

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ПГУ)  
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ им. В. Г. БЕЛИНСКОГО  
Межрегиональная общественная организация  
«ЛЕРМОНТОВСКОЕ ОБЩЕСТВО»

---

## **ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

*Материалы  
I Международной  
научно-практической конференции*

г. Пенза, 19–20 сентября 2013 г.

Под редакцией  
профессора И. П. Щеблыкина

Пенза  
Издательство ПГУ  
2013

УДК 002.703.0(063)  
ББК 83(2Росс-Русс)  
Ц37

**Ценностные ориентиры современной журналистики :**  
Ц37 материалы I Междунар. науч.-практ. конф. (г. Пенза, 19–20 сентября 2013 г.) / под ред. проф. И. П. Щеблыкина. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2013. – 142 с.

ISBN 978-5-94170-656-3

Предлагаемый читателю сборник – попытка определить наиболее значимые ориентиры современной журналистики в качественном направлении, имеющем важный ценностный смысл.

Издание рассчитано на специалистов, работающих в журналистике, преподавателей и студентов высших учебных заведений журналистского профиля и на широкие читательские массы, которых могут интересовать вопросы развития отечественных СМИ.

**УДК 002.703.0(063)**  
**ББК 83(2Росс-Русс)**

**Р е д а к ц и о н н а я   к о л л е г и я :**

доктор филологических наук, профессор *И. П. Щеблыкин*  
(ответственный редактор),

кандидат филологических наук, доцент *А. С. Жуков*,

кандидат филологических наук, доцент *Е. К. Рева*,

кандидат филологических наук, доцент *О. В. Христюлова*

**ISBN 978-5-94170-656-3**

© Пензенский государственный  
университет, 2013

## ОТ РЕДАКТОРА

Настоящий сборник посвящается вопросам качественного уровня журналистики (по преимуществу российской) на современном этапе ее развития.

Обилие газет и журналов – явление отрадное само по себе – еще не гарантирует добротность публикуемых материалов. Все зависит, в конце концов, от позиции, которую отстаивает то или иное издание, а также от мастерства пишущего. Но не меньшее значение при этом имеет и ценностная ориентация создателей тех или иных журналистских материалов. Зачастую данное обстоятельство как раз и определяет успех, равно как и неудачу того или иного органа печати и в целом средств массовой информации во всей их совокупности.

Предлагаемый читателю сборник – скромная, но достаточно уверенная попытка определить наиболее значимые ориентиры современной журналистики в качественном направлении, имеющем важный ценностный смысл.

Быть может, не все статьи одинаковы по уровню, и не все рекомендуемое в них приемлемо в полной мере, но все достойно внимания и может вызвать тот или иной читательский интерес. Редколлегия руководствовалась в этом случае принципом демократизма, который составляет и должен составлять основу современной журналистики.

Сборник рассчитан на специалистов, работающих в журналистике, преподавателей и студентов высших учебных заведений журналистского профиля и на широкие читательские массы, которых могут интересовать вопросы развития отечественных СМИ.

*Главный редактор*

*И. Щерблыкин*

*И. П. Щерблыкин*

(г. Пенза, Россия)

## **ЛИТЕРАТУРА И ЖУРНАЛИСТИКА: О СОСТОЯНИИ ЯЗЫКОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРАХ В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ**

Эти две творческие стихии еще недавно у нас (в XVIII в. и некоторое время в XIX-ом) были едва ли не единосущны. Неслучайно поэтому крупнейший наш журналист классической поры В. Г. Белинский не без гордости писал о себе В. П. Боткину: «Умру на журнале и в гроб велю положить под голову книжку «Отечественных записок» ...литературе расейской моя жизнь и моя кровь» [1].

Из этого признания видно, что великий критик мыслил себя литератором именно потому, что занимался журналистикой, а журналистом – потому, что отдавал все свои силы литературе. И долгое время эти две творческие ипостаси развивались в тесном содружестве. Все это объясняет также, почему Пушкин много сил отдавал работе в литературных журналах (в первую очередь, в «Современнике»), а Лермонтов незадолго до своей гибели мечтал об издании своего журнала. Мало того, вторая часть романа «Герой нашего времени», состоящая из трех повестей («Тамань», «Княжна Мери», «Фаталист»), озаглавлена как «Журнал Печорина». К тому же этот «журнал» и построен композиционно, как запись событий по числам и месяцам.

В этом нет ничего удивительного: ведь слово «журнал» («журналистика») в переводе с французского означает «срочная литература», т.е. запись событий по числам и годам. При всем том, ни во Франции, ни в России сама художественная литература, конечно же, не отождествлялась со срочной литературой, т.е. журналистикой как таковой, создаваемой для определенных целей во времени. Мало того, за «срочной литературой» рано утвердилось представление как о чем-то весьма спешном, не очень глубоком, а порою и не очень самостоятельном («продажная журналистика» и т.п.).

Тем не менее, если говорить о XIX в., то у нас, в России, литература и журналистика мыслились в определенном единстве. Да и сам литературный процесс этого периода неотделим от процессов, осуществляемых в журналистике. Н. А. Некрасов был поэтом и редактором «Современника», М. Е. Салтыков-Щедрин – писателем-сатириком и редактором «Отечественных записок», В. Г. Короленко редактировал журнал «Русское богатство» и т.д. Список можно бы продолжить. Но и без того ясно, что литература и журналистика в XIX в. – это едва ли не «близнецы-братья», хотя, конечно, вполне различимые. Однако общность целей – а главное, способов самовыражения – предполагает тесное единство литературы и журналистики, что нередко определяло и определяет ценностные свойства той и другой сферы творчества.

Но вот появилось (начало XX в.) радио – и слово обретает возможность быть услышанным, а журналистика, сохраняя свою генетическую связь с литературой, получает ни с чем не сравнимую возможность проникать на любую территориальную площадку, в каждый дом жителей того или иного государства. Радиожурналистика уже в середине XX в. дополняется телевидением, затем завоевывает свое место (в печати и в аудиовизуальной сфере) реклама, также претендующая на родство с журналистикой. И теперь, в начале XXI в., уже не только «стучится в дверь», но и входит едва ли не полновластным хозяином в зону журналистского творчества «его величество» Интернет... Так что журналистика в современных условиях становится поистине метафорой глобального свойства, вмещающей в себя многие признаки как печатного, так и звучащего, а также телевизионного Слова. Очень возможно, что человечество на пороге еще каких-то новых, весьма значительных трансформаций, связанных с передачей и усвоением Слова.

Однако для журналистики в любом ее варианте чрезвычайно важно не просто сохранять связь со своей *alma-mater* – литературой – но и по возможности содействовать ее развитию за счет высокой культуры слова, реализуемой в своей узкопрофессиональной, так скажем, деятельности – будь то на радио, на телевидении, в Интернете и т.д.

К сожалению, в этой части (т.е. в части сохранения и развития культуры речи) на радио и телевидении, а также в Интернете, не все благополучно. Исследователи, специально занимающиеся данной проблемой, отмечают в речевом обиходе печатных, а также в аудиовизуальных выпусках обилие жаргонных слов, нарушающих стилистическую норму речи; частую, притом не мотивированную какой-либо целесообразностью, замену русских слов иноязычными; произвольное использование устоявшихся по смыслу ключевых слов и даже – «растабуирование мата» [2], что в особенности опасно и недопустимо с точки зрения сохранения и развития основ родной речи, а, значит, и самой журналистики.

Как с этим бороться и можно ли приостановить с каждым годом набирающий силу процесс разрушения родного языка? Думается, что обо всем этом пришло время задуматься по-настоящему не только специалистам, занимающимся вопросами экологии языка, но и работникам СМИ во всех их сферах.

Конечно, для журналистов-практиков нужны в первую очередь специальные курсы по повышению речевой, а также письменной культуры работников СМИ, в особенности работников районного и областного звена. Такие курсы проводятся в ряде вузов нашей страны. Но их планомерная организация затруднена, к сожалению, отсутствием общих программ и необходимого финансирования.

Помогут делу лингвистические тренинги, специальные издания, предназначенные для журналистов, справочники по использованию иноязычной лексики и т.д. Но и тут также необходима консолидация усилий, осмысление их ценностных ориентиров.

Но самым действенным средством сохранения и повышения культуры языка в современных условиях будет опора на лучшие произведения русской литературы XIX–XX вв.: Пушкина, Гоголя, Лермонтова, Тургенева, Толстого, Достоевского, Чехова, Горького, Есенина, Шолохова, Твардовского и других корифеев нашей словесности. Это проверено опытом, это диктуется потребностями сегодняшнего дня. В произведениях перечисленных авторов мы находим поистине бесценный клад нашей культуры, живительный источник для обретения новых сил и ярких упований.

Мы не скажем, что язык наш, в данном случае язык СМИ, находится в «опасности». Этот лозунг был бы неуместен. Однако нет оснований констатировать благополучие в языковой сфере, даже относительное. Нужна серьезная, притом постоянная работа по развитию языковой культуры в практических сферах нашей жизни, в первую очередь в массовой журналистике. Опора на классические образцы отечественной литературы в настоящий момент жизненно необходима. Именно литература, представляя собою, по словам М. Горького, «феномен изумительный», возникшая и развивавшаяся в «мощном, ослепительном блеске таланта» [3], может составить надежную основу для оздоровления языковой зоны в нашей современной журналистике.

Речь не идет о подражании образцам прошлого, о бездумном копировании речевой практики, закрепленной в литературных произведениях прежней поры. Задача видится в другом. Современной отечественной журналистике предстоит не механически использовать опыт минувшего, а развивать его лучшие традиции сообразно с духом родного языка, сообщать ему новые творческие импульсы, опираясь на качественные лексические и стилевые образцы, в изобилии представленные в произведениях классики. Сохранить силу и красоту литературного языка – значит сделать шаг вперед в *интеллектуальном* развитии общества, закрепляя тем самым его перспективы и в других, в первую очередь производственных, сферах жизни.

Ожидаемые достижения в современной отечественной культуре, науке и искусстве, развитие промышленности, повышение уровня патриотического сознания в современной России невозможно осуществить без постоянной и повсеместной заботы о состоянии литературы и языка как важнейшей основы социальных преобразований и прогресса. С тем вместе возрастет и роль журналистики, которая призвана оказывать самое благотворное воздействие на умы и чувства своих соотечественников.

Все перечисленное с полным основанием можно отнести к важнейшим *ценностным* ориентирам нашей современной журналистики. Сфера ее влияния значительно расширилась в последние 20–30 лет. И это надо только приветствовать. Но всегда ли качественно осуществляют свои функции наша печать, радио и телевидение?

Конечно, можно назвать не один десяток журналов, газет, телевизионных и радиопередач, преимущественно столичных. «Литературная газета», «Аргументы и факты», «Аргументы недели», ряд телевизионных

и радиопрограмм Москвы и Петербурга уверенно развивают лучшие традиции отечественных массмедиа. Однако в целом сложившаяся в печати, а в особенности на телевидении, ситуация вселяет не столько надежды, сколько тревогу относительно будущего медийной сферы.

Нет необходимости перечислять здесь примеры недоброкачественной, подчас халтурной продукции, которой переполнены иные действующие ныне каналы СМИ. Достаточно сказать, что положение на некоторых из них поистине удручающее, так как снижение этико-эстетического уровня, в первую очередь рекламных и всевозможного рода развлекательных «клиповых» передач, грозит не только причинить вред культурному развитию наших молодых поколений, но и разложить их нравственно.

Нравственная сфера наиболее «уязвима», поскольку она открыта для внешнего воздействия и не поддается формальному декларированию. Она зависит от общей направленности и состояния «житейских» устремлений личности, которые в высшей степени многообразны и не могут быть регулированы заранее подготовленным сводом правил. Это естественно и объяснимо, но именно это определяет специфические задачи общества, образовательных учреждений, а также журналистики в части воспитания молодых поколений, привития им норм подлинной нравственности. Четко осознанные, а главное, качественно приемлемые ценностные ориентиры могут и должны составлять основу современного развития журналистики во всех ее разветвлениях.

\* \* \*

1. Белинский В. Г. Собрание сочинений : в 9 т. М., 1976–1982. Т. 9. С. 352.
2. Никишина С. А. Об основной проблематике отечественной лингвоэкологии // Экология языка : материалы VI Всерос. науч. конф. с междунар. участием / под общ. ред. Е. Н. Сердобинцевой. Прага, 2013. С. 4.
3. Горький М. История русской литературы XVIII–XIX в.

*А. И. Иванов*

(г. Тамбов, Россия)

## **РУССКИЕ ПИСАТЕЛИ-КОРРЕСПОНДЕНТЫ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ О ЦЕННОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ЖИЗНИ**

В стихотворении «Наши дни», датированном 9 августа 1914 г. (по старому стилю), В. Брюсов передал стремление современников запечатлеть, зафиксировать военное время:

*...Ротационные машины  
Стучат как ночью, так и днем,  
Чтоб миг не минул ни единый,  
Газетным позабыт столбцом.*

Эти строки поэта-символиста и военного корреспондента выражали позицию журнала, в котором они были напечатаны. В номере «Русской мысли», вышедшем сразу после начала войны, было заявлено, в частности: «мы будем стремиться в содержании журнала отражать преимущественно то, что поглощает теперь помыслы и внимание всех – великую европейскую войну, давая материал, с разных сторон освещающий переживаемый человечеством кризис» [Русская мысль. 1914, № 8–9]. Это стремление журнала, с его прочными публицистическими и общественными традициями, – *отразить* великую европейскую войну, поглотившую *помыслы и внимание всех*, – можно воспринимать как наиболее важные ценностные ориентиры и публицистики, и отечественной литературы военного времени.

Написанное во время войны ставит вопрос о роли литературы и журналистики как свидетелей событий, фактов военной действительности. Что представляют собой художественные «показания» современников войны? Что означает *правда о войне* в очерках и репортажах писателей, бывших военными корреспондентами? Какое место занимают в них эмоции и факты?

Следует подчеркнуть, что нести правду о войне, окопную истину российские писатели зачастую и не имели возможности. Отечественная литература 1914–1918 гг. оказалась в невероятно жестких тисках военной цензуры. Согласно «Положению о военных корреспондентах в военное время» (1912 г.), «в русскую армию предусматривался допуск 20 корреспондентов (из них 10 иностранных) и 3 фотографов, которые должны были иметь безупречную характеристику» [Алимов, 1999, с. 117].

Подлинно художественных произведений, вышедших в годы войны отдельными изданиями, действительно не так уж много. Именно поэтому необходимо особое внимание к художникам, которые откликнулись на это событие и внесли свой вклад в познание войны, человека с ружьем, нации во время войны. В откликах на войну продолжали развиваться темы, известные предшествующей литературе, и в то же время звучали новые вопросы и проблемы: изменение отношения к русской армии, офицерству; глубинное, народное осознание войны как всеобщей беды; осмысление войны как страдания, за которым последует очищение, покаяние; ощущение войны как раскрепощенной жестокости, проявившей себя в последующих революционных событиях, и др.

К числу лучших публикаций о Первой мировой войне, несомненно, относятся репортажи В. Брюсова, С. Клычкова, Ф. Крюкова, Я. Окунева, М. Осоргина, проза М. Пришвина, Б. Тимофеева, А. Толстого, И. Шмелева. Ощущая значимость события, писатели видели главную проблему в



том, чтобы уловить в происходящем на их глазах самую суть, *запечатлеть нерв времени*. В статье «В сфере военной обыденности» (1916) Ф. Крюков, будучи военным корреспондентом, писал: «Самое тревожное и трудное для постижения, самое темное, неуловимое и загадочное на войне – это то, что обычно именуется духом, настроением. Масштаб, огромный до необъятности, миллионы живых единиц, чередующихся, часто сменяющихся, со слабым налетом специальной, солдатской муштры, пестрота наречий, пестрота национальных и профессиональных типов, разнообразие и неожиданность положений создают картину, к которой неприменимо ни одно категорическое определение, – ни оптимистическое, ни пессимистическое» [Крюков, 1916].

Г. Иванов о сборнике «военной» лирики М. Волошина писал, что основная тема его стихов – война, но «не сражения и не геройские подвиги, а та гигантская ее тень, которая лежит на наших городах и наших душах» [Аполлон. 1916, № 6-7, с. 53]. Поэтому не фактография войны, востребованная исторической наукой, а, говоря словами М. Волошина, «осознание совершающегося», выдвигалось тогда на первый план. Такое отношение художника к войне – образное осмысление, а не изображение войны, ощущение ее значимости в судьбе России, свойственное поэзии А. Ахматовой, В. Брюсова, М. Волошина, Вяч. Иванова, О. Мандельштама, Ф. Сологуба и др., – дает богатейший материал для философского осмысления событий. Немалый интерес представляет осмысление *духовных* причин возникновения мировой войны, которое содержится в публицистике военных лет Д. Мережковского.

Конечно же, страницы литературы о Первой мировой войне могут быть прочитаны как описание конкретных исторических событий. Но если историков интересует, *что увидено современниками*, то для литературоведов и журналистов важнее, *что почувствовали художники*. Что же увидели художники-корреспонденты?

Первая мировая война и накопление к этому времени технических достижений поставили писателей перед новой реальностью. Впервые против человека было использовано химическое оружие, мощные чудовища-танки, необычайная плотность огня. Сила военной мысли человека нападающего столкнулась со слабостью человека обороняющегося. Бесчеловечность этого противостояния удалось передать В. Ропшину (Б. Савинкову): «Мечется, со свистом разрывается воздух. Боже мой, опять прольется шрапнель... Ей нет конца. Ей не будет конца. Сколько времени я так лежу на траве? Уполз муравей. Перед моими глазами только невысокие, зеленые стебли. Для муравья он – лес, густая и непроходимая поросль. Но зато ему шрапнель не страшна. Не все ли условно? Не условна ли и сама, неизбежная, смерть?

Идти назад? Или лучше остаться лежать? Как уйдешь? Ползком, как ничтожнейший муравей? Я не хочу и не буду ползать. И я встаю во весь рост. Чем я рискую? Разве можно уйти от смерти?

И вдруг к гневу примешалась острая жалость – детское чувство. Жалость к себе, к тому, что было, что уже никогда не вернется, чего уже никогда не будет. Жалость к прожитой жизни. И это чувство было так огромно и полно, что в нем потонули и страх, и ненависть, и беспокойное любопытство. Я не хочу умирать.

Такова моя воля. Но есть и воля машины. На карте разграфлены квадраты. Для каждого квадрата свой прицел. Я лежу в одном из этих квадратов. Механически, без ошибки, без волнения, без разумения, кто-то темный меня убьет. Нет заслуги и нет вины» [Ропшин, 1918, с. 235–236].

Новое, невиданное до сих пор в военных действиях заставляло писателей переоценить прежние представления о жестокости. Известно, например, что смерть в этой войне стала достигать человека не только на земле, как это было несколько веков, но и с воздуха и в воздухе. Восхищавшая в начале века авиация в годы войны стала источником смерти с воздуха. С. Кречетов (Соколов) в одном из очерков писал об этой военной новинке: «Гляжу кверху, там, на ясном, утреннем небе, с злобным, басыстым и немного гнусавым гудением носится черное крылатое чудовище, точно огромный шмель из Гофмановской сказки. Кружит и уносится в сторону, и вновь возвращается, что-то ищет. Что-то выбирает». Но далее на первый план выступают чувства человека, находящегося под бомбежкой: «После я успел привыкнуть к этим германским шмелям с изогнутыми крыльями. Но всякий раз охватывало при виде их чувство какого-то злобного бессилия. Что предпринять против этой проклятой машины, шныряющей в высоте и кидающей бомбы, от которых десятки людей обращаются в мелкие клочья мяса и кровавых тряпок! Что-то темное, шмелиное, нечеловеческое просыпается в душе. Так бы и взлетел сам в высоту и впился бы в этого колдовского шмеля и грыз бы его, рыча от ярости, чтоб свалить на землю, а вместо того надо прятаться, если укрытие близко. И застывать недвижно на месте, если оно далеко, чтобы быть как можно незаметнее и как бы слиться с землей» [Кречетов, 1915, с. 22].

Человечество, воевавшее до сих пор на воде, стало воевать и *под водой*. Человек увидел смерть из-под воды. Очерк А. Толстого «Под водой» о драматическом походе подводников заслуживает особого внимания как один из первых рассказов о людях новой военной профессии. Без громких слов описывается подвиг экипажа лодки, потопившей вражеский миноносец, но попавшей в минные заграждения. И так же спокойно, бесстрастно повествуется о пребывании в стальной коробке, где с каждой минутой убывает живительный кислород.

Нехитрый окопный быт такой *необычной по продолжительности позиционной* войны, особенность которой состояла в длительном пребывании в окопах, траншеях, запечатлен в прозе М. Пришвина и С. Федорченко, стихах С. Черного.

В очерке А. Толстого «Обыкновенный человек» впервые затронута тема «большой» и «малой» войны, необходимости жертвовать *меньшим*

во имя *главного* военного успеха. На первый взгляд, рассказ передает ощущения прапорщика Демьянова, впервые оказавшегося в бою, где ему после смертельного ранения командира взвода пришлось командовать солдатами. Занимая роту, теряя солдат, он, естественно, предполагал, что центр сражения здесь, что кровь его подчиненных пролита не напрасно. На самом деле по всей огромной площади, занимаемой тремя корпусами Н-ской армии, полк, в котором служил Демьянов, выполнял только отвлекающую роль. Занимая роту, погибая под пулями, солдаты выполняли чей-то тактический замысел.

В. Ропшину понадобился буквально один абзац для того, чтобы передать новый облик той мировой войны: «С холма простым глазом был ясно виден соседний, источенный окопами холм, были видны колючие заграждения, были видны те сорок шагов нескошенной, пестреющей полевыми цветами, травы, которую нужно, необходимо перебежать, чтобы под огнем пулеметов продвинуться на сорок шагов вперед. А внизу, под холмом, была не долина, а решето. Вся земля была истыкана воронками от снарядов – больших, малых и средних. Сверху было страшно смотреть. Кто надругался над кормилицей – над землей? Кто изранил, изрешетил ее сталью? Кто посмел, кто решился ее осквернить? И когда я смотрел, кто-то тронул меня за рукав:

– Хлебов-то сколько побили!...

Это сказал хлебороб-крестьянин, одетый в солдатскую форму. И сказав, он чуть не заплакал. Он жалеет хлеба. Пожалеет ли он человека?» [Ропшин, 1918, с. 214]. Всего несколько строк создают *панораму* войны – источенные окопами холмы и ничейная полоса в сорок шагов, которые так трудно сделать под пулеметным огнем; *материальные и духовные результаты войны* – изуродованную землю-кормилицу и вчерашнего хлебороба в солдатской форме, ставшего на войне убийцей.

А. Толстой сумел передать своему читателю объемную, рельефную картину не остывшей от недавнего боя местности: «Австрийские траншеи за Старым Самбором шли полукругом по лбу очень высокого, крутого холма и внизу были обнесены колючей проволокой. По обрыву, по скользкой глине, едва можно было взобраться наверх, но наши солдаты, под огнем пулеметов и ружей, накопили и здесь небольшие ямки, достигающие до австрийцев почти вплоть» [Толстой, 1949, с. 279].

Писатель мог до мельчайших подробностей увидеть, например, только что отвоеванные позиции неприятеля: «Дно траншей покрыто соломой; в углублениях ниш валяются тюфяки из соломы и тряпья. На стенах траншей повсюду пятна крови, а на гребнях, очевидно там, где прислонялась голова, – большие заскорузлые лужи. Повсюду обрывки одежд, шапок, сорванные бинты, обломки ружей, обгоревшие остатки ружейных прикладов, из которых австрийцы разводили костры, свежесодранные телячьи кожи, гильзы и стаканы снарядов» [Толстой, 1949, с. 92].

А. Толстой заметил и «привыкаемость» к войне, «относительность» ужаса войны. Однажды его внимание привлекло поведение солдата во время начавшейся артиллерийской канонады. Среди всех звуков, «ослепляющих пламеней стоял солдатик, небольшой, серый, тихонький: повесив ружье на плечо, приподняв голову немного вбок и кверху, он слушал.

– Видишь ты, какая штука, – сказал на мой вопрос солдатик тихим, немного даже таинственным голосом. – Я тут третий день слушаю: скрипит и скрипит вон в этих деревьях, будто человек стонет. Что уж это такое, – сам не знаю.

Вслед за его словами опять полыхнули четыре языка и, прогромыхав, опять понеслись, гудя и удаляясь, трехпудовые снаряды в темноту, в туман, в австрийские окопы. <...> Я оглянулся; едва видный в тумане солдатик все еще стоял и слушал, кто это там скрипит» [Толстой, 1914].

Негативно изображавшийся в предвоенной прозе («Поединок» А. Куприна, «Бабаев» С. Сергеева-Ценского, «На куличках» Е. Замятина) русский офицер был в значительной степени «реабилитирован» в произведениях И. Шмелева, Н. Гумилева, Ф. Степуна.

В рассказах К. Тренева, книге С. Федорченко «Народ на войне», быть может, впервые в отечественной литературе заговорил сам «человек с ружьем» – вчерашний крестьянин или мастеровой, по воле судьбы ставший воином. Словом, реалии Первой мировой войны, жизнь армии и жизнь тыла воюющей страны в военных корреспонденциях были представлены достаточно рельефно. Хочется особенно подчеркнуть при этом, что главным для писателей, ставших военными корреспондентами, было стремление увидеть, услышать, понять солдата – главного труженика войны. В очерке А. Толстого «На Кавказе» безымянный матрос у костра рассказывает о своих ощущениях:

«– Вначале, конечно, опасно. Пуля не разбирает, где летит. А потом все равно, ей-богу. Как работаешь. И не хочется, чтобы зря стрелять, а хочется, чтобы попасть.

– А как тебя в голову стукнуло? – спросил солдат.

– За пограничным столбом на тропе. Приказано было дойти до тропы, четырнадцать человек пошли, пятнадцатый – вольноопределяющий. Доползли, легли за гребешок, позади нас – большой камень; вольноопределяющий вскочил на него – стрельбу проверять; тут же ему прямо в шею попало – свалился мертвый, не дышал. А я, знаешь, камешек эдакой положил перед собой и стреляю, а позади нас тыркаются пули ихние, как шмели; в камень тыркнется и пыхнет, а которая близко разорвется, – все лицо обдаст, как оспой; гляжу, у кого вся щека в оспе, у кого лоб в крови, – пуля ихняя как пыль, так ее рвет. Ну, потом и меня в это место чиркнула, – штука нехитрая» [Толстой, 1949, с. 143].

Очерки А. Толстого являются свидетельством того, что в корреспонденциях о войне услышан-таки бессловесный до этого «человек с ружьем». Это произошло в очерках и рассказах В. Катаева, Ф. Крюкова,

Я. Окунева, М. Пришвина, А. Серафимовича, Б. Тимофеева, К. Тренева и, конечно же, в публикациях С. Федорченко «Народ на войне». В потоке «марсианствующей» литературы эти произведения выделялись именно передачей ощущений, мыслей рядовых участников войны.

Самосознание тех, на чью долю выпали самые тяжелые испытания войной, постоянно находилось в центре внимания писавших о войне, этот человековедческий аспект был главным для многих из них. С. Кречетов (Соколов), поэт, издатель, основатель символического издания «Гриф» писал в своих очерках с фронта: «Я не стратег и всего менее историк. Я – только поэт, и гляжу на то, что совершается, глазами художника, человека от искусства. Великая война найдет много историков, которые сумеют зафиксировать и воссоздать ее подробно в ее фактических очертах».

Мои писания глубоко субъективны. Изображаю то, что говорит моему глазу. Пропускаю, быть может, многое важное. Примечаю, наверное, многое несущественное только потому, что оно красочно. Но если в этих страницах, которые я набрасывал беспорядочно и торопливо, на случайных ночлегах, на недолгих стоянках под грохот канонады, от которой жалобно звенели окна, читатель на мгновение ощутил странное и трудно определяемое чувство войны, *вдохнет ее неуловимый воздух*, то мне не нужно ничего другого» (курсив автора. – А. И.) [Кречетов, 1915, с. 22].

Военная реальность заставила задуматься об *общечеловеческом* в трагедии войны даже таких писателей-бытовиков, как, например, В. Муйжель, писавших до этого только о мужике: «Вспоминается почему-то большая, просторная изба, куда мы заезжали выпить чаю, и заткнутые в ней тряпицами и соломой выбитые окна... И темное, исчерченное морщинами, напоминающее растрескавшуюся в засуху землю, лицо, потухшие глаза и вялая, равнодушная речь... И бедность, смотрящая из каждого угла».

И становится понятной далекая тоска изрытых глубокими рядами окопов полей, и уже титанические разрушения железнодорожных станций кажутся наивными детскими игрушками... Сделанное человеческими руками можно воссоздать вновь. Пройдут годы, – раны войны, даже наиболее глубокие, затянутся <...>. Но растет, ширится, все ближе и ближе подступает безнадежная тоска разоренного края» [Муйжель, 1915, с. 23].

Война для В. Муйжеля прежде всего – это потухшие глаза женщины, ставшей от горя войны старухой, тоску которой не залечит время. Но за этим есть нечто более важное: духовное разрушение, которое страшнее материального. Сделанное человеческими руками – здания, мосты, вокзалы, за которые шли ожесточенные бои, – все это подлежит восстановлению. Но смерть близких не восполнима ничем. Действительно, «титанические разрушения железнодорожных станций кажутся наивными детскими игрушками» по сравнению с «тоской изрытых глубокими рядами

окопов полей», с «потухшими глазами и вялой, равнодушной речью» женщины, приютившей солдат.

Постигая метафизику войны, русские литераторы-корреспонденты вглядывались прежде всего в солдат и офицеров действующей армии, изображали Первую мировую войну как *человеческую реальность*. Основное внимание поэтому было обращено не на конкретное в изображении войны, а на *человека на войне*.

\* \* \*

1. Алимов Р. Первая мировая война в освещении русских газет // Первая мировая война: история и психология. СПб., 1999. С. 117.
2. Аполлон. 1916. № 6–7. С. 53.
3. Кречетов С. С железом в руках, с крестом в сердце. Пг., 1915. С. 22.
4. Кречетов С. С железом в руках, с крестом в сердце. Пг., 1915. С. 7.
5. Муйжель В. В. С железом в руках, с крестом в сердце (На Восточно-Прусском фронте). Пг., 1915. С. 23.
6. Ропшин В. [Савинков Б. В.]. Из действующей армии (лето 1917). М., 1918. С. 235–236.
7. Ропшин В. [Савинков Б. В.]. Из действующей армии. С. 214.
8. Русская мысль. 1914. № 8–9. С. 1.
9. Русские Ведомости. 1916. 19 мая.
10. Толстой А. Н. Письма с пути. Письмо тринадцатое // Русские ведомости. 1914. 11 ноября.
11. Толстой А. Н. Полн. собр. соч. : в 15 т. М., 1949. Т. 3. С. 279.
12. Толстой А. Н. Указ. соч. С. 92.
13. Там же. С. 143.

*А. А. Демченко*

(г. Саратов, Россия)

## **УРОКИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО МАСТЕРСТВА ЧЕРНЫШЕВСКОГО: СТАТЬЯ «Г. ЧИЧЕРИН КАК ПУБЛИЦИСТ»**

О мастерстве Чернышевского, публициста и критика, специальных работ весьма немного [напр.: 1; 7; 13]. Между тем внимание к этому вопросу может расширить наши представления о ценностных ориентирах в журналистике. В центре нашего внимания – лишь одна из его статей, «Г. Чичерин как публицист», помещенной в майской книжке «Современника» за 1859 г. и совершенно справедливо рассматриваемой в контексте отношений Чернышевского к Герцену. Наиболее полно научная литература вопроса была в свое время представлена в монографии проф. И. В. Пороха [10]. В последующие годы интерес к изучению взаимоотношений Чернышев-

ского и Герцена значительно угас, а статья «Г. Чичерин как публицист», которую следует оценивать в контексте полемики с Герценом, вообще выпала из поля зрения исследователей [2; 8], и, более того, за ней закрепилось значение защиты Герцена от нападок Чичерина.

Статья полемична и композиционно разделена на две части. Назначение первой – подвести читателя к правильному пониманию авторского замысла, обусловленного полемикой с Герценом, имя которого нельзя было называть по цензурным условиям. Чернышевский выполняет свою задачу тонко, остроумно, умело пользуясь эзоповым языком, и в этом смысле статья представляет собою один из блестящих образцов его публицистического мастерства.

Полемика с Герценом глубоко скрыта за перифразами, системой аллюзий, логическими построениями. К тому же сложности возникали в связи с восприятиями статьи теми, кто не сомневался в общности взглядов Герцена как издателя «Колокола» и направлением «Современника». Между тем различия возникали, и Чернышевский иносказаниями давал понять, что в предлагаемой статье о Чичерине не только либеральный профессор, но и Герцен с его нечеткими в ту пору характеристиками либерализма стали объектом демократической критики.

Из совокупности проблем, рассматриваемых Б. Н. Чичериным, автором нашумевшей книги «Очерки Англии и Франции» (М., 1858), Чернышевский выделил наиболее актуальную: возможны ли в рамках абсолютистского государства, в том числе и России, демократические преобразования? В разбираемой Чернышевским книге, а затем и в «Обвинительном акте», посланном Чичериным Герцену как упрек русских либералов в оппозиционных настроениях «Колокола», автор книги положительно отвечал на этот вопрос, недвусмысленно высказавшись за сильную монархическую власть в качестве необходимого и единственно разумного средства к обеспечению «правильного развития свободы» [16]. Один из журналистов еще в 1857 г. отмечал, что Чичерин «сильно склоняется на сторону централизации, как бы питая к ней особенную предилекцию» [9]. Poleмика в «Колоколе» вокруг «Обвинительного акта» показала, насколько непопулярной, неавторитетной оказалась эта позиция публициста, вызвавшая осуждение даже в среде умеренных либералов. Сам Чичерин в письме к брату от 11 октября 1861 г. справедливо заметил, что различное обсуждение его послания «до очевидности» показало «раздвоение либерального мнения в России» [3; 4]. О неспособности «доктринеров» типа Чичерина «увлечь других» писал Герцен [5, т. XIII, 363]. Неслучайно и Чернышевский в рукописи статьи «Г. Чичерин как публицист» вычеркнул слово «авторитет» из фразы «г. Чичерин–авторитет и знаменитость» [15, т. V, 948]. Не для того, разумеется, автор «Современника» заговорил о консервативных сторонах воззрений Чичерина, чтобы осудить только их, осужденные многими. Разбор взглядов московского историка велся в плоскости, позволяющей вскрыть общий, объединяющий всех русских

(и не только русских) либералов элемент, то как раз, что не было отвергнуто Герценом.

Отвечая на поставленный вопрос, Чернышевский разъяснял опасность всякого рода иллюзий. По мнению либералов, все зависит от степени гуманности и просвещенности монарха. Во Франции, например, утверждал Чичерин, это условие определило решение одной из самых важных социальных проблем – уничтожения сословных привилегий. Чернышевский показал ошибочность этих типично либеральных представлений. Кто бы ни сидел на французском троне, все без исключения «устраивают целое государство таким образом, чтобы весь народ жил исключительно для содержания двора и придворной аристократии», так как «французский король есть представитель и глава аристократического принципа» [15, т. V, 654, 655]. Так, на частном примере Чернышевский проиллюстрировал несовместимость абсолютизма и демократии, намекая на невозможность осуществления подлинно демократических преобразований в монархической России. Осуждая взгляды Чичерина и либералов вообще, Чернышевский метил и в герценовский «Колокол», не оставлявший и в 1859 г. надежды на освободительную миссию Александра II.

Чернышевский отметил также сбивчивость рассуждений Чичерина об основных формах государственного правления. «Основным принципом его понятий оказывается бюрократическое устройство, и ему представляется, будто демократия похожа на абсолютизм в том отношении, что очень любит бюрократию и централизацию» [16, т. V, 652]. В действительности же, по Чернышевскому, нет ничего более непримиримого, чем вражда демократов к монархии, порождающей бюрократию и централизацию и защищающей аристократию. В качестве примера действительно демократического устройства Чернышевский называет Соединенные Штаты Америки, Австралию, Швейцарию [16, т. V, 653, 656].

Опровержение чичеринской трактовки упомянутых политических категорий преследовало у Чернышевского и другие полемические задания – направленность утверждений против Герцена, в частности против его представлений о демократической форме государственного устройства, высказанных в статье «Россия и Польша», опубликованной в первых (программных) номерах «Колокола» за 1859 г. Отвечая польским корреспондентам «Колокола», Герцен, без сомнения, учитывал и чичеринские упреки в адрес «Колокола», будто бы избравшего революционное направление. После событий 1848–1849-х гг., разъяснял свою позицию Герцен, слово республика «возбуждает столько же надежды, сколько сомнений. Разве мы не видали, что республика с правительственной инициативой, с деспотической централизацией, с огромным войском, гораздо меньше способствует свободному развитию, чем английская монархия без инициативы, без централизации? Разве мы не видали, что французская демократия, т.е. равенство в рабстве, самая близкая форма к петербургскому самовластью? <...> Я смело скажу, переиначивая известную латинскую



пословицу: «Я друг республики, я друг демократии, но гораздо больше друг свободы, независимости и развития». В другом месте той же статьи Герцен писал, что ему «религия демократии так же не по сердцу, как религия пана Фиалковского и как религия «воссоединенного» Симашки. Демократическое православие так же не дает воли уму и жмет его, как Киево-Печерское» [5, т. XIV, 8–9, 17]. Нельзя не видеть отличия такого понимания демократии от чичеринского. Если для Герцена, сторонника демократии, важно, чтобы установившийся демократический строй был «сообразен развитию народному» и являл собою «не только слово, а и дело, как в Соединенных Штатах или Швейцарии» [5, т. XIV, 9], то Чичерин выступил как противник самой идеи демократии, как защитник сильной монархической власти. Чернышевский, несомненно, разделял симпатии Герцена, но возведение издателем «Колокола» индифферентности к формам правления в теоретический принцип и признание возможности свободы и развития вне демократической республики – этого Чернышевский в ту пору принять не мог, ибо такая позиция не учитывала конкретной политической ситуации в России и являлась существенной уступкой либералам, полагавшим возможность демократических реформ при сохранении в России абсолютной монархии.

