертое... А «Основы русской грамматики: морфология и синтаксис» [4]! А «Очерки по русской аспектологии» [5]! Этих работ тоже немало.

Мы привыкли к изданиям избранных сочинений писателей, поэтов, но Воронежский государственный университет выпустил книгу «Избранные труды» ученого [6]. Чем отличается эта книга? Во-первых, она небольшая по объему (133 страницы), что удивительно, нам привычнее толстые, многостраничные избранные труды. Но здесь подключается следующая особенность: «во-вторых». Во-вторых, в эту книгу включены как раз те статьи, которые трудно достать сейчас, и не только потому, что прошло пятьдесят лет с момента первой публикации, но которые существенно повлияли на ход синтаксической мысли, а значит, не потеряли своей животрепещущей злободневности и в третьем десятилетии XXI века. В-третьих, все эти публикации касаются самых главных моментов развития лингвистической мысли. Но по порядку.

**Об авторе:** Харченко Вера Константиновна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и русской литературы Белгородского государственного научно-исследовательского университета.



А. М. Ломов стоял на плечах предшественников лингвистической мысли. Вот характерная заметка «Но посев новых идей, который И. П. Распопов вменял в обязанность следующему поколению ученых, неожиданно прекратился. Юношеский лингвистический задор 60-х — начала 70-х годов совершенно угас, и синтаксические реки и ручейки в наши дни почти полностью пересохла. В этом убеждает анализ квалификационных работ молодых ученых. В них синтаксическая проблематика почти не обсуждается...» [6, с. 128]. Это отрывок из статьи 2018 года, так что актуальность явно просматривается, лежит на поверхности. Но надо сказать, что «предшественники» были разные, и И. П. Распопов категорически подчеркивал, что в синтаксисе все вращается вокруг предложения, а словосочетание и сложное синтаксическое целое — это феномены операционного характера. То есть ученый шел за позицией не А. А. Шахматова и Ф. Ф. Фортунатова,

а за традициями Ф. И. Буслаева и А. А. Потебни. «Моя задача — вспахать землю и уничтожить сорняки. Здесь миндальничать нельзя. А вот сеять — дело вашего поколения. Там и можно быть добрым» [6, с. 126]. Правда, его любили не только за талант, но еще за остроумие, за то, что он находил для всякого собеседника что-то приятное, причем он не льстил, а говорил о чем-то действительно бывшем» [6, с. 125]. Так школу оптимального отношения к коллегам постулировал в своих воспоминаниях Анатолий Михайлович Ломов.

Мы упомянули выше о «Слове о полку Игореве». О, здесь многое прочитывается, и хорошо бы посмотреть на первоисточник, в котором обсуждался вопрос об авторе «Слова...». Мы не будем раскрывать суть исследования А. М. Ломова, повествующего о сходстве «Слова...» с военными повестями давних лет. Мы поведем речь о частном вопросе, об «инотекстовых актуализаторах», которым и посвящен материал статьи. И здесь важно следующее. Много в «Слове...» остается неизвестным: когда начался поход, где находится Каяла, куда увезли половцы плененного Игоря, через какое время он убежал из плена, с кем вступил в кровавый спор половецкий князь Всеслав и чем этот спор закончился. «Но информативная скудость «Слова...» — факт лишь кажущийся: он представляет собой закономерное следствие особого художественного приема, использовавшегося в памятнике» [6, с. 114]. Этот прием назовем приемом ассоциативного ввода внетекстовой информации. И далее говорится... о Робинзоне Крузо. «Теперь же, с омерзением вглядываясь в свое прошлое, Робинзон просит у Бога только избавления от бремени грехов, лишивших покоя его душу. Об избавлении от одиночества он больше не молится, таким пустяком стало оно ему казаться» [6, с. 119]. И хотя эти произведения разделяют четыреста лет, удивительно, как совпадают мысли больших мастеров! А дальше сравнивается «Слово...» с романом В. В. Набокова «Подлинная жизнь Себастьяна Найта». Чувствуется потребность в особом читателе, читателе-сообщнике, чтобы понять многие важные намеки и отсылки. Но таким замечательным читателем, прежде всего, и был Анатолий Михайлович Ломов, иначе бы мы не обратили внимания на сходство «Слова...» с рядом более поздних известных работ. Здесь же анализируется икона «Троица» А. Рублёва, при этом подчеркивается мысль об отсутствии комментариев, которых нет, но которые домысливаются человеком, смотрящим на икону.

Многие статьи в книге «Избранные труды» посвящены вопросам о сути высказываний, отличиях их от предложений, о недопустимости считать предложения типа «Идёт», «Без сахару» неполными. Это по синтаксису. Но в начале сборника есть статьи, посвящаемые разговорному стилю в языке газеты и письменным эквивалентам таких разговорных конструкций. Есть статьи, посвящаемые частеречной классификации, включена статья о диалоге в преподавании русского языка иностранцам. Но мы сейчас остановимся на статье, которая кажется нам наиболее актуальной: «Две жизни одного человека». Это статья о В. И. Дале. Там в самом начале приводятся слова Пушкина: «Владимир Иванович на всю жизнь запомнил слова поэта:

«Сказка — сказкой, а язык наш сам по себе, и ему-то нигде нельзя дать этого русского раздолья, как в сказке. А как это сделать — надо бы сделать, чтобы выучиться говорить по-русски и не в сказке... Да нет, трудно, нельзя еще!» И тогда-то, видимо, Пушкин и посоветовал Далю заняться составлением словаря живого русского языка» [6, с. 75].

Статья называется «Две жизни», и это справедливо. Подробнейшим образом описывается жизнь Даля как храброго воина, воевавшего с турками (за что получил орден Святой Анны третьей степени и Георгиевскую медаль на ленте), как строителя моста через Вислу, по которому оказалось возможным перебросить на противоположный берег целую артиллерию. Говорится о работе Даля как врача в те дни, когда из трехсот врачей более двухсот погибло от чумы, турецких сабель, пуль и снарядов. Повествуется об операциях на глазах (именно они послужили основанием для избрания Даля в члены-корреспонденты Академии наук по естественному отделению), раскрывается его работа как чиновника особых поручений, статского советника, описывается, как он управлял удельной конторой. Впоследствии крестьяне, знавшие Даля, вспоминали: «Там борону починил, да так, что нашему брату и не вздумать, там научил, как сделать, чтобы с окон зимой не текло да угару в избе не было, там лошадей крупинками своими вылечил, а лошадь такая уж была, что хоть в овраг тащи» [6, с. 80].