Между тем, указывал Чернышевский, именно эти понятия требовали разъяснения «по-русски», и «публицисту, пишущему по-русски», необходимо иметь «живое сочувствие к современным потребностям общества». Таким публицистом Чичерин не был, делал вывод Чернышевский, его книга «написана не по-русски, издана не в Москве», поскольку наполнена схоластическими рассуждениями, заимствованными у «великих мыслителей французской мнимо-либеральной, а в сущности реакционной школы» [16, т. V, 649, 651, 653, 658]. Налицо один из приемов двупланного, индифферентного письма, когда комплекс суждений, радикальных по содержанию, заменен непредосудительным для цензуры словосочетанием «задачи публициста, пишущего по-русски». В подцензурной статье Чернышевский не имел возможности прямо объяснить, что писать «по-русски», значит, писать прежде всего о несовместимости самодержавия и подлинно демократических преобразований. «Публицистом, пишущим по-русски» не был Чичерин, не был им и никто из критиков автора «Обвинительного акта» и, если следовать логике статьи Чернышевского, не стал таким публицистом и Герцен [ср.: 10, 126; 11].

Выступление Чернышевского против Герцена до выхода статьи «Very dangerous!!!» (Очень опасно!!!), значительно обострившей взаимоотношения между ними [см.: 12], подтверждает заявление Чернышевского в его примечании к одному из Добролюбовских писем 1856 г., где он пояснял, что в отличие от Добролюбова «уже имел тогда образ мыслей, не совсем одинаковый с понятиями Герцена» [14].

Рассмотрим внимательнее, как именно ведет полемику Чернышевский.

Первая часть статьи предварена двумя своеобразными вступлениями, «предисловиями», как обозначил их сам автор, не связанными будто бы с последующим изложением. Замысел статьи раскрывался путем сопоставления возможных мнений читателей двух категорий – «людей обыкновенных», то есть людей «здравого смысла», способных непредвзято понять объяснения автора, и «проницательных людей» – так иронически именовал Чернышевский современных ему либералов, претендующих на глубокое постижение общественных явлений. Образ «проницательного читателя» возникает впоследствии в романе «Что делать?», жанр которого правомерно связывают с публицистичностью.

В первом предисловии Чернышевский с иронией писал о «проницательных читателях» «Современника», среди которых оказалось немало «умных, ученых и отчасти знаменитых», организовавших поход на журнал за критические высказывания о кумире итальянских либералов Поэрио, а также о либеральной, так называемой «обличительной» литературе [6]. По поводу последней Чернышевский писал в том смысле, что «обсуждение важных вопросов, умалчивающее о существенной стороне их, касающееся только мелочей, да и то с какою-то вялою слабостью, никак не может назваться удовлетворительным обсуждением, ничего не разъясняет, ни к чему, кроме пошлостей и нелепостей, не приводит» [16, т. V, 645]. Этот вывод применителен не только к беллетристике: публицист «Современника» осуждает всякое обличительство, не затрагивающее основ государственного устройства России. И нельзя не соотнести содержания приведенного отрывка с ответом Герцена Чичерину, где «Колокол» характеризовался прежде всего как обличительный орган.

Однако читатель, которому смысл статьи еще не разъяснен, мог сразу и не прийти к подобному расширительному истолкованию приведенных строк. Ему вообще пока непонятно, к чему в статье о Чичерине возникли столь пространные высказывания о Поэрио и «обличительной» литературе. И Чернышевский, последовательно осуществляя задуманное, указывает на второе «предисловие», открывающее смысл первого.

Здесь речь идет уже непосредственно о Чичерине, и первую же фразу – «мы хотим быть строгими к г. Чичерину» – автор с очевидностью обозначил причастность статьи к конфликту Герцена с Чичериным. Этот факт отмечен в исследовательской литературе. Однако в утверждении, будто в данном случае Чернышевский использовал формулировки «Обвинительного акта» против Чичерина же с целью защитить Герцена и выразить солидарность с его взглядами [10, 124–125], содержится неточность, изменяющая смысл статьи в целом. Поначалу отметим, что Чернышевский пользуется словом «строгий», заимствованным не у Чичерина – у Герцена. Вспомним: «Будьте строги, жестоки, несправедливы...», – обращался Герцен к автору «Обличительного акта». Чичерин же приступал к оценке деятельности Герцена «с довольно высокими требованиями», слов о «строгости» в «Обвинительном акте» нет. Что же хотел сказать

Чернышевский, прибегнувший к терминологии оппонента Чичерина? «Для вас, читатель, – продолжал он, – для вас, человек обыкновенный, не одаренный изумительною проницательностью, причины строгости ясны сами по себе, без всяких объяснений. Г. Чичерин пользуется громкою известностью, а люди, пользующиеся известностью, должны быть разбираемы строго; когда речь идет о них, общественная польза требует не комплиментов, а серьезной критики», и читатель с «обыкновенным здравым смыслом» не осудит за «строгость порицания, если бы оказалось, что порицание основательно» (курсив наш. – А. Д.). Иными словами, Чернышевский дал понять, что пользуется критерием, принятым Герценом, и потому, в случае необходимости, применимым не только к Чичерину, но и к самому издателю «Колокола» или любому другому деятелю общественного движения, и сетовать на строгость разбора и серьезную критику не следует. «Но люди проницательные, – продолжал Чернышевский, – тотчас сообразят, что с этими простыми причинами не следует ограничиваться их догадливости. Г. Чичерин – знаменитость, стало быть, если его порицают, то порицают по каким-нибудь личным расчетам; ведь без особенных личных побуждений нельзя порицать знаменитостей, по мнению проницательных людей. И они нападут на нас за г. Чичерина с таким же восхитительным негодованием, как за Поэрио и за статью о прошлогодней литературе» [16, т. V, 645–646. Курсив наш. – А. Д.]. В подчеркнутых словах позволительно видеть прямой намек на характер полемики Герцена с Чичериным, которого, напоминая, издатель «Колокола» упрекнул за личные выпады.

Автор как бы настораживал читателя, приглашал его глубже вникнуть в замысел статьи, в которой следует искать то, чего они не найдут во всех других критических выступлениях против Чичерина. Рядом полемических приемов Чернышевский последовательно и блестяще реализует задачи «публициста пишущего по-русски», озабоченного судьбами своей родины.

\* \* \*

1. Амелия Мария да Консейсао Глория. Мастерство Чернышевского-публициста : моногр. Саратов, 1998. 67 с.
2. Вдовин А. В. О «тупоумных глупцах» и «дрянных пошляках»: полемика Чернышевского с Герценом в 1862 г. // Н. Г. Чернышевский. Статьи, исследования и материалы : сб. науч. тр. Саратов, 2010. Вып. 17. С. 45–52.
3. Воспоминания Бориса Николаевича Чичерина: Московский университет. М., 1929. С. 29.
4. Воспоминания Бориса Николаевича Чичерина: Путешествие за границу. М., 1932. С. 57–62.
5. Герцен А. И. Собр. соч. : в 30 т. М., 1954–1964.
6. Добролюбов Н. А. Литературные мелочи прошлого года // Добролюбов Н. А. Собр. соч. : в 9 т. М., 1961–1964. Т. 4. С. 59–87.

7. Егоров Б. Ф. О мастерстве литературной критики. Жанры. Композиция. Стилль. Л., 1980. 380 с.
8. Кантор В. К. «Это будет не суд, не расправа, а катаклизм, переворот...» (философия истории Герцена) // Вторая Навигация: Альманах. Харьков, 2013. № 12. С. 132–169.
9. Отечественные записки. 1857. № 7. Отд. III. С. 58.
10. Порох И. В. Герцен и Чернышевский. Саратов, 1963.
11. Порох И. В. Полемика Герцена с Чичериным и отклик на нее «Современника» // Историографический сборник. Саратов, 1965. Вып. 2. С. 71–73.
12. Усакина Т. И. История. Философия. Литература. Саратов, 1968. С. 250–290.
13. Черепанов М. С. Н. Г. Чернышевский. М., 1977. 213 с. (Серия «Мастерство революционных демократов-публицистов»).
14. Чернышевский Н. Г. Материалы для биографии Н. А. Добролюбова. М., 1890. С. 319.
15. Чернышевский Н. Г. Полн. собр. соч. : в 16 т. М., 1939–1953.
16. Чичерин Б. Очерки Англии и Франции. М., 1858. С. XI–XII.

*Н. С. Гегелова*

(г. Москва, Россия)

## **ЖАНРЫ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ**

Эффективная творческая деятельность телекомпаний должна находить свое выражение в телевизионной программе. Суть телевизионной программы состоит в том, чтобы все передачи разных жанров, предназначенные для эфира в конкретный день недели, были объединены в единую вещательную, многофункциональную программу, адресованную к массовой аудитории и объективно передающую современную картину мира. Эту характерную для телевидения сущностную особенность принято называть «программностью». Термин «программность» означает конечный результат слаженной творческой и технической деятельности коллектива телевидения в коммуникативном процессе. Каждый телеканал (т.е. технический путь доставки программы) проводит свою программную политику.

Успех телевизионного планирования во многом зависит от учета интересов и предпочтений целевой аудитории в целом, а также отдельных ее возрастных групп, от жанрового и тематического разнообразия телевизионной программы в целом.

Попытки классифицировать тележанры предпринимались многими теоретиками телевидения: Э. Г. Багировым, Р. А. Борецким, Н. В. Вакуровой, Л. И. Московкиным, В. Т. Третьяковым, Л. П. Шестеркиной, В. Л. Цвигом, А. Я. Юровским в книгах «Жанры телевидения», «Телевизионная журналистика», «Типология жанров современной экранной продукции».

В постсоветский период жанровая палитра телевидения пополнилась новыми, ранее неизвестными тележанрами и их разновидностями.

Первая классификация была описана в монографии «Жанры телевидения» в 1967 г. (авторы Э. Багиров, Р. Борецкий, Л. Глуховская, Н. Григорян, И. Кацев). Если сравнить первую классификацию с современными, то легко можно проследить эволюцию жанров, отмирание одних и появление других.

В 1967 г., описывая существенные признаки сложившихся к тому времени тележанров, авторами коллективной монографии была предложена следующая классификация: а) информационные жанры: устные сообщения (новости в дикторском чтении), выступление в кадре, комментарий, интервью, пресс-конференция, репортаж; б) документальные жанры: телеплакат, обзор, очерк; в) сатирические жанры: шарж, карикатура, фельетон, фотообвинение; г) документально-игровые жанры: устный рассказ, устный фельетон, игровой фельетон, драматизированная хроника; д) информационно-публицистические жанры: аннотация, рецензия, критическое обозрение, беседа (популярная лекция), экскурсия, творческий портрет; инсценировка (научно-популярная), трансляция; е) учебные жанры: лекция, очерк, иллюстрация.

Другая классификация жанров была предложена и описана авторами учебника «Основы телевизионной журналистики», изданного в 1987 г., Э. Г. Багировым, Р. А. Борецким, А. Я. Юровским. Классификация эта выглядит следующим образом: а) жанры информационной публицистики: репортаж, интервью, заметка, отчет, выступление; б) жанры аналитической публицистики: беседа, обзор, комментарий, корреспонденция; в) жанры художественной публицистики: очерк, портрет, эссе, фельетон, памфлет, зарисовка.

Из современной телевизионной практики, к сожалению, почти полностью выпали жанры художественной публицистики. Место зарисовки, например, полностью заняла реклама, телеочерк исчезает с экрана. Следующая попытка классифицировать телевизионные жанры была предпринята профессором МГУ В. Л. Цвиком. Он выделяет:

а) информационные жанры: информационное сообщение (видеосюжет), отчет, выступление (монолог в эфире), прямые включения (модификация жанра выступления), интервью (протокольное, информационное, портретное, проблемное, интервью-анкета, репортаж и его разновидности (специальный, спортивный)); б) аналитические жанры публицистики: комментарий, обзор, беседа, дискуссия, ток-шоу, пресс-конференция; в) художественные жанры: очерк, зарисовка, эссе; сатирические жанры: фельетон, памфлет. Предложенная В. Л. Цвиком классификация наиболее приближена к современной телевизионной практике.

Автор данной статьи разработал современную классификацию жанров российского телевидения. Сегодня она выглядит следующим образом.

**Информационные жанры:** *информационное сообщение (видеосюжет)* – новостной, хроникальный жанр, выполняющий информационную функцию; *выступление в кадре* – информационный жанр телевидения, монолог, обращенный к массовой аудитории посредством телевидения, когда журналист, ведущий, корреспондент или гость студии является единственным объектом показа, выполняет информационную функцию; *лекция* (разновидность жанра выступления в кадре) – адаптированная для телевидения научно-популярная лекция, выполняет информационную, образовательную и культурно-просветительскую функции; *интервью* – информационный жанр телевидения, в основе которого лежит диалог в вопросно-ответной форме как способ получения информации из первоисточника. Выполняет информационную функцию; *интервью-шоу* – информационный жанр телевидения, представляющий собой расширенное интервью один на один с известными собеседниками с использованием рубрики *vox populi* (глас народа) и интерактивными возможностями телевидения, выполняет информационную и просветительскую функции; *репортаж* – информационный жанр телевидения, передающий в оперативной и достоверной репортажной форме суть актуального события, очевидцем которого является журналист, выполняет информационную функцию; *телеотчет* – расширенное, подробное изложение официального события с использованием документального материала. Главная функция информационная; *рассказ корреспондента* (англ. stand up) – информационный жанр телевидения, обычно прямое включение тележурналиста в информационные выпуски новостей. Выполняет информационную и организаторскую функции.

**Аналитические жанры:** *комментарий* – аналитический жанр телевидения, раскрывающее и объясняющее суть актуального события. Выполняет информационную и просветительскую функции; *корреспонденция* – персонифицированный аналитический жанр, исследующий конкретную проблематику из разных сфер жизни. Выполняет информационную и просветительскую функции; *обозрение* – аналитический жанр телевидения, предметом которого является общественное событие, а целью – выявление причинно-следственных связей между фактами. Выполняет информационную и просветительскую функции; *пресс-конференция* – аналитический жанр телевидения, строится в форме коллективного интервью – вопросов журналистов к компетентным участникам пресс-конференции и развернутых ответов на поставленные вопросы. Выполняет информационную и просветительскую функции; *брифинг* – краткий инструктаж журналистов о теме и аспектах ее освещения; *беседа* – аналитический жанр телевидения, который, как интервью, имеет диалогическую форму общения, это разговор с несколькими собеседниками на общезначимые темы. Выполняет информационную, просветительскую, образовательную функции; *дискуссия* – аналитический жанр телевидения,

представляющий собой полемический диалог на общественно значимые темы. Выполняет просветительскую, информационную функции; *ток-шоу* – аналитический жанр телевидения, разговорная программа, в которой идет публичное обсуждение актуальной проблемы или жизненной ситуации с участием приглашенных героев, экспертов и публики. Выполняет просветительскую и образовательную функции; *теледебаты* – аналитический жанр публицистики, в основе которого лежит конфликт между дебатирующими сторонами, публичное состязание политических лидеров, столкновение их позиций в словесной дуэли, транслируются в эфире во время избирательных кампаний. Выполняют социально-управленческую функцию; *журналистское расследование* – жанр аналитической публицистики, цель которого исследовать и вскрыть причины создавшейся критической ситуации в той или иной области или сфере деятельности. Выполняет информационную и просветительскую функции; *телесуд* – ток-шоу судебного телевизионного заседания, основанное на реальных гражданских или уголовных делах. Выполняет информационную и просветительскую функции.

**Художественные жанры:** *очерк* – жанр художественной публицистики, построенный на документальном материале в сочетании с образностью изложения и максимальным использованием возможностей изобразительно-выразительного языка экрана. Выполняет культурно-просветительскую функцию; *эссе* – художественный жанр публицистики, носящий исповедальный, личностный, персонифицированный характер. Выполняет культурно-просветительскую и образовательную функции; *зарисовка* – художественный жанр публицистики, образно отображающий окружающую действительность. Выполняет рекреативную функцию; *фельетон* – сатирический жанр, сочетающий в себе документальное и художественное начало, использующий иронию, гротеск для выявления и высмеивания отрицательных черт, типических явлений действительности. Выполняет рекреативную функцию.

**Жанры развлекательного ТВ:** *викторина* – телевизионная игра в вопросах и ответах. Выполняет образовательную, просветительскую и рекреативную функции; *телеигра* – телевизионная игровая программа, в которой принимают участие один или несколько игроков, соревнующихся за получение главного приза. Выполняет образовательную, просветительскую и рекреативную функции; *сериал* – многосерийный телевизионный фильм с единой сюжетной линией и персонажами; документальный телефильм – фильм, построенный на достоверных фактах, повествование о человеке или историческом событии; *телеспектакль* – телевизионная версия театрального спектакля, адаптированная к показу по телевидению, либо прямая трансляция спектакля; *клип* – исполнение песни, с использованием дробного монтажа, предполагающего мозаичное построение изо-

бражения за счет быстрой смены кадров и спецэффектов; *телевизионное шоу* – спортивная или музыкальная программа-представление, отличающаяся яркой зрелищностью, с участием известных актеров театра и кино, известных ведущих и спортсменов. Выполняет рекреативную функцию; *скетч-шоу* – развлекательный жанр, состоящий из комедийных сценок, набросков, которые исполняют комедийные персонажи, как правило, актеры.

Как следует из приведенной авторской классификации, в постперестроечный период типология жанров претерпела значительные изменения, пополнилась новыми жанрами и их модификациями. Выбор журналистом того или иного жанра обусловлен творческой задачей воплощения авторской идеи. Следовательно, насколько верно журналист понимает природу жанра, в который он облакает жизненный материал, настолько успешнее способен он выполнить поставленную задачу ведь телезрители воспринимают событие глазами журналиста.

**С. И. Щеблыкин**

(г. Пенза, Россия)

## **ПОЛЕМИКА КАК СРЕДСТВО УТВЕРЖДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Слово «полемика» повсеместно употребляется в значении спора между двумя сторонами или отдельными лицами с целью обоснования, защиты своей позиции, своих представлений по тому или по иному вопросу. Родившись еще в древнюю эпоху (см., к примеру, «Диалоги» в сочинениях Платона), полемика в практике общественных отношений приобрела со временем некие устойчивые формы, тяготеющие к определенным жанровым дефинициям.

Так, в литературной критике утвердился жанр памфлета (к примеру, «Педант. Литературный тип» – публикация В. Г. Белинского[1], направленная против С. Шевырева), в журналистике – фельетон (вспомним фельетоны И. Ильфа и Е. Петрова в советской прессе 20–30-х гг. XX в.), юмористические зарисовки, полемические заметки с острой сатирической направленностью, пародии и т.д. [2].

К этому надо добавить, что в современных изданиях, а также в публикациях прошлых времен полемику принято различать, с одной стороны, по жанру, а с другой, – по уровню критического накала, по наличию «аттической соли», как принято говорить, т.е. остроты, едкости публикуемого материала.

Думается, что этого свойства, этого качества сегодня явно не достает значительному числу критических статей и заметок критического содер-



жания, появляющихся в текущей периодике и поднимающих те или иные вопросы общественного бытия. Оговорюсь, что речь идет здесь преимущественно о провинциальной печати. При всем том уровень «стиля» ряда других, не критических публикаций, достаточно высок.

В чем же причина значительного ослабления полемического накала в массовой, в данном случае провинциальной печати? Таких причин несколько. Остановимся на главных.

Первая (и, возможно, основная) состоит в том, что современная печать в большинстве своем корпоративна, т.к. защищает по преимуществу интересы определенных кампаний, производственных объединений и т.п. Эти издания не отражают и не могут отражать общую, близкую для всего населения страны точку зрения. У таких изданий подчас вообще нет «предмета» полемики, повода для нее. Их задача – информировать определенный круг читателей, пропагандировать ту или иную общественную позицию, «психологию» той или иной среды и т.д. Утвердилось даже понятие «элитного читателя», на которого ориентирован публикуемый материал подобного рода. Этот читатель принадлежит, как правило, к определенной прослойке; материально обеспечен, в меру образован. Предполагается, что такому читателю ближе ситуация «успеха», и поэтому в большей степени ему нужен «пример», образец благополучного жизнеустройства, а не полемика, тем более страстный спор за утверждение тех или иных истин, норм общественного поведения и деловой практики.

Трудно сказать, как долго будет продолжаться спад, ослабление критического контента на страницах провинциальных газет и журналов. Одно несомненно: это состояние не в пользу печати, и, вероятно, данная кризисная полоса в развитии массмедиа будет преодолена в ближайшие десятилетия [3]. Порукою тому служит тот факт, что качественные периодические издания, да и аудиовизуальные средства не могут обойтись без острой постановки проблем, которые выдвигает сама жизнь, ее основные общественные прослойки, заинтересованные в защите своих позиций, принципов и убеждений [4]. Независимо от разницы в убеждениях и вкусах, наличие яркой полемической струи в печатных изданиях, (а также на радио и телевидении) свидетельствует о зрелости СМИ и, конечно же, – о «здоровье» самого общества, способного не только признать те или иные свои недуги, но и освободиться от них.

Полемике в этом смысле следует рассматривать как надежное и необходимое средство утверждения общественных ценностей в многоуровневых линиях исторического прогресса.

\* \* \*

1. Белинский В. Г. Собр. соч. : в 9 т. М., 1979. Т. IV. С. 382–389.
2. Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917–2000) : учеб. пособие. М. : Флинта, Наука. 2002. С. 236.

3. Информацию о кризисном состоянии нашей современной печати, о путях преодоления этого состояния см.: Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М. : Аспект Пресс, 2004. С. 107.
4. О глубоких переменах в развитии современной российской журналистики в целом см.: Перевалов В. В. К вопросу о содержании понятия «журналистика» // Журналист. Социальные коммуникации. М., 2013. № 2. С. 21–36.

*Абдиманулы Омирхан*

(г. Алматы, Казахстан)

## **ЛИТЕРАТУРНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АХМЕТА БАЙТУРСЫНОВА**

Начало XX в. в истории казахской литературы это – «золотой век» литературы России, ренессанс Западной Европы. Если в этот период Шакарим, преемник Абая, поднялся на вершины творчества, то Ахмет, Миржакып, Султанмахмут, Магжан, открыто заявили о себе в полный голос, создав высокохудожественные произведения.

Ахмет Байтурсынов – видный деятель сыгравший в конце XIX – начале XX вв. значительную роль в общественно-политической жизни казахского народа. Он – поэт, публицист, литератор, ученый-лингвист, политический деятель, сформировавший собственную платформу освобождения народа; придавший научно-философскую, социальную значимость понятиям свобода, равенство; личность имевший оригинальную концепцию развития общества. Доминирующей особенностью творчества Ахмета Байтурсынова стало освобождение народа, придававшая ему силы в достижении цели. Она красной нитью проходит через его талантливые поэтические сочинения и публицистические произведения.

Творчество А. Байтурсынова состоит из четырех основных направлений: поэзия, перевод, публицистика и литературоведение. Поэзия А. Байтурсынова начала XX в. проникнута гражданским пафосом, одной из характерных черт которой является борьба за свободу. Эволюция-взглядов поэта-гражданина зримо прослеживается в его произведениях, Поэзия – одна из главных значительных сторон творчества А. Байтурсынова. Борец за свободу, призывающий к знаниям, светлому дню, А. Байтурсынов в своих первых произведениях использует своеобразный поэтический прием, переводя басни известного русского поэта И. А. Крылова.

Басня – один из видов народного творчества, понятный и доступный каждому народу. Басня как один из видов иносказания стала для А. Байтурсынова, ищущего пути освобождения народ незаменимым методом передачи свои мысли в эпоху жесткой цензуры через стихи И. А. Крылова, умело используя «эзопов» язык.

Сборник «Кырык мысал» переиздавался трижды: Петербург (1909), Оренбург (1913), Казань (1922). Тему сочинений сб.»Кырык мысал» можно разделить на две крупные группы. Первая призывает народ к знаниям, справедливости, трудолюбию, основанных на человечности, где преобладают воспитание и просвещение. Вторая -к единению народа, и к освободительной борьбе.

В первой «группе басен относятся: «Лебедь, Щука и Рак», «Осел и Соловей», «Обезьяна и очки», «Старик и работник».»Собачья дружба»,»Пастух и комар»,»Зеркало и обезьяна»,»Бедный богач», «Свинья под дубом» и др. В них через отрицательные образы животных показаны невежество, хвастовство, чванливость. Эти образы, созданные Байтурсыновым, навеянные народной мудростью, оценивают человека, его поведение, характер, по конкретным результатам его деяния в обществе.

Главная особенность поэта А. Байтурсынова заключена во второй группе басен, где замечен его собственный стиль. В нее вошли басни бичующие узурпаторство, насилие. К ним относятся; «Волк и Журавль», «Волк и Ягненок», «Мор зверей», «Волк и Кот», «Пестрые Овцы» и др.

Рассмотрение содержания одной из них убедительно свидетельствует о способностях баснописца А. Байтурсынова. Басня «Волк и Ягненок», имеющая политическое значение, написана в остром стиле.

Эту басню можно называть новым произведением, созданным на сходном сюжете. Перевод подлинника из 36 строк получает новое содержание в 68 строках, т.е. тем самым создается новое произведение. Наличие особенностей ярко заметно в начале и конце басни, а также из диалога Волка и Ягненка. У Крылова начало следующее:

Ягненок в жаркий день зашел к ручью напиться  
И надобно же боде случится,  
Что около тех мост голодный рыскал Волк,  
Ягненка видит он, на добычу стремится;

А. Байтурсынов переводит это так:

Бұлаққа су ішуге келді Козы,  
Жанында Серігі жоқ жалғыз өзі.  
«Бәрі жоқ десең, шығар берік астынан»  
Пәле мен қаза алыс па, келсе көзі.

Третья строка в начале басни А. Байтурсынова «Бәрі жоқ, десең, шығар, бөрік астынан» придает особый смысл началу стиха, наполняет его содержание чисто национальным дыханием. Если у И. Крылова в начале известна развязка финала, то А. Байтурсынов придает развитию сюжета логическое завершение в конце басни. Обвинения Волка оказались заранее придуманными, правдивая победа Ягненка граничит с его реальным поражением. Ягненок до последнего уверенный в своей честности и

невиновности, ожидавший справедливости, узнав о своей «главной вине» покорно подчиняется судьбе.

Шошиды Козы байғус құлқын танып,  
Құтылар білгенменен онан нағып?!...

В басне Байтурсынова безошибочно просматривается узурпаторство, присущее судам царской России, творившим беззаконие в Казахстане, признававших невинных виновными и наоборот. «Главная вина» казахского народа под властью колонизаторов схожа с виной и судьбой Ягненка. Намекая на это в басне, автор на примере показывает, что от господствующих нельзя ожидать какой-либо справедливости.

В целом басням этой группы присуще единая мысль, характерная глубоким содержанием: жалея, сопереживая тяжелое положение собственного народа, поэт видит основного виновника всех бед, поэтому он стремится разбудить народ, пробудить в нем мысль. Основным виновником всех бед – колониальный гнет царской России, без освобождения из под которой невозможно развитие, расцвет и рост.

А. Байтурсынов из 197 басен Крылова выбрал и перевел 38, расположив их в единой композиционной структуре. Книгу открывает басня «Акку, Шортан һам Шаян», зовущих к единству, а ставит точку «Малшы мен Маса», где главная мысль – «проснись, казах!»

Переводы А. Байтурсынова в самом деле стали новыми творениями истинно казахскими произведениями. Просеянные через казахскую многовековую народную мудрость, они были духовно преображены получив новое национальное звучание. «Қырық мысал» А. Байтурсынова представлены через всю красоту и изящество казахского языка. Раскрывая природу казахской нации и сочность, богатство его языка, он мастерски их использует.

Говоря о языке басен А. Байтурсынова, нельзя не сказать о том, что в них широкое распространение получили казахские пословицы, поговорки и крылатые выражения. Они использованы в самой основе басен, и как примеры нашли место, иногда переведены прямо или косвенно в соответствии со строем слов и с целью сохранения смысла, в то и полностью, перестраивая строй и месторасположение слов. Наряду с этим А. Байтурсынов, используя своеобразные словосочетания, весомый, глубокий смысл передает через минимум слов, поражая достоинством и благородством народной мудрости. Этому пример: «Сары жезден саф алтынды айырмайтын», «Досынан надан тірлік пенен аманында», «Ағайын бірі пана, бірі – қару», «Досыңнан надан болса, артық, дұшпан» , «Пиғылды тузетпейді дәулет пен бак».

И. А. Крылов отмечал, что из всех его басен 33 являются переводными, исследователи полагают, что в 28 из них сюжеты заимствованы у Лафонтена. Лафонтен не написал ни одной собственной басни. Но несмотря на это ни один человек не скажет, что эти басни не принадлежат Лафон-

тену, так басни и Лафонтена, и Крылова, и Байтурсынова – это кладезь мудрости народной.

Классик казахской литературы М. О. Ауэзов в 1923 г. в статье, посвященной А. Байтурсынова писал:»Слова, сказанные Ахметом казахами еще не забыты, мотивы, известные в баснях еще не устарели. До настоящего времени они, будучи сильными в напевах казахской степи вместе со степными вольными ветрами распространяются повсюду» [1]. Подчеркивая бессмертность духа идей гражданственности, ставшей знаменем его поэзии, М. Ауэзов отметил, ее преемственность. Эти мотивы – основной стержень и в собственных его стихах..

Что пробудило стать поэтом А. Байтурсынова? Какая сила подвигла его ум, силу таланта для высокой цели? Считая себя сыном народа, он вырос и закалился в борьбе за его национальную свободу и независимость. В этой борьбе самым острым оружием стала поэзия, наиболее близкая и понятная казахскому народу. Он пишет:

Мен жазған кеңес,  
Мақтаныш емес  
Ат шығармақ, ақындық-

/Жауап хаттан»/ ставя идеи свободы превыше всего стремится собственные чаяния, мысли донести до народа именно через стихи.

А. Байтурсынов стремится своей поэзии придать социально-политическое звучание, что видно в стихах «Карқаралы қаласына', «Жауап хаттан»,»Досыма хат», «Жауға тускеннің сөзі, «Бак,» и др.

Одним из первых стихотворений, положивших начало этому циклу является «Анама хат», время написания которой точно указано М. Дулатовым: «В письме к матери», написанном в 1909 г. из Семипалатинской тюрьмы... Стихотворение, вырвавшееся из потаенных глубин сердца, глубоко раскрывает душу, полное лиризма и надежды. Посвящая его самому дорогому человеку – матери, и склонив голову перед ней, он осознает себя сыном народа, служение которому – высший долг» [2, с. 19].

Жажда борьбы во имя освобождения народа, из-под колониального угнетения, стремление помочь казахской нации осознать себя – таково революционно-демократическое направление творчества поэта. Вина за невежество – трагедию казахской нации полностью лежит на колониальной политике царской России:

Казағым – елім,  
Қайқайып белін,  
Сынуға тур таянып.  
Талауда малық,  
Қамауда жаның,  
Аш кезінді оянып («Жиган-терген»).

После стихотворения «Письмо к матери», одним из значительных было «Н. К. Ханымға» («Госпоже Н. К.»), раскрывшее глубину его мыслей. Оно, адресованное молодежи, объясняет цель и трудности избранного пути, а также глубокий философский смысл жизни А. Байтурсынова. Обвинения, гонения, переплетаясь с трудной судьбой поэта, а также раздумья о сути человеческого достоинства, о цели и смысле свободы, приводят его к размышлениям о смерти и жизни, о настоящем и будущем.

Тән кемілер, көмілмес еткен ісім,  
Ойлайтындар мен емес, бір кунгісін,  
Жұрт ұқпаса, ұқпасын – жабықпаймын,  
Ел бугіншіл, менікі – ертеңгі үшін.

Победу настоящего, чему посвящена жизнь, он видит в будущем. В «Н. К. Ханымға» мы без труда узнаем образа борца, героя новой эпохи, готового пожертвовать себя во имя завтрашнего, во имя счастья народа.

Поэзия А. Байтурсынова дала начало новому направлению в казахской литературе, воспевающим национальное единство, национальную свободу. Это не просто воспевание, граничащее с плачем, а правильное осмысление истоков будущего и указывающее к нему путь, Казахские поэты до него чувствуя трагедию народа, видели освобождение его только в просвещении, не смогли в своих произведениях указать правильный путь, а А. Байтурсынов показал не только заветной цели, но и звал к нему. Просветительство его поэзии, вело к пробуждению, а пробуждение – к познанию главного виновника трагедии, познание к порывам, открывающим дорогу к свободе. Это и есть путь в поэзии проторенный А. Байтурсыновым.

Об особом месте А. Байтурсынова в казахской литературе М. Дулатов сказал следующее: «Он простым и понятным киргизским (казахским – О. А.) языком поет о свободе, о нации,- об угнетенной и отсталой казахской нации, призывая ее к просвещению, к труду и освобождению от вековой спячки и, пробуждая в каждом казахе чувства гражданственности. Стихотворения А. Байтурсынова по внешней своей красоте, по внутреннему содержанию, легкости и равномерности, занимают первое место в киргизской (казахской – О. А.) литературе» [2, с. 17].

Подводя итоги, следует сказать, что творчество А. Байтурсынова стало рубежом в развитии казахской литературы нач. XX в. и заложил основы истинно революционно-демократической поэзии, казахской литературы. Поэтому мы должны рассматривать творческое наследие А. Байтурсынова, «духовного вождя» [3] казахского народа нач. XX в. с позиций сегодняшнего национального самосознания.

До 1988 г. Исследователи истории журналистики начала XX в. обходили вниманием газету А. Байтурсынова «Казах», а если и вспоминали о ней, то лишь для очернения в целях аргументации собственных идеологизированных мыслей. Газета «Казах» выходила со 2 февраля 1913 г. по 16 сентября 1918 г. в г. Оренбурге. Редактором ее был А. Байтурсынов,

издателем Мустафа Оразаев. Издание газеты явилось крупной вехой в развитии культуры, искусства и журналистики. Она первая неофициальная и самая многотиражная казахская газета.

«Казах» – газета, обладавшая смелым политическим голосом. Она не жалея сил вела борьбу за свободу и социально-культурное развитие нации. Для своего времени она имела значительный тираж – около 8 тыс. «Время газеты «Казах»... приходится на события, когда казахское население пережило события 1905 г., когда поняв причины недуга народа, интеллигенция решив разбудить нацию, собрать его силы воедино, подумав сопротивлении царизму, решает переходить от пустых слов к делу...

Цель газеты – указать казахам, живущим в бедности и темноте, верный путь [2, с. 21]. В своем обращении к читателям издатели разъясняют задачи:»Задача этой газеты – служить для пользы народа, руководить распространением науки и искусства, знакомить с жизнью других народов. Чтобы выполнить это и давать исчерпывающие известия о законах администрации, о работе Государственной Душ и Государственного совета, помещать собственные и поступающие известия, писать о положении казахов в прошлом и настоящем; советоваться о жизни, торговле, профессии, посева, , животноводстве; показывать пути обучения в школах, мектесе, мектепах, обучения искусства, языку и литературе; писать о лечении людей и животных»[4].

Высокой целью газеты являлось превращение ее в центр объединения грамотных людей. Основа многих обвинений в адрес газеты, имевшей якобы правильную направленность только до февральской революции 1917 г., в том, что она явилась причиной формирования партии «Алаш». Предание забвению до настоящего времени борьбы газеты за свободу и будущее собственного народа, равнозначно погребению ее истории. В каждом из 265 номеров газеты, заметен яркий след храбрых сынов народа, думавших о положении народа и совершавших огромную работу. Ставшая трубным гласом своей эпохи впоследствии неугодности властям, она закрывалась 26 раз.

В статьях А. Байтурсынова «Қазақ, жаны» («Положение казахов»), «Қазаққа керегі» («Нужды казах»), «Білім жарысы» («Конкурс знания»), «Мектеп керектері» («Нужды школ»), «Бастауыш мектеп» («Начальная школа»), «Бу заманның соғысы» («Война века»), «Закон жобасының баяндамасы» («Доклад по проекту закона»), «Қазақ һәм Дума» («Дума и казах») . «Қазақ, жерін алу туралы низам», «Қазаққа ашық, хат» («Открытое письмо казахам»), «Тағы да народный суд хақында» («Еще раз о народном суде») и др., М. Дулатова «Хазірет султан», «Шәкірттер жайынан», «Үшінші июнь һәм қазақ», «Шоқан Шыңғысұлы Уалихан», «Исмаилбек Гаспринский» и др., дана характеристика хозяйству и экономике казахов, политического положения того времени и культурного просветительства. Газета, чутко улавливая суть общественно-политических изменений, стремилась по возможности дать им принципиальную оценку, сохранив

при этом беспристрастность. Стремление газеты охватить все стороны жизни народа исходит из широких задач, поставленных ею.

Одной из многогранных сторон деятельности А. Байтурсынова является журналистика. Его статьи, написанные со знанием художественного языка, пропагандировали передовые идеи и служили ориентиром многим современникам, поднимая кровные, насущные интересы казахского народа. Он не просто журналист, наставник, усвоивший все оттенки публицистического мастерства. Начало публицистики А. Байтурсынова, тесно связанного с газетой «Казах», относится к более раннему времени. Вот как об этом пишет основоположник казахской советской литературы С. Сейфуллин: «С 1905 года среди киргизской (казахской – О. А.) интеллигенции, а в особенности среди учащейся молодежи с 1912 года наблюдалось распространение революционной идеи, т.е.» вернее идеи национального равенства и освобождения. Вдохновителями пробуждающейся молодой киргизской интеллигенции были видные в то время «революционные» кадеты, публицисты Букейханов, Дулатов и Байтурсынов» [5].

Верные и острые мысли, мнения в распространяемых А. Байтурсыновым «деях свободы и др. насущных вопросах, бесценны тем, что раскрывают суть колониальной политики царской России. Они тесно связаны с угрозой, выпавшей на долю казахского народа, в вопросах земли, учебы, и власти. У газеты по многим вопросам, в том числе о земле, учебе и власти имелась хорошо продуманная и целенаправленная концепция. Невозможно полностью изучить и дать анализ всех вопросов, поднятых газетой «Казах», но возможно определение ее исторической роли и деятельности А. Байтурсынова в ней как публициста по кругу трех вопросов.

Вопрос о земле – «малым-жаным садағасы, жаным-арым садағасы (скот-души услада, душа-чести приют) – О. А.) самый главный вопрос для казахов. В начале XX в. начался интенсивный захват «наиболее плодородных земель казахского народа. Ко времени выхода в свет первых номеров газеты «Казах» он более усилился и царское правительство целенаправленно вело народ к опасности и трагедии. Поэтому, окружение газеты «Казах» не могло не вмешаться в столь жизненно важный вопрос. Об этом так писал редактор газеты А. Байтурсынов: «Самый главный вопрос для казахов-вопрос о земле. Это вопрос жизни и смерти. Ошибка в этом вопросе, ориентация на неверный путь- и вся ответственность за 5 млч. казахов лижет на наши плечи. Поэтому лучше всего следует открыто говорить казахам правду, советовать им, не вводя и других в заблуждение» [6]. С первых номеров газета «Казах» обратив внимание на земельный вопрос, повело решительную борьбу против ее разграбления. В этой борьбе участвовали активные авторы газеты А. Байтурсынов, А. Букейханов, М. Дулатов, посвятив многочисленные статьи анализу этого вопроса.

Неспроста газета «Казах» уделяла особое внимание и просветительству, так как положение народа» стремящегося к науке, знаниям, образо-



ванность его, к сожалению, зависела от начальных школ. Бесспорно, что для улучшения ее требовалось разрешить многие узлы, преодолеть многие сомнения. Конечно, в то время было мало людей, окончивших среднее и высшее заведения среди казахов. И в общем, при увеличении количества школ и правильной их ориентации, пробуждение национального сознания и увеличение грамотной молодежи являлось несомненно сердцевиной всей проблемы. Правда и то, что в распространении знаний среди народа могли участвовать и те, кто окончил начальную школу.

Многочисленные статьи А. Байтурсынова в газете «Казах» об обучении на национальном казахском языке – это истоки многих его трудов по казахскому языку и учебника «Оқу құралдары». Многие его статьи пронизаны мыслью обучения казахскому языку, национальной литературе. Эта его идея была подхвачена и развита его сторонниками. М. Дулатов в своей статье «Тіл құралы» пишет: «Никто не оспорит того, что именно «Казах» поднял вопросы казахского языка. От кого это зависит? Конечно, от того кто издает. «Айқап», выходящая уже четыре года, «Казахстан», прекративший свое издание, на это не обратили внимания» [6].

Критика политики царского правительства заключается, конечно, не только в вышеуказанных вопросах, но через них шло противостояние политическому строю системы; Это очевидно и в статьях о власти, где, отмечая лучшие качества и стороны казахских традиций, обычаев, предлагается использование законов, грамотных и приспособленных к жизни казахов. Об этом наиболее полно говорили в газете А. Байтурсынов, А. Букейханов. Они выступали против решения вопросов власти, управления через обычаи, шариата, а за решение их с учетом национальных интересов на основе гражданских законов. На эту тему было опубликовано много статей А. Букейханова. Статья А. Байтурсынова «Доклад по проекту закона» – по этой проблематике ценна разоблачением узурпаторства колониальной политики. За это газета подвергалась штрафу в 3 тыс. рублей. Но возмущение и споры казахской интеллигенции во главе с Байтурсыновым дошли до сената, – где они доказали правоту своего мнения. Это также свидетельствует о том, что газета была борцом.

XX в. развить казахское национальное и духовное самосознание по пути прогресса. Не следует забывать, что каждый из них наряду с развитием определенного направления, стремился вложить полученные результаты в решение многих, вопросов жизни нации. Многие из них через, свои художественные произведения: публицистические сочинения открывали глаза народу и отвечали на бесчисленные вопросы жизни. Особое место среди них занимает А. Байтурсынов.

Об исторической роли А. Байтурсынова в начале XX в. «духовного вождя» нации глубоко изучившего и овладевшего различными сторонами искусства и науки, несгибаемого борца на пути политического просвещения и духовного освобождения народа, мы обязаны помнить и отдавать должные почести.

Заложив в литературе начала XX в. основы нового направления, выразившего красочным языком вековые чаяния и мечты казахского народа, он указал верный путь к свободе. Таким образом, он открыл истоки революционно-демократического течения, в казахской литературе.

В целом, А. Байтурсунов – это защитник народа, по праву занявший высокое почетное место в казахской литературе. Поэтому мы его творчество постарались рассмотреть через призму жизни казахской нации. Стремимся проследить эволюцию взглядов и ознакомить с многогранной литературной и общественно-политической деятельностью поэта-публициста, поэта-трибуна, посредством анализа и оценки в различных сферах духовной жизни народа.

\* \* \*

1. Ауэзов М. Аханнын елу жылдық тойы // Ақ жол. 1923. 4 ақпан.
2. Дулатов М. Ахмет Байтурсынов. Труды общества изучения киргизского края. III вып. Петербург, 1922. С. 17–27.
3. Ауэзов М. Коныр / Қазақ әдебиетінің қазіргі дәуірі. Шолпан, 1923. № 4, 5. 100–122 бб.
4. Казах. 1913. № 3.
5. Сейфуллин С. (Манап Шамиль) О казахской интеллигенция // Жизнь национальностей. 1920. 25 ноября
6. Казах. 1914. № 48.

*С. В. Гуськова*

(г. Тамбов, Россия)

## **ВЛИЯНИЕ КОНВЕРГЕНТНЫХ СММ НА МОЛОДЕЖНУЮ АУДИТОРИЮ**

Развитие информационных и коммуникационных технологий на рубеже XX–XXI вв. внесло существенные коррективы во все сферы жизни. Более того, изменилось само мышление современного человека, по-новому потребляющего информацию, что особенно заметно в молодежной среде.

Ранее известные и наиболее востребованные модели коммуникации происходили однолинейно – без обратной связи, без интерактива, без ответной реакции получателей контента. Появление радио, а затем и телевидения явилось отправной точкой для развития интерактивной модели коммуникации, характеризующейся не однонаправленностью информационного потока, а его непрерывной циркуляцией в определенной системе. Так, сообщаемая информация, практически мгновенно получающая толкование аудиторией, способна вызывать реакцию слушателей и зрителей, побуждать ее к сиюминутному отклику (позвонить, а то и явиться в студию).

Показательны в этом плане примеры, связанные с историей становления интерактивного телевидения в нашей стране. Достаточно вспомнить один пример – выход на советские экраны передачи «Вечер веселых вопросов» («ВВВ») в прямой трансляции. Передача вскоре была запрещена, но ее сменила другая – «КВН». Ясно, что первая в советском государстве интерактивная передача возбудила умы разных слоев населения страны, обратила на себя внимание не только простых граждан, выстраивавшихся в очереди у входа в телестудию с жадной стать ее участниками, но и «дошла» до власти. Так была нарушена устоявшаяся в стране однолинейность информационного потока. По сути, информация, транслируемая по привычному каналу, находила выход во вне, искала новые каналы для функционирования и трансляции.

Появление Интернета серьезнейшим образом отразилось на процессе функционирования информации в обществе. Если для телепередач часто характерна «интерактивность замедленного действия», то для Интернета это явление практически неприемлемо: информация должна получить отклик сиюминутно. В противном случае она теряет свои главные свойства – информативность и актуальность. В студии, чаще всего, уже не пишут и не звонят: есть новая площадка для выражения своего мнения, своей гражданской позиции. Примерами могут служить обсуждения на форумах, общение в чатах, комментарии в блогах (где, по сути, каждый участник интерактивного процессе становится со-автором). Более того, значительная часть сетевых ресурсов имеет возможность быть «услышанными» широчайшей аудиторией (заинтересовала информация – поделись ей в социальных сетях).

Так привычные медиа становятся совершенно новыми. И важно не только то, что контент становится другим (по содержанию, по проблематике, по стилистике и лексике), но по-другому он презентуется аудитории.

По утверждению И. П. Шибут, «Исторический опыт развития газет, кино, радио и телевидения свидетельствует, что, когда «новые» СМИ становятся «старыми», их выживание зависит от способности находить новые способы оказывать услуги, которые оплатит общество или профинансирует правительство. В тех условиях информационного и коммуникационного разнообразия, которые существуют сегодня, нельзя удержаться на плаву, не эволюционируя и придерживаясь на протяжении долгого времени одного и того же воплощения формы и содержания» [5, 159–160].

В этой связи приходится говорить о конвергенции в сфере масс-медиа, или *медиаконвергенции*. Понятие на слуху у многих ученых, занимающихся изучением коммуникативных стратегий и трактуется по-разному. Так, в учебном пособии «Новостная интернет-журналистика» встречаем такое определение: «Медиаконвергенция – это смешение принципиально разных видов и жанров представления и подачи информации в одном издании» [1, 117]. Подробному анализу понятия «медиаконвергенция» посвящена статья В. В. Шеремета «Типология медиаконвергенции».

Автор отмечает его характерность для различных наук, приводит толкование в смежных гуманитарных областях. Так, «в языкознании под конвергенцией понимается сближение или совпадение двух или более лингвистических сущностей, например, возникновение у нескольких языков <...> общих структурных свойств вследствие достаточно длительных и интенсивных языковых контактов» [4, 137–138]. В культурологии под конвергенцией понимается «один из фундаментальных аспектов культурных изменений» [4, 138]. «Политическая конвергенция исследует слияние политического мышления и мировоззрения» [4, 138].

Радиоведущий, бизнес-тренер, преподаватель О. Дмитриев в основных положениях проведенного в «Интерньюсе» семинара) отмечает: «Медиаконвергенция – это возможность выхода в открытый мир, это возможность быть конкурентоспособным». Он так обосновывает подобное явление в медийном секторе: «Впервые конвергенцию опробовали <...> газетчики. Это было связано с тем, что тиражи газет в конце прошлого века неуклонно падали. Нужно было их как-то поднимать, нужно было искать новые источники сбыта. Именно эта причина заставила газетчиков думать креативно. Были придуманы другие газетные формы. Например, бесплатные газеты, выход в интернет и создание Интернет-версии. Задача нововведений заключалась в рекламировании основной газеты. А с развитием мультимедийности, с развитием аудио-, видео-файлов, газеты стали задумываться о том, чтобы вывешивать видеоролики, помещать аудиоисходники на сайт» [2].

У ряда исследователей масс-медийного сектора отмечается, что одним из выходов из тупиковой ситуации, в которую зашли привычные СМИ, в этих условиях должно стать производство более привлекательных видов контента – «видеороликов, фотогалерей, аудиозаписей, интерактивных модулей, форумов, групп обсуждений, «живых» рейтингов» [1, 118]. По сути, в условиях медиаконвергенции один и тот же контент «заливается» на различные (и даже любые, все известные) устройства, платформы, транслирующие информацию.

К примеру, редакция журнала профессиональной направленности «Журналист», осознавая роль так называемых «новых» медиа, также пошла по пути конвергенции, начала вовремя подавать контент в двух формах – печатной и электронной. Причем электронная форма качественно отличается от печатной (те же материалы, что и в печатной версии, публикуются в более развернутом варианте; есть возможность прокомментировать публикации; можно проголосовать в конкурсах; на электронной платформе вещает радио и телевидение; обширная фотогалерея; информация о журнале, отдельные материалы представлены в социальных сетях, на что есть ссылки на официальных сайтах). Фокус-групповое исследование аудитории потребителей медиа-контента, представленной студентами специальности «Журналистика» (проводилось в сентябре 2012 г.), позволяет констатировать, что СМИ, обнаруживаемое на интернет-портале,

вызывает у них больший интерес, чем его печатная версия. Некоторые отметили, что принимали участие в голосованиях за конкурсантов журнала, участвовали в блог-обсуждениях проблем. На вопрос о степени доступности издания все участники исследования однозначно заявили, что обращаются исключительно к интернет-порталу издания, так как журнал представляется дорогостоящим для данной аудитории; количество экземпляров издания, поступающих в регион, невелико. К печатной версии обращаются исключительно для интереса: сравнить, как выглядит / выглядел печатный «собрат» журнала.

Положительный пример конвергенции масс-медиа демонстрирует редакция газеты «Комсомольская правда», которая по-прежнему регулярно выходит в печатном варианте, но и имеет электронный аналог, также существенно отличающийся от привычной газеты. Есть у «Комсомолки» свое радио и телевидение. В случае с «КП» показательны ответы в той же группе испытуемых: ни один человек (а группа была представлена 23 студентами) не назвал это издание в числе тех, к которым он обращается регулярно. Так можно сделать вывод о том, что процесс конвергирования СМИ отнюдь не означает, что к конкретному масс-медиа обратится большая часть аудитории. Это означает лишь то, что аудитория готова и способна потреблять тот же контент, но в другой форме. И это отнюдь (не в первую очередь) не зависит от возраста аудитории. Миф о том, что самая «интернетизированная» аудитория – молодежная, в последние годы практически развенчан.

Только два примера, хотя «ухода в Интернет» традиционных газет и журналов намного больше (одни переориентировались в современных условиях на электронный контент и выпускают как печатную версию, так и имеют сетевую версию; другие возникают в Интернете и не мыслят выходить в свет в печатном виде). Но и они демонстрируют многие реалии современного состояния медиасектора.

Таким образом, конвергенция средств массовой информации неизбежна, является неоспоримым фактом. Отсюда вытекает ряд других свидетельств, а то и предпосылок существования масс-медиа. Так, можно констатировать, что к сетевому контенту будет обращаться все большее число читателей, слушателей и зрителей. Это удобнее, дешевле, доступнее. Показательна и статистика пользования Интернетом в России. В ежегодном отраслевом докладе «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития» (по состоянию отрасли в 2012 г.) отмечается: «57,8 млн взрослого населения России (50 %) пользуются интернетом каждый месяц, а 44,3 млн (38 %) – ежедневно. 70 % из них имеют широкополосный доступ (ШПД) в сеть. Мобильный интернет используют 34 % пользователей, каждый второй из которых имеет смартфон, а каждый пятнадцатый – планшет. Ожидается, что к концу 2014 года число пользователей интернета в России составит 80 млн человек, или 71 % населения страны старше 18 лет. По размеру национальной аудитории Рунет занимает 6-е место в мире» [3, 49]. Ежегодная динамика свидетель-

ствуется о росте числа пользователей Интернета в России и, как следствие, росте потребителей медиаконтента в Сети.

Наиболее активной аудиторией в этих условиях выступает молодежь. В упомянутом докладе отмечается, что с декабря 2010 г. по декабрь 2012 г. включительно ежемесячная аудитория Интернета «+12» в России выросла с 35 169,1 тыс. человек до 42 155,9 тыс. человек. Такая тенденция, с одной стороны, может радовать: аудитория, в первую очередь молодежная, получила свободный доступ к безграничному числу информационных ресурсов. Остается из этого многообразия выбрать «нужные», что является проблемой, так как говорить о «подкованности» в какой-либо сфере представителей молодежной аудитории можно с великой долей натяжки. Фильтровать, отбирать ресурсы она, как показывает практика, не способна. К примеру, по данным «Левада Центр», опросившего в феврале 2012 г. 1600 человек старше 18 лет в 130 населенных пунктах 45 регионов России, всего за год произошло не только заметное увеличение числа российских пользователей Сети, но и качества их взаимодействия с ней. По сравнению с февралем 2011 г. они в два раза чаще стали использовать Интернетом для получения последних новостей и лучше владеть рабочим инструментарием Сети. Быстро набирают популярность мультимедийные технологии: 16 % пользователей читают электронные книги, 25 % смотрят фильмы в сети. Выросла аудитория интернет-магазинов. Каждый третий пользователь теперь находит в Сети друзей и людей со схожими интересами, каждый четвертый использует Интернет как средство развлечения [3, 49]. Получается, в России наметился глобальный «ход» в Сеть.

Но это не может не тревожить. Современному человеку все сложнее лавировать в море противоречивой информации. Получив упрощенный доступ ко многим информационным источникам, он невольно понизил значимость знания, получаемого, в том числе, при чтении. В этих условиях важно принятие мер, причем на государственном уровне, что позволит аудитории более избирательно относиться к подаваемой информации. Речь идет о законодательном регулировании интернет-контента. Но и здесь найдется немало противников, главным аргументом которых будет утверждение о подавлении таким образом свободы слова. Согласно опросу в молодежной среде, большинство против введения регулирования распространения информации посредством Интернета. Однако надо признать, что нормативная база в этой области в нашем государстве постепенно нарабатывается. Но сложившаяся система авторского права, включая часть 4 Гражданского Кодекса РФ, применительно к Интернету требует серьезного совершенствования. В противном случае циркулирующая в Интернете информация становится «народным достоянием», к чему привыкает молодежь. «Халява» повсюду (бесплатное скачивание фильмов, книг, материала для подготовки к занятиям, часто выдаваемого за свой собственный) сдерживает современное поколение в производстве продуктов интеллектуальной деятельности.

Все эти тенденции, как позитивного, так и негативного свойства, наблюдаются в современном обществе, которое часто характеризуют как общество потребления. В этих условиях масс-медиа, быстро переориентировавшимся на новые площадки подачи информации, также мобильно необходимо выработать механизмы, подстегивающие подрастающее поколение мыслить, анализировать, погружаться в рефлекссию, в конечном счете – производить продукты (материальные и интеллектуальные) качественного свойства, необходимые человечеству.

\* \* \*

1. Новостная интернет-журналистика : учеб. пособие для студентов вузов / А. Амзин. 2-е изд., испр. и доп. М. : Аспект Пресс, 2012. 143 с.
2. Олег Дмитриев: «Медиаконвергенция – это возможность выхода в открытый мир, это возможность быть конкурентоспособным» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.internews.kz/node/4317>. Дата публикации: 21.07.2008. Дата обращения: 23.05.2013. – Загл. с экрана.
3. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В. В. Григорьева. М. : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013.
4. Шеремет В. В. Типология медиаконвергенции // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2012. С. 137–140.
5. Шибут И. П. Медиаконвергенция и новые медиа: пример современной практической реализации // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Минск : БГУ, 2012. С. 159–160.

**И. В. Ерофеева**

(г. Чита, Россия)

## **ДИХОТОМИЯ РУССКОЙ «СВОБОДЫ» В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАТЕКСТЕ**

В современном медиадискурсе концепт *свобода слова* – один из самых популярных и востребованных, его активно эксплуатируют как в политических, так и культурных коммуникациях. Сегодня свобода слова объявляется абсолютной ценностью, и мы все более обеспокоены ее отсутствием в нашей стране, в чем регулярно нас убеждают различные отечественные и зарубежные исследования. Так, согласно данным международной организации «Репортер без границ», опубликованным в декабре 2012 г., Россия занимает 142-е место из 179 по уровню развития свободы прессы.

Свобода слова в СМИ – достаточно сложная, объемная и неоднозначная тема, вбирающая многоцветье взглядов, разные ракурсы интер-

претации и варианты решения, в первую очередь, политических проблем. Мы поставили перед собой задачу выявить возможные первопричины столь многообразного, а нередко и противоречивого воплощения свободы слова в медиатексте. Концептуализированная сфера данного конструкта демонстрирует коллективные знания, обусловленные историей России и приоритетами национального менталитета. Языковая личность автора медиатекста в процессе творчества репрезентирует ключевые смыслы конструкта, и, на наш взгляд, полярность позиций в сфере свободы слова в СМИ, несомненно, подкреплена духовным опытом российского человека.

Ядром указанного концептуального поля является сема «отсутствие внешних ограничителей и стеснений в праве человека свободно выражать свои мысли» [3, 693]. В словарном и научном дискурсах дефиниция свободы слова распадается на утилитарную составляющую (когда свобода слова опирается на частную собственность и является следствием политической активности государства) и либеральную (когда акцент делается на естественном праве человека, на его объективной потребности и ценность свободы напрямую связана с этической стороной вопроса). Тем не менее, сфера понимания свободы слова, в том числе в ее национальной специфике, пространна и не ограничена. Остановимся на ключевых для российской модели мира фреймах данного конструкта.

Для мировой цивилизации свобода слова есть *приоритетная ценность жизни*, важнейшая потребность свободного человека. Но, если в англоязычном мире свобода встроена в ассоциативный ряд с Правом, то в российской ментальности она приближена к Счастью. Аналогично тому, как мы томительно ждем и предвкушаем счастливые мгновения нашей жизни, мы тоскуем и по свободе. Тоска по отсутствию в жизни ограничений – актуальное переживание для русича: «На свете счастья нет, но есть покой и воля», – точно сказано в свое время нашим гениальным классиком.

Сегодня нередко артикулируется стереотип, что свободы у России не было, поэтому русский человек склонен жить в рабстве, он – несамостоятельное пассивное существо, стремящееся к подчинению, покорности или к анархии (ср.: А. Максимов: Русский народ – народ с трагической судьбой, в первую очередь потому, что ему никак не удавалось пожить в свободе. Аргументы и Факты. 2008. № 17. С. 10).

Крайние взгляды на свободу в родном Отечестве связаны с дихотомической формацией русской души, ее неотъемлемым природным качеством. В основу нашего национального мировосприятия легли два противоположных начала: природная, языческая стихия и аскетизм монашеского православия. В слиянии двух источников – дерзкой воли и духовной свободы – спрятан кладезь наших желаний, мыслей и поступков. Паремнологический комплекс русского языка, повествующий о свободе и не-свободе, принципиально двуполюсен. Культ кроткого смирения, как высшей добродетели, объективирован в паремиях: Что мир положено, так тому и быть, Что мир порядил, то Бог рассудил, Человек ходит – Бог водит, Чему быть, того не миновать, Никто от своего року не уйдет.



Одновременно у нас есть другие пословицы и поговорки, воспевающие свободу: На бога уповай, да сам не плошай, Коли сам плох, так не даст и Бог, В поле своя воля, Чья сила – того и воля, Дан собаке масол – хоть ешь, гложи, хоть вперед положи и др. Идеологическая модальность *свободы* в нашей национальной модели мира распростерлась от «Послушание паче поста и молитвы» до «Смиренную собаку и кочет бьет».

Современная журналистика активно репрезентирует противоречивую модель. С одной стороны, она неистово не принимает любые формы цензуры и сопротивляется даже разумным законодательным поправкам (например, по поводу освещения террористических актов в СМИ), с другой стороны, артикулирует необходимость общественного контроля и правительственной заботы, что позволит оградить аудиторию и мораль граждан от таблоидной вольницы.

Дихотомические порывы русской души вербализируются в лексемах «свобода» и «воля», которые, несмотря на то, что позиционируют имя единого концепта, фокусируют различные культурные коды. Категория свободы – достояние общечеловеческое. В России данное слово стало востребованным в XVIII в. вместе с развитием идей Просвещения, но оно явно конкурировало с более родной и близкой народу волей. С течением времени «свобода» стала краеугольным камнем общественно-политического тезауруса. Корневое ядро слова позволяет выстроить следующий лексический ряд: свобода – особенность – особа – сам/ свой. Подобное личностное противопоставление подчеркивает логическое присутствие какой-либо общности/ общества, в рамках которого свобода может быть соотнесена, реализована, и человек вправе действовать по своей воле.

Свобода – категория не столько личностная, сколько общественная, она выражает состояние гражданина. Именно данная сема конструкта плодотворно легла на национальную почву. Преобразованный в «свободу для соборности и любви к другому человеку», он отражает культ братства и коллективизма, которые испокон веков почитаемы в России. В национальной модели мира российского человека свобода, в первую очередь, есть внутренняя свобода, которая идентична свободе духа. Наш человек ощущает себя странником на жизненном пути, испещренном взлетами и падениями; дорог много, свобода выбора – ответственна и томительна, но шаг вперед или назад сделать необходимо. В современном медиатексте ассоциативно-семантическая сеть свободы аккумулирована вокруг фрейма «свобода – это путь/ пространство, духовные усилия и выбор»: завоевания свободы, бороться за свободу, отстаивать свободу, свобода выбора, / туннель свободы, лабиринт свободы и т.д.

Духовно-общественное ядро конструкта «свобода», определило актуальность фрейма «свобода от...». Смысловое развертывание данного фрейма активно представлено в СМИ. В современном медиатексте свобода позиционируется как ограниченное пространство: территория свободы, свобода от греха, свобода совести, цена свободы и т.д. Законодательство и

судебная практика выработали систему ограничений свободы слова. Уголовный кодекс, Закон о СМИ, Этический кодекс журналиста утверждают необходимость уважения прав и репутации других лиц, не допускают пропаганду и агитацию, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть, вражду или превосходство. Ограничение свободы выступает необходимой гарантией нерушимости личного пространства человека, оно охраняет права и свободу желаний каждого: «моя свобода заканчивается там, где начинается свобода другого человека» или «разрешено все, что не мешает другим».

Но более мощный отрицательный психоэстетический фон, как правило, связан с сугубо национальным конструктом «воля». В отличие от универсальной и общефилософской свободы, *воля* окрашена в народный колорит и трудно переводима на другие языки. Лексема имеет индоевропейские корни [1, 34–35] и означает процесс свободного – без стеснений и ограничений – абсолютного волеизъявления, это уже не состояние, а всеобъемлющее чувство. В словаре Владимира Даля воля стоит в одном лексическом ряду с властью и силой: «свобода – своя воля, простор, возможность действовать по-своему», без «неволи, рабства, подчинения чужой воле». Воля – категория личностная, связанная с устремлениями и потребностями конкретного человека, она противостоит общественной свободе, лексическая макроструктура концепта вбирает семы: велеть, желание, хотение, независимость, самостоятельность. Именно данные значения объективированы в пространстве современного медиатекста: политическая, последняя воля; воля к жизни; моя/ его воля, народная воля, политическая воля, воля президента, воля случая; (н-р, Мисс Москва получила корону вопреки воли любимому. Комсомольская Правда. 2012. 17 июля). Воля способна быть разной по интенсивности и качеству (н-р, в медиатексте: сильная/ слабая воля, несгибаемая, добрая воля и т.д.), но она всегда имеет исконную привлекательность для русского человека: Своя волюшка – раздолюшка; Кто живет на воле, тот спит подоле.

Воля выросла из широкой русской природы, души пространной и свободной. Символическим релевантом *воли* стала неумная разрушительная стихия – *разгул*, когда душа разворачивается, и человек существует по своим собственным законам, когда нарушение общественных запретов и норм доставляет высшую степень наслаждения. Кровавопролитная воля перманентно сказывалась на Руси: Смуты, Разин, Пугачев и др. На пути утверждения такой воли нет правых и виноватых, есть всепоглощающий вихрь разрушения, «бунт бессмысленный и беспощадный», нередко привлекательный для русского человека.

Воля аккумулирует желание уйти от произвола власти, она демонстрирует пренебрежение к закону, антиправовой уклон, закрепленный в паремиях: «До Бога высоко – до царя далеко», «Не пойман – не вор». Фрейм «воля не равна закону» питает информационное пространство современных таблоидных СМИ, свободных от нравственных табу и запретов и ориентированных на психоматериальные ценности. Текстовое разверты-

вание конструкта воля осуществляется в традиционном ментальном поле: в сфере сексуального и агрессивного инстинктов, а также атмосфере безответственности ввиду одержимости желанием своеволия.

Тем не менее, в дихотомическом сознании российского человека бунтарство граничит с крайней формой духовной распущенности – разнузданностью и оно осуждается: Дай себе волю – найдешь лихую долю, Волю дать – добра не видать, Дай сердцу волю, заведет тебя в неволю, Жить на воле – умереть в чистом поле, Дай черту волю, живьем проглотит, Воля и добрую жену портит, Воля велика, да тюрьма крепка и др.

«Две великие опасности грозят человеческой свободе, – писал И. Ильин, – во-первых, недооценка свободы, ведущая к легкомысленному отречению от нее; и, во-вторых, злоупотребление свободой, ведущее к разочарованию в ней и утрате ее» [2, 371]. В лабиринтах своеволия, освобождаясь от смыслов, норм и запретов, мы становимся все более зависимыми от нравственного беспредела и хаоса. Чтобы русская воля обрела черты свободы, необходимо ее тотальное напряжение, воля может быть одухотворена, наполнена высшим национальным смыслом, и тогда она действительно способна быть номинирована как свобода слова.

Одно остается безусловным: и свобода, и воля составляют корневые семы нашей национальной традиции, которые склонны к неоднозначному синтезу ментальной плоскости и ее многогранному медиавоплощению в современных СМИ.

\* \* \*

1. Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стренина. М. : Гнозис, 2007. 512 с.
2. Ильин И. А. Путь к очевидности. М. : Республика, 1993. 431 с.
3. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка / Российская АН ; Российский фонд культуры. 3-е изд., стер. М. : АЗЪ, 1996. 928 с.
4. Платонов О. А. Русская цивилизация. М. : Роман-газета, 1995.
5. Сергеева А. В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. 6-е изд. М. : Флинта: Наука, 2008. 320 с.

*Г. К. Муканова, Ш. С. Нуржанова*

(г. Алматы, Казахстан)

## **ПУБЛИЦИСТИКА КАЗАХСТАНА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Публицистика (от «публичный, общественный») – область коммуникации, которая посвящается значимым политическим, общественным вопросам в целях проведения определенных концепций в широких кругах

читателей (пользователей), формирования и закрепления ценностей в общественном мнении, актуализации проблемных тем.

Зарождение публицистики относится к эпохе, когда впервые появился массовый читатель, средства воспроизведения социально значимых текстов. В казахском традиционном обществе таковыми были: импровизации под аккомпанемент домбры на острые социальные темы. Исключительно казахским культурным продуктом является «айтыс» – состязание акынов, исполнителей-публицистов.

Определений «публицистики» немало, она имеет специфику в соответствии с социокультурным многообразием пользовательской аудитории. История общественной мысли Казахстана с середины XIX в. ознаменовалась таким значимым социальным явлением, как оформление национальной демократической публицистики. Под воздействием требований момента, евразийского и русского революционно-демократического движения различными путями и независимо друг от друга казахские просветители пришли к пониманию необходимости использовать силу публицистики в отстаивании интересов угнетенного большинства [1].

Основоположниками национальной публицистики и ее мастерами, «трибунами» народных чаяний выступили замечательные просветители Шокан Уалиханов (1835–1865 гг.), Ыбырай Алтынсарин (1841–1889 гг.), Абай Кунанбаев (1845–1904 гг.). Шокан включал социально обусловленные рассуждения в свои этногеографические статьи, путевые очерковые описания, официальные докладные записки и эпистолярное наследие. Алтынсарин придал публицистическую окраску своей «Киргизской хрестоматии», введя в нее этнографические зарисовки.

Сила публицистики Абая таится в цикле назидательных рассуждений «Гаклия». Традиции казахской публицистики закрепились на рубеже XX в. В этот период увидели свет первые печатные казахские издания. «Туркістан уалаятынын газеті» вышла в 1870 г. как приложение к «Туркестанским ведомостям». В период с 1888 по 1902 гг. в Омске издается «Дала уалаятынын газеті». В 1907 г. – газета «Серке», приложение к газете «Ульфат» в Петербурге. В г. Уральске с 1911 по 1913 год издавалась газета «Казакстан». Журнал «Айкап» родился в 1911 г. в Троицке и выходил до 1915 г. В 1913 г. общенародная газета «Казак» выходила в Оренбурге [2].

В начале XX века творили незаурядные личности: Букейханов А., Байтурсынов А., Дулатов М., Шокай М., Садвокасов С., Аймаутов Ж. и др. Они оставили богатое творческое наследие. К сожалению, не все их произведения дошли до читателей, вследствие репрессий. Задача возвращения из принудительного забвения и изучения публицистики Алаш решается ныне, с достижением независимости нашей страны – Республики Казахстан.

К публицистике в широком смысле относится агитационная литература, т.е. литература, обращенная к массам, призывающая к определен-

ным действиям. В истории казахской национальной идеологии занимает особое место появление первой печатной газеты; в 2013 г. отмечается 100-летний юбилей газеты «Казах». В ее рождении, как отмечалось выше, участвовали видные просветители, основатели политической партии «Алаш».

Основные приоритеты современной публицистики созвучны взглядам и идеям, что вынашивали на страницах СМИ в своих глубоких аналитических работах казахские журналисты и государственные деятели первой трети XX века. Одним из них был Смагул Садвокасов, большой патриот и непревзойденный стратег, организатор, оставивший яркий след в памяти современников [3].

Ценностные ориентиры казахских публицистов, в прошлом и настоящем, концентрируются вокруг острых жизненных проблем. Публицистика постепенно эволюционировала от словесной (письменной и устной), графически изобразительной (плакат) форм, до фото- и кинематографа (документальное кино, ТВ). До настоящего времени в казахском обществе не теряют актуальности театрально-драматические и словесно-музыкальные формы. Этим объясняется популярность состязаний мастеров художественного слова (айтысы, мушайра, фестивали) в разных возрастных и социальных группах.

Публицистика Казахстана реализуется посредством художественных и научных произведений. Ряд лет в Республике Казахстан реализуется национальный мега-библиотечный проект «Одна страна – одна книга», о нем сообщали СМИ. В Казахском национальном университете третий год подряд по инициативе ректора Г. М. Мутанова осуществляется проект «100 кітап – 100 книг». О нем подробнее можно узнать на сайте Университета [4]. В некотором роде, сайты также можно рассматривать частью публицистического поля. Так, действующий сайт факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби нацелен на формирование гражданской активности ППС и студентов, магистрантов [5].

Сила художественного слова неизмерима, резонансная аналитика в Казахстане – достаточно популярный жанр. На эти моменты обращается внимание при подготовке кадров новой информационной эпохи.

\* \* \*

1. Барманкулов М. К. Жанры печати, радиовещания и телевидения. Сравнительный анализ. Алма-Ата, 1974 и др.
2. Бекхожин Х. Н., Козыбаев С. К., Матвиенко С. С. Очерки истории журналистики Казахстана. Алма-ата : Казахстан, 1998.
3. Муканова Г. К. Публицистика Смагула Садвокасова. А. :Казах университети, 2013.
4. [www.kaznu.kz](http://www.kaznu.kz)
5. [www.jurfak.kz](http://www.jurfak.kz)

## ИНФОТЕЙНМЕНТ КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ РЕАЛЬНОСТИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

В современном информационном мире мы наблюдаем «тектонические» сдвиги, которые происходят на разных уровнях развития журналистской отрасли: это касается способов и методов работы журналистов; технологий, используемых в работе СМИ; способов доставки информации, которые к настоящему времени претерпели существенные изменения; правовых и этических стандартов и.д.

Серьезной и обсуждаемой проблемой в теории и практике журналистики является рост текстов СМИ, созданных в формате инфотейнмента на радио, телевидении, периодике и в интернет-СМИ.

Инфотейнмент (infotainment) – понятие, которое возникло в результате объединения двух английских слов: *information* и *entertainment* (информация и развлечение). Инфотейнмент – это симбиоз информации и развлечения. Это стиль преподнесения сообщения, когда серьезные события, действия, или идеи подаются в развлекательной, непринужденной, легкой, даже ироничной форме или с оттенком развлекательности.

Инфотейнмент – это форма, а не содержание [4].

Формат инфотейнмента родился в США в 1980-х гг. и практиковался на телевидении. Рейтинги новостных программ общенациональных каналов США были низкими, и именно поэтому возникла необходимость изменения принципов отбора и размещения информации в выпуск. Так постепенно новости разделились на информационные и информационно-развлекательные. Нил Шапиро, продюсер NBC, считал, что зрителю должно быть интересно не только слушать, но и смотреть. Рон Ховард, один из теоретиков инфотейнмента, считает, что важнее *как*, а не *что* преподносится аудитории. И именно этот принцип стал основой для такого формата не только в электронных, но и печатных СМИ.