Такое внимательное, подробное повествование о первой жизни Даля дает многое, открывает сущность человека Ренессанса, показывает, как всё это потом сказало на его второй жизни — составлении словаря. Кстати, слово «толковый» мы употребляем вслед за Далем, обозначая этим словом словари. Эта «вторая жизнь» тоже может служить нам уроком. Во-первых, сам факт состоявшейся корректуры: не один, не два, а четырнадцать раз проверить — такова мощностная планка каждого слова. Во-вторых, это забота о читателе: инвективы (нецензурные слова) не входят в словарь, но они должны изучаться. Даль оставил их за рамками словаря. Такой урок подан нам, и мы должны следовать этому уроку, несмотря на то, что время от времени раздаются голоса о «полном» печатании «Толкового словаря...» В. И. Даля. В-третьих, это постоянная, вплоть до последних минут забота о пополнении словаря: 22 сентября 1872 года Даль продиктовал дочери последнее слово, и через несколько часов Даля не стало. Он ценил время, и время давало ему возможность тщательной работы над каждым словом — почему этот словарь до сих пор в ходу, не устаревает, не исчезает, не становится редкостью.

Итак, А. М. Ломов — синтаксист. Да-да, он трепетно относился к важнейшим парадоксам синтаксиса, считая, что предложение есть и остается ведущей единицей, объединяющей весь синтаксический расклад современных исследований. Но А. М. Ломов был еще и выдающимся текстологом, внимательно изучающим «Слово о полку Игореве» и предложившим свой собственный подход, отличный от будто устоявшегося традиционного подхода. Но А. М. Ломов был и горячим сторонником В. И. Даля, подчеркнувшим роль А. С. Пуш-

кина в становлении самой идеи словаря и реализовавшим фантастически сложную работу по сбору и систематизации собранных сокровищ языка в единстве его диалектной и общероссийской составляющих. Это все по крупному счету, хотя «Избранные труды» содержат ряд и других ипостасей этого человека.

Что можно сказать в заключение? Перед нами человек Ренессанса, ученый, остающийся живым, то есть вдохновенно отвечающим за сложные пути развития отечественной науки.

Как видим, «Избранные труды» А. М. Ломова — книга современная, нужная и, что немаловажно, весьма интересная для читателя, кем бы он себя ни чувствовал и сколько бы лет ему ни было.

г. Белгород

### **Литература**

1. Ломов А. М. Типология русского предложения: монография / А. М. Ломов. — 3-е изд., стер. — М.: Флинта, 2022. — 280 с.
2. Ломов А. М. Русский синтаксис в алфавитном порядке: понятийный словарь-справочник / А. М. Ломов. — Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004. — 399 с.
3. Ломов А. М. «Слово о полку Игореве» и его автор: монография / А. М. Ломов. — 3-е изд., доп. — М.: Флинта, 2020. — 293 с.
4. Распопов И. П. Основы русской грамматики: Морфология и синтаксис / И. П. Распопов, А. М. Ломов. — Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1984. — 352 с.
5. Ломов А. М. Очерки по русской аспектологии: монография / А. М. Ломов. — 2-е изд., стер. — М.: Флинта, 2021. — 141 с.
6. Избранные труды / А. М. Ломов; сост.: Т. М. Ломова, П. Б. Кузьменко; авт. предисл. Ж. В. Грачева. — Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2023. — 133 с.



Яна Соломина

## Формирование цифрового имиджа преподавателя высшей школы

*Аннотация: в статье рассматривается вопрос формирования цифрового имиджа педагога вуза. Внимание обращено на цифровые компетенции современных преподавателей, а также на аспекты, которые затрудняют успешную «цифровую социализацию» педагогических кадров.*

*Ключевые слова: имидж педагога, цифровой имидж, цифровая компетентность, цифровые компетенции.*

В современных реалиях процесс цифровизации проник практически во все сферы жизнедеятельности общества. Не стал исключением и образовательный процесс, который напрямую столкнулся с влиянием электронных технологий и необходимостью формирования цифрового имиджа преподавателя высшей школы.

Стимулом для масштабирования прецедентов выхода имиджа педагога вуза в цифровое поле, безусловно, стала пандемия коронавирусной инфекции. Именно она положила начало временному переходу студентов к дистанционному формату обучения и сформировала запрос на быструю адаптацию к переменам со стороны не только учащихся, но и педагогов. Ранее работа с электронной средой велась преимущественно на усмотрение самого преподавателя, но с недавних пор она стала неотъемлемой частью процесса обучения.

Подобная тематика на данном этапе недостаточно изучена и разработана российскими исследователями, в том числе в силу своей новизны. В этой связи представляется важным рассмотреть феномен цифрового имиджа педагога высшей школы и обосновать целесообразность его создания и применения в современных условиях в качестве инструмента роста авторитета и узнаваемости преподавателей как во внутренней среде вуза, так и во внешней — среди абитуриентов и их родителей.

Интернет выступает особым полем для презентации личностного и профессионального образа педагога высшей школы, а также является одним из наиболее популярных каналов коммуникации [1, с. 40–41]. Безусловно, это сказывается на требованиях к пре-

подавателям высшей школы, которым необходимо быть вовлеченными в новую реальность, проявлять активность на корпоративных порталах вузов, личных страницах в социальных сетях, поддерживать коммуникацию со студентами в режиме онлайн и всячески наращивать свое цифровое присутствие.

В числе навыков, которые оказывают влияние на восприятие цифрового имиджа педагога, по нашему мнению, необходимо отдельно выделить:

- владение преподавателями онлайн-инструментарием в целом для успешного наращивания цифрового присутствия;
- разработку визуально привлекательных и комплексных учебных материалов, их интеграцию в цифровое поле на портал вуза, личную страницу в соцсети, канал в мессенджере и пр.;
- продвижение личного бренд-имиджа и цифрового портфолио;
- применение возможностей интернета для профессионального роста и развития, включая членство в профессиональных сообществах, тиражирование собственных исследовательских разработок с целью повышения индекса Хирша и др.

Интересно, что учащиеся зачастую составляют свое мнение о педагоге на основе мониторинга интернета. Анализ вторичных социологических данных по теме свидетельствует о том, что для студентов характерно искать информацию о преподавателях вуза [2, с. 626], выражать интерес к характеристикам, которыми удостоили их другие учащиеся.

В связи с появлением цифрового компонента имиджа актуализировалась необходимость его анализа и, конечно же, оценки. Таким образом, в научный обиход вошло понятие «цифровая компетентность» [2, с. 618]. Обобщив существующие подходы, под цифровой компетентностью педагога высшей школы мы будем понимать его способности в оперативной адаптации к цифровой среде для полноценной реализации собственных знаний, умений и навыков обучения, а также профессионального развития и совершенствования путем использования новых возможностей информационного поля. Это расширение собственных профессиональных связей, участие в мероприятиях в «удаленном» формате, разработка качественного цифрового контента и др.