Болгарский профессор Любомир Стойков приходит к выводу, что «инфотейнмент – дитя постмодернизма, чьи черты нашли выражение в различных сферах культуры. Постмодернистская ситуация в медиатексте означает смешение документального и художественного дискурса: реальное подвергается различным трансформациям, включается в условный контекст, который, в сущности, интереснее самой информации. Одна из особенностей постмодернистского медиатекста – то, что он не столько отражает действительность, сколько ее моделирует – в полном смысле слова создает новую реальность, причем без угрозы санкции. Акцент при программировании передачи – это интертекстуальность, виртуальные декорации и всевозможные виды визуальных и лексических игр. Полиэкранный

из символа постмодернистской эстетики превращается в матрицу для нового типа телевизионной развлекательности» [4].

Инфотейнмент представляет собой своего рода игру, в которую СМИ вовлекают аудиторию и предлагают ей информационно-развлекательное меню, являющее собой по сути суррогат реальности. А игра, по меткому выражению М. Бахтина, есть «мир-перевертыш, инобытие, где жизнь... разыгрывает другую свободную форму своего существования» [1].

Все это характерно для таблоидной журналистики, в чьи задачи входит именно игра, развлечение, эмоциональное воздействие на аудиторию. Концепции таких изданий отличаются «высокой степенью таблоидизации», «эксплуатацией темы человека как существа биологического», они «не представляют интереса в плане взаимодействия с аудиторией, организации информационного обмена», но «существуя в специфической постсоветской информационно-политической среде, они время от времени используются как инструменты пропаганды» [5, 55]. Проблема состоит в том, что подобные каналы распространения информации, выполняя рекреативную функцию, трансформируют, форматируют ценностную картину мира человека. Меняют устоявшуюся систему ценностей, переориентируя индивида на маргинальное отношение к базовым моральным категориям.

Инфотейнмент как способ отражения реальности в журналистике имеет свои разновидности. По справедливому замечанию исследователя В. А. Евдокимова, «познавая этот симбиоз сообщения и шутки, аудитория в одних коммуникативных ситуациях узнает о чем-то новом, интересном или приподнимает завесу над каким-либо острым взаимодействием, а в других – получает суррогат журналистской мысли» [2, 215]. Отталкиваясь от этого замечания, все медиатексты, «выполненные» в формате инфотейнмента, можно условно поделить на конструктивные и деструктивные. И те, и другие ориентированы в большей степени на эмоциональность, визуальность, клиповость, диктат которых мы и наблюдаем в медиатекстах таблоидной журналистики не только федеральной, но и региональной. Однако есть несколько нюансов. В случае с конструктивным инфотейнментом читатель получает текст в красивой, удобоваримой, легкоусваиваемой упаковке с достаточной степенью информативности для целевой аудитории издания: так, например, верстается небольшой текст, вокруг которого располагаются вспомогательные элементы: инфографика, фотогафии, коллажи, врезки. И акцент по большей части сделан именно на эти вспомогательные элементы, на визуальную составляющую материала. Такие медиатексты могут нести полезную информацию, удовлетворяя не только интересы, но и потребности аудитории, однако преподносится все в достаточно простой доступной форме. В случае с деструктивным медиатекстом читателю предлагается тот самый «суррогат журналистской мысли». В нем акцент делается исключительно на эмоции, на «эксплуатацию темы человека как существа биологического» [5, 55], ко-

гда новости превращаются в объект любопытства. В таких материалах нет места анализу того или иного явления действительности. Как правило, все сводится к констатации факта, в котором суть смещена на задний план, поглощена какой-либо яркой, привлекающей деталью, подробностью, каким-либо персонажем, участвующем в новости. Однако все это обусловлено спецификой в том числе журналистской работы в конкретном издании, где наблюдается диктат деструктивного инфотейнмента.

Так, в каждом номере рекламно-информационной газеты «ПроГород» (мы намеренно типологически определяем это издание как «рекламно-информационное», поскольку доля рекламных материалов превышает количество информационных, хотя сама газета маркирует себя так: «Бесплатная газета новостей») представлен один «гвоздевой» материал в формате инфотейнмента, анонсирующий на первой полосе, призванный привлечь внимание аудитории. Чаще всего такой материал строится по принципу: на первой полосе – броская, привлекающая внимание и вызывающая любопытство фотография и тизер материала (тизер – это элемент медиатекста, который представляет собой анонс материала и призван вызвать любопытство. Часто он построен «на спекуляции клубничкой, иногда обращен к откровенно низким интересам публики» [3, 91]). Далее на второй или третьей полосе – небольшой текст, вокруг которого группируются врезки, фотографии и т.д.

Рассмотрим несколько материалов, построенных по такой схеме. В № 25 от 22 июня 2013 г. на первой полосе представлены интригующая фотография и двойной тизер: первый, набранный большим шрифтом: «Школьница: «Воспитатель связала и избивала меня»» и второй, меньшим: «10-летняя девочка, отдохавшая в лагере «Романтик», утверждает, что кроме этого ей в рот засунули мыло». Разумеется, такая информация не может не возбудить любопытство массового читателя и заставляет его обратиться к этому материалу, который расположен на третьей полосе газеты, где мы видим текст с заголовком «Школьница рассказала, как над ней издевались в лагере "Романтик"». Обратим внимание на то, что заголовок текста существенно отличается формой подачи от тизера. На первой полосе анонс материала (тизер) в виде вырванных из текста деталей спекулирует на любопытстве массового читателя к темам, связанным с криминалом и подростками. Чего нельзя сказать о заголовке на третьей полосе, который сформулирован мягче и не содержит тех столь эмоциональных, вызывающих любопытство деталей.

Текст построен из отдельных блоков, которые озаглавлены и выделены полужирным шрифтом («Рассказ девочки», «Что говорят сотрудники лагеря», «Что говорят о Евгении», «Попытка извинения», «Что дальше» и т.д.). Вокруг текста располагаются три фотографии (на первой – виновница происшествия, уходящая с сотрудником полиции; вторая – следы побоев на теле девочки; третья – фото асфальтированной дороги, на которой написано название лагеря, где все произошло), традиционные



рубрики «Мнения посетителей сайта» и вопрос к людям «с улицы» (в данном случае вопрос был сформулирован следующим образом: «Стоит ли наказывать детей» и два ответа – «за» и «против», к каждому прилагаются фотографии людей, которые эти мнения поддерживают).

Отметим, что рассмотренный материал не содержит как такового анализа информационного повода, а представляет собой лишь констатацию и описание того, что происходило и кто являлся участниками события. Причем очевидно, что, представляя фактуру, журналистка ориентировалась прежде всего на эмоциональное восприятие факта читателями, поскольку акцент сделан на яркие, будоражащие и вызывающие любопытство детали. Более того, налицо тяготение к сенсационной, скандальной форме преподнесения факта. «Успех инфотеймента, – констатирует один из исследователей, – основывается на элементарной человеческой потребности удовлетворения эмоциональных нужд. Хороший инфотеймент вызывает восклицание, создает чувство и ощущение чего-то» [4].

Такие материалы, выполненные в формате инфотеймента, безусловно, привлекают внимание, однако важна не только форма преподнесения материала, но и содержание.

\* \* \*

1. Бахтин М. М. Эстетическое наследие и современность. Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 1992. Т. 2. 368 с.
2. Евдокимов В. А. Инфотеймент в масс-медиа: панацея от скуки и эрзац дискуссии // Наука о человеке: гуманитарные знания. 2010. № 5. С. 214–219.
3. Мирошниченко А. А. Работа в пресс-службе. М., 2012. 192 с.
4. Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотеймент и реалити-шоу // Relga. 2007. № 4.
5. Типология периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. В. Шкодина, Л. Л. Реснянской. М., 2007. 236 с.

*Ю. И. Щанкина*

(г. Саранск, Россия)

## **ЖЕНСКАЯ ПРОЗА НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА «СТРАННИК»**

Молодежный журнал «Странник» основан в 1994 г. в Саранске. Это литературно-художественное и публицистическое издание выходит шесть раз в год. Его популярность растет, и он становится все более известным за пределами Мордовии. «Странник» ставит перед собой задачу быть читаемым подрастающим поколением и поэтому опирается на современную остросюжетную прозу (как начинающих, так и известных авторов), прозу,

несущую в себе положительный нравственный заряд. Журнал не чуждается серьезных тем и сложных вопросов, как в прозе, так и в других материалах.

Традиционной для журнала является рубрика «Новые имена», представляющая собой целый спектр начинающих авторов. За время существования журнала опубликовано более 400 начинающих авторов.

За годы вокруг «Странника» оформился сплоченный круг основных авторов. Имена некоторых, открытых «Странником» поэтов и прозаиков, приобрели популярность: Светлана Тремасова, Наталья Шумак, Аркадий Бачинский, Сергей Казнов. Другим авторам «Странник» проложил путь в центральные периодические издания. Об авторитете «Странника» свидетельствует и желание напечататься в нем известных литераторов, к примеру, Вячеслава Дегтева, Олега Шестинского.

Значительное внимание редакционная коллегия уделяет и так называемой «женской прозе». Произведения, написанные женщинами, резко выделяется на фоне произведений современной литературы освещающих семейную тему, где авторы пишут в основном о распаде семьи, о непрочных или неполных семьях, о том, как рушатся отношения. Одной из основных проблем в произведениях, относящихся к женской прозе, является проблема «отцов» и «детей», вечная проблема преемственности поколений, а также кризис семьи как социального института. Более того, в женской прозе звучит явная тоска по утерянным гуманистическим ценностям в искусстве, что, по мнению критиков, является одним из первых признаков возвращения русской литературы к ее духовности и жизненной правде.

Женская проза в широком смысле – это все произведения, написанные женщинами, вне зависимости от того, придерживается ли автор в своем творчестве позиций феминизма или следует патриархальным традициям; в узком понимании – это круг текстов, в основе которых лежит собственно женский взгляд на традиционные общечеловеческие проблемы (жизни и смерти, чувства и долга, взаимоотношения человека и природы, семьи, и многие другие).

Настоящей изюминкой первого номера 2003 г. стала документальная повесть Ларисы Черновой «Испытание верности». С фотографий теперь уже прошлого века смотрят на нас герои повести, те, кто прошел ссылки, холод, голод, разлуку и сумел сохранить веру (речь идет о семье потомственных священников), и супружескую верность, и любовь. Пример таких человеческих судеб помогает воспитанию мужества и твердости [3].

В творчестве известной писательницы Мордовии С. Тремасовой творчестве отражается ежедневное противостояние «маленького человека» беспрестанно меняющемуся социуму. Героиня рассказа «Искусство держать зонт» Марина живет в собственных заботах, забывая в черед мелкого, но кажущихся важными дел об истинных ценностях: «В сумбуре мыслей неожиданно вспомнилась ей картинка из детства, когда она отды-

хала у бабушки в деревне и бегала на пруд мимо одного дома. Старый домик в три окна, скошенный на один бок, будто огромный якорь, привязанный к крыльцу, тянул его под землю. Каждый погожий день на крыльце сидели двое: большой старик, выставив вперед больную ногу, и прямая, высокая седая женщина – его жена. Они всегда чем-то занимались: резали яблоки для сушки или лушили семена. Иногда он, надев круглые очки, отставив далеко от глаз газету или книгу, читал вслух – медленно, будто неторопливо гулял по осеннему саду – и голос его хрустел, как сухие листья под ногами; а она, все так же прямо, лишь слегка склонив голову и опустив глаза, медленно вязала. Бывало, они просто сидели рядом и смотрели перед собой (на дорогу? дома?). И подумалось теперь Марине, что не было для них уже ни рая, ни ада, ни всяческих перевоплощений, перерождений и все новых бесконечных попыток жизни, а дано уже некое непостижимое, неопределимое ни разумом, ни словами...» [3]. Созданный С. Тремасовой мир, словно находится на стыке прошлого и настоящего, а сама героиня еще не в силах создать ту реальность, в которой ей будет уютно и спокойно, поэтому время в художественном пространстве рассказа то идет, то останавливается, как бы подчеркивая: у современного человека нет будущего, есть только прошлое и настоящее.

Постоянные авторы «Странника» Майя Фролова и Наталья Рузанкина, обращаясь к непростой теме отношений отчима (мачехи) с детьми от предыдущих браков, решают поставленные вопросы без категоричных суждений, избегая резких оценок позиции одной из сторон семейного конфликта. Так, например, М. Фролова в «попытке женского романа» «Страдание по любви» – произведении для взрослых, пишет искренне и откровенно. Автор размышляет о судьбе женщины, ее роли в семье и в мире, и, конечно, о любви. Большой отклик читателей вызвала опубликованная на страницах журнала повесть «Мяч в поднебесье», написанная от лица ребенка.

Пространство, очерченное границами собственного дома, уютное, солнечное, светлое, наполненное запахами осеннего сада, противостоящее холоду и пустоте враждебного мира, – модель мира, доминирующая в творчестве Н. С. Рузанкиной.

Героиня рассказа «Фотография», девушка по имени Вита, что в переводе с латинского языка означает «жизнь», не в силах противостоять смерти. Смерть, забрав у нее воплощение абсолютного добра – бабушку, пришла к ней в образе черной птицы, погружающей день в густой гудроновый мрак и зовущей во тьму и холод вечности. Со смертью бабушки реальность, в которой существовала Вита, утратила мирообразующую основу. Мир героини лишился целостности, и стройная система координат рухнула.

Вита ищет спасения в мире ирреальном, в вечности, там, где в деревянном доме ждет ее бабушка. Мостиком, связывающим реальность и ир-

реальность в единую пространственно-временную модель, служит фотография: «Женщина стояла на пороге летнего сияющего дня, в начале крохотной улицы, которая высаженной в ряд раковой аллеей и юным розовым клевером на обочине уводила в Детство, Счастье, в Абсолютное Добро и была перекинута, как некий мост, через двадцатилетнюю бездну тоски и одиночества» [3].

Безусловно, общество конца XX – начала XXI вв. констатирует наличие процесса девальвации семейных ценностей и модификации в сознании молодого поколения понятий духовности, морали и нравственности, и женская литература фиксирует этот процесс. Писатели-женщины в своих произведениях изображают семью некой микромоделью современной неупорядоченной, бессистемной и сумбурной реорганизации окружающей действительности. Это наглядно видно на примере произведений Л. Черновой, М. Фроловой, Н. Рузанкиной, С. Тремасовой, и других.

Отличительным свойством женской прозы можно считать повышенную публицистичность, злободневность, усиленную экспрессивность. Одной из главных особенностей женской прозы является особое внимание, уделяемое писательницами, вопросам, связанными с мечтой, счастьем, любовью и детством.

Писательницы не ограничиваются лишь изображением кардинальных перемен в умах и душах людей, не только пытаются наиболее полно обрисовать неутешительную картину общественных преобразований, как в государстве, так и микросреде домашнего очага, но и утверждают неизблемость истинных морально-этических ценностей. Необходимо подчеркнуть, что в их художественных произведениях семейный конфликт выступает более явственно и отодвигает на второй план коллективные противоречия и проблемы производственного характера.

Таким образом, можно сделать вывод, что в последние годы происходит актуализация женской темы в журналистике и литературном творчестве женщин. Этому способствовала не только многолетняя политика замалчивания специфически женских проблем, но и процесс девальвации семейных ценностей и модификации в сознании общества понятий семьи и морали. Процесс актуализации женской темы в литературе находит свое отражение, в том числе на и страницах периодических литературно-художественных изданий.

\* \* \*

1. Черняк М. А Женский почерк в современной прозе. Современная русская литература. М. : Форум, 2010. 352 с.
2. Чушникова Н. В. Модель мира в контексте стилевых исканий современных писателей Мордовии // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия. Саранск. № 1 (25). С. 131–138.
3. URL: <http://www.strannik-lit.ru/>

## **КОНЦЕПЦИЯ «ИНТРИГИ» В ПРОЦЕССЕ ОБОСТРЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЧУВСТВ В РУССКОМ ОБЩЕСТВЕ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ДИСКУССИИ ПО ОСТЗЕЙСКОМУ ВОПРОСУ В 1860-х гг.**

В академическом мире исследователи очень редко рассматривают понятия «заговора», «интриги» в качестве предмета изучения. И вообще в академическом мире существует четкая граница между серьезными учеными и последователями «теории заговора». Таким образом, принято считать, что научно-образованные люди не принимают понятия «заговора», «интриги» и т.д. Но в то же время нельзя совершенно игнорировать их влияние на социум. В 1860-х гг. в русском интеллектуальном обществе усилилось национально-патриотическое направление. В то время, как будет доказано ниже, концепция «интриги» играла большую роль в укреплении самоидентичности русского народа.

Согласно американскому социологу М. Баркуну, «теория заговора» характеризуется следующими идеями: 1) «любое событие неизбежно»; 2) «за всеми явлениями что-то кроется»; 3) «все связываются друг с другом» [9, 3–4]. Эти идеи объясняют причины того, что «теория заговора» получает популярность именно тогда, когда люди чувствуют беспокойство. Выявляя «сущностную правду» беспокойства, «теория заговора» отвечает на вопрос: *Кто виноват?* Более того, люди могут получить и ответ на вопрос: *Что делать?* И, таким образом, на основе ответов на эти два вопроса, виновный субъект определяется как «враг», и люди борются с «врагом», против «заговора». Таким образом, «теория заговора» способствует формированию концепции «врага». И, если люди понимают, что «враг» организовал «заговор» или «интригу» против их Отечества, в обществе крепнет национальное самосознание.

Мы обращаем внимание на «остзейский вопрос» в 1860-х гг., для которого характерна ожесточенная дискуссия между русскими и остзейскими публицистами. По нашему мнению, ключевыми в этой дискуссии были слова «интрига», «заговор», «происки» и т.д. В «Окраинах России» (1868) – выход в свет которых и последовавшую за этим полемику в печати можно считать кульминационным моментом обсуждения остзейских дел в 1860-х гг. [4, 79] – автор Ю. Ф. Самарин (1819–1876), изображая «правду» остзейского края, часто использует именно эти слова. Более того, как оппоненты, так и защитники, которые участвовали в дискуссии, резко реагировали на эти слова. Ниже мы рассмотрим «Окраины России» как пример «теории заговора», имеющий целью возбудить русский национализм в российском обществе.

Необходимо понимание исторического пути России от поражения в Крымской войне до «Великих реформ», чтобы понять значение «Окраин России» для дискуссии по «остзейскому вопросу». В то время не только продвинулась модернизация страны, но и углубились социальные вопросы. Среди них крайне серьезным был польский вопрос. Важным моментом этого вопроса является второе польское восстание (1863–1864), которое оказало влияние на возбуждение национальных чувств в русском социуме. [3, 174]. Для этого процесса большое значение имела концепция «польской интриги», сформулированная М. Н. Катковым (1818–1887).

«Польская интрига» характеризуется представлением о наличии польских инициатив за общественными явлениями. 30 мая 1863 г. в газете «Московские ведомости» Катков напечатал полный текст «Польского катехизиса», в котором представлена программа действия для поляков, живущих в России, по восстановлению своей родины [8, 101–102] (т.е. автор пишет, что должны делать поляки, чтобы восстановить Польшу), чтобы указать русской публике на существование антирусской «польской интриги». В настоящее время подлинность «Польского катехизиса» подвергают сомнению. Но в то время в других печатных изданиях также был опубликован этот анонимный документ, таким образом, он приобрел публичность и реальность существования. Так, в 1860-е гг. «Польский катехизис» привлекал внимание русских к «польской интриге» и тем самым способствовал формированию негативного образа поляков. В то время интерес русских к «Польскому катехизису» поддерживался долго. Об этом свидетельствует дискуссия о подлинности «Польского катехизиса» в газете «С.-Петербургские ведомости» в 1872 г. [1, 200–201].

Кроме того, 21 июня 1863 г. в газете «Московские ведомости» Катков следующим образом изложил свое понимание «украинского вопроса»: «Нити интриги обнаруживаются все яснее и яснее, и нет никакого сомнения, что украинофилы находятся в руках интриганов; нет никакого сомнения, что украинофилы служат покорным орудием заклятых врагов своей Украины» [5, 144]. Таким образом, концепция «польской интриги» играла значительную роль в формировании и фиксации «польского вопроса», который оказывал воздействие и на другие дела в Российской империи. По мнению историка Л. Е. Горизонтова, польский вопрос являлся «матрицей» других общественных вопросов (например, вопросов о старообрядцах, нигилизме, крестьянах, украинцах и т.д.) в XIX в. Значит, польский вопрос, связанный с национальными, религиозными, общественными, политическими расколами, вызывал беспокойство по поводу сепаратизма в империи и тем самым угрожал целостности империи [2, 61].

Одним из таких «роковых вопросов», возникших по аналогии с польским вопросом во второй половине 1860-х гг., является «остзейский вопрос». Остзейские немцы не только были привилегированным сословием в прибалтийском крае, но и выражали лояльность к российскому царю (но не к русскому царю). Более того, из их числа вышли многие чиновни-

ки, военные, ученые и т.д., которые внесли свой вклад в модернизацию Российской империи. Однако остзейские немцы никогда не отождествили себя ни с русскими, ни с немцами. В этом смысле, они не относили себя ни к какой национальности, их подлинный облик представляется *космополитическим*.

В 1848 г. Самарин впервые поднял вопрос об остзейских немцах в своем произведении «Письмах из Риги». Тогда его критика была направлена, главным образом, против привилегий, жестокого отношения к латышским и эстонским крестьянам, против космополитизма. После некоторого молчания (до 1867 г.) по данной проблематике в августе 1868 г. в Праге Самарин издал первый и второй выпуски «Окраин России». Предмет критики в данных работах не отличается от «Писем из Риги», когда Самарин попытался раскрыть «правду» об остзейских делах.

С самаринской точки зрения, верность остзейских немцев российскому царю – «обман»; их стремление – объединение прибалтийского края с Германией; оно долго сдерживалось, но постепенно стало укореняться в сознании [7, 146]. Так, у них выработалась *политическая программа*, главная идея которой состоит в «сохранении балтийского края для Германии» и «держании края в полном разобщении с русской средой» [7, 163]. Для реализации этой *программы* поставлены три *задачи*: 1) онемечивание латышей и эстов; 2) внутреннее объединение немецкого общества; 3) признания правительством балтийского германизма в качестве политической нации [7, 163–164]. Более того, Самарин, отмечая «союз между пропагандой немецкой и пропагандой польской» [7, 37], указал на наличие «польской интриги» в остзейских делах. Таким образом, Самарин определяет «правду» остзейских дел как *немецкую интригу*, цель которой состоит в обособлении прибалтийского края и укреплении немецкого национализма в Российской империи.

В сентябре 1868 г. правительство приняло решение о запрещении издания «Окраин России» в России. Однако Катков и И. С. Аксаков (1823–1886) предоставили русским возможность ознакомиться с содержанием «Окраин России»: они напечатали фрагменты «Окраин России» с положительными комментариями в своих газетах. Необходимо отметить, что их высокие оценки «Окраин России» посвящены разоблачению «правды» Самаринным. Например, Катков написал: «замечательное сочинение разоблачает во всех подробностях интригу, несравненно более опасную и изворотливую, чем польская» [6, 514]; «г. Самарин доказал со всевозможной ясностью, что не в одной этой кампании против русского закона идет у нас немецкая агитация рука об руку с польской» [6, 515]. Итак, Катков признал наличие «немецкой интриги», совместно с «польской интригой» борющейся против России. Более того, Аксаков также последовал за идеями Самарина и Каткова.

Таким образом, касаясь «остзейского вопроса», эти крупные публицисты подчеркивали наличие национальных «интриг», пытаясь предот-

вратить опасность обострения национального вопроса в Российской империи. На самом деле, с конца 1860-х гг. правительство, которое серьезно опасалось подъема русского национализма и немецкого национализма, пыталось прекратить дискуссию по «остзейскому вопросу» [4, 156]. Это свидетельствует о том, что в то время существовал страх многих русских политиков и интеллигентов перед «немецкой интригой». История дискуссии по «остзейскому вопросу» в 1860-х гг. представляет нам действенную силу концепции «интриги».

\* \* \*

1. Бицын Н. Заметка на статью С.-Петербургских ведомостей о польском катехизисе // Русский архив. Год 11. М., 1873.
2. Горизонтов Л. Е. Польский вопрос в кругу «роковых вопросов» российской империи (1831 г. – начало XX века) / пер. с рус. К. Ямамото и К. Мацузато // Исследование российской истории. 2004. № 74.
3. Долбилов М. Д. Полонофобия и политика русификации в северо-западном крае империи в 1860-е гг. // Образ врага / сост. Л. Гулов. М., 2005.
4. Исаков С. Г. Остзейский вопрос в русской печати 1860-х гг. Тарту, 1961.
5. Катков М. Н. Совпадение интересов украинофилов с польскими интересами // Катков М. Н. Собрание сочинений : в 6 т. Т. 3. СПб., 2011.
6. Катков М. Н. Книга г. Самарина «Окраины России» // Катков М. Н. Собрание сочинений : в 6 т. Т. 4. СПб., 2011.
7. Самарин Ю. Ф. Окраины России. Сер. I. Русское балтийское поморье. Вып. I. Прага, 1868.
8. Цифанова И. В. Польские переселенцы на Северном Кавказе в XIX в.: особенности процесса адаптации : дис. ... канд. ист. наук. Ставрополь, 2005.
9. Barkun M., A Culture of Conspiracy: Apocalyptic Visions in Contemporary America (Berkeley: University of California Press), 2003.

*О. В. Сафронова*

(г. Чита, Россия)

## **О РОЛИ СОВРЕМЕННЫХ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ И СОХРАНЕНИИ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ**

Современное российское общество переживает значительную трансформацию во многих сферах жизни, которая оказала огромное воздействие на преобразование традиционных ценностных систем, снижение роли духовно-нравственных, социокультурных, морально-психологических, эстетических ценностей между родителями, детьми, супругами и в целом на состояние семьи – важнейшего института социализации личности и основы существования каждого человека.

Сегодня российская семья находится в глубоком кризисе. Свидетельствуют об этом снижение числа браков, рост количества разводов (неред-



ко обусловленных насилием в семье), сокращение рождаемости, отсутствие потребности молодых семей вообще иметь детей, разделение родительства и супружества, изменение взглядов относительно места женщины в семье и ее социальной роли, ослабление родственных связей, а также снижение престижа семьи. В обществе исчезает понятие «семейственность», разрушается значимость семейного образа жизни.

Очевиден тот факт, что современные средства массовой информации играют значительную роль в процессе трансформации института семьи. Роль СМИ давно вышла за пределы простого информирования. Формирование мировоззренческих и ценностных ориентаций и установок человека, создание образцов и стандартов жизни, а также определенных моделей поведения происходит во многом под их воздействием.

СМИ не редко прибегают к использованию методов и приемов, противоречащих нравственным, духовным, правовым ценностям. В погоне за сенсационными материалами, скандальными историями и сексуальными мотивами, журналисты практически не обращают внимания на семейную тематику и проблемы семьи (особенно молодой семьи, живущей в новых социально-экономических условиях, наиболее подверженной всяческому воздействию и ярко иллюстрирующей современную сложившуюся ситуацию в обществе). Немногочисленные телевизионные передачи или статьи в журналах о счастливых, многодетных, полных семьях, семейных традициях, домашнем уюте, гармоничных внутрисемейных взаимоотношениях, материнской и взаимной супружеской любви и верности сегодня становятся редким исключением из правил. Как отмечает И. В. Ерофеева, «в индустриальном обществе рыночных отношений исчезает дом как место, с которым связаны священные традиции и трогательные семейные чувства. Героини информационного пространства говорят о своей самостоятельности и бесполезности мужей и детей, рассказывают о биологической несовместимости супругов, толкающей на поиски полезного для здоровья сексуального партнера» [1; 65].

Вызывают беспокойство последствия разрушения общепринятых ценностей нашей страны и замены их на несвойственные образцы западной культуры, которые наиболее заметны в печатной, рекламной и кинопродукции. Так, например, процесс сексуализации современной рекламы привел к тому, что в общественном сознании сложился образ женщины в большей степени как сексуального объекта, но не матери и жены, а мужчины, как красивого, успешного и богатого бизнесмена. Основная часть рекламируемой продукции презентуется на фоне сексуальной привлекательности женщин. На смену одухотворенно красивой и скромной русской женщине пришла идеально красивая внешне, эмансипированная западная женщина. Популярен в современных СМИ еще один образ – «деловой женщины» – независимой, богатой, успешной, «стильной». Главное в жизни «бизнес-леди» реализовать себя в профессиональном плане. Семейные ценности для нее отходят на задний план, а предпочтение она

чаще всего отдает тем отношениям с мужчинами, которые не обязывают ее посвящать себя дому и воспитанию детей.

Ориентируясь на преобладающие информационные потоки, современные девушки все чаще стремятся к материальной независимости, профессиональной самореализации, успеху. В иерархии ценностей культ денег в сознании молодого поколения поднялся на одно из первых мест. А это, безусловно, отражается на построении молодыми людьми своих жизненных планов, брачно-семейном поведении, а также выборе будущей профессии. Разрушительные последствия такого влияния наиболее опасны в процессе формирования и становления личности девушки, поскольку именно ей испокон веков отводилась роль матери, хранительницы очага, источника духовных традиций и высокой нравственной культуры. На этапе вступления в самостоятельную жизнь женщины, предпочитающие карьере семье, готовы ради достижения профессиональных целей отложить рождение ребенка иногда на весьма существенный срок. А постоянная занятость на работе женщин, уже имеющих детей, порождает массу проблем в их воспитании, сказывается в целом на стабильности семьи.

Еще одна современная тенденция, которая также способствует трансформации «женственности» и «мужественности» связана с распространением в массовом сознании, средствах массовой информации и шоу-бизнесе так называемой культуры «унисекс», которая стирает границы между полами и абсолютно нивелирует их по признакам феминности и маскулинности. Одежда, стиль поведения, образ, прическа мужчины и женщины представлены «вне пола». Такая тенденция обусловлена во многом распространением в обществе гомосексуальных и лесбийских отношений, толерантности к однополым бракам, свободным сексуальным связям.

Значительно изменилась сегодня под воздействием средств массовой информации система добрачного поведения молодежи. Если раньше вступление в брак было необходимым и важным событием для каждого человека, то сегодня юноши и девушки все чаще отдают предпочтение «свободным отношениям». В современном обществе разрушается религиозная основа брака, ее ритуально-обрядовая сторона, а также падает непререкаемый родительский авторитет. Родители уже не оказывают такого существенного влияния на выбор брачного партнера для своих детей. Кроме этого в сознании молодежи значительно видоизменились представления о культуре отношений в семье. Одна из причин такой трансформации – пропаганда в современных средствах массовой информации не любви – высшего для российского человека чувства, а культа секса. В культуре нашей страны любовь между мужчиной и женщиной венчалась прежде всего браком, а не просто обладанием. Сегодня же стало нормой обсуждение сексуальных тем, показ эротических материалов в различных телепередачах, Интернете, популярных молодежных изданиях.

Смена ценностей – это, безусловно, длительный и сложный процесс, связанный с изменением мировоззрения, формирование которого является

прерогативой средств массовой информации. Поэтому в контексте сказанного очевидно, что наряду с формированием сильной государственной семейной политики, СМИ должны повышать престиж семейных ценностей и семьи в массовом сознании, особенно в сознании молодежи, способствовать стабилизации института брака и переосмыслению его роли в жизни каждого человека.

Необходимо и применение комплексных мер организационного, экономического, информационно-методического и правового характера в отношении некоторых направлений деятельности средств массовой информации, как одного из наиболее существенных факторов формирования современного российского сознания. В частности, следует разработать и применять в процессе профессиональной подготовки журналистов программы, направленные на формирование профессиональной и гражданской ответственности работников СМИ, их правовой, нравственной и этической культуры. Важно также установить юридическую ответственность средств массовой информации и журналистов, которые распространяют материалы, несовместимые с ценностями и нормами цивилизованного общества (изображающих откровенные сцены эротического содержания, аномальные формы поведения и т.д.), а, главное, обеспечить эффективность такой ответственности.

Необходимой также является разработка специальных курсов и программ для студентов факультетов журналистики и курсов повышения квалификации для действующих журналистов, с целью повышения их культурного и образовательного уровня, формирования соответствующего отношения к гуманистическим, художественным, историческим, духовно-нравственным ценностям российского общества.

Обращение со стороны журналистов к российской философии семьи – уникального института социализации личности, ее духовным категориям сегодня реальная необходимость. Профессиональная деятельность российских журналистов должна опираться на культурные и духовно-нравственные аспекты бытия, в системе ценностей которого преобладают здоровье нации и интересы государства. Такие меры обязательно приведут к улучшению духовной атмосферы российского общества и, соответственно, гармонизации всей общественной жизни.

\* \* \*

1. Ерофеева И. В. Аксиосфера СМИ: структура и содержание. Российская духовность в пространстве коммуникативных технологий. Чита : Изд-во ЗабГГПУ, 2005.
2. Калинин А. Ф. Семья как социальный институт. Чита: Поиск, 1999. – 112 с.
3. Кваша Б. Ф. Ценностные основы семьи. – СПб., 1997. – 167 с.
4. Манешина Л. И. Российская семья сегодня // Вестник Российского философского общества. 2005. № 2. С. 169–170.

## ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Простые наблюдения показывают, что основную массу заголовков на газетной полосе составляют такие, в которых используется лексика современного русского языка с прямым значением слов. Особенно ярко это проявляется у малотиражных (районных, городских, корпоративных и подобных) газет, главная задача которых – донести до читателя основную суть информации без какой-либо ее языковой трансформации.

Иное дело – многотиражные издания, рассчитанные на массового читателя, которого надо заинтересовать, а иногда и просто удивить. В таких газетах значительную долю составляют заглавия, где встречаются слова с переносным значением. Это дает возможность создавать заголовки, в которых используются различные языковые тропы, фигуры речи, игра слов, другие средства привлечения внимания читателя.

Для того, чтобы пронаблюдать эту особенность массовых изданий в рамках данной статьи, мы проанализировали заголовки таких газет, как «Аргументы и факты» (далее – «АиФ») и «Комсомольская правда» – «толстушка» (далее – «КП»), а также некоторых малотиражных газет г. Пензы и Пензенской области. Наблюдения велись в течение нескольких лет и составили несколько тысяч карточек-заголовков. Все это позволяет претендовать на некоторую репрезентативность полученных данных.

Наши наблюдения говорят о том, что в заглавиях анализируемых изданий используются с той или иной степенью частотности практически все тропы и фигуры речи русского языка (см. их перечень в «Словаре-справочнике лингвистических терминов» Д. Э. Розенталя и М. А. Теленковой) [1: 496, 506]. Употребление их показывает, какими выразительными возможностями обладают газетные заголовки.

Наиболее часто встречаются заглавия с использованием разнообразных **метафор** [2: 44–52]. Например: *Кого потопит тонущий Кипр?* («АиФ», 16-2013) [первая цифра обозначает номер газеты; вторая – год издания]; *Идем брать власть* («АиФ», 44-2012); *Советскую систему надо было разломать* («КП», 30 мая – 6 июня 2013); *Голодная пайка медика* («АиФ», 21-2013); *Цепочка добра: через океаны и тьму* («АиФ», 22-2013).

Широко используются в заголовках и **эпитеты**, выраженные, как правило, именами прилагательными, реже – существительными и наречиями: *Паразитальная эпоха* («КП», 25 апреля – 2 мая 2013); *Цветные пятна надежды* («АиФ», 8-2010); *Барышня-крестьянка* («АиФ», 8-2010); *Ехал криво – разлил пиво* («КП», 21 – 28 марта 2013).

Часто встречается в заглавиях и такой троп, как **метонимия** и ее частный случай **синекдоха**: *Маленькие тарелки спасут от обжорства* («КП», 6 – 13 сентября 2012); *Вернуть в армию мозги* («АиФ», 22-2013); *Два пензенских Ленина нуждаются в ремонте* («АиФ»-Пенза, 17-2013); *Сколько зарабатывают первые лица?* («АиФ», 17-2013); *Погибель француза* («АиФ», 46-2012).

На страницах анализируемых газет в заголовках используются и другие тропы. Приводим примеры их употребления.

**Сравнение.** *Победу как ветром сдуло* («АиФ», 33-2012); *Кто на свете всех богаче* («КП», 14 – 21 марта 2012); *Меньше воды – меньше плати* («АиФ», 42-2012); *Когда понты дороже денег* («АиФ», 8-2012); *И противник становится врагом* («АиФ», 35-2012).

**Перифраза.** *Утопившие в водке душу* («АиФ», 52-2012); *Убийцы без белых халатов* [о фальшивых лекарствах – И. Ш.] («АиФ», 27-2012); *Блюстители порядка* («АиФ», 27-2012).

**Гипербола.** *Коктейльчик на миллион* («КП», 18–25 октября 2012); *Из пушки – по диверсантам* («АиФ», 8-2012); *Лет до ста расти и без старости* («КП», 18–25 октября 2012).

**Ирония.** *Национальная идея под шашлычок* («АиФ», 23-2012); *Эх, налоги, на пыль, на туман!* («КП», 18–25 октября 2012); *Добро с кулаками* («КП», 8–15 марта 2012); *Добро пожаловать на 15 суток* («АиФ», 27-2012).

**Олицетворение.** *Мальчишек спасут спорт и религия* («КП», 25 января – 4 февраля 2010); *Светило гробит спутники* («АиФ», 40-2011); *Цены то взлетают, то падают* («АиФ», 17-2013); *Унесенные ветром и водой* («КП», 1–8 ноября 2012).