Вопрос о том, как объективно оценивать цифровые компетенции того или иного педагога, на данном этапе до конца не проработан. Как правило, в рамках каждого вуза существуют свои базовые требования

**Об авторе:** Соломина Яна Александровна, зам. начальника аналитического отдела АУ ВО «Аналитический центр правительства Воронежской области», студентка 1-го курса магистратуры (направление «Социология», профиль «Социологическое образование»).

к цифровому представительству сотрудников. При этом внимания заслуживает набор оснований для оценки компетенций подобного рода, представленный в Европейской рамке цифровых компетенций для преподавателей [3, с. 31–32].

1. Профессиональная вовлеченность — организационная коммуникация, профессиональное сотрудничество, практика рефлексии, цифровое представительство и пр.

2. Преподавание и обучение в цифровой среде.

3. Практика оценивания учащихся, в том числе своевременная обратная связь и планирование, проработка стратегий оценивания.

4. Расширение возможностей студентов — доступность и инклюзивность, дифференциация и персонализация, активное вовлечение учащихся.

5. Развитие цифровой компетентности учащихся — информационная и медиаграмотность, коммуникация и пр.

6. Владение цифровыми ресурсами — выбор ресурсов для профессиональной деятельности, создание и редактирование материалов в их рамках и др.

Так, для развития цифровой грамотности преподаватели сталкиваются с необходимостью осваивать электронные образовательные платформы, виртуальные обучающие среды (Moodle, Coursera и др.), приложения для онлайн-конференций и встреч (Zoom, Skype и проч.), веб-сервисы Google (Google Classroom, Google Forms, Google Hangouts и пр.), библиографические, полнотекстовые и реферативные базы данных (SCOPUS, Web of Science, Medline и пр.), научную электронную библиотеку e-library [4, с. 64] и др.

В контексте анализа исследуемого имиджа преподавателя высшей школы мы выделили некоторые сложности, которые затрудняют успешную «цифровую социализацию» педагогических кадров. Это:

Проблема «старения» преподавательского состава. С возрастом педагогам сложнее адаптироваться к новой цифровой реальности и вырабатывать оптимальные способы коммуникации с учащимися. В условиях пандемии переход в цифровую плоскость произошел довольно резко, и далеко не все преподаватели оказались к этому готовы.

Недостаточное количество сопроводительной работы со стороны руководства вуза для успешного освоения цифрового пространства. Отзывы педагогов говорят о том, что далеко не во всех вузах были предусмотрены курсы и специализированные занятия для облегчения перехода в цифровое поле и обоснования важности создания цифрового имиджа [5, с. 38]. Многие инструменты ранее не использовались, и их самостоятельное освоение требовало определенных временных издержек. Отсюда вытекают проблемы, представленные ниже.

Во-первых, нехватка времени. Переориентация подходов к обучению с формата «лицом к лицу» в дистанционное поле обозначила запрос на реформатирование учебных материалов. Всё это требует дополнительного времени, которое преподаватель вынужден уделять образовательному процессу, чтобы приспособиться к новой реальности с минимальными потерями

в качестве усвоения учебных материалов учащимися.

Во-вторых, увеличившаяся учебная нагрузка. В целом педагоги высшей школы столкнулись с необходимостью выделения дополнительного времени на освоение новых технологий.

Тем не менее для того, чтобы успешно работать в среде новых цифровых технологий, освоение новых навыков является неизбежным. Потенциально техническую работу по переводу в цифровую плоскость учебных дисциплин и материалов к ним можно было бы переложить на методистов и ассистентов [6, с. 96], но это потребует дополнительных стимулирующих мер, в том числе материального характера, к которым система образования на данном этапе не готова.

Несмотря на все сложности, нам необходимо понимать, что различные аспекты цифровизации будут всё больше и больше входить в обыденную жизнь, поэтому педагогам высшей школы необходимо адаптироваться к новой реальности и уделять внимание созданию позитивного цифрового имиджа. Логично рассматривать цифровую плоскость не как бремя, а как своеобразное «окно новых возможностей», благодаря которому педагоги получают доступ к неограниченным ресурсам: огромным объемам информации, оперативному обмену опытом с коллегами, повышению собственной узнаваемости, быстрому налаживанию контакта с учащимися, участию в дистанционных мероприятиях по профилю деятельности.

При этом следует учитывать, что преподавателю необходимо стремиться идти в ногу со временем, развивать свой цифровой профиль и постигать законы успешной самопрезентации в интернет-среде. Это создаст условия для успешной самореализации и самоактуализации, повысит личную конкурентоспособность и позитивно скажется на конкурентоспособности учебного заведения, в котором преподаватель работает.

Кроме того, социологические опросы подтверждают ключевую роль преподавателей в создании имиджа вуза. Данные исследования представлений студентов ВГУ о ключевых характеристиках образа вуза и проблемных зонах в его формировании<sup>1</sup> позволили выявить тот факт, что именно репутация педагогических кадров выступает важнейшей коммуникационной составляющей формирования имиджа и бренда ВГУ [7, с. 45].

Таким образом, создание позитивного педагогического имиджа, в том числе в цифровой плоскости, — актуальная задача для современных педагогов высшей школы.

г. Воронеж

## Литература

1. Лободенко Л. К. Формирование имиджа преподавателя вуза в цифровом информационно-коммуникационном пространстве / Л. К. Лободенко и др. // Вестник Южно-Уральского

<sup>1</sup> В эмпирическом исследовании 2021 г. был использован метод анкетного опроса, в котором приняли участие 256 человек. Выборочная совокупность строилась на показателях факультета и курса.

- государственного университета. Сер. Образование. Педагогические науки. — 2022. — № 4. — С. 40–55.
2. Тимохина Г. С. Моделирование цифрового имиджа преподавателя вуза / Г. С. Тимохина, О. И. Попова, Н. Б. Изакова // Интеграция образования. — 2022. — Т. 26. — № 4. — С. 613–636.
3. Брольпито А. Цифровые навыки и компетенция, цифровое и онлайн-обучение / А. Брольпито. — Турин: Европейский фонд образования, 2019. — 84 с. — Режим доступа: [https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2019-08/dsc\\_and\\_dol\\_ru\\_0.pdf](https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2019-08/dsc_and_dol_ru_0.pdf) (дата обращения: 15.06.2023).
4. Воронова Ю. А. Процесс цифровизации в современном образовании / Ю. А. Воронова // Балтийский гуманитарный журнал. — 2021. — Т. 10. — № 1 (34). — С. 63–65.
5. Монахов Д. Н. Влияние пандемии COVID-19 на образовательные технологии / Д. Н. Монахов // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. — 2022. — № 2. — С. 35–49.
6. Лукашенко М. А. Цифровой имидж преподавателя предпринимательского университета / М. А. Лукашенко, Н. В. Громова, А. А. Ожгихина // Высшее образование в России. — 2021. — № 7. — С. 91–104.
7. Красова Е. Ю. Имидж Воронежского государственного университета в представлениях студентов / Е. Ю. Красова // Вестник ВГУ. Сер. История. Политология. Социология. — 2022. — № 1. — С. 42–48.

## **Российские научные журналы попали под контроль гражданина из США**

*Зачем России научные журналы? Чем научный журнал отличается от научно-популярного? Кто торгует научными статьями наших ученых? Как американский гражданин А. Шусторович подмял под себя лучшие российские журналы? Сколько Россия платит иностранцам за то, чтобы результаты наших ученых увидел Запад? И почему западные издатели, представляющие российскую науку, платят нашим ученым за издание журналов много больше, чем родное государство? Об этом и других проблемах научных изданий РАН главному редактору «Аргументов недели» Андрею УГЛАНОВУ рассказывает советский и российский физик, академик РАН, доктор физико-математических наук, профессор, один из ведущих ученых Физтеха им. Иоффе в Санкт-Петербурге Андрей Георгиевич ЗАБРОДСКИЙ.*

### **Семеро с сошкой, один с ложкой**

— Помимо звания академика РАН и главного научного сотрудника самого авторитетного в мире питерского физико-технического института имени Иоффе, которому в этом году исполняется 105 лет, вы — главный редактор уникального научного «Журнала технической физики», который издается с 1931 года. В период расцвета советской науки весь остальной мир узнавал о наших открытиях и научных достижениях из советских журналов. Я, к примеру, постоянно читал «Науку и жизнь». Но это было лишь популярное изложение научных открытий и знаний.

— Жизнь ученого, который не работает на оборонную или коммерческую компанию, немыслима без научного журнала. Через него он доносит свои результаты до других ученых в России и за рубежом. Наиболее востребованные за рубежом журналы переводятся на иностранные языки, главным образом английский, который имеет статус международного языка научного общения. Если содержание оригинала и перевода совпадает, то говорят об оригинальной и переводной версии одного и того же журнала. До эпохи Интернета журналы издавались и распространялись в бумажном виде, отдельные статьи пересылались адресату в виде оттисков. Ныне бумажная форма — скорее экзотика для подписчиков типа больших библиотек. Оттиски же вытеснили распространяемые через Интернет электронные формы журнальных выпусков и статей. Научный журнал публикует от нескольких десятков до сотен статей в год, сгруппированных в выпуски, которые выходят с периодичностью от двух недель до трех месяцев.

— Процесс подготовки научного журнала к выходу похож на процесс подготовки обычного издания?

— Похож, но лишь внешне. По сути же, он регламентирован множеством писаных и неписаных правил, сложившихся на мировом рынке научной периодики. Подготовка и выпуск научного журнала включают три основных процесса: составление, издание и рас-

пространение. Составление — это кропотливая работа редакции, редколлегии, ведущих ученых-рецензентов и научных редакторов с поступившими в редакцию рукописями. При этом значительный процент рукописей отклоняется, а остальные, как правило, направляются авторам на доработку. Работу эту возглавляет главный редактор, назначаемый учредителем журнала, в случае академических журналов — Президиумом РАН. Составление — наиболее трудоемкий процесс, на который приходится более половины всех трудозатрат. Процесс издания оригинальной версии включает подготовку так называемого оригинал-макета статьи или выпуска в электронной форме, выставление его на сайте издателя и выпуск бумажных экземпляров по подписке. На основе оригинальной издается переводная версия, работа над которой включает перевод, создание оригинал-макета и размещение на сайте издателя электронных версий, а также печать, рассылку бумажных экземпляров и пересылку оригинал-макета компании-распространителю. Последняя распространяет их со своего сайта и в бумажном виде. Хотя распространение — наименее затратный этап, он оказывался наиболее высокооплачиваемым, особенно если речь идет о загранице.

— Как обычно, львиная доля барышей достается не тем, кто делал, а тем, кто продает?

— Да. В силу того, что рынок распространения научной периодики крайне монополизирован. Но сейчас ситуация в мире меняется: переход на всеобщий «открытый доступ» (т.е. бесплатный для читателей) приведет к тому, что плату будут брать при подаче принятых статей от авторов. В мире началась борьба за авторов.

— Много ли у нас академических научных журналов?

— РАН является учредителем примерно 160 научных журналов РАН, из которых 100 — переводные. Вместе они относятся к лучшим и наиболее цитируемым российским журналам. До 2018 года издание их оригинальных русскоязычных версий осуществляло издательство «Наука», старейшее в стране, организованное через несколько лет после создания Российской академии наук в 1724 году по указу Петра I.

### **Прихватизация по-научному**

— В моей жизни был интересный момент, когда издательство «Аргументы недели» обратилось в РАН со стандартным предложением оказать услуги по изданию, печати и распространению научных журналов. Ответ РАН меня обескуражил. Оказалось, что все научные журналы России, как на русском языке, так и на английском, издает и распространяет некая американская фирма, во главе которой стоит некто Александр Шусторович, сын члена-корреспондента

АН Советского Союза Евгения Шусторовича, который со всей семьей уехал в США в 1977 году, когда Шусторовичу-младшему было 11 лет. С тех пор он засветился много где. Например, создал компанию Pleiades Group, которая при содействии тогдашних министра атомной энергии Михайлова и министра иностранных дел Андрея Козырева занималась посреднической деятельностью при продаже обогащенного урана из России в США. А в 1997 году РАН и фирма Шусторовича Pleiades учредили ООО «Международное академическое агентство «Наука»». Одним словом, меня с моим предложением послали далеко и надолго. Это было лет 15 назад. А что сейчас? Как обстоит дело с англоязычными версиями?

— Издание и распространение англоязычных версий с начала 1990-х годов осуществляется за малым исключением компанией Pleiades Publishing, зарегистрированной на Британских Виргинских островах, руководит которой тот самый Алекс Шусторович. Впоследствии Pleiades Publishing передала функцию распространения компании «Шпрингер», имеющей в своем портфеле около 2000 научных журналов. Правовую основу взаимодействия российских учредителей с Pleiades Publishing составляют лицензионные соглашения на передачу ей во временное пользование англоязычных названий (торговых марок).