Подобное широкое употребление тропов, основанное, как правило, на метафорическом использовании слов, делает заголовки разнообразными по языковому оформлению, что, конечно, привлекает внимание читателя к тексту.

Повышению интереса к тексту способствует и использование в заглавиях фигур речи. На страницах анализируемых газет мы встречаем многие, если не все, из них. Например:

**Инверсия.** *Опустела без нее земля...* («АиФ», 40-2011); *Власть мигалки не «крышует»* («Аргументы недели», 27-2012); *Каша – пицца наша* («АиФ», 50-2012).

**Эллипсис.** *За наручные – в наручники* («АиФ», 9-2013); *Баскову – дом, Аллегровой – пляж* («АиФ», 8-2010); *В здоровом теле – здоровый дух* («АиФ», 48-2012); *На ночь – не вредно* («АиФ», 38-2009).

**Риторический вопрос.** *Курить или не курить?* («КП», 20–27 сентября 2012); *А куда «валить»?* («АиФ», 22-2013); *Бедные – лишние?* («АиФ», 22-2012).

**Умолчание.** *От думы да от тюрьмы ...* («АиФ», 46-2011); *Я не понимаю ...* (заглавие рубрики в «АиФ»); *Белые начинают и ...* («АиФ», 28-2009).

Близки к подобным заглавиям такие заголовки-предложения (или словосочетания), которые прерываются многоточием. После него идет как бы неожиданное продолжение, входящее в само заглавие или выносимое в подзаголовок. Например:

*Великий перелом ... крестьянства* («АиФ», 5-2010); *Счастье – это ...* В подзаголовке: *когда есть с кем поделиться рассказом о нем* («АиФ», 5-2010); *Как Гайдар страну спас ... или погубил?* («АиФ», 6-2010).

**Антитеза.** Она, как известно, строится на «резком противопоставлении понятий, мыслей, образов». Основным материалом выступают антонимы [1: 26], которые часто встречаются в заголовках разных газет.

Например: *Суд отнял – суд вернул* («Наша Пенза», 37-2012); *Транспортный налог: богатые богатеют, бедные беднеют* («Пензенская искра», июнь 2013); *Не делай добра, не получишь зла* («АиФ», 8-2013); *Смысла нет, а страх есть* («АиФ», 46-2011).

*Большие дела для маленьких людей* («Земляки», 9-2011); *На грани жизни и смерти* («КП», 11 – 18 апреля 2013); *Страна господ и нищих* («АиФ», 48-2012); *Не мусор, а сырье* («АиФ», 44-2012).

*Старая новая Ялта* («Улица Московская», 7-2013); *Богатый бедный Дагестан* («АиФ», 6-2011).

*Горький сахар* («АиФ», 8-2010).

**Анафора.** Эта стилистическая фигура в заголовках встречается чаще не в пределах параллельных рядов (типа «*А у них в Европе газ, а у нас?*» – «АиФ», 46-2011), а в словосочетании или во фразе одного ряда. Это уже область звукописи. Например:

*Чертить черными чернилами* («АиФ», 32-2011); *Коммуналка жмет, как жмот* («АиФ», 32-2011); «*Краса*» *красна красотой и красным дипломом* («КП», 29 ноября – 16 декабря 2012); *Вляпались в Лепса* («АиФ», 8-2013); *Два пути Путина* («АиФ», 19-2012).

Повтор звуков часто встречается в заголовках и в конце его слов. Это **эпифора**: *Жулье и жилье* («АиФ», ?-2012); *Врешь? Под суд пойдешь* («Пензенская правда», 93- 2012); *Онучи от Гуччи* («АиФ», 48-2012); *Домашняя еда – без труда* («АиФ», 38-2009).

Особенно привлекают внимание заголовки, в которых анафора и эпифора соединяются. Например: *Обама без обмана? О чем недоговорили лидеры России и США* («АиФ», 29-2009) [см. также некоторые предыдущие примеры].

Вообще же, повтор как стилистический прием очень часто встречается в заголовках на страницах газет. Повторяются не только отдельные звуки и сочетания звуков, но и морфемы, части слова и целые слова: *До-*

*верчивость утратила доверие* («КП», 29 ноября – 6 декабря 2012); *Когда в чести благочестие* («АиФ», 3-2013); *История о том, как переписывают историю* («КП», 15 – 22 ноября 2012); *Большая игра – большая награда* («АиФ»-Пенза, 5-2013).

Как выразительное средство в заголовках выступают и такие фигуры речи, как **риторическое обращение**: *Эх, рубль, куда ты катишься?* («КП», 7–14 июня 2012); *О спорт! О да!* («КП», 2–9 августа 2012); *Постой, паровоз / Электрички под угрозой истребления* («АиФ», 34-2012); *Зачем вы, девушки, курортных любите ...* («КП», 19–26 июля 2012).

**Бессоюзиe.** *Растет экономика – растет рождаемость* («КП», 21–28 февраля 2013); *Страхов – меньше, знаний – больше* («КП», 6–13 декабря 2012); *Хочешь похудеть – ешь!* («АиФ», 10-2010); *Бросай – призы получай* («КП», 8–15 марта 2012).

А вот примеры заголовков с использованием в них **градации**, **параллелизма** и **многосоюзиe** нами пока не обнаружены. Скорее всего, требование лаконизма, характерное для современных заглавий, стремление донести суть информации меньшим количеством слов, не располагая к употреблению в заголовках трех и более однотипных словоформ и повторяющихся союзов, используемых при градации и многосоюзиe, не говоря уже о двух-трех рядах слов, на которых строится параллелизм как фигура речи.

Однако и без примеров этого типа видно, что в современных газетах для создания ярких, бросающихся в глаза заглавий широко применяется абсолютное большинство тропов и фигур речи. А ведь при создании заголовков используются и другие языковые возможности, не менее яркие, чем графические и грамматические [3], лексические [4;5;6] и изобразительно-выразительные средства (описанные в настоящей статье), такие, как языковая игра, аллюзия, реминисценция, каламбур, парадокс и др., что требует специального рассмотрения и наблюдения за языком газет.

\* \* \*

1. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е, испр. и доп. М. : Просвещение, 1976. 543 с.
2. Рахманова Л. И., Суздальцева В. Н. Современный русский язык. М. : ЧеРо, 1997. 480 с.
3. Шувалов И. Ф. Некоторые особенности оформления заголовка на газетной полосе // Экология русского языка. Пенза, 2010. С. 164–167.
4. Шувалов И. Ф. Некоторые особенности лексического оформления и употребления заголовка на газетной полосе // Экология русского языка. Пенза, 2011. С. 115–117.
5. Шувалов И. Ф. Заголовки с использованием цитат и фразеологизмов на газетной полосе // Экология языка. Пенза, 2012. С. 233–236.
6. Шувалов И. Ф. Заголовки с использованием лексики различных разрядов на газетной полосе // Экология языка. Пенза, 2013. С. 101–103.

## **FREIHEIT ZUR WAHRHEIT**

In Deutschland sagt man: „Glaube nie einer Statistik, es sei denn, Du hast sie selbst gefälscht.“ Diese Statistik, die ich vorstellen möchte, habe ich nicht selbst gefälscht. Die Reporter ohne Grenzen waren das... Jährlich stellen sie eine Rangliste auf, wie es um die Pressefreiheit in den Ländern der Welt bestellt ist. Gerade ist die aktuelle Rangliste herausgekommen.

Im Ernst: Die Methoden der Organisation für Informationsfreiheit sind transparent und nachvollziehbar. Deutschland hat sich im Vergleich zum Vorjahr um einen Rang verschlechtert und steht jetzt auf Platz 17. Drei Hauptaspekte bemängeln die Reporter ohne Grenzen: Im vorigen Jahr sind viele Vollredaktionen geschlossen worden, zunehmend investierten Unternehmen in Medien, und der Weg, um an Informationen zu gelangen, werde für Journalisten zusehends mühsamer.

Doch lassen sich zwei positive Entwicklungen nennen: Zum einen trat in Hamburg im Oktober 2012 ein als fortschrittlich bezeichnetes Transparenzgesetz in Kraft. Demnach muss die Verwaltung in Hamburg von sich aus Gutachten, Verträge und Senatsbeschlüsse online veröffentlichen, ohne Anfrage. Und zudem schützt das Pressefreiheitsgesetz seit August 2012 Journalisten bei investigativen Recherchen stärker als zuvor vor staatlichen Übergriffen.

Russland hat sechs Plätze eingebüßt und belegt in der aktuellen Liste Rang 148. Vor allem zwei Kritikpunkte geben die Reporter ohne Grenzen an: Die Staatsspitze sei restriktiv, und das Internet werde überwacht. Empirisch bestätigen das Korrespondenten in Russland, die ich gefragt habe. Eine Kollegin sagt: Es könnte ungesund sein, bestimmte Themen anzufassen.

Nun möchte ich mir nicht anmaßen, ein Urteil zu fällen, sondern viel lieber mit euch über das Thema ins Gespräch kommen. Zwei vielversprechende Medien möchte ich als Impuls ergänzen, von denen die russischen Freunde sicher schon gehört haben, die deutschen eventuell zum Beispiel im Deutschlandradio. Die unabhängige Tageszeitung „Zolotoye kolzo“ erscheint in Jaroslavl und gehört den Journalisten. Sie hat mit dem Fernsehsender „Doschd“, der aus der ehemaligen Moskauer Schokoladenfabrik „Krasnyi Oktyabr“ sendet, ein Erfolgsrezept gemein: Beide berichten über alles.

Für Deutschland möchte ich euch schließlich zwei Netzwerke oder Angebote vorstellen, die bestimmt für den einen oder anderen russischen Journalisten in Pensa interessant sein könnten. Ich meine das Netzwerk n-ost von Journalisten. Seit 2006 gibt es diese Agentur für Osteuropa-Inhalte, die als eingetragener Verein organisiert ist. 40 Korrespondenten leben in osteuropäischen Ländern von Albanien bis Tadschikistan und berichten auch einmal über etwas abseitig erscheinende Themen – wie beispielsweise eine Blumen-



verkäuferin in Riga. N-ost fungiert gewissermaßen als Mittler zwischen Reportern und Medien.

Und dann gibt es die Internationalen Journalisten-Programme für viele Regionen in der Welt. Für uns interessant ist insbesondere das Marion-Gräfin-Dönhoff-Journalisten-Stipendium. Es ist benannt nach einer früheren Mit-Herausgeberin der deutschen Wochen-Zeitung „Die Zeit“. Sie ist in Ostpreußen geboren und machte sich verdient um die Versöhnung von Ost und West. Außerdem war sie eine bemerkenswerte Journalistin. In diesem Jahr ist das nach ihr benannte Stipendium zum 13. Mal ausgeschrieben worden. Es ermöglicht fünf deutschen und fünf osteuropäischen Journalisten für die Monate Oktober und November bei einem Partner-Medium in einem anderen Land zu hospitieren. Das „Flensburger Tageblatt“, die Zeitung, für die ich arbeite, bekommt seit Jahren regelmäßig Besuch von einem Kollegen aus Russland oder einem anderen osteuropäischen Land im Herbst. Diese Journalisten können dann im Alltag mit uns mitlaufen. Und weil sie stets sehr gut Deutsch sprechen, schreiben sie selbst Beiträge. Im Moment bekommen sie für die Zeit beim Gastmedium ein Stipendium über 3900 Euro. Gefördert wird dieses Programm insbesondere von der Zeit-Stiftung und dem Auswärtigen Amt, außerdem von der Stiftung Mercator, der Commerzbank und der Deutschen Bank. Zwei Bedingungen für eine erfolgreiche Bewerbung sind, dass die Teilnehmer Researchethemen wählen und am Ende einen Erfahrungsbericht schreiben. Ich würde mich freuen, wenn sich auch einmal ein Journalist aus Pensa erfolgreich für das Stipendium bewirbt und beim „Flensburger Tageblatt“ hospitiert.

*Т. В. Гаврилова, К. Г. Гаврилов*

(г. Пенза, Россия)

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РОССИЙСКИМИ СМИ  
ИСКАЖЕННОГО ПРАВОВОГО ПОНЯТИЯ  
«ЮВЕНАЛЬНАЯ ЮСТИЦИЯ»: ПРОБЛЕМЫ ЭТИКИ  
И ПРОФЕССИОНАЛИЗМА ЖУРНАЛИСТА,  
ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ В СВЕТЕ ЦЕННОСТНЫХ  
ОРИЕНТИРОВ В ЖУРНАЛИСТИКЕ**

Одним из самых спорных правовых понятий и социальных институтов в современном российском обществе является так называемая «ювенальная юстиция». Мы берем в кавычки указанное понятие, по причине серьезных расхождений в его трактовке в юридической литературе и в большинстве публикаций отечественных СМИ.

Большой юридический словарь дает следующее определение: Ювенальная юстиция – это правосудие по делам несовершеннолетних. Понятие ювенальной юстиции довольно широко, оно включает особый поря-

док судопроизводства, отдельную систему судов для несовершеннолетних (ювенальных судов), а также совокупность идей, концепций социальной защиты и реабилитации несовершеннолетних правонарушителей [1].

В общественном мнении же, отражением которого являются публицистические материалы в СМИ, под «ювенальной юстицией» понимается размытый и противоречивый набор страхов населения, связанный как с возможностью государственного произвола по отношению к семье и детям, так и излишней свободой для детей, слишком мягким наказанием за их правонарушения. В «ювенальную юстицию», согласно непрофессиональным публикациям попадают взаимоисключающие идеи:

1) законопроект о «социальном патронате» [2] – государственная помощь ребенку, попавшему в тяжелые жизненные обстоятельства, без лишения родителей родительских прав (зачастую неверно трактуется как право на изъятие детей из семьи);

2) стимулирование судебных процессов детей против родителей или стимулирование детских доносов на родителей и их методы воспитания;

3) излишне мягкие наказания для малолетних правонарушителей;

4) заимствование «западных» образцов «вредного» воспитания;

5) излишнее вмешательство педагогов и государства в вопросы воспитания;

6) недостаточное участие государства в вопросах воспитания и контроля над детьми, особенно усыновленными.

Приведенные трактовки серьезно расходятся со смыслом, который вкладывают в данное понятие юристы. Налицо серьезный и опасный разрыв в толковании правовой терминологии. И на наш взгляд, именно профессиональная журналистика может послужить инструментом преодоления данного разрыва. Ведь журналистика, как вид социального регулятора, обладает наибольшим потенциалом по переработке специфической правовой информации, ее актуализации и распространению в обществе в удобной для восприятия форме. Без качественной и популярной правовой журналистики, ориентированной на высокие моральные и нравственные ценности, невозможно преодоление правового нигилизма, безграмотности и формирование взвешенного, устойчивого общественного мнения по вопросам защиты прав ребенка.

Остается открытым вопрос о причине того, что российская журналистика пошла не по пути адаптации сложной правовой информации для потребителя, а выбрала дорогу использования термина «ювенальная юстиция» в наиболее размытой, некорректной форме, зачастую вмещающей в это понятие все возможные страхи граждан перед исполнительной властью.

Сложность грамотного донесения до общества юридических механизмов защиты прав ребенка в том, что система ювенальной юстиции в России пока не сформировалась. На сегодняшний день существуют отдельные органы, которые призваны решать отдельные проблемы: учреждения здравоохранения занимаются наркоманами, беспризорниками – ор-

ганы социальной защиты, а милиция, МВД должны заниматься правонарушителями. Органы опеки и попечительства, на которые возложен весьма широкий круг обязанностей, к сожалению, не в силах с ними справиться. Иначе говоря, отлаженной системы взаимодействия вышеперечисленных органов не сформировалось.

Несмотря на затянувшиеся обсуждения в Государственной Думе проекта закона о Ювенальной юстиции, определенные шаги в направлении создания целостной системы правосудия по делам несовершеннолетних были сделаны. В частности, в соответствии с указом Президента во всех областях Российской Федерации была введена должность Уполномоченного по правам ребенка [5], однако, следует отметить, что спектр его полномочий остается недостаточно проработанным, а о продуктивности его деятельности судить крайне сложно, поскольку видимых результатов в сфере защиты прав и интересов несовершеннолетних пока не наблюдается.

Некоторые слишком узко трактуют понятие Ювенальной юстиции, имея в виду только ювенальный суд, однако это отнюдь не согласуется с целями ювенальной юстиции, которая должна подразумевать целостную систему, призванную решать судьбу ребенка [6].

Особенностью существующей системы правосудия является то, что в качестве главной его цели рассматривается наказание. Однако применительно к ребенку, это едва ли можно считать залогом успешного решения проблемы. Общество заинтересовано не в том, чтобы правонарушитель сидел в тюрьме, а скорее в том, чтобы в будущем он не совершал противоправных поступков. В связи с этим наибольшую значимость приобретает вопрос реабилитации, оказания помощи несовершеннолетним из неблагополучных семей, формирования у детей положительных моральных представлений. Все это в значительной степени противоречит репрессивной логике правосудия.

В ряде субъектов федерации задумались над этим вопросом, и на сегодняшний день мы имеем немало примеров успешного опыта работы с несовершеннолетними правонарушителями. В первую очередь сюда следует отнести Ростовскую область, Саратовскую, Воронежскую и ряд других. Были созданы специальные ювенальные суды, первый из которых появился в 2004 г. в Таганроге. Также ювенальные суды действуют в Иркутской, Воронежской, Брянской и других областях.

Новая система должна быть направлена не на наказание, а на исправление подростка. В результате работы ювенальных судов Ростовской области многим подросткам была оказана психологическая помощь, некоторым помощь по восстановлению в школе, органы

В качестве другого примера, стоит привести Республику Башкортостан, где идут активные процессы внедрения ювенальных технологий в систему правосудия, а именно, создание модельных судов, предполагающих функционирование судебных составов по делам несовершеннолет-

них. Причем, в их компетенцию будут входить не только уголовные, но и гражданские дела с участием несовершеннолетних [3].

Рациональная критика «ювенальной юстиции» основывается на нескольких утверждениях. И здесь надо подчеркнуть, что противостояние касается не всей системы ювенальной юстиции, включающей органы социальной защиты и адаптации несовершеннолетних, а именно ювенальных судов, где детям предоставляется право самостоятельно подавать в суд на взрослых.

Таким образом, родители и учителя, якобы, потеряют авторитет – просвещенные дети могут свободно обратиться в суд с жалобой. Этот тезис безусловно оспорим, поскольку и без введения специальных ювенальных судов дети с 14 лет могут обратиться в суд, а до достижения этого возраста в органы опеки и попечительства, которые от его имени могут сделать то же самое [4, ст. 56, п. 2]. К сожалению, неизбежны случаи, когда воспользуются ситуацией избалованные дети-манипуляторы. Такие дети, особенно, если их успели «просветить» насчет прав ребенка, болезненно реагируют на любые замечания, считая их нарушением своих законных интересов.

Другой причиной, вызывающей протест общественности, является, якобы широко распространенная за рубежом «необоснованная» практика изъятия детей из семьи, которая, по мысли большинства, неизбежно укоренится и в Российской системе. Нельзя отрицать существование подобных негативных примеров. Однако, к сожалению, именно они получают широкую огласку, тогда как положительный опыт функционирования тех или иных органов ювенальной юстиции в зарубежных странах не находит достойного отражения в средствах массовой информации, которые, безусловно, оказывают первостепенное влияние на формирование общественного мнения.

На наш взгляд, этика журналиста требует, чтобы в материалах по сложным правовым проблемам, к которым, несомненно, относится законодательство о защите прав ребенка, рациональные соображения и этические принципы превалировали над эмоциональными оценками. А факты говорят о том, что в условиях кризиса традиционной семьи государство вынуждено брать на себя не свойственную ему ранее функцию заботы о детях. Современное общество предъявляет все более высокие требования к публичным институтам по вопросам защиты детей от насилия, обеспечения их благополучного развития. Ювенальные технологии являются попыткой государства выполнить эти функции.

Профессиональный журналист обязан не воспроизводить страхи перед расплывчатым понятием «ювенальная юстиция», а предлагать позитивную программу по решению проблем, обозначенных в нашей статье. Предложим несколько элементов позитивной программы. Во-первых,

адаптация юридических понятий для восприятия широкими слоями общества, точное использование терминологии. Во-вторых, понимание неизбежности увеличения общественного контроля над семейным воспитанием детей. Обществу необходимо понимать, что альтернатива ювенальным технологиям это либо снижения благополучия детей, либо использование иных, менее гуманных механизмов государственного вмешательства в личную жизнь. В-третьих, необходимо понять, что издержки ювенальных технологий необходимо решать путем общественного контроля действий государственных служащих. Возможность контроля должна быть обеспечена со стороны общественных и религиозных организаций, органов местного самоуправления, а также объединений родителей и педагогов. Механизмы общественного контроля должны являться главной темой широкого общественного обсуждения в средствах массовой информации.

\* \* \*

1. Большой юридический словарь / под ред. проф. А. Я. Сухарева. 3-е изд., доп. и перераб. М. : ИНФРА-М, 2007. 858 с.
2. Законопроект № 42197-6 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам осуществления социального патроната и деятельности органов опеки и попечительства».
3. Сабирова Э. В Башкортостане планируется создание модельных ювенальных судов. URL: <http://www.bashinform.ru/news/282152/>.
4. Семейный кодекс РФ.
5. Указ Президента Российской Федерации от 1 сентября 2009 г. № 986 «Об Уполномоченном при Президенте Российской Федерации по правам ребенка» // Российская газета. 2009. 4 сентября. № 4990.
6. Федеральный закон от 24 июля 1998 г. № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации от 3 августа 1998 г. № 31. Ст. 3802.

*Г. С. Филаткина*

(г. Москва, Россия)

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ВЕНЕСУЭЛЕ: ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ МОЛОДЕЖИ**

Венесуэла является флагманом Латинской Америки по вовлеченности населения в социальные сети и СМИ. Так, в конце 2012 года в наиболее популярных в этой стране соцсетях Твиттере и facebook было зарегистрировано около 3,5 млн и 9,5 млн венесуэльцев соответственно, что составляет 12 % и 33 % населения страны (28,8 млн) [4]. При этом стоит от-

метить, что, согласно «Статистическим данным по использованию интернета в Венесуэле в 2012 году», подготовленным Венесуэльской палатой по электронной коммерции (Cavacom-e)[3], венесуэльские интернет-пользователи выходят во всемирную паутину прежде всего для того, чтобы проверить на обновления свой аккаунт в социальных сетях (42 %) и проверить электронную почту (42 %), а также пообщаться в чате (29 %). Только 18 % венесуэльских пользователей выходят в интернет в первую очередь для того, чтобы прочитать новости и найти необходимую информацию.

Такая популярность социальных сетей в Венесуэле объясняется тем, что все больше венесуэльцев становятся обладателями смартфонов [8], позволяющих выходить в интернет и, соответственно, в социальные сети. Кроме этого, почти каждый крупный чиновник в Венесуэле имеет свой аккаунт в социальных сетях, а политика представляет огромный интерес для всего венесуэльского общества.

Популярность соцсетей в Венесуэле во многом обусловлена и тем, что бывший президент страны – Уго Чавес – был известным блогером и активным пользователем Твиттера. Его аккаунт @chavezcandanga занял второе место в мире по количеству фолловеров, уступив пальму первенства Бараку Обаме, став уникальным явлением в среде микроблогинга.

Основная аудитория социальных сетей в Венесуэле – молодые люди в возрасте от 16 до 30 лет. Из них большая часть (40 %) – студенты высших учебных заведений, остальные – бакалавры (34 %), аспиранты и магистранты (13 %), а также учащиеся начальной школы (1 %) [1]. Такая статистика позволяет говорить о том, что пользователи социальных сетей в Венесуэлеобладают высоким уровнем образования и используют эти медиапространства в качестве источников информации и новостей.

Большой интерес представляет собой вопрос эволюции популярности социальных сетей среди венесуэльской молодежи. До 2012 г. первенство среди популярных соцсетей прочно сохранял facebook, насчитывавший на тот момент около 7 млн венесуэльских пользователей [5]. Еще в 2007 г. facebook потеснил популярный в то время среди венесуэльской молодежи сервис MySpace, который отказался адаптироваться под новую молодежную аудиторию и, как следствие, заметно отстал от более привлекательного с точки зрения дизайна и менее рекламного facebook.

Второе место по количеству пользователей занимал Твиттер (0,85 млн) [5], обошедший популярный на тот момент сервис Tumblr, сильно напоминавший своего североамериканского коллегу интерфейсом и возможностями размещать небольшие текстовые сообщения и аудио- и видеоматериалы в короткоформатном блоге. Не сдавала своих позиций только социальная сеть hi5, бесплатно предоставляющая флешевые мини-игры. Facebookи Твиттер сильно потеснили такие социальные сети, как Windows Live, Badoo, Sladeshare, Sonico, Fotolog, Scribd, Bligoo.

В начале 2011 г. в Католическом Университете Андреса Бельо (UCAB), расположенном в Каракасе, было проведено исследование [6], в задачи которого входило выяснить характер использования и отношение к социальным сетям студентов данного Университета. В рамках исследования был проведен опрос среди 600 учащихся, возраст которых находился в пределах от 18 до 24 лет. Опрос показал, что facebook является самой известной социальной сетью, в нем были зарегистрированы 98 % респондентов. Твиттер оказался второй по популярности и по количеству зарегистрированных в нем студентов соцсетью (81 %). Примерно четверть респондентов ответили, что пользуются такими сетями, как YouTube, MySpace и hi5.

Причиной большой популярности facebook является то, что эта сеть позволяет студентам свободно общаться со своими друзьями и родственниками, просматривать их профили, комментировать фотографии. Твиттер же, согласно опросу, использовался в основном для того, чтобы быть информированным относительно всех важных новостей, комментировать новости и публиковать свою точку зрения. То есть характер использования facebook можно определить как развлекательный, а Твиттера – как информационный.

Мода на социальные сети диктует определенную модель поведения и смену приоритетов среди молодых людей. Если большинство друзей мигрировало на новую платформу, то пользователю ничего не остается как последовать за ними, поскольку общаться в прежней соцсети будет уже не с кем. Сокращение использования MySpace и hi5 многие студенты связали с тем, что мода на эти соцсети проходит, их функционал по сравнению с лидерами отрасли не такой интересный и разнообразный, кроме того, они не приносят респондентам никакой практической пользы.

Как показало исследование, как источник актуальных новостей социальные сети привлекали чуть меньше половины опрошенных, которые заходили в них, чтобы также делиться текстовым, видео- и фотоконтентом, обсуждать личный профиль своих друзей, смотреть фильмы и видеоролики, а также чтобы обсуждать ученые задания и знакомиться с людьми. Как уже было сказано, социальные сети в Венесуэле значительно политизированы, что отразилось на результатах исследования: 12 % респондентов признались, что используют социальные сети для того, чтобы отслеживать политические события и поддерживать тех или иных кандидатов. В подтверждении развлекательной функции соцсетей 13 % студентов отметили, что пользуются игровыми приложениями, которые можно бесплатно скачать в соцсетях, а также используют эти медиаплощадки для рекламирования понравившихся продуктов и сервисов.

2012 год подготовил подходящую почву для очередной смены вкусов и брендов, ориентированных на молодежную аудиторию. За сменой вкусовых предпочтений произошла и смена ценностных ориентаций. Это связано прежде всего с тем, что на первое место по популярности среди

венесуэльской молодежи выдвинулся Твиттер. Поскольку главная функция сервиса микроблогов – поиск актуальной информации, комментирование новостей и репост интересных и актуальных статусов, сменился и акцент использования соцсетей с развлекательного на информационный. Согласно исследованиям международной аналитической компании comScore[9], венесуэльские пользователи в среднем проводят в Твиттере до восьми часов в месяц, а по количеству пользователей, зарегистрированных в этой социальной сети, Венесуэла занимает первое место среди стран Латинской Америки [10].

Facebook настолько быстро завоевал популярность, что сегодня, кроме молодежи, в нем регистрируются люди среднего и пожилого возраста. Согласно The Angeles Times, число пользователей facebook в возрасте от 50 до 64 лет достигло одной четвертой всей аудитории соцсети [7]. А поскольку молодым людям всегда хочется уйти от родительского контроля и обрести большую независимость даже в социальных сетях, они мигрировали в те сети, до которых еще не добрались родители и которые позволяют им регистрироваться под псевдонимами – например, в Твиттер. Кроме этого, отношения между пользователями в Твиттере не строятся на взаимной дружбе: если пользователь не желает принимать заявку на добавление в друзья другого пользователя, он может оставить его в списке своих подписчиков. Молодых пользователей очень привлекает эта функция.

И хотя количество венесуэльцев, зарегистрированных в Твиттере значительно меньше, чем в facebook, сеть становится популярным местом для встреч и общения среди венесуэльской молодежи. Если в facebook преимущественно обмениваются воспоминаниями, то Твиттер – это ресурс, который позволяет пользователям в настоящий момент времени общаться о событиях, выразить и делать известной свою точку зрения и дискутировать. Эта возможность привлекает в ряды пользователей сети микроблогов все больше представителей венесуэльской молодежи. Именно поэтому для подростков Твиттер стал альтернативным традиционным СМИ источником информации.

Однако facebook старается не сдавать позиций: страница в этой социальной сети для многих молодых венесуэльцев по-прежнему служит своего рода резюме, на которой они в полной мере могут представить себя с профессиональной стороны и которую могут представить своему потенциальному работодателю. Хотя и с этой точки зрения facebook постепенно уступает место социальной сети LinkedIn, предназначенной для поиска и установления деловых контактов, которая пользуется большой популярностью среди работодателей в Латинской Америке. Покупка компанией facebook в апреле 2012 г. Instagram, социальной сети для обмена фотографиями, – также определенный шаг в конкурентной борьбе с другими соцсетями.

Миграция венесуэльской молодежи в Твиттер также связана с тем, что в 2012 и в начале 2013 г. в Венесуэле происходили важные политиче-



ские события: страна за шесть месяцев дважды выбирала президента, а между выборами – политические выступления оппозиции, смерть самого популярного лидера Венесуэлы, новые политические фигуры во главе государства. Венесуэльская молодежь следила за стремительно разворачивающимися событиями преимущественно в Твиттере, т.к. главными источниками информации были традиционные СМИ, а аккаунты Чавеса, его оппонента на выборах Энрике Каприлеса, преемника Чавеса Николаса Мадуро, а также страницы политических партий и общественных деятелей. Молодежная аудитория Твиттера, обладающая правом участвовать в голосовании, представляет собой очень важный ресурс для вовлечения в политические процессы и участия на выборах.

Таким образом, характер использования социальных сетей говорит о ценностных ориентирах и приоритетах венесуэльской молодежи. Акцент с развлекательного потребления соцсетей смещается на информационный, социальные сети становятся источником актуальной информации, в отличие от традиционных СМИ, и предоставляют молодым интернет-пользователям большое количество ресурсов для личного и профессионального развития.

\* \* \*

1. Características socio-demográficas de los usuarios venezolanos de Twitter // URL: [www.twven.com/twitter-venezuela/caracteristicas-socio-demograficas-de-los-usuarios-venezolanos-de-twitter/](http://www.twven.com/twitter-venezuela/caracteristicas-socio-demograficas-de-los-usuarios-venezolanos-de-twitter/)
2. El uso de Twitter por los venezolanos. URL: <http://twven.com/twitter-venezuela/el-uso-de-twitter-por-los-venezolanos/>
3. Estado de Internet en Venezuela. URL: [www.cavecom-e.org.ve/](http://www.cavecom-e.org.ve/)
4. Facebook y Twitter en Venezuela // El Universal. URL: [www.eluniversal.com/nacional-y-politica/elecciones-2012/120625/facebook-y-twitter-en-venezuela](http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/elecciones-2012/120625/facebook-y-twitter-en-venezuela)
5. Los adolescentes prefieren Twitter. URL: <http://twven.com/twitter-venezuela/los-adolescentes-prefieren-twitter/>
6. Marcelino Bisbal, Pasquale Nicodemo. Investigación: Redes Sociales, hábitos y usos en la UCAB. URL: <http://gumilla.org/redessociales>
7. Mayor número de adultos en Facebook alejaron a los más jóvenes de la red social. URL: <http://twven.com/twitter-venezuela/mayor-numero-de-adultos-en-facebook-alejaria-a-los-mas-jovenes-de/>
8. Venezuela: 21% de usuarios se conectan desde Smartphone. URL: [www.entornointeligente.com/articulo/1247888/21-de-usuarios-se-conectan-desde-Smartphone](http://www.entornointeligente.com/articulo/1247888/21-de-usuarios-se-conectan-desde-Smartphone)
9. Venezuela es el 9º país del planeta que más usa las redes sociales, según ComScore. URL: [www.noticias24.com/venezuela/noticia/131320/venezuela-es-el-9o-pais-del-planeta-que-mas-usa-las-redes-sociales-segun-comscore/](http://www.noticias24.com/venezuela/noticia/131320/venezuela-es-el-9o-pais-del-planeta-que-mas-usa-las-redes-sociales-segun-comscore/)
10. Venezuela ocupa primer lugar de uso del Twitter en Latinoamérica: Izarra. URL: <http://twven.com/twitter-venezuela/venezuela-ocupa-primer-lugar-de-uso-del-Twitter-en-latinoamerica-izarra/>

## **ИЗ ИСТОРИИ РАБСЕЛЬКОРОВСКОГО ДВИЖЕНИЯ В ТАМБОВСКОМ КРАЕ. ВОЗРАСТНЫЕ И ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ**

Рабселькоровское движение в 20-х – начале 30-х годов прошлого века – интереснейшее явление не только в истории журналистики, но и в истории нашего народа. С одной стороны, оно пробуждало в людях социальную активность, помогало им осознавать себя хозяевами страны и развивало творческий потенциал. Из внештатных корреспондентов газет вышли не только профессиональные журналисты, но и многие советские писатели. А с другой, кампания за критику и самокритику приводила к нездоровому желанию корреспондентов постоянно во всем искать недостатки, сеяла взаимную подозрительность и вражду в коллективах. Давать однозначную оценку движению трудно, но знать о его особенностях нужно, тем более что оно уникально: ни в одной стране мира внештатные авторы никогда не играли такой роли в работе СМИ и в идеологической работе.

В истории отечественной журналистики в настоящее время стало уделяться внимание рабселькоровскому движению, это явление исследуется в разных аспектах. Так, Е. Маркасова изучала тему героизма и жертвенности селькоров [8], В. Скребнев – методы партийного руководства движением [10]. Автор данной работы в своих статьях анализировал действенность рабселькоровских материалов [1, 82], методы работы редакций с внештатными авторами [3, 233], а также роль стенгазет в рабселькоровском движении [2, 180]. Но одной из самых малоизученных проблем остается состав участников движения. Современные авторы, как правило, обращают внимание на социальное лицо рабселькоров, но не проводят анализ по гендерным и возрастным признакам.

Исследование материалов газет «Тамбовская правда» и «Тамбовская рабселькория» (так называлось приложение к губернской/областной газете) показало, что с первых дней советской власти с газетами сотрудничали в основном молодые мужчины (от 18 до 40 лет). Эта возрастная категория была мобильнее других, быстрее привыкала к меняющимся идеологическим установкам, активнее реагировала на негативные стороны различных явлений, среди этого поколения было больше грамотных, чем среди стариков. Привлекая авторов «от сохи и станка», редакции обычно получали пополнение из людей, родившихся в последние годы XIX и в XX веке. Тамбовские газеты не указывали возраст корреспондентов, поэтому ценными находками были материалы, где говорилось о представи-

телях старшего или младшего поколений. В номере «Тамбовской Рабселькории», вышедшей к 5 мая 1928 г., рассказывается о рабкоре Семене Павлове: «Вопросы производства весьма сложны и ответственны, и в подходе к ним мало одного задора и разоблачений, нужна еще сугубая обдуманность и наблюдательность, как это делает, например, наш самый почтенный по возрасту рабкор т. Павлов» [13, 3].

Семен Павлов был в то время не только самым пожилым, но самым известным рабкором Тамбовщины, еще в первой половине 20-х он начал сотрудничать с центральными изданиями. О нем рассказывал столичный журналист Семен Евгенов, работавший в те годы в тамбовских газетах: «Появился у нас в это время и первый рабкор центральной «Правды» – слесарь железнодорожных мастерских Семен Андреевич Павлов, это был своеобразный тип культурного, начитанного рабочего с обостренным самосознанием, с прямой и остротой в суждениях, с некоторой «ершистостью» и душевной теплотой в то же время. Такие старики были преданы советской власти, но требовали, чтобы их выслушивали и считались с их мнением» [4, 2].

Это практически единственный пример сотрудничества с газетами «старика». Гораздо больше было представителей юного поколения – юнкоров. Этим словом называли выпускающих стенгазеты и сотрудничающих со СМИ школьников и учащихся техникумов, так же идентифицировали себя не достигшие 18-летнего возраста рабочие, служащие, крестьяне. Юнкоры могли выпускать собственную стенную печать или писать в заводские или сельские стенновки. Иногда при больших стенгазетах выходили «дочерние» листки, сделанные руками детей рабочих.

В губернские и уездные газеты подростки начали писать в самом начале рабселькоровского движения, весной 1921 года вышел материал о детдомовском мальчике, которого обворовала его воспитательница, заметка была подписана общим псевдонимом *Воспитанники* [5, 4]. Еще один юный гражданин «Ученик П.Т.У. Долбенко» сообщал в газету о лопнувшей водопроводной трубе на улице Коммунальной [6, 4]. Но газеты обычно не акцентировали внимание на возрасте авторов. Редко вспоминала о юнкорах и «Тамбовская рабселькория», но и по единичным материалам видно, как бесправны и неподготовлены были эти подростки к газетной работе.

В одной из этих заметок сообщается, что юные корреспонденты из интерната при Тамбовской железнодорожной школе-семилетке поплатились за свою рабселькоровскую деятельность – раскритикованный в стенгазете руководитель учебного заведения распорядился не давать этим детям обеды [12, 5]. В статье «О бузотерстве, распре, изъянах комсомольского руководства и прочем» рассказывается о вражде между редколлегиями стенгазеты и световой газеты при Тамбовской школе

№ 1. Учащиеся в своих номерах критиковали «за бузотерство» корреспондентов конкурирующего издания. В ссору вмешалось бюро школьной комсомольской ячейки, но помирить редколлегии так и не смогло. «Тамбовская рабселькория» призывает: «Нужно разобрать эту склоку и установить правильные взаимоотношения между бюро ячейки, стенной и световой газетой» [12, 5].

Если в лучшей школе Тамбова юнкоры и комсомольская организация не смогли обойтись без помощи губернской газеты, можно представить, что происходило в селах и деревнях. Этот вопрос нашел свое отражение в статье «Больше внимания юнкорам»: «Большим местом рабселькоровского движения в нашем округе является отсутствие руководства юнкорами со стороны ячеек и комитетов ВЛКСМ и других заинтересованных организаций... Внутривоспитательная работа с юнкорами также не велась. Совещания с ними не было. Юнкоры работали бессистемно, варились в собственном соку. По выборочному обследованию юнкорской работы в г. Тамбове даже в таких организациях, как ТВРЗ (*Тамбовский вагоноремонтный завод – А. В.*), «Ревтруд» (*название завода – А. В.*) спиртоводочный завод, по юнкоровскому движению ничего не сделано и не делается. О деревне и говорить нечего» [11, 3]. Изменилось ли что в работе с юнкорами после этой самокритики, неизвестно, в последующие годы местная пресса к этой теме возвращалась редко.

Про юных корреспондентов вспоминали в периоды обсуждения партийных постановлений и прочих серьезных документов, например, после речи П. П. Постышева (1934 г.), где оратор назвал одной из основных задач перестройки рабселькоровского движения «усиление работы с юнкорами». Партийные идеологи понимали, что приобщение школьников к газетной деятельности помогает в воспитании и образовании, в профориентации, способствует становлению социально активных людей. Но на местах отношение к юнкорам оставалось прежним.

Особого внимания заслуживает участие в самодеятельной печати женщин. О коренных изменениях гендерных отношений в России после социалистической революции 1917 г. написаны сотни томов. Но, рассуждая о кардинальной ментальной перестройке самосознания и психологии советских женщин, в числе факторов женского раскрепощения авторы, как правило, не упоминают рабселькоровское движение. Отчасти это понятно: в движении, особенно в его первые годы, женщины участвовали неохотно.

Больше всего половая диспропорция среди авторов была заметна в провинции. В подшивках тамбовских газет 1919–1923 гг. материалы, подписанные женскими фамилиями, встречаются очень редко. Тем не менее, рабселькория способствовала росту социальной активности женщин. В 20-х и первой половине 30-х годов газеты в селах были единственной

формой СМИ, доступной простому населению: все новости оно получало из губернских и районных газет. В этих изданиях крестьянки читали о представительницах своего пола, которых послали на рабфак, о делегатках различных совещаний и съездов, ударницах, спортсменках и т.д. В этих материалах рассказывалось не о полумифических для сельчан москвичках и ленинградках, а о жительницах соседней Ивановки или Никольского, то есть о конкретных, неподалеку живущих людях. После этих примеров женщины чувствовали себя равными с сильным полом и знали, что при желании могут многого добиться. К тому же они видели в газетах заметки своих односельчан-мужчин, понимали: если напечатали жалобу соседа, то могут и «мою, женскую» напечатать. Когда жизнь становилась особенно тяжелой, то крестьянки, преодолевая стыд, вековые традиции женского терпения и молчания, писали в редакцию свои первые письма.

Процесс вовлечения провинциальных, тем более сельских, женщин в активную общественную деятельность шел довольно медленно. О том, как велик был гендерный дисбаланс участников рабселькоровского движения, говорят цифры: в период самой высшей точки подъема рабселькоровского движения (1928–1930 гг.) даже в столицах на 10 мужчин, посылающих свои заметки в редакции газет, приходилась примерно одна женщина-раборка. В провинции этот разрыв был больше. По данным I-го Губернского съезда рабочих и сельских корреспондентов (1926 г.) среди его участников было 94,5 % мужчин и 5,5 % женщин. Еще меньший процент приводится в 1928 году в «Тамбовской рабселькории»: «Из 1053 раборков «Тамбовской правды» – 70 % служащие, из 1305 селькоров – служащих 80 %, женщин раборков и селькоров – 72 [13,1]. Получается, что из 2358 корреспондентов губернской газеты было всего семь десятков женщин, то есть, 3 %.

Медленная социализация и низкая активность большинства женщин волновала коммунистических идеологов. Еще в марте 1922 года делегатки XI съезда РКП (б) говорили о необходимости фактического раскрепощения женщины, особенно в глубинке, и через три месяца появилось Письмо ЦК РКП (б), в котором требовалось завести специальные женские странички в местных газетах [9, 259]. Тамбовская пресса в этом деле оказалась в «передовиках», страничка «Жизнь работницы и крестьянки» впервые появилась в «Известиях губсовдепа» за год до выхода этого Письма ЦК РКП (б). На упомянутой страничке опубликована заметка, отражающая настроения женщин в этот сложный период: «...До сих пор в Елатье на работниц и крестьянок не обращают никакого внимания. Ни в чем им не помогают, собраний почти совсем не устраивают. А я узнала от одной своей товарки, приехавшей из Липецка, что де у них женщины почти все работают в советских учреждениях, учат их, как надо работать, везде для них двери открыты, мужчины с ними считаются, выби-

рают их в советы и разн<ые> комитет<ы> и комис<сии>. Что же это нас-то все забыли? Как были мы тут темные, неученые, так «пешками» и остались, и ничего не понимаем, что вокруг нас творится... Работница Сергеева» [7, 4].

Судя по письму Сергеевой, которая пыталась разобраться в быстро изменяющемся мире, требования ЦК партии к газетчикам были очень своевременными. Нужно было разъяснять женщинам их права и советские законы, экономическое положение, вовлекать во всевозможные организации, давать советы по воспитанию детей, санитарным вопросам и т.д. Но самым главным указанием было требование «создать кадры корреспондентов-работниц и крестьянок как в городе, так и на местах, по совхозам, коммунам, сель<ским> и вол<остным> советам, используя для этой цели отдельных членов партии и делегатов» [9, 259]. Выполнить это было не так-то легко, процесс вовлечения провинциальных авторов в газетную работу шел очень медленно, и женские фамилии на страницах газет до середины 30-х оставались редким явлением.

\* \* \*

1. Веселовский А. Действенность рабселькоровских заметок и «сигналов» в 1920-е годы // Коммуникация в современном мире : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. Воронеж : Изд-во ВГУ, 2012. С. 82–85.
2. Веселовский А. Особенности провинциальной стенной печати в 20-е годы XX века. Тамбовские стенгазеты // Вестник Тамбовского университета. Сер. Гуманитарные науки. Тамбов, 2013. Вып. 2 (118). С. 180–184.
3. Веселовский А. Методы работы редакций тамбовских газет с авторским активом в 1920-е годы // Вестник Тамбовского университета. Сер. Гуманитарные науки. Тамбов, 2013. Вып. 3 (119). С. 233–238.
4. Евгенов С. У истоков великого дела // Тамбовская правда. 1968. № 41.
5. Известия губсовдепа. 1921. № 89.
6. Известия губсовдепа. 1921. № 131.
7. Известия губсовдепа. 1921. № 182.
8. Маркасова Е. Селькор под обстрелом: стереотипы враждебного окружения и жертвенности в «коммуникационном завоевании» деревни (1920-е–1930-е гг.). URL: <http://www.iek.edu.ru/groups/airo/markas.pdf>
9. О «Страничке работницы и крестьянки» в местных газетах». Письмо ЦК РКП(б) от 10 июля 1922 г. // О партийной и советской печати : сб. документов. М., 1954. С. 149–153.
10. Скребнев В. Становление местной партийно-советской печати и рабселькоровского движения в Тамбовской губернии: 1917–1928 гг. URL: <http://www.dslib.net/istoria-otechestva/stanovlenie-mestnoj-partijno-sovetskoj-pechati-i-rabselkorovskogo-dvizhenija-v.html>
11. Тамбовская правда. 1930. № 189.
12. Тамбовская Рабселькория. 1928. № 4.
13. Тамбовская Рабселькория. 1928. № 7.

## **КОНВЕРГЕНТНЫЕ ФОРМАТЫ ТРАНСЛЯЦИИ КОНТЕНТА ЖУРНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ КАЧЕСТВЕННОГО ТИПА**

В последние десятилетия активно разрабатывается теория информационного (постиндустриального) общества, в котором информация – не только самый ценный ресурс, но и продукт. Следовательно, возникает объективная необходимость в разнообразии «упаковки» информационного продукта. Как отмечает профессор Е. Л. Варганова, «на индустрию СМИ все большее влияние стали оказывать такие социальные и экономические процессы, как демассификация общества, кастомизация потребления (от англ. customer – потребитель, означает потребность в более персонализированных, немассовых товарах), повышение уровня образования, формирование индивидуализированных стилей жизни» [2].

Особенный ракурс нашего исследования заключается в том, чтобы проанализировать имеющиеся на данный момент новые каналы доставки медиаконтента и определить востребованность новых форматов трансляции журнального контента, применительно к общественно-политическим и информационно-аналитическим изданиям качественного типа.

Современной думающей публике нравится быть полноценным участником происходящего, а не только наблюдателем, поглощающим информацию. Здесь действует 100 % принцип положительной обратной связи: при появлении интерактивности в СМИ увеличивается размер аудитории и процент читательского доверия. Доверие думающей публики особенно ценно для качественной прессы, что объясняет ракурс данного исследования: материалом анализа были выбраны новые платформы потребления и каналы доставки контента общественно-политических и информационно-аналитических журналов.

Несомненно, у новых СМИ гораздо больше шансов удержаться на плаву за счет использования интерактивных форм привлечения аудитории. Из общественно-политических изданий одним из первых уловил данную тенденцию журнал *Русский репортер* и обзавелся в июне 2008 г. собственным сайтом (сразу же более 2 млн посещений в месяц), страничкой в ЖЖ («сообщество журнала *Русский Репортер*»), ставшей дискуссионной площадкой, на которой можно «поднять любую актуальную тему и ожидать обратной реакции» [6]. В сентябре 2009 г. на *YouTube* появился канал журнала *Русский репортер* – более 150 тыс. просмотров к марту 2012 г. В *Twitter* *Русский репортер* оставил более 3 тыс. твитов для своих 10 тыс. зарегистрированных читателей и для посетителей странички.

У журнала есть своя страничка *ВКонтакте*, насчитывающая к 2012 г. более 50 тыс. подписчиков, которые получают новости, анонсы номеров «первого общественно-политического издания для активного среднего класса России». У пользователя есть возможность увидеть новый номер журнала, отследить текстовые и визуальные материалы, вызвавшие наибольший интерес. Например, обложку № 9 (237) от 8–15 марта 2012 г. с изображением В. В. Путина редакция журнала прокомментировала так: «И еще раз с праздником! Специально для вас наш новый номер с красивым мужчиной на обложке». Тут же последовало 54 комментария, а еще более 100 подписчиков поставили «like». 5 марта 2012 г. *Русский репортер* онлайн следил за митингами по всей стране, отмечая самое главное в микрорепортажах авторов журнала, размещаемых не только на сайте, но и на страничках *ВКонтакте*, в *Моем Мире*, на *Facebook* и *Twitter*. Естественно, что каждый материал тут же комментировался и оценивался пользователями. Все интерактивные проекты журнала имеют систему взаимных ссылок: так, прочитав на сайте интересный материал, пользователь может «поделиться» им с друзьями в социальных сетях, а так же традиционно оставить свой комментарий. На сайте работает форум *ИД Эксперт*, в котором любой желающий может запустить обсуждение актуальной для него «экспертной» темы.

Новые медиа привлекают не только различными форумами, комментариями пользователей, «подталкивающими» потребителя к участию в формировании контента. Очень популярны блоги журналистов, которые содержат в себе необходимые характерные черты журналистики, поскольку статьи блогеров-профессионалов полностью отвечают требованиям журналистского текста. В западной практике такие блоги зачастую аналогичны онлайн-реализации авторских колонок в газетах: «Лучшие западные блоги и представляют собой авторские колонки, выделенные в отдельный сайт. Их ведут настоящие журналисты, что делает эти блоги полноценным источником информации» [1]. Так, на сайте *Русского репортера* в рубрике «Колонка» публикуют свои авторские «размышления на тему» корреспонденты отдела культуры Константин Мильчин, Евгений Гусятинский и Наталья Зайцева, корреспондент отдела спорта Вера Михайлова, редактор отдела науки Григорий Тарасевич, заместитель главного редактора Михаил Рогожников и др. [6]. На сайте журнала *Огонек* в специальной рубрике «Блог-пост» корреспондент журнала Анастасия Барышникова комментирует блоги о какой-либо одной новости [5]. В специальной рубрике «Блог» корреспонденты издания (Иван Буранов, Заур Фарниев, Иван Сафронов, Наталья Башлыкова) представляют свои авторские блоги, открытые к комментариям и рейтинговым оценкам читателей.

Для современного читателя интернет-СМИ очень важно иметь возможность фильтрации информации. Именно этим объясняется популярность *Twitter*, где собственные аккаунты имеют почти все современные издания (например, крупные информационно-аналитические российские



издания – *Огонек*, *Русский репортер*, *The New Times/Новое время*, *Профиль*, *Эксперт*, *Коммерсантъ Власть*). Теперь пользователю не обязательно покупать бумажное издание или просматривать весь сайт любимого СМИ: можно просто кликнуть кнопочку «следить» («follow») в *Twitter*, тем самым подписавшись на новостную рассылку, и получать анонсы всех материалов сайта. После краткого описания материала (в 140 символов) читатель может перейти по ссылке и ознакомиться с публикацией. Если в течение долгого времени пользователя не интересует ни один анонс в *Twitter*, он может просто удалить СМИ из подписки, и найти для себя более подходящее издание. По тому же принципу работает *Facebook* и прочие социальные сети.

Оценить качество текста при помощи инструментов интерактивности можно на сайте журнала *Огонек* [5], одновременно просмотрев количество «like» в *ВКонтакте*, на *Facebook* и, при желании, поместив ссылку на *LiveJournal*, *My Space*, *Моем Мире*, *Одноклассниках* и любом другом блоге. Пользователь может добавить комментарий на *Facebook* и *Twitter*. Аналогично построена система интерактивной работы в других общественно-политических и аналитических журналах – *Русский репортер*, *The New Times/Новое время*, *Профиль*, *Эксперт*, *Коммерсантъ Власть*: новости можно прокомментировать и оценить («like»), поделиться в *ВКонтакте*, с *Одноклассниками*, в *Моем Мире*, на *Facebook* и *Twitter*, кроме того, новые возможности интерактивности связаны с подпиской на поток новостей по избранной пользователем тематике при помощи вкладки RSS.

Медиахолдинг *Эксперт* оказался одним из первых «трансляторов» качественного содержания, открывших телевизионную платформу распространения контента. В декабре 2008 г. было объявлено о запуске независимого делового информационно-аналитического телеканала Эксперт-ТВ. Канал транслировал политические и экономические новости, аналитические обзоры и комментарии специалистов, интервью с ведущими политиками и бизнесменами. Кроме деловой информации в структуре вещания были представлены тематические программы, ток-шоу, рубрики о спорте, развлечениях и отдыхе. Еженедельно телеканал демонстрировал концерты легенд рока, документальное кино и лучшие фильмы мирового кинематографа на языке оригинала [7]. К сожалению, с 1 марта 2013 года канал переведен в режим автономного вещания из-за отсутствия выплаты заработной платы своим сотрудникам [3]. В этот же день прекращено производство новостей и собственных телепроектов, а сам телеканал прекратил ретрансляцию в большинстве кабельных сетей.

В 2012 г. журнал *Коммерсантъ-Власть* выпустил свое приложение для платформы iPad. По своей структуре приложение выполнено вполне стандартно для такого типа продуктов и выглядит на уровне подобных зарубежных аналогов. Как отмечают специалисты, «при запуске программы открывается экран с превью последних восьми номеров. Если вы хотите прочесть какой-либо из них, необходимо нажать на кнопку «загрузить» и

ждать, пока выпуск закачается на ваш планшет. Средний объем каждого номера составляет в районе 70 мегабайт. Разумеется, как любое уважающее себя приложение периодического издания, *Коммерсантъ-Власть* поддерживает функцию Push-уведомлений. Каждый раз, когда выходит новый выпуск журнала (а происходит это обычно по понедельникам), приложение незамедлительно вас об этом уведомит. Самое приятное состоит в том, что приложение полностью бесплатно» [4].

На платформе iPad запустили свои проекты журналы *Эксперт*, *Огонек*, что добавит к преимуществам данных изданий возможность автоматического обновления содержимого, неограниченное количество уровней вложенности журнального контента, уведомления пользователей об обновлениях, интеграцию с социальными сетями и сервисами, подписку на выбранное содержимое (рубрики, разделы, ленты новостей), возможность скачивания контента для оффлайн просмотра.

Таким образом, **в журнальном сегменте контент качественных изданий может транслироваться в следующих конвергентных форматах:**

1. Сайт издания, на котором пользователь может не только «следовать за редактором» и пассивно потреблять информацию, но и комментировать статьи, участвовать в опросах, представленных под публикациями, регистрироваться на форуме для высказывания своего мнения, просматривать видеоконтент;

2. Страничка издания *ВКонтакте*, *Моем Мире*, на *Facebook* и *Twitter*, дающая возможность увидеть новый номер журнала, отследить текстовые и визуальные материалы, вызвавшие наибольший интерес, распространить ссылки на заинтересовавший читателя материал посредством социальных сетей при помощи панели «поделиться» («share»);

3. Возможность подписаться на поток новостей по выбранной теме при помощи кнопки RSS;

4. Телевизионная и iPad-платформы распространения контента издания.

Появление все новых платформ потребления и новых каналов доставки медиаконтента приводит к тому, что у каждого СМИ есть не только печатный вариант и онлайн-версия, но и собственная площадка в соцсетях, на которых происходит взаимодействие с аудиторией: пользователи участвуют в конкурсах, переходят по ссылкам на заинтересовавшие публикации, тем самым, повышая рейтинг изданий. Налаженная обратная связь с аудиторией позволяет редакциям СМИ с высокой долей вероятности прогнозировать потребности аудитории, и размещать на своих страницах то, что востребовано – это касается как информации, так и технических нововведений.

\* \* \*

1. Богданова Д. Блоги в системе сетевых коммуникаций // *Relga*. № 13 [135] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu->

- [www.woa/wa/Main?textid=1093&level1=main&level2=articles](http://www.woa/wa/Main?textid=1093&level1=main&level2=articles) (дата обращения: 10.07.2012).
2. Вартанова Е. Л. СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества // Медиаскоп. 2009. Вып. №2 [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.ru/node/352> (дата обращения: 23.02.2012).
  3. Коллектив «Эксперт-ТВ» рассказал «НР», почему перестал выдавать новости в эфир // Новый регион 2. 2013. 4 марта [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nr2.ru/ekb/427278.html> (дата обращения: 12.03.2013).
  4. Мосунов Е. «Коммерсантъ-Власть»: Борис Абрамыч был бы горд // AppleInsider.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://appleinsider.ru/obzory-prilozhenij/app-store-hd-kommersant-vlast-boris-abramych-byl-by-gord.html> (дата обращения: 13.03.2013).
  5. Огонек [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1882940> (дата обращения: 10.01.2012).
  6. Русский репортер [Электронный ресурс]. URL: <http://russianreporter.livejournal.com/> (дата обращения: 23.02.2012).
  7. Телеканал Эксперт [Электронный ресурс]. URL: <http://tv.expert.ru/about/> (дата обращения: 12.03.2013).

*Е. С. Забавникова*

(г. Тамбов, Россия)

## **ГОСУДАРСТВЕННО-ХРИСТИАНСКИЕ МОТИВЫ В ПУБЛИЦИСТИКЕ АРХИЕПИСКОПА ЛУКИ (ВОЙНО-ЯСЕНЕЦКОГО) В «ЖУРНАЛЕ МОСКОВСКОЙ ПАТРИАРХИИ» И ИХ СВЯЗЬ С ЦЕННОСТЯМИ ГУМАНИЗМА**

Валентин Феликсович Войно-Ясенецкий, он же архиепископ Лука (1877–1961), – выдающийся иерарх и Святитель Русской Православной Церкви, крупнейший отечественный хирург XX в. Сегодня подвижнический путь архиепископа-хирурга находится в фокусе внимания многочисленных исследователей и агиографов [9, 117]. Вопросы, связанные с публицистическим наследием архиепископа Луки в «Журнале Московской Патриархии», не нашли еще должного отражения в научной литературе. Считаю необходимым восполнить этот пробел. Полагаю, что анализ статей Войно-Ясенецкого позволит нам выявить и охарактеризовать особенности публицистических выступлений в официальной православной периодике с учетом ее ценного вклада в общее дело борьбы с фашистской агрессией.

Отметим, что «во время Великой Отечественной войны у советской власти существовали объективные причины для налаживания союзнических отношений с Православной Церковью... Прежде всего, это были

внешнеполитические интересы: общественность союзных СССР государств настоятельно требовала прекращения религиозных гонений в СССР <...>. С другой стороны, на оккупированных территориях фашисты предоставляли населению право свободного религиозного самоопределения. Что, на первый взгляд, давало им неперемное преимущество перед советским режимом. В то же время советское руководство намеревалось использовать идеологическое воздействие религии в целях повышения боевого духа солдат и патриотического сознания в тылу» [1]. Архиепископ Лука (Войно-Ясенецкий) восторженно воспринял попытки государства возродить Православную Церковь. Осенью 1943 г. Лука пишет своему старшему сыну Михаилу: «...Проповеди мои строго обдуманые и вполне безупречны, нередко даже имеют просоветский характер...» [Цит. по: 10]. О том, что он мог стать коммунистом, если бы власти не преследовали Церковь, Валентин Феликсович говорил не раз. Свои симпатии он подтвердил во время войны 1941–1945 гг., в пору так называемого примирения Сталина с Православной Церковью.

С 1943 г. архиепископ Лука (Войно-Ясенецкий) ведет активную публицистическую деятельность на страницах иностранных и отечественных журналов, в частности, в официальном печатном органе РПЦ – «Журнале Московской Патриархии» (далее – «Журнал»).

Профессора-архиепископа к участию в «Журнале» привлек митрополит Сергей (Страгородский) (1867–1944). Это сотрудничество продолжалось десять лет. Среди опубликованных сочинений Войно-Ясенецкого можно найти и проповеди, и богословские эссе, и речи, написанные в строгом соответствии риторическому канону, но в период Второй мировой войны и до начала 1950-х гг. архиепископ Лука прежде всего – политический публицист, хотя речевые обороты явно носят гомилетический характер. Темы статей год от года менялись, но неизменным оставалась верность автора правящей власти. Он был уверен – власть кремлевская от Бога, и в этом находил ей моральное обоснование.

Весной 1943 г. газета «Правда» продолжала начатую с первых дней войны публикацию статей, имеющих патриотическую направленность и пропаганду ненависти к фашистским захватчикам. Едва зародившись, «ЖМП присоединился к хору официальной пропаганды, и в этом хоре мощным соло зазвучал голос архиепископа Луки» [10, 400-401].

«Кровавый мрак фашизма», «Праведный суд народа» – красноречивые заголовки к первым статьям Войно-Ясенецкого, в которых соединились христианская проповедь и пропаганда ненависти к фашистским захватчикам. Фашистам невозможно найти оправдания, они должны понести заслуженное наказание за все жестокости. Парадоксально с точки зрения христианской морали звучат слова архиепископа Луки: *«А казнь оберфюрера орды палачей и его ближайших сообщников-нацистов будет великим праздником для попранного нравственного чувства всей той части человечества, в которой живет закон правды, а не закон насилия. И Цер-*

ковь Христова, высшая носительница закона правды, не останется в стороне от этого праздника, ибо это будет победа над силами зла, возмужавшими все человечество, наказание антихристов, поправших закон братства и любви» (*курсив наш* – Е. З.) [6].

В 1944 г. в связи с переходом Красной Армией через государственную границу пропагандистам дана была установка успокоить Европу, а именно: «хвалить социализм, превозносить государственный порядок» [10]. В «Журнале» появляется еще одна статья архиепископа Луки, которая полностью соответствует этим требованиям, – «Бог помогает народам СССР в войне против фашистских агрессоров»: «Велики во всех отношениях достижения советских народов за двадцать шесть лет. Но самое важное – это то, что разрушены все преграды к товарищескому труду <...>», – так пишет публицист-архиерей, вкладывая в эти строки не что иное, как защиту коммунистических идеалов. Лука убежден, что «свой разбой и грабеж Гитлер начал, якобы, во имя освобождения нас и Церкви нашей от большевиков. Мы <...> в этом не нуждались. Ниспровергнув власть царя, помещиков и капиталистов, народы СССР в результате колоссального мирного товарищеского труда создали новый мир на небывалых в истории основаниях социальной правды и всеобщего равенства» [5, 21–22].

После Второй мировой войны страны Западной Европы и США объединились против СССР. Наступил период, именуемый «холодной войной». В этот раз архиепископ Лука в статье «К миру призвал нас Господь» (1 Кор. 7, 15) постарался дать общую характеристику политической ситуации во всем мире. Он оценивает деятельность Советского Союза в контексте политических отношений между странами Западной Европы и США. В статье архиепископ называет причины «холодной войны»: стремление к экономическому и политическому господству над миром, но «это не единственный мотив их решимости прибегнуть к атомным бомбам. Еще важнее их страх перед неотвратимо надвигающимся социализмом и коммунизмом» [4, 61–64]. Далее следует общее рассуждение о коммунизме.

В этой статье прослеживается особый взгляд архиепископа на коммунизм как на политический строй. Войно-Ясенецкий вполне искренне защищает коммунистические идеи (*вспомним «Моральный кодекс строителя коммунизма» и его сходство с Десятью Заповедями Библии* [2; 7]). Он принимает коммунизм как государственный политический строй, но только с позиции верующего человека. Основу его понимания составляет глубокая христианская вера: «Мы, конечно, совершенно чужды материализма, составляющего идеологическую основу коммунизма, но это не мешает нам видеть все то доброе, полное великой социальной правды, что дал нам наш новый государственный строй», – с воодушевлением пишет Лука. Защищая коммунизм в глазах западных держав, архиерей убедительно описывает «добродетельное» советское правительство: «Прежде всего, мы, русское духовенство, живем в полном мире с нашим Прави-

тельством <...>, ибо оно предоставило полную свободу Церкви и не вмешивается в ее внутренние дела» [7]. Патриарх Алексей I писал архиепископу Луке об этой публикации следующее: «А по поводу Вашей статьи была громовая статья в заграничной прессе (*эмигрантская газета «Русская мысль», Париж*) [3], где Вас обвиняли в «коммунистическом вранье» и во многих других тяжких грехах... Видите, как трудно угодить всем и каждому!»

В 1954 году закончилось сотрудничество архиепископа с официальным печатным органом Русской Православной Церкви. Рассматривая публицистическую деятельность Войно-Ясенецкого, можно сказать, что, его статьи основаны «на тщательной проработке каждого слова, жесткой логической структуре текста, а также на специфике художественно-образного языка, ориентированного на различные группы читателей и слушателей» [8]. С одной стороны, его статьи политически конъюнктурны, также явно прослеживается попытка архиепископа облагородить коммунизм христианством, но, с другой стороны, это – самая настоящая проповедь. Взгляд архиепископа Луки на государственные порядки преломлялся через призму православия, он оценивал ситуацию с позиции верующего человека, богослова и архипастыря, основной задачей которого является проповедничество.

\* \* \*

1. Аксенова Е. Э. Якунин В. Н. Деятельность архиепископа Луки (Войно-Ясенецкого) в годы Великой Отечественной войны [Электронный ресурс] // Портал-Credo.Ru. URL: <http://www.portal-credo.ru/site/?act=lib&id=999> (дата обращения: 27.09.2012).
2. Десять Заповедей Закона Божия [Электронный ресурс] // Толковый православный молитвослов. URL: [http://azbyka.ru/tserkov/tserkovnoslavnyanskiy/uchebnye\\_posobiya/tolkovypravoslavny\\_molitvoslov\\_10-all.shtml](http://azbyka.ru/tserkov/tserkovnoslavnyanskiy/uchebnye_posobiya/tolkovypravoslavny_molitvoslov_10-all.shtml) (дата обращения: 07.06.2013).
3. Крюков-Ангорский Н. Но избави нас от лукавого // *Русская мысль*. 1948. 2 июля.
4. Лука, архиепископ Симферопольский и Крымский. К миру призвал Господь (1 Кор. 7, 15) // *Журнал Московской Патриархии*. 1948. № 1. С. 61–64.
5. Лука, архиепископ Тамбовский и Мичуринский. Бог помогает народам СССР против фашистских агрессоров // *Журнал Московской Патриархии*. 1944. № 9. С. 21–22.
6. Лука, архиепископ Тамбовский и Мичуринский. Кровавый мрак фашизма // *Журнал Московской Патриархии*. 1943. № 4. С. 24–25; Праведный суд народа // *Журнал Московской Патриархии*. 1944. № 2.
7. Моральный кодекс строителя коммунизма [Электронный ресурс]: утвержден XXII съездом КПСС // Библиотека Гумер – история. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/History/Article/mor\\_kod.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Article/mor_kod.php) (дата обращения: 07.06.2013).
8. Мостицкая Н. Д. Жизнь и творчество архиепископа Луки (Войно-Ясенецкого) как духовный ориентир формирования личности [Электронный

ресурс]. URL: <http://www.chestisvet.ru/index.php4?id=137> (дата обращения: 01.04.2013).

9. Петров С. Г. Пребывание архиепископа Луки (Войно-Ясенецкого) в Новосибирске (свидетельство очевидца) // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 2: История. История Русской Православной Церкви. 2011. Вып. 3 (40). С. 117–132.
10. Поповский М. А. Жизнь и житие Войно-Ясенецкого архиепископа и хирурга. Изд-е 2-е, перераб. и доп. *Tenaflly, N. J.: HERMITAGE PUBLISHERS*, 1996. 562 с.

**Е. В. Кошелюк**

(г. Луцк, Украина)

## **БИНАРНЫЕ АРХЕТИПИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ В КОНТЕКСТЕ СУБЛИМИНАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМНОГО МЕДИАТЕКСТА**

Еще полвека назад в отечественное рекламное дело были посвящены единицы, избранные, кому отведена была роль посредника между рекламным обращением и, – нет, не потребителем, – скорее, его бессознательным потребителем. Ментальность постсоветских граждан, претерпевающая от постоянного информационно-психологического (пропагандистского, идеологического и т.п.) давления, срабатывает безоговорочно, что дает возможность копирайтерам и по сегодняшний день использовать важнейшую составляющую эффективности рекламного медиатекста, спроецированную на сублиминальное (бессознательное, находящееся вне порога сознательности) восприятие.

О бессознательном как научном контенте впервые заговорил З. Фрейд. Он был уверен, что психоанализ приведет человечество к открытиям, позволяющим по-новому посмотреть на себя, свое «Я» и окружающий мир. Но сексуальные комплексы, инфантилизм, фобии и неврозы, о которых повествовала фрейдовская теория и на которых, кстати, зиждется современная рекламная индустрия, в последствии были признаны учениками юнгианской глубинной психологии и самим К. Г. Юнгом слишком индивидуалистичными, провокационными и поэтому не стоящими особого внимания. Юнг заявлял: «Фрейд ищет комплексы, я – нет... Я стремлюсь выяснить что бессознательное совершает над комплексами, ибо меня это интересует гораздо больше» [2, 110]. Фрейдовским комплексам ученый противопоставляет архетипы – некоторые первообразы, существующие в коллективном бессознательном на протяжении существования цивилизации и, соответственно, свойственных всем без исключения людям.

Обозначивая архетипы, знаменитый швейцарец предлагал также рассматривать и архетипические образы – художественное моделирование окружающего мира, социального строя и т.п. объектов, основой которым послужили архетипы – они же, по определению Юнга, лишь «активированные возможности функционирования, ...лишенные смысла, поэтому и не представлены и стремятся к наполнению» [6, 428]. Ими наиболее часто пользуются в рекламных медиатекстах, да и вообще в рекламе как таковой. Но архетипические образы не однородны. Они образуют специфические сплочения, объединенные бинарно-оппозиционными связями.

Итак, следуя учению Юнга, бинарными считаются архетипы феминно-маскулинного и внутренне-внешнего типа. К первой группе относятся архетипы и архетипические образы, центр которых сводится к архетипам Анимы или Анимуса, ко второй – основанные на архетипах Персоны (Маски) либо Тени. Пока что мы остановимся только на бинарных архетипических образах феминно-маскулинного типа, которые наиболее часто встречаются в отечественных рекламах. Рассматриваемые архетипические образы не требуют дополнительного «внедрения в сознание», ибо сами по себе понятны каждому человеку, отображая представление о мире разных целевых групп. В этом формате и существует рекламный медиатекст с особыми заданиями информировать, интересовать, убеждать, провоцировать покупку рекламированного товара.

Среди наиболее употребляемых психических архетипов рекламных сообщений украинского медиапространства отметим архетип Анимы. К. Г. Юнг обозначал открытый им праобраз так: «Анима значит «душа» и обозначает нечто удивительное и вечное» [4, 273]. Анима – женское начало, соотнесенное с мужским (Анимус) по своей природе, ведь «каждый человек носит в себе вечный образ женщины, причем не какой-либо конкретной, а женщины вообще» [3, 184]. «То же самое, – утверждал далее К. Юнг, – справедливо и для женщины: она также имеет свой врожденный образ мужчины» [3, 184]. Дуальная архетипическая пара является психологически близкой каждому реципиенту, поэтому рекламисты активно и весьма продуктивно используют этот момент. Рекламные образы «являются переводом на язык современности, благодаря чему каждый способен, так сказать, заново найти подход к глубинным истокам жизни, которые иначе были бы утеряны» [5, 129].

Архетип Анимы можно отыскать в большинстве объявлений, которые предлагают потребителю детские товары, косметические и гигиенические средства, продукты питания и т.д. Анима здесь предстает в различных вариативах: архетипических образах юной девы («Гарньер», «Велла», «Шварцкопф», «Рафаэлло», «Амур»), офисной леди («Милка», «Нескафе»), заботливой матери («Гербер», «Хеппи», «Памперс»), роковой женщины-обольстительницы («Дав», «Баунти», «Корона» и под.).

Рекламный медиатекст, используя вместе с визуальным компонентом также и аудиальный, может подыгрывать анимозности в вербальных со-



ставляющих, например, рекламных слоганах («Вы великолепны! Велла», «Позаботься о себе! Гарньер», «Лореаль. Париж. Ведь Вы этого достойны!»), основном рекламном тексте («Я не ангел, я – королева! /.../ Корона»), эхо-фразе («Ощути свою красоту. Вит»).

Рекламный медиатекст с использованием архетипических образов Анимы на рецептивно-бессознательном уровне опирается на неосознанное реконструирование и восполнение дуальности архетипов. Имеются ввиду особенности восприятия неразрывных взаимосвязей между феминными и маскулинными архетипическими образами. Лишенные же бинарных образов рекламные обращения значительно снижают эффективность сублиминального воздействия рекламы.

Реклама апеллирует к архетипическим представлениям реципиента, для которого разрыв дуальных архетипических пар немыслим: женщина должна быть всегда рядом с мужчиной и наоборот (типичный фрагмент бинарной архетипической устроенности Анимы / Анимуса). Как утверждал К. Г. Юнг, «в фигурах анимы и анимуса выражено автономию коллективного бессознательного» [1, 170]. В этом проявляются характерные признаки: реклама позволяет быть ее активным соавтором именно на архетипическом, то есть сублиминальном уровне. Так, в некоторых рекламных сообщениях зритель или слушатель целенаправленно «ждет» от рекламистов появления Анимуса и его одобрительного текста, жестов и(или) взглядов. Это касается всех без исключения реклам, построенных с расчетом восприятия эстетического, эмоционального либо иррационального характера архетипических образов Анимы.

Анимус присутствует в украинском рекламном медиатексте в таких инвариантных архетипических образах: образ успешного бизнесмена (реклама автомобиля «Тойота Кэмри» со слоганом «Ваше личное достижение»), супермена, наделенного качествами решать любые, в т.ч. бытовые проблемы («Мистер Мускул. Любит работу, которую вы терпеть не можете», «Мистер Проппер», «Акс» со слоганом «Прими душ как герой!»), настоящего, сильного мужчины (реклама пива «Десант», профессионального клуба каратэ «Любарт»).