Pleiades Publishing издает англоязычные версии 100 академических журналов в пакете Russian Library of Science (RLS) из 200 лучших российских журналов, которые индексируются в зарубежных базах данных: Web of Science (США) и Scopus (Нидерланды), что делает их привлекательными для авторов и облегчает распространение. Отмечу, что название пакета отражает интерес мирового научного сообщества к российской науке. С 2018 года в связи с банкротством издательства «Наука» рынок издания русскоязычных журналов РАН изменился. По предложению РАН ряд крупных институтов стал самостоятельно издавать свои журналы: Математический институт им. В. А. Стеклова, Физико-технический институт им. А. Ф. Иоффе РАН, Институт общей химии РАН. Основной же аукцион РАН на издание русскоязычных версий академических журналов стали выигрывать компании, подконтрольные Pleiades Publishing, иногда ценой невероятного демпинга, когда цена падала «в минус» (!). Подоплека таких побед «любой ценой» прояснилась позже.

— Похоже на классический рейдерский захват из наших нулевых. И каков же результат этого захвата?

— Да, похоже. Но главной целью оказался захват переводных англоязычных версий. Удалив в 2017 году с их обложек все атрибуты, указывающие на происхождение от русскоязычных оригиналов, Pleiades Publishing оформила в 2020 году в патентном ведомстве США (USPTO) заявки на закрепление за собой права владения и использования англоязычных названий 200 издаваемых ею российских журналов из пакета RLS, включая 100 журналов РАН. С 2021 года это отразили все базы данных, став числить наши журналы принадлежанием США, их университетам и институтам. Особенно нелепо это выглядит по отношению к многочисленным вестникам, имевшим в бренде название российского учредителя. Эта пиратская акция подорвала основу

действующих лицензионных соглашений между российскими учредителями и Pleiades Publishing.

— Украли бренды? Но журналы надо еще наполнять содержанием. Неужели банально воровали статьи из русских версий?

— Нет, задачу наполнения «своих» журналов Pleiades Publishing решила более изящно: руками главных редакторов через радикально переделанные ею с 2020 года договоры авторского заказа, ежегодно заключаемые с ними, в которых регламентируются все стороны взаимодействия. Основной задачей главного редактора Pleiades Publishing сделала подготовку содержания «своего» англоязычного журнала, а не оригинальной русскоязычной версии, как это было ранее. Главный редактор оказался вовсе не «главным»: над ним поставили своего «тематического редактора» и непонятный «наблюдательный совет». Сопrotивление тех, кто пытался сопротивляться, в конце концов было сломлено шантажом, задержками зарплат и выставлением переводных версий на сайте распространителя.

Другая задача Pleiades Publishing состояла в том, чтобы, работая напрямую с авторами, заполучать напрямую от них исключительное право на распространение переводов их статей в мире. Этого удалось добиться, привязав авторов и редакции журналов через навязанное им использование своей редакционно-издательской системы. После этого формальная необходимость сохранения лицензионных соглашений с РАН для Pleiades Publishing отпала. 14 марта 2022 года на сайте Pleiades Publishing появилось заявление о приостановке его выполнения соглашений с учреждениями РФ, находящимися в государственной собственности или под государственным управлением, т. е. с учредителями российских журналов. Это сделало невозможным издание и опубликование переводных версий российских научных журналов, чем, по сути, завершило разгром лицензионных соглашений с РАН.

### **Бой продолжается**

— Похоже, начало СВО и всплеск русофобских акций и санкций эти господа использовали как предлог для завершения рейдерского захвата. И что же, все наши редакции научных журналов беззастенчиво подняли руки вверх? Или нашлись бойцы?

— ФТИ им. А. Ф. Иоффе с 2020 года борется против рейдерского захвата пяти своих журналов со стороны Pleiades Publishing. Он выступил на судебном и апелляционном Совете по товарным знакам США (TTAB), заявив свои права на названия журналов, основываясь на десятилетиях их предыдущего использования. Первый из двух этапов судебного разбирательства ФТИ успешно прошел, впереди продолжение.

На протест ФТИ в американский суд Pleiades Publishing ответила шантажом: заблокировала выплату заработанных ФТИ и его журналами средств, нанеся ущерб около 1,5 миллиона долларов США за 2019–2021 годы, стала практиковать ежемесячные задержки выставления переводных версий на сайте распространителя — компании «Шпрингер». В 2021 году задержка составила более 9 месяцев, после чего статьи были «вывалены» кучей без разделения по выпускам, чего

мировая история издания научных журналов еще не знала.

Указанное выше заявление компании Pleiades Publishing от 14 марта 2022 года стало последней каплей, переполнившей чашу терпения. Вследствие длительного невыполнения ею условий лицензионных соглашений 22 июля 2022 года ФТИ в одностороннем порядке досрочно прекратил действие этих соглашений по своим журналам, письменно уведомив недобросовестного партнера. Такой способ расторжения был предусмотрен в лицензионных соглашениях. С сентября 2022 года ФТИ на своем сайте наряду с русскоязычными начал публиковать переводные англоязычные версии пяти издаваемых им журналов.

Pleiades Publishing ожидаемо не вернула ФТИ англоязычные названия его журналов и издает под ними «свои», меньшего объема, содержание которых не имеет ничего общего с журналами ФТИ. Оно набирается из статей российских авторов в журналах, которым от имени Pleiades Publishing предлагается издать переведенную на английский статью в ее журнале. Разумеется, авторы не подозревают, что название этого журнала украдено.

— Почему 30 лет назад и в 2020 году руководство РАН так легко отдалось Шусторовичу?

— Чем руководствовалась РАН, передав 30 лет назад Шусторовичу от иных издателей, к которым не было претензий, права на издание и распространение 100 своих переводных журналов, не знаю. Поэтому сразу перейду к описываемому конфликту последних лет. Издательская деятельность РАН прописана в ее уставе, что делает РАН участником конфликта с Pleiades Publishing. К сожалению, реализация Pleiades Publishing планов захвата англоязычных версий академических журналов и превращения их в «свои» не встретила отпора со стороны руководства научно-издательского совета РАН. Оно, по сути, солидаризовалось с Pleiades Publishing: призвало главных редакторов подписывать кабальные договоры авторского заказа, заблокировало все их обращения в связи с конфликтом, подменило юридическое понятие «лицензионных» отношений в области передачи прав на интеллектуальную собственность ничего не значащим термином «партнерство РАН — Pleiades Publishing».

— Новое руководство РАН собирается что-то менять?