Часто маскулинными образами насыщены рекламы строительных материалов, компьютерных технологий, производственных реклам, где все процессы контролируют именно мужчины (например, реклама кондитерских изделий «Свиточ», «Бонжур», пива «Земан», «Оболонь»). И лишь небольшая доля рекламных сообщений использует архетипический маскулинный образ Анимуса в контексте семейных отношений. Но и здесь отметим некоторую особенность. Дело в том, что рекламирование с опорой на освещение родительских прав по уходу за ребенком, в сознании большинства граждан ассоциирующееся исключительно с женщиной, в отношении мужчин претерпевают фиаско.

Украинская рекламная медиаиндустрия неохотно освещает роль Анимуса в семейном кругу, за исключением так называемой «традиции

передачи титулов» (например, в рекламе «Укргазбанка» при участии оперного певца Владимира Гришко или рекламы магазина часов «Свое время» с известным во всем мире украинским футболистом Андреем Шевченко; слоган «Никогда не останавливайся, меняй себя!» сублиминально гласит о том, что качество рекламируемого товара сравнимо с профессиональными способностями спортсмена). Интересно, что де-квалификация мужчины в семье как стереотипная реальность не только украинского адвентисмента запечатлена в рекламах, например, лекарственных препаратов для детей («Эспумизан», повествующая о том, как папа в отсутствие супруги не может уговорить полугодовалого ребенка).

Отдельно, как нам кажется, можно рассматривать те рекламные уведомления, где отец присутствует как глава семьи, но при этом каких-либо реплик не произносит. Его безмолвный авторитет становится основой сублиминального рекламного воздействия на реципиента (из примеров – реклама соков «Садочек», «Сандорра» и др.).

Вышеизложенное дает нам возможность резюмировать: рекламный медиатекст как множественность текста и его контекстов, обозначиваемых посредством визуализации, аудиализации, насыщен многообразными архетипическими образами, в основном бинарными по своей психологической природе, соотносящими феминный и маскулинный уровни сублиминального восприятия. Архетипы Анимы и Анимуса как основополагающие соответствующих архетипических образов современной отечественной рекламы используются все чаще с тем, чтобы охватить воздействием две главные целевые группы потребителей – мужчин и женщин и спровоцировать их на покупку рекламированных товаров.

\* \* \*

1. Юнг К. Г. Аион : феноменология самости / К. Г. Юнг // Юнг К. Г. Сознание и бессознательное : сб. СПб. : Университетская книга, 1997. С. 150–173.
2. Юнг К. Г. Аналитическая психология : теория и практика. Тавистокские лекции / К. Г. Юнг. СПб. : Азбука-классика, 2007. 240 с
3. Юнг К. Г. Брак как психологическое взаимоотношение / К. Г. Юнг // Юнг К. Г. Сознание и бессознательное : сб. СПб. : Университетская книга, 1997. С. 174–188.
4. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного / К. Г. Юнг // Юнг К. Г. Божественный ребенок : Аналитическая психология и воспитание : сб. – М. : Олимп, АСТ-ЛТД, 1997. С. 248–290.
5. Юнг К. Г. Об отношении аналитической психологии к произведениям художественной литературы / К. Г. Юнг // Классический психоанализ и художественная литература / сост. и общ. ред. В. Лейбина. СПб. : Питер, 2002. С. 106–130.
6. Юнг К. Г. Психологические типы / К. Г. Юнг. СПб., 2001. 736 с.

## **ВЫСТАВКА КАК ДИСПЛЕЙ ИМПЕРИИ. ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ИМПЕРИИ В РУССКОМ ОБЩЕСТВЕ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX в.**

Можно сказать, что во второй половине XIX века Европу охватил выставочный бум, начиная с первой Всемирной выставки в Лондоне 1851 г., потом в 1855 г. Парижской Всемирной выставки, затем в 1862 г. лондонской и в 1867 г. опять в Париже.... Таким образом, в целом до Парижской всемирной выставки 1900 г. было проведено в западных державах 10 всемирных выставок. Хозяйки-страны всеми силами старались показать мощь и богатство своей страны, достижения науки и промышленности.

В этом отношении Всероссийская этнографическая выставка 1867 г. в Москве занимает особое место. Во-первых, она была не «всемирной», а «всероссийской», значит, домашней, местной выставкой. Во-вторых, в отличие от других всемирных выставок она не касалась промышленности. У нее была другая, своя цель.

Итак, в данном докладе констатируем особенности этой выставки в контексте идейного преобразования славянофильства в панславизм в истории русского общества.

Из числа тех, кто посетил европейскую Всемирную выставку и знакомил с ней русскую публику, следует назвать А. К. Кошелева. Он в своих путевых записках сообщает, какое огромное впечатление он получил от нее. Кошлев признает, что наружный вид Хрустального дворца поражает своею огромностью, простою изящностью. «Пространство, красота, разнообразие» «уничтожили» Кошлева, и он стоял, «как вкопанный» [5, 161].

Но дело не только в передаче впечатлений. В своих записках Кошлев подробно знакомил читателей с английскими аграрными машинами и орудиями. Собрав каталоги товаров и представив в своих записках их рисунки, он сравнивал преимущества и недостатки каждой машины, поскольку главной его целью было изучение английского земледелия.

Не удивительно, что Кошелева, известного как славянофила, интересовала высокоразвитая промышленность Англии. Позже в своих «Записках» он вспоминает, что в последние годы Николаевского режима вокруг него сформировался кружок из московских талантов, и в том числе, А. С. Хомякова, И. В. и П. В. Киреевского, М. П. Погодина, К. С. Аксакова. Хотя их прозвали «славянофилами», они «вовсе не отвергали великих открытий и усовершенствований, сделанных на Западе», поскольку тогда еще главным отличием между славянофилами и их оппонентами, западниками, считалось отношение к религии [9, 90]. Более того, они даже «считали необходимым узнавать все там выработанное, пользоваться от него весьма мно-

гим» [9, 91]. Для Кошелева вопрос об улучшении сельскохозяйственного положения своего имения и изучение английских машин в этих целях во все не противоречил его славянофильскому убеждению.

Хотя нам неизвестно, какое впечатление Кошелев получил от отдела «Колоний» на выставке (т.к. второй том сборника был запрещен цензурой), но, судя по первой части его статьи, можно сказать, что Лондонская Выставка поразила Кошелева, сапожковского уездного предводителя дворянства, и послужила для него своего рода дисплеем высокоразвитой промышленности Англии. В то же время можно сказать, что тогда не одному Кошелеву, а всей Европе Выставка служила дисплеем промышленности.

Здесь вернемся в Россию. Как известно, после Крымской войны в России началась кардинальная реконструкция страны. Началось время «Великих реформ». В этом историческом процессе кружок славянофилов не мог миновать своего идейного изменения. Если их внимание было обращено на внутренние вопросы, т.е. религию и народный быт, то после манифеста 19-го февраля они сосредоточили внимание на внешних вопросах, т.е. на восстановлении международного престижа страны, на проблеме славянства. Например, когда Кошелев начал издавать свой журнал «Русская беседа» в 1856 г., на страницах журнала обсуждались вопросы истории России, проблемы областных учреждений, сельской общины и т.д. Вообще дискуссия была направлена на подготовку крестьянской реформы. А когда фактический редактор «Русской беседы» И. С. Аксаков начал издавать свою газету «День» в 1861 г., объявляя приверженность нового журнала традициям «Славянской школы» и «Русской беседы» [2, 6], он поставил своей задачей «освободить из-под материального духовного гнета народы Славянские и даровать им дар самостоятельного духовного и, пожалуй, политического бытия, под сенью могущественных крыл Русского орла» [1, 6].

Уже отошел от жизни И. В. Киреевский (1856 г.), а в 1860 г. умерли и А. С. Хомяков и К. С. Аксаков. После них новое поколение славянофилов, а точнее, панславистов вышло на сцену. На самом деле они уже в 1858 г. организовали Славянский комитет с целью оказания помощи братским народам [3, 8].

Поэтому не удивительно, что когда среди ученых появилась идея Всероссийской этнографической выставки, члены комитета стремились использовать ее для пропаганды панславизма. Более того, у них был горький опыт неудачного празднования в честь Кирилла и Мефодия в 1862 г. Тогда, хотя они планировали это мероприятие как всеславянский праздник, из-за недостаточной подготовки и своевременной информации (только накануне было возвещено в газетах), в нем не участвовало ни одного славянского гостя и вообще, по словам Аксакова, «скромно было торжество 11 Мая» [1, 11]. Откровенно говоря, в первой половине 60-х гг., русское общество равнодушно относилось к славянскому вопросу. Панславизм

был весьма непопулярной темой. Поэтому его приверженцы нуждались в выставке, которая привлекала бы всеобщественное внимание.

Первоначально идея выставки возникла в Обществе любителей естествознания при Московском университете. На заседании Общества в 1865 г. профессор А. Богданов, сожалея о невежестве народа, предлагал устроить антропологическую и краниологическую выставку.

«...публика более знакома хотя с главнейшими особенностями племен Африки и Австралии, чем с племенами, населяющими Россию... ни одно государство в свете не представляет такого научного интереса в изучении черепов различных племен, как Россия...». «Мы думаем, что этого достигнуть можно устройством антропологической выставки преимущественно русских племен по той программе или, лучше сказать, в том виде, как устроено антропологическое отделение в сидэнгамском хрустальном дворце» [7, 3].

Таким образом, в самом начале, когда появилась эта идея, выставка была задумана с чисто научной, просветительской точки зрения. А когда в октябре 1865 г., когда один из членов Славянского комитета В. И. Ламанский писал профессору Н. А. Попову, этот проект выставки уже получил панславистскую окраску. В письме Попову Ламанский предлагал по случаю Этнографической выставки «устроить несколько публичных чтений о славянстве», и «устроить в то время в Москве первый славянский съезд» [6, 167].

Хотя и Богданов и Ламанский, оба видели выставку как средство просвещения, Богданов, с одной стороны, рассматривал ее с антропологической точки зрения, а с другой стороной, Ламанский видел ее с точки зрения не только славистики, но и с позиции пропаганды самосознания славянских народов.

Вслед за этим письмом Ламанского М. П. Погодин, как председатель Славянского комитета и как лицо, непосредственно знакомое со славянскими деятелями, активно начал организовывать съезд.

И пресса тоже была мобилизована. Еще до того, как славянские гости приехали в Россию, не только «Московские ведомости» Каткова и «Москва» Аксакова, но и «Голос», «Русский инвалид», «С.-Петербургские ведомости» начали почти ежедневно сообщать о продвижении гостей, представляя их биографии, провозглашая значение народного самосознания славянства. Например, «Голос» (от 3 мая), ссылаясь на «извет австрийских еврейских газет», все-таки косвенно касался «панславистического значения славянского съезда на московскую этнографическую выставку». А «Московские ведомости» (от 20 мая) более смело обобщили, что «этот несчастный панславизм, загнанный в область непозволительных утопий, становится формой, быть может еще не совсем ясною, но формой чего-то очень жизненного и практического». Через газеты публика изучала цель и значение этой выставки. Раз цель выставки была таким образом откровенно

высказана, ее можно рассматривать как дисплей, на котором демонстрировался имидж Империи, имидж славянского мира.

23-го апреля 1867 г. состоялось открытие Всероссийской этнографической выставки. В московском Манеже, на фоне типичных для той или иной местности пейзажей, демонстрировались манекены разных народов. Там наглядно была показана и обширность и многообразность Империи. Поскольку среди семидесяти манекенов разных народов были представлены и западные, и южные славяне, то замысел организаторов выставки очевиден – они хотели показать не только Российскую, но и Славянскую империю [4, 22–63].

На самом деле выставка пользовалась большой популярностью. До закрытия выставки, до 18-го июня, число посетителей доходило до 83 048, не считая бесплатных посетителей (более 90 000), а всего сбора было получено более 43 078 рублей [8, 987–988].

Как известно, после выставки наблюдается заметный подъем панславизма в русском обществе. Когда в середине 1870-х годов особо обострилась ситуация на Балканах, русское общество организовало для восставших герцеговинцев помощь и осуществило отправку русского отряда во главе с М. Г. Черняевым.

Стоит подчеркнуть, что Этнографическая выставка послужила осью поворота общественного мнения 60-х гг. При этом в отличие от Парижской выставки 1851 г., которая сыграла роль дисплея промышленности, она сыграла роль дисплея славянской Империи. Ведь у нее полностью отсутствовал элемент промышленности. И в русском обществе с помощью данной выставки и газет сформировался имидж славянской империи. В обществе активнее стали проникать идеи славянской народности, и уже в 70-х годах эти идеи получили широкое распространение.

\* \* \*

1. Аксаков И. С. Полное собрание сочинений. М., 1886. Т. 1.
2. Там же. Т. 2.
3. Истомин Ф. М. Сост. Краткий очерк деятельности С.-Петербургского благотворительного общества за 25 лет его существования 1868–1893 гг. СПб., 1893.
4. Карпова О. В. и др. Славянский мир. Этнографическая выставка 1867 года. СПб., 2000.
5. Кошелев А. Поездка Русского земледельца в Англию и на Всемирную выставку // Московский сборник. М., 1852. Т. 1.
6. Никитин С. А. Славянские комитеты в России. М., 1960.
7. Общество любителей естествознания. Всероссийская этнографическая выставка и Славянский съезд в мае 1867 года. М., 1867.
8. Попов Н. А. Всероссийская этнографическая выставка и славянский съезд в мае 1867 года // Московские университетские известия. 1867. № 9.
9. Цимбаев Н. И. Ред. Записки А. И. Кошелева. МГУ. 1991.

## **ФОРМИРОВАНИЕ ЭТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА ЧЕРЕЗ СМИ (ПРОБЛЕМЫ ЭРОТИКИ)**

СМИ вряд ли можно считать единственным, равно, как и самым важным источником формирования культурных ценностей. Немаловажную роль в этом процессе играют искусство, наука, просветительские центры, а также родители, друзья, знакомые, поведение которых усваивается, анализируется и трансформируется в собственное поведение. Большое значение имеет личный опыт. Однако у журналистики особая миссия в формировании эротических ценностей.

Наука, искусство, литература в России не часто рассматривали актуальные вопросы интимной сферы. В таких условиях зарождение массовой эротической культуры было затруднительным. В нашей стране массовый процесс эротического просвещения начался через СМИ и только в конце XX – начале XXI вв. Поэтому Е. Поликарпова предлагает обратить внимание на средства массовой информации, «развитие которых в нынешнем столетии поставило их вровень с такими общепринятыми коммуникативными факторами культуры, непосредственно синтезирующими социальные ценности, как религия, литература, искусство» [4].

Наравне с другими социальными институтами журналистика формирует общественное сознание, то есть совокупность идей, теорий, взглядов, представлений, чувств, верований, в которых отражается материальный мир и система общественных отношений. «Переоценить роль средств массовой информации в информационно-психологическом воздействии на человека очень сложно. Фактически они и формируют общественное мнение и, в значительной степени, мировоззрение отдельных граждан» [1; 48].

В сегодняшнем мире пропаганда идей часто воспринимается негативно. Однако задачей журналистики как культууроформирующего института является создание в социуме устойчивого отношения к чему-либо. Правда, основной функцией журналистики в современном обществе считается распространение информации. При этом пропаганда культурных ценностей отступила на второй план.

Учитывая данное положение вещей, нельзя не отметить, что современные СМИ – это уникальная информационная платформа, доступная большей части населения мира. Оценивая их влияние на общественное сознание в XX в., Л. Туроу пишет: «Средства массовой информации становятся светской религией, по существу заменяющей историческую тенденцию, национальные культуры, настоящие религии, семьи и друзей, как

господствующая сила, создающая психические образы действительности» [5; 105]. В нашей стране такую силу СМИ получили после распада Советского союза, когда разрушилась прежняя система ценностей, основанная на авторитете правящей партии.

Современные российские СМИ не всегда пытаются формировать культуру целенаправленно. Особенно в сфере эротической культуры. Возможно, это связано с неопределенностью в выборе моральных норм в качестве точки отсчета при анализе интимной сферы. Однако отсутствие активного призыва к культивированию эротической сферы не означает отсутствия влияния СМИ на эротическое поведение своей аудитории. Как отмечают исследователи, очень часто «иллюзорная корреляция формируется в нашем сознании пассивно. Не обязательно лично общаться с представителями резко выделяющейся группы – телевидение, газеты и другие средства массовой информации формируют у нас такие корреляции, когда изображают женщин, меньшинства и другие группы людей, выполняющих стереотипные для них роли» [2; 453].

Такое влияние может оказаться не менее сильным, чем прямой активный призыв к действию. В таких случаях, скорее всего, цель журналистской информации лежит вне интимной сферы, а эротика здесь присутствует лишь как средство привлечения внимания. Например, часто эротический образ женщины используется в рекламах товаров и услуг. По мнению многих исследователей, это часто способствует формированию одностороннего мнения о женщине как о сексуальном объекте. Хотя целью таких реклам является реализация товаров и услуг, а никак не пропаганда сексуальности.

Многие современные отечественные исследователи (Васищева А. В., Поликарпова Е., Маевская М. И., Семкина М. В. и др.) сходятся во мнении, что СМИ слишком активно манипулируют общественным сознанием, внедряя в сознание ложные культурные установки, что может привести к массовой деградации населения. Подобного мнения придерживается С.Г. Кара-Мурза. Анализируя сущность манипуляционных процессов, он заявляет, что «манипуляция – способ господства путем духовного воздействия на людей через программирование их поведения. Это воздействие направлено на психические структуры человека, осуществляется скрыто и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном власти направлении» [3; 34].

Однако, рассуждая об активном целенаправленном воздействии СМИ на аудиторию, надо учитывать индивидуальный фактор. Пожалуй, поддаться внушению могут лишь немногие люди с неустойчивой системой ценностей. К ним можно отнести психически неполноценных людей или совсем маленьких детей. Почти каждый потребитель массовой информации – это личность с определенным мировоззрением. А потому включение в его сознание чужеродных психотипов, скорее всего, вызовет реакцию отторжения. Например, резкая критика в печатных изданиях и



теле- или радиопередачах гомосексуальной связи или проституции может вызвать в человеке еще более негативное отношение к этим явлениям, если у него уже ранее было сформировано к ним подобное отношение. В противном случае реакция будет противоположной. Человек, скорее, враждебно воспримет такую критику, если не видит в этих явлениях ничего дурного или же сам имеет непосредственное отношение к ним.

Поэтому следует говорить не столько о формировании журналистской общественной сознанием по вопросам эротической культуры, сколько о поддержании уже сформированных у людей представлений об интимной сфере. Например, убежденный в морально-развращающем характере современного телевидения человек будет еще более убежден в своей правоте, если будет читать в газетах материалы, критикующие эротические образы на телевидении. Для периодического чтения этот человек, скорее всего, выберет именно те издания, в которых анализ фактов будет соответствовать его собственному миропониманию.

Проблема в том, что журналистика в реальности часто выступает в качестве осознанного или неосознанного защитника стереотипов, формирующих негативное представление об эротической сфере.

Осознанное внедрение стереотипов в общественное сознание происходит из-за возможности получения субъективной выгоды. Так, например, христианская церковь критикует проявление эротизма, защищая свои традиционные каноны, основанные на скромности и целомудрии. Точно так же некоторые политические деятели и организации заинтересованы в критике публичной эротики, представляя ее борьбой за нравственность граждан, защиту от влияний западных идеологий, стремящихся разрушить российское общество. Иногда журналисты и другие работники СМИ осознанно пропагандируют те или иные стереотипы ради привлечения внимания и, как следствие, экономической выгоды. Также стереотипизация будет возникать по моральным соображениям самих журналистов. Например, если журналисту кажутся пошлыми и неэстетичными проявления эротики на большой сцене и телеэкране, то он часто в своих материалах будет обвинять современный шоу-бизнес в развращающем действии на общество.

В СМИ можно встретить и неосознанную пропаганду эротических стереотипов. Поскольку журналисты сами являются членами общества, то большинство из них подвержены тем же влияниям, что и другие люди. Их стереотипное отношение к эротизму будет проявляться пассивно. Например, журналист консервативных взглядов будет стараться обходить тему гомосексуализма стороной или затрагивать ее поверхностно; описывая явление проституции, вряд ли укажет на исторически сложившиеся необходимые социальные функции данной профессии; анализируя новинки кино, будет явно жестче критиковать фильмы с откровенными интимными сценами и т.п.

Формально можно выделить две основные идейные тенденции в современной российской эротической журналистике: либеральную и консервативную. Но видится слишком узко воспринимать ее по такой двухполюсной схеме и слишком необъективно занимать только одну какую-либо сторону. В таком случае появляются трудности в определении норм, от которых следует отталкиваться, анализируя данное явление. Появляется высокая вероятность стереотипного мышления и догматичного истолкования проблем. Свои стереотипы и догмы, несомненно, есть как у либерального, так и у консервативного крыла общества.

Продуктивным видится не разработка определенных шаблонов, по которым должна освещаться эротическая тематика в журналистике, а выявление и ликвидация негативных стереотипов в данной области. Такие стереотипы вырабатываются религиозной и светской моралью, государственной политикой и идеологией, экономическими потребностями и т.п. В результате эротизм рассматривается сквозь призму этих общественных сфер. Через СМИ они предлагают свои ценности, которые часто подчиняют себе важнейшие сферы жизни, в том числе интимную. Это мешает развитию эротической культуры и журналистики.

Не имеющая возможности развиваться свободно эротическая культура не исчезает, а развивается в неформальных условиях. Это приводит, с одной стороны, к бессистемному воспитанию в одной из важнейших жизненных сфер – эротической. С другой стороны, различия воспитательных моделей вызывают в современном российском обществе, не усвоившем принципы толерантного сознания, не только культурный дискомфорт, но и опасные межличностные конфликты.

Какую бы цель не поставил себе журналист при освещении эротической сферы, она вряд ли будет опасна для общества, если будет лишена стереотипов. Поэтому журналист должен стараться отражать любую позицию объективно и непредвзято, избегая детерминации со стороны идеологий, догматичных моральных и религиозных установок, экономического фактора.

\* \* \*

1. Алешенков М. С., Родионов Б.Н. Взаимодействие физических полей и излучений с биологическими объектами и защита от их негативного воздействия. М. : МГУЛ, 1998. 104 с.
2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. СПб. : Прайм-Еврознак, 2004. 560 с.
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М. : Алгоритм, 2000. 735 с.
4. Поликарпова Е. В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе // Библиотека Гумер. URL: [www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/Polikarp/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Polikarp/index.php)
5. Туроу Л. Будущее капитализма. Новосибирск : Сибирский хронограф, 1999. 430 с.

## **ОЧЕРК КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ЖАНРОВОЙ СТРУКТУРЫ КНИГИ В. А. ГИЛЯРОВСКОГО «МОСКВА И МОСКВИЧИ»**

При анализе сложного жанрового образования, каким, без сомнения, является «Москва и москвичи» Гиляровского, нельзя не учитывать ряд достижений отечественных и зарубежных литературоведов, исследовавших мемуарно-публицистическую прозу в качестве самостоятельной области документально-художественной литературы и как специфическую форму художественного мышления.

Так, пристальное внимание данной проблеме уделено в исследованиях Л. Я. Гинзбург. Развивая идею о месте, уровнях и границах эстетической деятельности, она делает следующий вывод: «Эстетическая деятельность совершается в сознании человека непрерывно, искусство только предельная, высшая ее ступень, как наука – предел логически-познавательной деятельности, также совершающейся непрерывно. Непрерывная связующая цепь существует между художественной прозой и историей, мемуарами, биографиями, в конечном счете – бытовыми «человеческими документами» [2, 4]. Соотношение это в различные эпохи было сложным и переменным. Литература, в зависимости от исторических предпосылок, то замыкалась в особых, подчеркнута эстетических формах, то сближалась с нелитературной словесностью».

Представленный подход позволяет точнее обозначить границы мемуарной литературы, включающей в себя и «нелитературные» и «подчеркнуто эстетические» формы. Считается, что именно разные уровни эстетической организации жизненного и литературного материала обуславливают различия жанровых форм и, естественно, их ценностный уровень. Изучая мемуарную прозу, Л. Я. Гинзбург рассматривает в качестве коренных проблем взаимодействие литературы и истории, соотношение художественного вымысла и документа, бытовой личности и литературной традиции. Рассматривая историю развития мемуаристики в различные эпохи, исследовательница приходит к выводу, что именно литература XIX в. в полной мере выявила эстетические возможности документально-художественных жанров.

Стоит обратить внимание также на ряд основополагающих тезисов Л. Я. Гинзбург о некоторых ведущих общих качествах документальной литературы различных эпох. Важнейшее из таких качеств – установка на подлинность, которая, однако, не всегда равна фактической точности. «Некий фермент недостоверности, – пишет автор, – заложен в самом существе жанра. Всякий мемуарист (в особенности – большой художник)

стремится перестроить материал, восполнить его пробелы. Эстетическая организация документального материала порождает качество художественного образа» [2, 7].

Жизненный факт преобразуется в самом своем выражении. Гинзбург формулирует суть различий творческого метода в мемуаристике и собственно художественных жанрах: «...в сфере художественного вымысла образ возникает в движении от идеи к выражающему ее единичному, в литературе документальной – от данного единичного и конкретного к обобщающей мысли.

Это разные типы обобщения и познания и тем самым построения художественной символики... В документальной литературе художественный символ имеет особую структуру. Он как бы содержит независимое знание читателя о предмете изображения. В соизмерении, в неполном совмещении двух планов, плана жизненного опыта и плана его эстетического истолкования, – особая динамика документальной литературы» [2, 9].

Проводя развернутый анализ различных произведений мемуарного жанра, Л. Я. Гинзбург исследует принцип выражения авторского сознания в каждом конкретном тексте, считая его (как и отсутствие выявленной авторской личности) концептуально важным моментом. В этой связи исследовательница касается и вопроса о соотношении авторской памяти с действительностью и одновременно с вымыслом и воображением.

Вообще, жанровое своеобразие книги Гиляровского «Москва и москвичи», как нам кажется, во многом определяется как раз оригинальным совмещением в рамках одного произведения разнообразных форм беллетристики и публицистики. В некотором смысле мы можем говорить здесь о так называемых «очерках-обозрениях» [1, 86], которые и формируют основную массу повествовательного материала повести. В качестве отличительных признаков данного сегмента «Москвы и москвичей», да и творчества Гиляровского в целом, целесообразно в первую очередь выделить такие критерии как мемуарность и уже упоминавшуюся сюжетобразующую роль анекдота, небольшого рассказа «к случаю». Именно мемуарность, постоянные отсылки к реально происходившим событиям и реально жившим людям вносят в повесть несомненную публицистическую линию, в то время как основанный на занимательных происшествиях сюжет служит своеобразной иллюстрацией к публицистическим высказываниям и рассуждениям Гиляровского на ту или иную тему.

На основании вышесказанного закономерным представляется вывод о том, что мемуарная очеркистика отобразила глубинные свойства творческого сознания Гиляровского. Во-первых, это выделение в творческом методе писателей-натуралистов феномена памяти как некоей парадигматической доминанты (согласно концепции О. В. Евдокимовой) [3, 117–121]. Во-вторых, память рассматривается нами как граница, разделяющая и одновременно объединяющая две сферы бытия писателя – реальную жизнь и сферу художественного творчества. Творческое сознание Гиляровского,

утверждающего свою субъективность на этом рубеже, может быть определено нами как сознание, наделенное чертами некоей «пограничности».

Именно с «пограничностью» творческого сознания следует соотносить многие отличительные черты писательского метода «Москвы и москвичей», в том числе – свойственный Гиляровскому синтез документальности и художественных форм освоения действительности. Этот синтез в текстах писателя объективируют, прежде всего, именно мемуарные формы повествования.

Продолжая рассмотрение очерковости как одного из ведущих художественных аспектов «Москвы и москвичей», стоит отметить и особенности стилевой манеры изложения, которая, согласно жанровой теории Бахтина, также является неотъемлемой составляющей жанра. Здесь важно учитывать, что Гиляровский начинал свою литературную деятельность прежде всего как репортер. Общероссийскую известность и уважение он получил тоже как репортер. Поэтому нет ничего удивительного, что при всех несомненных литературных достоинствах и художественной ценности «Москвы и москвичей» в ее авторе без сомнения угадывается публицист, автор знаменитых репортажей и очерков.

Именно на очерки мы и предлагаем обратить особое внимание. Вот развернутое определение литературного очерка, представленное в Литературной энциклопедии: «Очерк – литературный жанр, отличительным признаком которого является художественное описание по преимуществу единичных явлений действительности, осмысленных автором в их типичности. В основе очерка, как правило, лежит непосредственное изучение автором своего объекта. Основной признак очерка – писание с натуры. В других литературных жанрах типизация создается путем обобщения отвлекаемых автором характерных черт множества единичных явлений; типическое конструируется здесь при помощи вымысла, фантазии, опирающихся на наблюдения этих явлений. В очерке вымысел играет значительно меньшую роль, чем в других жанрах. Типизация в очерке достигается, помимо выбора типичных явлений, отбором особенно типичных для явления черт» [4, 381–382].

Мы привели цитату полностью, так как склонны полагать, что данное определение практически идеально соотносится с целым рядом факторов структурной организации «Москвы и москвичей», в достаточной степени характеризующая особенности очерка как жанра не только публицистического, но и в полной мере литературного.

Из описательного по преимуществу характера очерка вытекает и композиционное его построение. В очерке может совсем отсутствовать сюжет или он, во всяком случае, ослаблен. Автор очерка часто переходит от одного характеризуемого явления или его стороны к другому, лишь в общей форме намечая их зависимость. Не связанный необходимостью наглядно, в образной форме показывать развитие действия, автор очерка чаще, чем авторы других жанров, вмешивается в ход описываемых событий от первого лица. Это дает очеркисту возможность более свободной

группировки материала, возможность многообразных сопоставлений, аналогий и т.п. В очерке гораздо большее значение, чем, например, в рассказе, имеют публицистические рассуждения, научные обобщения, иногда даже статистический материал. Язык очерка в большей мере, чем язык любого другого литературного жанра, включает элементы языка публицистического и научного. Черты очерка как жанра не остаются постоянными. В разные исторические периоды и у разных классов выступают и усиливаются то одни характерные стороны жанра, то другие; меняется само положение очерка среди прочих жанров.

Очерк встречается в истории литературы в самые разнообразные эпохи. Но в определенное время очерк получает особенно важное значение, выдвигаясь на передний план литературной жизни. Это бывает, прежде всего, в период формирования пробуждающимся классом своей литературной идеологии, когда активная позиция класса требует безотлагательного вмешательства в новые жизненные условия. Те же обстоятельства обуславливают выдающееся значение очерка и у класса укрепившегося, но резким поворотом истории поставленного перед необходимостью по-новому осознать мир.

С учетом вышесказанного следует прояснить закономерно возникающий здесь вопрос: поскольку определение очерка и набор его характерных черт так хорошо сочетаются со структурой и содержанием «Москвы и москвичей», не следует ли остановиться на более простой трактовке жанрового своеобразия книги и взять за основу именно очерк?

Едва ли. Во-первых, «Москва и москвичи» включает в себя крайне обширный информационный пласт, хотя и относительно локальный в географическом плане, но охватывающий вместе с тем значительный промежуток времени и большое количество действующих лиц. Подобные масштабы для очерка неприменимы. Во-вторых, тематика произведения, как было указано в соответствующей главе, весьма широка и многопланова – очерк, как правило, более узок в этом плане. В-третьих, надо отдать должное и авторской организации материала – а значит, мы имеем дело, как минимум, с циклом очерков. Сводить жанровое определение «Москвы и москвичей» целиком к очерку – значит, не учитывать целый ряд весомых факторов, что, безусловно, обедняет разнообразие художественного рисунка произведения.

Таким образом, мы отмечаем, что очерк как сложное и многофункциональное жанровое образование стал значимым, а возможно, и основным элементом общей структуры «Москвы и москвичей». Однако речь идет здесь именно об элементе, органично встроенном в целое, но никак не о жанроопределяющем наименовании.

\* \* \*

1. Азбукин В. Н. Жанр очерка в творчестве Н.С. Лескова // Проблемы реализма в русской и зарубежной литературах : тезисы докладов II-й межвуз. науч. конф. литературоведов. Вологда, 1969.

2. Гинзбург Л. Я. О психологической прозе. М., 1999.
3. Евдокимова О. В. Мнемонические элементы поэтики. СПб., 2001.
4. Литературная энциклопедия : в 11 т. [М.], 1929–1939. Т. 8. М.: ОГИЗ РСФСР, гос. словарно-энцикл. изд-во «Сов. Энцикл.», 1934.

*Ю. Б. Костякова*

(Россия, Хакасия)

## **НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТОВ ХАКАСИИ В 30-е гг. XX в. (К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ ЦЕННОСТНЫХ ПРИНЦИПОВ В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ СМИ)**

Журналисты 1930-х гг. – это отдельная страница истории СМИ Хакасии. На долю этих людей выпала честь стать зачинателями местной журналистики, создателями первых газет и радиопередач, первыми летописцами богатого на события предвоенного десятилетия. Многие из тех, кто по собственному желанию или по партийному поручению пришел в редакции СМИ, были репрессированы или погибли в годы Великой Отечественной войны. К сожалению, об этих людях, об условиях их работы и особенностях творческой деятельности сохранилось крайне мало свидетельств и воспоминаний очевидцев. Скупые строчки справок, докладных записок, отчетов и другой делопроизводственной документации, сохранившейся в архивах, сообщают некоторые факты биографии, дают представление об основных этапах профессиональной деятельности журналистов довоенного периода. Ценнейшие сведения содержат стенограммы краевых совещаний редакторов, проходивших в Красноярске во второй половине 1930-х гг.<sup>1</sup> Изучение текстов выступлений позволяет судить о реальных проблемах, которые испытывали редакции, об особенностях работы редакторов, о степени профессиональной подготовки руководителей и рядовых сотрудников редакций, а также о личностях самих редакторов и т.д.

Необходимо отметить, что и газеты и радиовещание автономной области, созданные в 1930-е гг., на протяжении предвоенного десятилетия испытывали постоянный и очень острый кадровый «голод». Отсутствие квалифицированных кадров, способных заниматься журналистской работой, было вызвано несколькими причинами. Первая и основная заключалась в критериях отбора газетных сотрудников. Поскольку печать являлась партийным органом и оружием идеологической работы, в ней могли работать только «проверенные» люди, доказавшие свою преданность или лояльность новой власти. Поэтому при формировании штатов отбирались

---

<sup>1</sup> С 1934 по 1991 г. Хакасская автономная область входила в состав Красноярского края.

люди зачастую без опыта газетной работы и даже без достаточного образования, но прошедшие необходимую политическую подготовку в армии или в партийно-административных органах.

Примером может служить И. И. Кавкун, занимавший должность редактора газеты «Советская Хакасия» в 1930–1937 гг. Возглавив областное издание в 26 лет, он к тому времени имел только низшее образование. Анализ содержания и стиля подготовленных им документов позволил сделать вывод, что Иван Ильич был партийным функционером, а не журналистом, специфику газетной работы знал плохо, несмотря на полученное партийное образование, обладал недостаточным уровнем грамотности. Главной своей задачей он считал идеологическое руководство областным изданием, поэтому решать текущие вопросы работы редакции и подписывать номер в печать поручал своим заместителям, за что неоднократно подвергался критике со стороны обкома. Во второй половине 1930-х гг., когда техническим ошибкам и опечаткам в газетах стали придавать политическое значение, в адрес И. И. Кавкуна стали звучать более серьезные обвинения. 3 июля 1937 г. он был арестован по обвинению в антисоветской агитации и приговорен к расстрелу [5].

Практика назначения редакторами СМИ ответственных партийных работников, популярная в 1930-е гг., также была одной из причин, по которой кадровый вопрос решался очень сложно. Редактор-назначенец относился к своим обязанностям формально и больше занимался выполнением партийных поручений. В районах на начальном этапе существования местных газет редакторами также нередко назначали секретарей партийных комитетов, которые не могли, а часто и не хотели заниматься организационной работой в газете, в том числе, подбором, расстановкой и подготовкой кадров. Не имея практического журналистского опыта, они не могли учить новых работников ни технологии выпуска газеты, ни азам профессии. Поэтому от такой практики назначения постепенно отказались, но в 1937–1938 гг., когда многие редакторы были репрессированы, во главу коллективов СМИ вновь стали ставить партийных функционеров. Работу одной из них – Саражаковой, ставшей по распоряжению обкома партии редактором национального издания «Хызыл аал», коллеги описывали так: «За 8 месяцев она написала маленькую хроникерскую заметочку, основная роль ее заключается в том, чтобы прийти вечером и подписать (номер в печать – *прим. авт.*)... Что мы делаем – это совершенно не ее дело, она даже не заходит, не спрашивает, что за номер, как его готовят» [3].

Отсутствие нормальных бытовых условий также было одной из причин того, что практически все редакции испытывали острую нужду в опытных работниках. Дефицит жилья приводил к тому, что штатные сотрудники нередко жили в подсобных помещениях редакций, снимали «угол» или пользовались ведомственным жильем, рискуя в любой момент оказаться со всей семьей на улице по решению владельца квадратных метров.