— На заседании Президиума РАН в январе 2023 года впервые обсуждалось сложившееся положение. Был взят курс на защиту академических журналов от поглощения компанией Pleiades Publishing англоязычных версий и доминирования подконтрольных ей компаний на рынке издания русскоязычных версий. Для этого в условия аукциона 2022 года были внесены требования использования принятой РАН формы передачи исключительных прав от авторов для распространения в РФ и в мире, а также выставления русскоязычных публикаций на сайте Российского центра научной информации. Эти условия нарушали планы Pleiades Publishing утвердиться хозяином академических журналов, англоязычные версии которых она с 2020 года именуется «своими» журналами. Поэтому

вместе с победителем аукциона — подконтрольной ей компанией «Объединенная редакция» они стали саботировать их выполнение.

— И как РАН отнеслась к саботажу?

— Проявила твердость и отказалась принимать отчет «Объединенной редакции» за I квартал 2023 года из-за невыполнения указанных пунктов контракта.

В конце мая 2023 года Шусторович направил руководству РАН письмо о якобы имевшей место в середине 2017 года проверке правовой базы взаимоотношений Pleiades Publishing с РАН со стороны Института законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ, которая не выявила никаких нарушений. Остается лишь гадать, каким образом проверка 2017 года могла выявить ущерб для РАН, который был нанесен в 2020 году и позднее. Суть же дела состоит в мастерски организованной Pleiades Publishing инверсии правоотношений с РАН. До 2020 года включительно РАН числилась в базах данных учредителем своих журналов и являлась заказчиком на перевод и распространение за рубежом англоязычных версий. После 2020 года Pleiades Publishing стала числиться в этих базах учредителем вдруг «обретенных» ею 100 «своих» журналов, бывших ранее англоязычными версиями журналов РАН, отдавая РАН роль исполнителя, наполняющего их содержанием по своему заказу!

Pleiades Publishing пытается заморозить устраивающее ее положение путем подписания новых лицензионных соглашений с РАН. Однако это в принципе едва ли возможно, т. к. РАН не защитила прав на их названия, как это сделал ФТИ для своих журналов, и не может передать то, чем сама не владеет.

— Что может сделать государство, чтобы спасти наших гигантов мысли и всю нашу научную периодику?

— РАН обращается к правительству РФ за поддержкой в организации альтернативного Pleiades Publishing издания и распространении своих научных журналов. О реакции на произошедшие события учредителей неакадемической половины научных журналов RLS, многие из которых принадлежат университетам, ничего не известно. При их готовности можно было бы решать проблему в интересах всех 200 пострадавших российских журналов. Опыт расторжения первых лицензионных соглашений с Pleiades Publishing показывает также, что поддержка государства понадобится также, чтобы понудить ее вернуть российским учредителям и журналам захваченные англоязычные бренды и долги.

В целом следует признать, что научно-издательская деятельность в РФ является «беспризорной» и явно недофинансированной. На издание 160 русскоязычных версий журналов РАН тратится ежегодно всего 140 миллионов рублей. Для сравнения: суммы, получаемые журналами от компании Pleiades Publishing за издание 100 англоязычных версий в пересчете на журнал, оказываются примерно в 6 раз большими, однако Pleiades Publishing блокирует их использование на издание оригинальных русскоязычных версий. Оценка необходимых ежегодных объемов финансирования для издания двуязычных журналов РАН дает сумму до 10 миллионов рублей на «толстый» журнал с годовым

числом публикаций около 300 или 5 миллионов на средний по объему.

Вспомним теперь, что в России около 6000 журналов называют себя «научными». ВАК в своем перечне признал таковыми 2700 из них. Примерно 1000 лучших журналов из этого перечня образует так называемый Российский индекс научного цитирования (RSCI). Для радикального улучшения ситуации с изданием научных журналов в России было бы желательно иметь государственную поддержку для издания и распространения всей этой тысячи журналов. Объем ее ориентировочно может составить 5 миллиардов рублей в год, т. е. небольшой процент от объема гражданских научных исследований в России. Без этой финансовой поддержки права на распространение значительной части интеллектуальной собственности, созданной в РФ, в основном на деньги бюджета, будут принадлежать Pleiades Publishing, «Шпрингер» и другим зарубежным компаниям, делающим бизнес на мировом

рынке интеллектуальной собственности, где наша страна выступает донором. Только Россия все равно будет вынуждена заплатить, причем даже более значительную сумму за публикацию статей своих ученых в ведущих зарубежных журналах, к чему их долго и активно стимулировало Минобрнауки. При таком сценарии потери РФ не сведутся лишь к финансовым. За границей окажется персональная база российских ученых, подстегнется процесс деградации русскоязычных научных журналов, замаячит угроза исчезновения русского языка как языка научного общения.

Затраты на гражданские исследования и на издание научных журналов — это как цена конфетки и ее несравненно более дешевого фантика, но кто заворачивает конфетки в фантики, тот их и продает с огромной маржой на глобализированном международном научно-издательском рынке.

*Андрей Угланов, главный редактор «АН»  
<https://argumenti.ru/interview/2023/06/837196>*

## Сергей Моисеев: «Печатные издания решают государственные задачи!»

В марте «Миру новостей» исполнилось 30 лет, и, отмечая эту дату, руководство издательского дома встретилось с давними хорошими и близкими друзьями газеты.

Одним из самых ярких в этом ряду людей можно назвать Сергея Николаевича Моисеева, видного государственного, военного и общественного деятеля, успешного руководителя печатной отрасли. С ним встретились главный редактор «Мира новостей» Николай Кружилин и первый заместитель главного редактора Андрей Авдонин.

### Судьбу поначалу связал с армией

— Сергей Николаевич, мы хотим знать про вас как можно больше, чтобы читатель понимал, откуда берутся такие интересные люди. Вот, например, вопрос: как вы стали в свое время военным?

— Во-первых, хочу поблагодарить за такую высокую личную оценку, это особенно приятно и важно слышать от вас, уникального издательского коллектива «Мира новостей», который прошел такой огромный тридцатилетний путь в постсоветской эпохе. Вы начинали как непрофессионалы, но быстро стали профессиональным и уважаемым сообществом, выжили в то непростое время, когда чего только не происходило на нашем издательском рынке. Надеюсь на ваши дальнейшие успехи и нашу плодотворную дружбу и в дальнейшем.

Ну а во-вторых, что касается моей биографии, действительно, история моей служебной карьеры достаточно противоречива и сложна в плане определенных «зигзагов», потому что, как и у любого из нас, были и удачи, и неудачи. Но скажу, что в армию меня повлекло во многом то обстоятельство, что родился я в семье военного в городе Сумы Украинской ССР. Хотя я первоначально не хотел отдавать себя целиком службе в Советской армии.

— Однако жизнь, что называется, заставила?

— Да, это случилось волею обстоятельств. Семья была обыкновенной, советской, мой отец оканчивал Сумское артиллерийское училище, мама училась в Сумском педагогическом институте. Конечно, судьба отца военного заставила семью помотаться по бескрайним просторам нашей родины.

Могу в итоге только сказать, что на сегодняшний день Москва — это 26-й по счету город в моей жизни, если проследить путь службы и родителей, и мой. Когда отец служил в городе Ереване, я окончил там школу и поступил в Ереванский политехнический институт. Потом отца перевели в Прибалтику, а я захотел получить ту специальность, на которую рассчитывал. Она называлась «автоматизация комплексной механизации машиностроения». Это автоматические линии и станки с ЧПУ, довольно редкая специальность для того времени.



— Но это не был совсем уж уникальный вуз?

— Да, всего их было три, которые готовили специалистов такого профиля: один в Ереване, один в Харькове и один за Уралом. А так как родственники мамы жили в Сумах, то решили, что мне надо перебраться в город Харьков, чтобы не менять профиль обучения. Так я и окончил там политехнический институт.

Потом в силу разных семейных обстоятельств перебрался в город Ригу к родителям. Там пошел работать гражданским специалистом на военный завод: был мастером, инженером-технологом, заместителем начальника цеха. Но так как на военном заводе часть должностей была должностями военнослужащих, меня призвали в армию, чтобы я продолжал трудиться на этом военном заводе.

— Но уже немного в других условиях...

— Конечно, но поменялось все не очень сильно, и было это в 1980 году. Меня назначили на одну из офицерских должностей, потому что в вузе я окончил военную кафедру и на тот момент числился лейтенантом запаса. А потом получилось так, что вместо положенных двух лет я в общей сложности прослужил в армии без малого четверть века.

Надо отметить вот какой примечательный факт: еще в институте активно занимался комсомольской работой, был заместителем секретаря комитета комсомола. По той же стезе продолжил двигаться, попал и на армейскую службу. Меня избрали секретарем комитета комсомола завода.

За годы службы я времени не терял, окончил Свердловское высшее военно-политическое училище и Военно-политическую академию. Наверное, так бы и шел дальше этим путем политруков-комиссаров, но тут случился 1991 год. Политические органы Советской армии рухнули вместе со всей системой и страной.

— Но службу в армии до этого момента вы продолжали, там начали взаимодействие со СМИ...

— Я был и замполитом батальона, и инструктором отдела комсомольской работы политуправления, про-

должительное время был замполитом полка. Когда стал замначальника политотдела дивизии, а потом начальником, вот тогда пришлось работать и с печатью. Были редакция газеты, типография, было даже свое телевидение и радио. Конечно, политическая работа подразумевала работу с прессой.

### **Пережили разброд и шатания**

— *Сергей Николаевич, вы по характеру человек деятельный, целеустремленный, поэтому в армейской жизни не стояли на месте...*

— В том же Прибалтийском военном округе пришлось какое-то время кочевать по гарнизонам, затем я оказался в Чехословакии. Наша 15-я танковая дивизия была, наверное, самой большой тогда в стране по численности личного состава. Это не менее 15 тысяч человек, представьте себе!

Но получилось так, что в конце 1990-го было принято решение вывести нашу дивизию из Чехословакии. Это произошло по требованию пришедшего к власти Вацлава Гавела. Наша 15-я танковая дивизия оказалась первой, выведенной из-за границы. А вот на новом месте, в городе Чебаркуле Челябинской области, надо было в предельно сжатые сроки обустроиться. В общем, хлебнули лиха. Вскоре начались перебои с зарплатой, не получали ни копейки по 4–5 месяцев.

— *Это горбачевские времена еще были...*

— Да, когда в 1991 году все стало рушиться, офицерский состав нашей дивизии категорически не поддерживал то, что происходило тогда в нашей стране. Категорически! Морально мы были на стороне ГКЧП, потому что подавляющая масса офицеров понимала, что дальше произойдет в стране и со страной.

— *Да, было нелегко тогда всем...*

— На моих глазах происходили деградация армии, ее распад, разбегались по «национальным квартирам» и солдаты, и офицеры. Это было очень тяжело видеть и переживать, многих из нас мучили бессилие, невозможность остановить катастрофу. Вот как мы видели по фильмам о 1917 годе все процессы армейского разброда и шатания, такое же, к сожалению, приходилось нам пережить и в 1991 году.

— *А почему, как вы думаете, тогдашние Вооруженные силы СССР не поддержали ГКЧП?*

— Думаю, не поддержали они эту попытку в силу своей дисциплинированности и организованности. Если бы, условно говоря, в те дни до конца пошел министр обороны Дмитрий Язов и дал команду «Вперед!», думаю, что 99 процентов офицерского состава Вооруженных сил СССР выполнили бы эту команду. Ведь так называемых демократов тогда в наших рядах были единицы.

В общем, служа на Урале, я понял, что армия специально разваливается в угоду этим отщепенцам, что все деградирует, нет перспектив роста никаких. Родители у меня были в то время в Москве, в те дни я перевелся сюда и стал работать военкомом. Трудился 10 лет, как только исполнилось 25 лет выслуге в армии, сказал спасибо родине и вышел в отставку. Это был 2001 год.

### **Новые задачи — серьезные вызовы**

— *Вы стали министром печати в правительстве Московской области в 2002 году... Новая служба не тяготила?*

— Наоборот, было интересно решать сложные задачи на ином поприще. В силу определенной жизненной ситуации меня тогда пригласили от имени знавшего меня губернатора Московской области и сказали, что надо вернуться к своему старому профилю взаимодействия со СМИ, печатью, в какой-то мере и к идеологической работе.

— *Помнится, тогда материально-техническая база для этого там была слабенькой...*

— Без ложной скромности должен сказать, что за годы моего руководства эта база стала самой мощной по РФ. Это было очень серьезное подмосковное министерство, в котором работали при мне 12 тысяч человек, имелось 168 подведомственных предприятий и учреждений, более 100 редакций и более 100 телекомпаний, 35 радиоредакций. Этот громадный организм был самодостаточен для решения поставленных задач, хотя материально, конечно, самодостаточным не был и подпитывался правительством Московской области. Таким образом, в ранге министра я проработал до 2012 года.

— *За то десятилетие вам удалось создать в Подмоскovie мощный идеологическо-информационный холдинг, как это получилось?*

— К моменту моего прихода в правительство области там выпускалась только газета, причем с огромной задолженностью по зарплате. Треть районных газет была приватизирована главами муниципальных образований и для области потеряна.

Первое, что я сделал, — начал возвращать районные газеты. Поменяли систему финансирования — на районные и городские газеты тогда тратили больше, чем вся Россия, вместе взятая. Потом подтянули типографии, стали покупать самое современное оборудование, перешли на цветную печать, принялись выпускать книжную продукцию. Занялись и телевидением, наладили областное телевидение. В итоге у нас действительно получился полноценный информационный холдинг. Думаю, удалось ответить на все вызовы того периода и ответить достойно.

### **Кто решит проблемы покупки козы**

— *Сергей Николаевич, известно, что в Московской области не так давно произошло объединение редакций, телеканалов, порядка тысячи работников подмосковных СМИ были уволены. С точки зрения своего опыта работы как вы считаете, это оправданно?*

— Думаю, ни к чему хорошему это не приведет. Проблема в том, что тот, кто всё это делает, не понимает сути местной прессы, не знает, что местная пресса, районная печать — это своеобразная субкультура. Ведь это не Москва, и каждое муниципальное образование в области имеет свою историю, свои традиции, свою элиту. Это некий живой организм, который в каждом районе живет сам по себе...

— **А главное, он в каждом районе обслуживает информационные интересы именно этого района...**

— В том числе, конечно... Я, когда проводил информационные мероприятия, всегда говорил, что, например, в Луховицах объявления типа «куплю козу — продам козу» в газете для жителя куда интереснее, чем слова, скажем, министра сельского хозяйства Московской области. Это не исключает важности слов министра, но «куплю козу» для местного жителя важнее, это жизнь. А для того чтобы «покупать — продавать козу», жителю надо иметь информацию: у кого коза, какая коза и как быстро ее хотят продать.

Нынешняя конфигурация СМИ, по моему мнению, не будет работать. Они что делают? Вот в тех же Луховицах, как мне известно, не осталось ни одного журналиста. А газета местная выходит, и делающие ее люди сидят в Жуковском. Слушайте, ну разве это настоящая работа, когда дергают информацию из интернета, из соцсетей и на ее основе делают «газету для Луховиц»?

— **Она отражает интересы местных жителей, там можно найти «про козу»?**

— Нет, конечно! Наоборот, ты можешь потом получить «козу» за такую вот сомнительную информацию из интернета, которую публикуешь в местной газете! Я считаю, что такое положение вещей категорически неправильное. Когда я работал профильным министром, лично знал все СМИ на территории Московской области, реально работающих журналистов было примерно 500 — я был с ними знаком, встречался со всеми. И не все были государственные СМИ, особенно телекомпании, а мы даже старались помочь им развиваться. Когда ты знаешь все средства массовой информации на своей территории, ты можешь грамотно и разумно управлять процессами, не заставлять и приказывать, а направлять и поправлять, убеждать людей.

— **Нынешнее поколение областных управленцев, получается, не очень справляется?**

— Их довольно сложно убедить в необходимости дифференцированного подхода к процессам, связанным с развитием СМИ, их эффективностью в наш непростой период. Так называемое клиповое мышление, которое сегодня существует у нынешнего поколения руководителей, начиная с министерства цифрового развития и заканчивая управлением по социальным коммуникациям правительства Московской области, считается достаточным, чтобы управлять всеми социальными и идеологическими процессами в регионе. Но это категорически неправильно! Мы видим, к сожалению, что «клиповое мышление» и такое же руководство — они неэффективны, если не сказать, что вредны.

### **Опыт, отданный бизнесу**

— **Сергей Николаевич, вы верите в силу печатного слова, поэтому сделали всё возможное для того, чтобы это слово помогало людям. Но все-таки решили уйти в бизнес, перенести туда свой многолетний опыт...**

— Я считаю, что бороться с ветряными мельницами и терять время на эту борьбу не выход... Когда ты ви-

дишь, что бесполезно с чем-то бороться, ты не можешь ничего сделать, то оставаться в должности министра, советника, президента чего-то просто бессмысленно. По моему характеру, я считаю это неправильным, это себя надо не уважать, когда тебя игнорируют, а ты пытаешься навязываться.

— **В общем-то, Сергей Николаевич, вы ведь все равно остались в поле работы смысловой, идеологической. Стали собственником и руководителем Подольской не только фабрики, но и целого издательско-полиграфического комплекса...**

— Всё, что касается печатных форм идеологической работы, входит в наш комплекс. Развернута редакция газеты «Мой район», до недавнего времени «спящая». Раньше ее было 10 вариантов, и эта газета выходила по каждому округу Москвы, издавалась на рекламные деньги. Есть у нас и структура, которая занимается распространением государственных СМИ по почтовым ящикам. Есть полиграфия, которая охватывает и книжные издания, и газеты, и журналы. В целом у нас большой холдинг, в котором работает более тысячи человек. Я считаю, что для нынешнего рынка это довольно большая структура, таких в нынешней печатной отрасли не так уж и много.

Беда современной прессы в том, что отраслью руководят люди с «клиповым мышлением». Для них журналистика — это клики и лайки.

— **А жаль...**

— Конечно, мы ведь с вами не раз уже обсуждали вопрос о том, что газеты и журналы, особенно хорошие печатные издания, книги, обладают огромным информационным, воспитательным ресурсом, без преувеличения, содействуют в решении задач управления государством. Идущее схлопывание отрасли приводит к громадным идеологическим, информационным потерям, хотя многие управленцы этого упорно не хотят понять. А мы и не устаем им разъяснять, что печатная периодика востребована народом. Несмотря на крайне стесненные финансовые обстоятельства, люди выкраивают деньги на любимые издания. Книжки же — это вообще как бы «дальнобойная артиллерия», стреляющая на 10–15 лет вперед.

— **Видите ли вы будущее у газетных типографий?**

— Боюсь, что этого будущего нет. Если государство не повернется лицом к газетному рынку, то... Причина одна: у истоков важнейших для страны и региона медиарешений находятся люди с тем самым «клиповым мышлением», о котором мы уже говорили. Они считают, что в интернете клик, лайк кинул — и на этом все идеологические задачи решены. Стало слишком много «эффективных менеджеров», которые никакого отношения к данной отрасли не имеют, и они пытаются все «оптимизировать», что мы и видим на многих социальных направлениях, в медицине, например, где все надо потом исправлять.

— **Да, это трагедия, и с этим надо что-то делать. И мы будем в меру сил стараться. Спасибо вам за интересную беседу.**

<https://arspress.ru/2023/07/18/23287/>

## **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: [vltul@mail.ru](mailto:vltul@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**. Список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1–2003 Библиографическая запись. **Библиографическое описание, ссылки располагаются в порядке цитирования.**

*Редколлегия*