Следующей причиной кадрового «голода» в СМИ можно назвать преувеличение роли рабселькоровского движения. Внештатные корреспонденты расценивались как кадровый резерв редакций газет, из которого можно и нужно было выдвигать на журналистские должности наиболее активных и политически благонадежных людей. Однако тех, кто действительно составлял так называемый актив редакции и мог при определенных обстоятельствах перейти на работу в СМИ, были единицы. К тому же успех такой смены профессиональной деятельности, на наш взгляд, в значительной мере зависел от личных качеств и собственного желания корреспондента. Немаловажную роль также играло наличие/отсутствие образования и творческих способностей.

В 1930-е гг. штатными работниками редакций часто становились бывшие учителя, крестьяне, рабочие. Формально являясь литературными сотрудниками, эти люди были вынуждены на практике и в короткие сроки осваивать азы журналистской деятельности. Однако масштабным такое выдвижение на газетную работу не было, и, несмотря на растущую численность армии рабселькоров, штаты областных и районных изданий постоянно были не укомплектованы. Так, в начале 1937 г. в автономии выходило 10 периодических изданий и 168 стенгазет, с которыми активно сотрудничали (согласно отчетам редакций) 2036 внештатных корреспондентов. В областных и районных изданиях по штату должно было быть 58 сотрудников, но на деле трудилось только 33, т.е. нехватка составляла 42 % от общего количества штатных единиц. Причем, вакантными практически во всех редакциях оставались должности заведующих отделами, заместителей редакторов и литературных работников. Руководство Хакасии регулярно обращалось в краевой отдел печати с просьбами прислать квалифицированных газетных работников, ссылаясь на то, что «внутри области людей, которые бы могли занять эти должности, нет» [1].

Этот парадокс можно, на наш взгляд, объяснить тем, что в автономии не были созданы условия для профессиональной учебы и творческого роста журналистов, а система подготовки газетных кадров в Сибири находилась в стадии становления. Основной формой были краткосрочные курсы, на которых новоиспеченным журналистам давали лишь небольшой объем теоретических знаний, не подкрепленных практикой. Для более серьезной подготовки требовалось длительное обучение с отрывом от производства. Но в условиях постоянной нехватки кадров отпустить кого-либо из аппарата редакций не представлялось возможным.

В начале 1930-х гг. нагрузка у редакционных работников была колоссальной, в том числе, за счет различных партийных поручений, которые они должны были выполнять помимо своих основных обязанностей. Если учесть, что редактор как партийный работник не занимался редакционной работой, а кто-нибудь из штатных сотрудников почти всегда находился в командировке, то получается, что газета нередко выпускалась одним человеком. В такой ситуации ни о какой учебе речи быть не могло.

В районных газетах ситуация была еще сложнее. В отчете о проведенном в 1934 г. обследовании редакций местных изданий была нарисована картина их поистине плачевного положения. Так, например, редакция газеты «Большевицкий путь» (Богградский район) состояла «в лице одного редактора, последний сам организовывал материал для газеты, писал, редактировал, печатал на пишущей машинке и выпускал». Если учесть, что печаталась газета в типографии, находившейся в 54 км от с. Боград, то становится понятным, почему она выходила от случая к случаю, и за весь 1934 г. вышло только 4 номера [2].

В национальной областной газете «Хызыл аал», несмотря на то, что в ее штате числилось до десяти человек, основная нагрузка ложилась на плечи единственного профессионального журналиста С. К. Доброва, который имел практический опыт, знания и громадное терпение, необходимые для такой работы. В 1940 г. на совещании редакторов газет в Красноярске он так описывал свой рабочий день: «С 6-ти часов утра я начинаю отправлять редакционные материалы в типографию... Все материалы я редактирую сам, даже всех заведующих отделами... Кроме того, обрабатываю рабкоровские материалы, и эти статьи тоже снова приходится переписывать с начала до конца...» [4].

Люди в штат редакций газет и радиокомитета нередко набирались практически «с улицы», в результате, например, из числа принятых на работу на областное радио в 1935–1936 гг. «отсев» составил до 50 %. Безусловно, решению кадрового вопроса пристальное внимание постоянно уделяло руководство не только самих СМИ, но и партийных органов. Это было обусловлено тем, что от решения данной проблемы зависели успех и результативность агитационно-пропагандистской и культурно-массовой, а также в целом идеологической работы, которую Коммунистическая партия проводила, используя радио и печать. Однако реализации специального плана мероприятий, разработанного в 1937 г., который должен был существенно улучшить кадровую ситуацию в СМИ Хакасии, помешали начавшиеся массовые репрессии.

Изучение архивных документов и, в первую очередь, списков сотрудников СМИ, позволило сделать вывод о том, что в 1937–1939 гг. состав всех редакций обновился практически полностью, а смена редакторов происходила неоднократно. Некоторые сотрудники были направлены «на укрепление» местных изданий, но большинство фамилии журналистов, трудившихся ранее в прессе, больше не встречаются в перечнях штатных работников СМИ. Имена некоторых дополнили печальный список жертв политических репрессий.

Последствия репрессий сказывались на работе СМИ автономии на протяжении всех предвоенных лет. Согласно требованиям, предъявляемым партийными органами к сотрудникам газет и радиовещания, в первую очередь, оценивались не профессиональные качества работника, а его партийность и идейность, социальное происхождение, «незапятнан-

ное» с точки зрения органов внутренних дел прошлое. Это заставляло отдавать предпочтение людям политически лояльным, но зачастую мало пригодным для работы в СМИ и, в то же время, освобождаться от талантливых, но «классово чуждых» сотрудников. Общий невысокий уровень образования населения национального региона, отсутствие высших учебных заведений (первый вуз в Хакасии был открыт в 1944 г.) – все это ограничивало выбор кандидатов на творческие должности, снижало ценностный уровень печати. Профессиональный рост сотрудников СМИ сдерживали не только идеологические и цензурные барьеры, но и страх наказания, отсутствие примеров профессионализма среди коллег. Стабилизация политической ситуации в стране привела к постепенному улучшению положения в редакциях, снижению «текучки» работников и постепенному решению кадровой проблемы в СМИ Хакасии в предвоенные годы.

\* \* \*

1. Государственное казенное учреждение Республики Хакасия «Национальный архив» (ГКУРХ «НА»), ф. 2, оп. 1, д. 523, лл. 11–12.
2. Там же, д. 299, л. 54.
3. Краевое государственное бюджетное учреждение «Государственный архив Красноярского края» (КГБУ «ГАКК»), ф. П-26, оп. 1, д. 526, л. 119.
4. Там же, л. 120.
5. Мемориал. Жертвы политического террора. URL: <http://lists.memo.ru/d16/f351.htm>; <http://www.memorial.krsk.ru/Articles/Askiz/14.htm>.

*К. Г. Гаврилов, А. А. Павлова*

(г. Пенза, Россия)

## **ЦЕННОСТНЫЙ ОРИЕНТИР ДЛЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ И ПРАВОВОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ: ОБРАЗ Н. И. БУХАРИНА В РАБОТАХ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ**

Исходя из идеи Ф. Броделя о «la longue durée» (длящееся время), современное общество не является статичной системой, срезом современности. Следовательно, невозможно найти универсальные, действительно функциональные ценностные ориентиры и принципы социальной деятельности, опираясь только на современный общественный опыт и не используя исторически метод, не обращаясь к событиям прошлого. Ведь согласно Ф. Броделю, исторические события никакое не прошлое, а настоящее. Они являются настоящим до тех пор, пока мы их помним, и они влияют на наш выбор и на наши ценностные ориентиры. Сторонники мир-системного анализа выдвигают концепцию конвергенции социальных на-

ук на базе истории и создания единой науки о человеческом обществе – исторической социальной науки. Данный подход должен помочь исследователю изучать не просто социальные явления, но и интерпретировать стохастические процессы в сложных социальных системах, важными элементами которых являются право, государство, экономика, информация, традиции и т.п. [11].

Политический и правовой публицист не может мыслить в отрыве от политического и правового опыта России. А некоторый антропоцентризм, свойственный распространенному сегодня постмодернистскому стилю мышления, требует выдвижения исторической фигуры, общественного деятеля в качестве образца для подражания, сочувствия и восхищения. Общественное сознание требует персонификации ценностных ориентиров.

Центральное место в общественном сознании россиян, в качестве символа основных достижений и главных трагедий в российской истории предшествующего столетия занимает во многом мифологизированный образ И. В. Сталина. Обратившись к зарубежной историографии, можно увидеть, что восприятие истории России XX века также носит преимущественно «сталиноцентричный» характер. Особенно тщательно изучается развитие личностных качеств и влияние непростого характера И. В. Сталина на судьбы государства и миллионов людей на 1/6 части суши [9].

Но образ И. В. Сталина и его политические методы вряд ли могут стать основой системы ценностей для современного публициста, политика или правоведа. Исходя из понимания данного факта, частью российской интеллигенции с конца 1980-х гг. поддерживается идея об альтернативном сталинскому «гуманистическом социализме», символом которого стала личность Н. И. Бухарина.

В 1988 г., после реабилитации и посмертного восстановления в партии Н. И. Бухарина, современная российская историческая наука, знавшая его в качестве партийного деятеля, «открыла» для себя Бухарина-теоретика. Были изданы научные и публицистические труды Н. И. Бухарина, его эссе и художественные произведения [1; 3–5]. Замечательный слог и эрудиция автора этих произведений покорили многих читателей. Он представлялся многим исследователям в качестве носителя «истинного» ленинского учения, впоследствии «извращенного» И. В. Сталиным. Западные исследователи не всегда разделяли данную точку зрения [7]. Современные российские исследователи также далеки от идеализации Н. И. Бухарина, их позиции, на наш взгляд взвешены и обоснованы. Но и в современных сочинениях, посвященных Н. И. Бухарину, отстаивается концепция о гуманистическом базисе философских воззрений этого незаурядного деятеля ВКП (б) [10, 116-119].

Работы Н. И. Бухарина дают возможность для весьма широкой интерпретации его философских и политических взглядов. Если в работах до 1920 г. он последовательно отражает свои леворадикальные воззрения, то уже в 1925 г. он стоит на позиции правой социалистической идеологии.

В следующие пять лет он возвращается к левой точке зрения о желательности тотальной роли государства в общественной жизни.

По этой причине работы исследователей творчества Н. И. Бухарина, написанные в конце 1980-х, следует воспринимать с учетом надежд многих авторов на применение тезисов этого теоретика социализма в реальной политике.

Многие исследователи творчества Н. И. Бухарина в конце 1980-х искренне считали, то если бы к его взглядам вовремя прислушались и восприняли их, возможно, жизнь нашей страны и, соответственно, наша жизнь сложилась бы совсем иначе. Лейтмотивом исследований указанного периода является утверждение, что идеи Бухарина были альтернативой тому курсу социалистического строительства, которого придерживались Л. Д. Троцкий, И. В. Сталин и другие. И если последние пытались опереться в своих суждениях на представления марксизма о пути к социализму после пролетарской революции, господствующие в социал-демократии до победы Октября, то Бухарин опирается на Ленина, развивает Ленина, глубоко переосмысливает классические доктрины, исходя из конкретной практики строительства социализма в Советской России [8, 37–38].

В целом, признавалось, что взгляды Бухарина на государство носили полуанархический характер. Бухарин допускал возможность существования капитализма в определенных формах в социалистическом обществе, и это было, по его мнению, вполне оправданно для переходного периода. Историкам периода перестройки импонировала критика Бухариным идеализированных представлений о «военном коммунизме». В своих работах периода НЭПа он подчеркивал, что политика первых лет советской власти не могла развивать производительные силы. Основной задачей «военного коммунизма» было не восстановление хозяйства, а немедленное получение продукта «хотя бы ценой подрыва производительных сил» [8, 26–27]. Очень актуальными для конца 1980-х были работы Бухарина по развитию рыночных отношений при господстве социалистической промышленности, при регулирующей и направляющей роли пролетарского государства эффективный способ обобществления мелких хозяйств и перехода к социализму [8, 36]. То же самое можно сказать и о бухаринских идеях о «добровольности кооперирования на основе сочетания личных и общественных интересов крестьянства» [2, 155].

Рассматривая идеи социализма, ориентированные на возможность использования их в сложившихся условиях нашей страны, в исследованиях 1980-х обращалось внимание на противоположность и противоборство взглядов Н. И. Бухарина и И. В. Сталина. Модель социализма, предложенная Сталиным, была практически реализована, мы можем ее увидеть на примере нашей страны. Н. И. Бухарин стал символом мечты о «гуманном социализме»: высокоразвитом, счастливым, самодостаточном обществе, для которого высшей ценностью является человек.

Бухарин же предлагал линию повышения производительности труда, а значит и благосостояния общества «в массовом применении науки, росте культуры, раскрепощении рабочей силы и развязывании творческой энергии трудящихся» [2, 161].

Интересным будет отметить, насколько диаметрально противоположны представления Бухарина и Сталина по поводу устройства общества и государства на конкретном примере. В частности, при подготовке Конституции СССР 1936 г. Бухарин предлагает следующую формулировку роли Коммунистической партии в советском обществе: «...являющуюся передовым отрядом трудящихся в их борьбе за победу коммунизма, руководящей силой всех организаций трудящихся в СССР». Сталин же добавляет: «...стоящую у власти в СССР и представляющую основную руководящую силу...» [2, 159]. Такое дополнение представляет собой другой взгляд на существо политического строя при социализме, предполагающего установить диктатуру одной партии большевиков, предоставить ей всесильную роль в жизни страны, что характеризует далеко не демократический строй, а тоталитарный, к установлению которого стремился И. В. Сталин.

Бухарин истинно верил и полагал, что «социализм не только не препятствует расцвету личности, но, наоборот, начиная с определенного этапа исторического развития становится обязательной предпосылкой для него», «социалистический строй создает многообразие полноценных людей» и утверждал, что «то, к чему мы стремимся – это социалистический гуманизм» [6, 172–173].

На основании вышеизложенного мы можем сделать несколько выводов. В конце 1980-х годов реабилитированный Н. И. Бухарин стал символом идеологического течения «гуманный социализм», а его труды предлагалось использовать в качестве программы для реформирования социалистического строя в СССР и улучшения имиджа Российского государства и социализма как политической идеи. Такое отношение к известному партийному теоретику, оппоненту И. В. Сталина, необходимо учитывать при исследовании историографии того периода.

Многие исследователи превозносили идеи Н. И. Бухарина, совпадавшие с потребностями и мировоззрением позднесоветской интеллигенции (гуманизм власти, критика экономического волюнтаризма, сочетание рыночной экономики и социализма).

По нашему мнению, объективный, а не мифологизированный образ Н. И. Бухарина, как теоретика социалистического государства и права, имеет и серьезные негативные черты. Это и правовой нигилизм автора, и противоречивость многих его положений, и изменчивость взглядов, бездоказательность многих позиций и недостаточную теоретическую проработанность значительного числа утверждений.

Именно по этой причине значительное число зарубежных исследователей либо, следуя мнению Л. Д. Троцкого, пренебрежительно относятся к фигуре Н. И. Бухарина, считая его увлекающимся мечтателем, не имев-

шим твердых политических или научных убеждений, либо просто игнорируют его, считая альтернативой «сталинскому социализму», политической программе Л. Д. Троцкого. Указанные недостатки являются серьезным препятствием для выдвижения фигуры Н. И. Бухарина в качестве образца и ценностного ориентира для современных общественных деятелей (публицистов, политиков, ученых). Вероятнее всего, образу Н. И. Бухарина, образу интеллигента, проигравшего и погибшего в политической борьбе с жестоким И. В. Сталиным, суждено остаться символом социалистических убеждений части российской интеллигенции.

\* \* \*

1. Академик Н. И. Бухарин. Методология и планирование науки и техники. Избранные труды / сост.: В. Д. Есаков, Е. С. Левина. М., 1989.
2. Бордюгов Г. А., Козлов В. А. Поздний Бухарин: представления о социализме // Бухарин: человек, политик, ученый. М., 1990. С. 155.
3. Бухарин Н. И. Избранные произведения. М., 1988.
4. Бухарин Н. И. Проблемы теории и практики социализма. М., 1989.
5. Бухарин Н. И. Путь к социализму. Новосибирск, 1990.
6. Гурвич-Бухарина С. Н. Доклад Н. И. Бухарина в Париже 3 апреля 1936 г. как его политическое завещание // Бухарин: человек, политик, ученый. М., 1990. С. 172–173.
7. Коэн С. Бухарин. Политическая биография. 1988–1938 : пер. с англ. / общ. ред., послесл. и коммент. И. Е. Горелова. М. : Прогресс, 1988.
8. Наумов В. П. Возвращение к правде // Бухарин: человек, политик, ученый. М., 1990. С. 37–38.
9. Такер Р. Сталин путь к власти 1879–1929. М. : Прогресс, 1991.
10. Устинов О. А. Реконструкция антропологического идеала К. Маркса в поздних работах Н. И. Бухарина // Вестник университета Российской академии образования 2006. № 4. С. 116–119.
11. Хакимов Г. А. «Время большой длительности» Ф. Броделя как методологический принцип социально-гуманитарного познания // Вопросы философии. 2009. № 8. С. 135–147.

*О. П. Ложникова*

(г. Алматы, Казахстан)

## **КУЛЬТУРА ДИСКУССИОННО – ПОЛЕМИЧЕСКОЙ РЕЧИ И СОВРЕМЕННЫЕ СМИ**

Спор сегодня – неотъемлемая часть журналистики. Это и различные ток – шоу на ТВ и круглые столы в газетах и полемика различных направлений. Журналист должен быть хорошо знаком с теорией спора, поэтому тема, несомненно, актуальна.

В последние годы все больше споров ведется на страницах печати, в телерадиоэфире. Некоторые из этих споров даже не подпадают под общепринятые классификации. Поэтому практическая значимость работы заключается в рассмотрении споров, их разновидностей, особенностей их проведения в современных казахстанских СМИ.

Как видим, существуют разные виды споров. В научной литературе делаются попытки их систематизировать [1]. В качестве основания берутся различные признаки. Однако единая классификация споров на сегодняшний день отсутствует.

К основным факторам, влияющим на характер спора и его особенности, относятся:

- цель спора;
- значимость проблемы спора;
- количество участников;
- форма проведения спора.

По цели различают следующие виды спора:

- спор из-за истины;
- спор для убеждения оппонента;
- спор для одержания победы;
- спор ради спора.

Спор из-за истины может служить средством для поиска истины, для проверки какой-либо мысли, идеи, для ее обоснования. В таком споре тщательно подбираются и анализируются доводы, взвешенно оцениваются позиции и взгляды противоположной стороны, т.е. по существу ведется совместное расследование истины. Конечно, такой спор возможен только между компетентными людьми, знающими данную проблему и заинтересованными в ее решении. Как подчеркивал профессор С. И. Поварнин, который в начале XX в. активно разрабатывал теорию спора, «...это высшая форма спора, самая благородная и самая прекрасная» [2].

В последнее время неуклонно растет число публикаций, посвященных проблемам развития отечественной адвокатуры. В частности, оживленная общественная дискуссия – с участием как адвокатов, так и наших процессуальных оппонентов – разгорелась на страницах «Казахстанской правды». А недавно к этому обсуждению подключился Верховный суд республики в лице председателя коллегии по уголовным делам Абдрашида Жукенова («Обвинение и защита: как достичь паритета?», «Казправда» от 5 апреля 2012 г.). Несомненно, это – спор из-за истины.

Примечательно, что в этой статье сразу же подчеркивается необходимость повышения статуса адвоката и его законодательного уравнивания в процессуальных правах со стороной обвинения, поскольку полноценное развитие института адвокатуры является «важнейшим критерием демократии и фактором реальной защищенности прав человека». Абсолютно справедливое утверждение! Тем большее недоумение вызывают после-



дующие выводы автора, основанные на приведенных им весьма спорных фактах о сегодняшней деятельности адвокатов Казахстана.

Между тем я без всяких оговорок согласна с А. Жукеновым, когда он предлагает расширить коллегии адвокатов за счет приема в них частно-практикующих юристов, выступающих в судах на постоянной основе. Важно лишь, чтобы адвокаты обрели, наконец, право самим регулировать кадровый состав своего сообщества. Только таким образом можно ограничить проникновение в коллегии случайных или недобросовестных людей – и этим, в том числе уменьшить возможности для чьих-либо спекуляций на объективных сложностях развития казахстанской адвокатуры.

Спор для убеждения оппонента. Здесь можно выделить два важных момента. Иногда спорящий убеждает противника в том, в чем сам глубоко убежден, но порой он уверяет и потому, что так «надо» по долгу службы, в силу каких-либо обстоятельств и т.д. В качестве примера можно привести передачу «К барьеру» – полемику К. Собчак и Д. Донцовой. Тема: закон, о запрете публикаций в «желтой» прессе материалов из личной жизни известных людей.

Количество участников – 2 плюс секунданты.

Аргументы:

1. Д. Донцова: после публикации книги «Автобиография» появились сообщения о том, что под видом действительных событий Донцова фальсифицировала их. Через некоторое время появились снимки Донцовой – топless с мочалкой в руках, сделанные в душе фитнес – центра, и подпись: «Это была не фальсификация, Донцова действительно сделала операцию».

Донцова возмущена. Нарушение прав человека, вмешательство в личную жизнь, публикации снимков без ее ведома и согласия.

2. В той же газете – фотографии известной теле ведущей, танцующей ню на столе.

3. Публикации о том, что отец К. Собчак, мэр Ленинграда, скончался в сауне в окружении проституток.

Донцова за принятие этого закона, предусматривающего судебное преследование за публикацию материалов личного характера без согласия данного лица.

К. Собчак. Несмотря на то, что многие публикации касаются ее и ее семьи, она против запрещающего закона. Желтая пресса полезна. Она увеличивает популярность известных лиц. А главное – людям интересно знать об их жизни, видеть их фото в газете, даже не совсем приличные. Например, фотография Немцова с беременной любовницей. Закон сделает желтую прессу серой..

Спор для одержания победы. Спорящие добиваются ее по разным мотивам. Одни считают, что отстаивают общественные интересы, другим нужна победа для самоутверждения, третьим нужна победа поэффектней и они не стесняются в приемах и средствах для ее одержания. В качестве

примера рассмотри передачу «К барьеру». Тема «Кризис в российско-грузинских отношениях»

Участники: А. Белых – депутат Госдумы РФ и Медынский – академик, преподаватель МИГИМО и секунданты. Полемика. Эмоциональная дискуссия, агрессивные выпады.

Белых. Конфликт нужно решать переговорным путем. Не вмешиваться в отношения Грузии и Абхазии. Почему именно сейчас закрыли в Москве 2 казино, принадлежащее грузинам? Почему их высылают в Грузию, например, воров в законе? Раньше на них не обращали внимания. Они откупались.

Медынский. Действия правительства правильны. Долго терпели оскорбления из уст первых лиц Грузии плюс арест 6-тии российских офицеров. В других странах из-за меньшего повода разгоралась война (Израиль-Ливан).

Давно пора навести порядок с нелегальной иммиграцией, очистить страну от криминалитета, который обнаглел, не считается ни с какими законами.

Запретить вывоз, перевоз денег в Грузию, авиа и железнодорожные перевозки, вывести войска из Грузии к 2009 г., поставить вопрос о признании Абхазии и Южной Осетии и т.д.

Спор ради спора. Это своего рода «искусство», «спорт». Для таких спорщиков безразлично, о чем спорить, с кем спорить, зачем спорить. Им важно блеснуть красноречием. Как, например, в споре из журнала «Космополитен» НЕВООРУЖЕННЫМ ГЛАЗОМ

Василий ШОМОВ, журналист.

Женщины считают, что мужчины как вид обладают ослабленным зрением, слухом, а интуицией не наделены вовсе. Исходя из этого у милых дам создается впечатление, что в массе своей мужчины не способны замечать тонкостей и нюансов, что их не интересуют никакие детали и мелочи, кроме как степень нагретости пива, желтая карточка, показанная в первом тайме футбольного матча, и повышенная соленость котлет. И они правы. Но только на 50 %.

Анастасия ГОСТЕВА, редактор журнала Harper's Bazaar.

На самом деле каждая женщина знает, что эмоционально тупых мужчин не бывает. Все они демонстрируют удивительную интуицию, удаляясь принимать ванну за секунду до звонка их мам (т.е. свекровей), с которыми нам приходится вести закулисные переговоры. Это их орлиный взор обнаруживает фантастические трусики на нудистском пляже, а слух летучей мыши – мужской смех в твоём мобильнике (когда ты звонишь из кафе, где пьешь чай с подружкой). Фокус в том, что все это совершенно неважно.

Имеют свою специфику и дискуссионные программы на радио. К сожалению, в нашем эфире их нет, но их особенности и способы построения следует рассмотреть.

К вопросу, поднятому на радиодискуссии, должно быть приковано внимание общественности. Цель дебатов – дать возможность аудитории услышать аргументы и контраргументы лиц, придерживающихся определенных взглядов. Комментатору во время дебатов рекомендуется оставаться независимым [3].

Значимость проблемы спора очень важна. В спорах затрагиваются национальные интересы, интересы определенных социальных слоев, нередко приходится отстаивать групповые интересы. Защищаются в них также и семейные, и личные интересы. Важно понимать социальную значимость проблемы, чтобы не растрачивать силы и энергию на несущественные вопросы [4].

В газете МЕГАПОЛИС № 41 отстаиваются общественные интересы.

Все лето на форуме «Центр тяжести» шел яростный спор. Сначала тема, из-за которой десятки людей еле удерживали себя в рамках приличия, высказывая различные мнения, казалась не заслуживающей особого внимания: деятельность риэлтерских компаний, их внутренние порядки и влияние этих порядков на процессы ценообразования на рынке жилья, знаете ли, не всех интересуют...

Но ближе к осени спорщиков прорвало: взаимные упреки, серьезные обвинения, а главное – приводимые факты заставили рассматривать дискуссию с другой точки зрения. Как ни крути, а один факт – это случайность. Два – совпадение. А три – уже закономерность. Согласитесь, удержаться от журналистского расследования в этой ситуации очень трудно!

Суть битвы: большинство риэлторских компаний и агентств – «сборище невероятно алчных и беспринципных обманщиков», которые «из штанов выпрыгивают, чтобы обмануть лоха-клиента и как можно выше задрать цену на жилье». Счастливые исключения -только подтверждают это правило. В Алматы более пятисот контор, которые оказывают такие услуги, но больше всего шишек досталось риэлторской компании «Абсолют» – самой узнаваемой на рынке, самой крупной по «занятой территории» и по количеству своих «выпускников», которые работают сегодня в других агентствах.

Большая контора – большая мишень?

Если верить Интернет-форуму «Центр тяжести», обращаться за посредничеством в процессе покупки или продажи жилья в «Абсолют» (а заодно и в его «дочку» «Магазин квартир»), Центр коммерческой недвижимости, «Этажи-Риэлти», «Asay», «Ray», «Казриэлти», «Универсал», «Аркада», «Верный.kz», «Баспана», «Компас» и еще полтора-два десятка более-менее крупных контор – бессмысленно. Поскольку-де «обманут и обдерут как липку». Но насколько это соответствует действительности?

СПРАВКА МЕГАПОЛИСА:

В начале 2003 г., если верить официальным сообщениям риэлторских агентств и компаний Алматы, один «квадрат» в городской новостройке стоил не более 350 долларов. По крайней мере, компания «Столичная не-

движимость» продавала жилье «с котлована» именно по такой цене. В начале 2004 г. – уже по 400–450 долларов. Сегодня, в самом престижном – Медеуском районе Алматы – квадратный метр легко перешагнул отметку в 1500 долларов. И это при том, что стройматериалы (за редким исключением) выросли в цене не более чем на 10–20 процентов, а инфляция оставалась или почти оставалась в рамках, заданных правительством.

На специфику спора влияет количество лиц, принимающих участие в обсуждении проблемных вопросов. По этому признаку важно выделить три основные группы:

- спор-монолог (человек спорит сам с собой, это так называемый «внутренний спор»);
- спор-диалог (полемизируют два лица);
- спор-полилог (ведется несколькими или многими лицами).

Споры могут проходить при слушателях и без таковых. Присутствие слушателей, даже если они не выражают своего отношения к спору, влияет на поведение спорящих [5].

В СМИ чаще всего приходится наблюдать два последних вида спора. Причем, на ТВ это чаще спор – полилог. Пример такого спора – ток – шоу «Что делать», дебаты на тему «транспортные и дорожные проблемы Алматы». В студии присутствовали четырнадцать участников среди которых два депутата, представители правоохранительных органов, ГАИ, медики, автолюбители. и зрители. Было сделано много предложений по улучшению дорожного движения в городе.

Ток-шоу «Что делать?» Владимира Рериха.

Тема – «Коррупция в системе высших учебных заведений».

Участник – студент Денис Бабков, его оппонент – вице-министр образования РК Хафиза Утеулина.

Д. Бабков против взяточничества в университетах, обвиняет студентов в этом, а также систему образования. Х. Утеулина говорит о фактах образования и предлагает Денису совместную борьбу против коррупции в стране. В итоге, Д. Бабков – победитель программы.

Споры могут быть устными и печатными. Устная форма предполагает непосредственное общение друг с другом, письменная (печатная) форма – опосредованное общение. Устные споры, как правило, ограничены во времени и замкнуты в пространстве. Письменные споры более продолжительны. Последнее время в эту категории попали споры в Интернете. Иногда они оформляются в виде ответов «за» и «против».

В качестве примера можно привести сопор на тему «Есть ли у журналиста право на собственное мнение?»

Да.

1. Главное, чтобы это мнение не искажало факты
2. Да, но только не надо приукрашивать и это публиковать в прессе
3. Если у нас, журналистов, не было бы своего мнения!!! что бы тогда было бы. Его не было тогда ни у кого...

Согласитесь, мы первые получаем многие сведения, имеем доступ ко многим закрытым данным... документам... снимается фильм... я могу присутствовать на съемках только в качестве журналиста, делаю свои выводы, анализирую увиденное и подаю информацию для размышления. Этому нас учат, а если не учат, если ты журналист и это твое – то учиться ты будешь самостоятельно.

4. Они не умеют и самое главное не ХОТЯТ становиться мастерами слова. Они просто печатают свои тупые статейки. И превращают журналистику в какую-то помойку... пережевывания костей, некоторые делают карьеру скандальных журналистов, только вот некоторые печатают надуманно вранье! а некоторые специально поднимают наболевшие вопросы!!! так в чем же разница?

5. Чтобы иметь право на собственное мнение в журналистике, нужно:

1) научиться грамотно, писать

2) читать не только глянцево-журналы

3) понимать проблему, о которой собрался говорить

4) предварительно убедиться, что в твоём мнении есть какая-то новизна

5) хорошенько подумать – назрело ли время, для того, чтобы мнение высказывать

6) задуматься, кто реципиент

7) быть готовым к спору с оппонентами

6. Я считаю, что мнение журналиста необходимо при написании какого-либо материала, но это зависит от рода материала.

7. Вопрос некорректный. У журналиста может, должно быть и ЕСТЬ свое мнение – как следствие мировоззрения, принципов и опыта. Но есть журналистика информационная, а есть аналитическая. И в первом случае, по классическим «новостным» канонам, журналист должен предоставить потребителю его продукта ТОЛЬКО ФАКТЫ, полную картину происходящего с как можно большим количеством разных мнений, но не своим!

А аналитика на то и нужна: собирая факты и мнения, вывести из этой «солянки» то общее, что наиболее важно для общества сейчас, И свое мнение – то, без чего не обойтись, твоя позиция.

Нет.

1. Журналистика – намного грязней политики.

2. Если же журналист высказывает мнение, которое «надо высказывать» – это – просто купленное ничтожество, каких полно в нашей (и не в нашей) стране. Современное общество – поражает страх, боязнь и купленное мнение. Вы бы лучше поставили вопрос так: есть ли у журналиста право лгать обществу?

3. Скажу только одно. Журналист должен писать только факты... И нечего кроме фактов... Ничего такого, что он услышал по – случайности.

4. Чем это они заслужили такую честь? НЕТ, когда они пишут свое мнение, они нам навязывают свою точку зрения, и это не аналитика, а

приукрашивание действительности. Пишите просто факты, а выводы мы сделаем сами.

Необходимым условием эффективности спора является определенность позиций и взглядов его участников. Например, газета «Свобода Слова» проводила дискуссию «Третий срок: может или не может Нурсултан Назарбаев избираться в президенты?» Газета приглашала принять участие в обсуждении этого вопроса юристов, политиков, читателей, избирателей – и сторонников президента, и представителей оппозиции. Газета приводила разные точки зрения. Например, следующие:

Ришат Оспанов бизнесмен: Я – за легитимные династии.

Амиржан Косанов, политик: Пора жить с другим президентом.

Успех полемики во многом зависит от умения ее участников правильно оперировать понятиями и терминами. Прежде всего необходимо уметь выделить основные опорные понятия, связанные с предметом спора, тщательно отобрать термины. Не следует перегружать спор научной терминологией.

Если спорящие не договорились об определении исходных понятий, то вести дискуссию просто бесполезно. Важно помнить, что в языке многие понятия имеют не одно, а несколько значений. Таким образом, неточное употребление терминов и многозначных слов может привести к нежелательному результату, затруднить общение, помешать обсуждению спорной проблемы, стать причиной серьезных заблуждений. Так, в споре, опубликованном в журнале «Космополитен», на наш взгляд понятие «получение высшего образования» подменяется понятием «получение диплома».

Существует множество разновидностей и оттенков манеры спорить, большое количество промежуточных вариантов. Понаблюдайте за спорщиками во время дискуссии, и вы тоже убедитесь, что ведут они себя по-разному.

Итак, мы рассмотрели, что такое спор, виды и классификацию спора, на конкретных примерах рассмотрели, какие приемы используются на практике. Тем не менее, следует еще раз подчеркнуть: не существует правил на все случаи жизни. Жизнь будет преподносить огромное количество разнообразных ситуаций, выход из которых придется искать самостоятельно. Однако, применяя рассмотренные правила, используя различные приемы, ежедневно совершенствуя свое мастерство, можно, несомненно, достигнуть успеха.

\* \* \*

1. Павлова Л. Г. Спор, дискуссия, полемика. М., 1991.
2. Поварнин С. Спор. О теории и практике спора // Вопросы философии. 1990. № 3.
3. Самарцев О. Р. Современный коммуникативный процесс. Ч. 2. Теория и методика журналистики : учеб. пособие. Ульяновск : УлГТУ, 2000. 109 с.

4. Андреев В. И. Конфликтология: искусство спора, ведения переговоров, разрешения конфликтов. Казань, 1992.
5. Павлова К. Г. Искусство спора: логико-психологические аспекты. М., 1988.

***М. О. Негизбаева, Н. Т. Шынгысова***

(г. Алматы, Казахстан)

## **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В МЕДИАСФЕРЕ**

В эпоху революционных достижений новейших информационных, телекоммуникационных и спутниковых технологий журналистика является важнейшим субъектом информационного рынка. Процесс формирования казахстанского информационного общества требует проведения соответствующих маркетинговых коммуникаций. Ключевой маркетинговой коммуникацией в журналистике служит взаимодействие СМИ с аудиторией. Что, в конечном счете, поможет спрогнозировать дальнейшую деятельность СМИ и способствовать нововведениям. Это могут быть многообразные формы интерактивного общения, диалогические модели взаимоотношения с аудиторией, электронная связь, компьютерная демократия, письма читателей, читательские конференции, конкурсы, общественные приемные, телешоу и другие мероприятия в зависимости от специфики СМИ. Но этого недостаточно. Учитывая, что информационные потребности читаемой аудитории изменчивы, необходимы постоянные маркетинговые инновации в журналистике. Исходя из этого, любое печатное издание, телевизионные или радиоканалы выстраивают собственную редакционную и маркетинговую политику таким образом, чтобы привлечь наибольшую потребительскую аудиторию и наибольшее количество рекламодателей.

Как и любой другой бизнес, медийный бизнес имеет стратегическое и тактическое планирование своей деятельности. Стратегическое планирование в журналистике служит фундаментом редакционных действий и началом маркетинговых коммуникации. Разработка стратегии средства массовой информации – это планирование долгосрочного проекта, куда входят:

- формулировка миссии и целей журналистики;
- определение специфических особенностей СМИ;
- формирование структуры СМИ;
- выбор инструментов и методов достижения поставленных целей;
- применение и распределение внутри редакционных ресурсов: человеческих, технических, информационных, материальных;
- осуществление PR стратегии СМИ;
- прогнозирование деятельности СМИ.

Тактическое планирование СМИ – это краткосрочный проект, который предусматривает разработку плана управленческих функций и маркетинговых коммуникации в определенный промежуток времени, выделенных:

- внешними изменениями (политическими, экономическими и др.);
- нововведениями внутри редакции;
- проведением маркетинговых исследований;
- укреплением слабых сторон и усилением сильных сторон редакционной деятельности;
- необходимостью проведения маркетинговых и PR акции для продвижения самого СМИ;
- изучением конкурентов;
- другой текущей деятельностью СМИ.

Таким образом, стратегическое и тактическое планирование – это непрерывные и важные процессы, которые являются залогом грамотного и здорового ведения медийного бизнеса.

Основными внутренними ресурсами редакции являются люди, техника и технологии подготовки медиапродукции. Внутренний человеческий ресурс редакции составляют: редактора отделов, журналисты, корректоры, операторы, режиссеры, звукорежиссеры, специалисты в области полиграфии, верстки и выпуска печатного издания и другие технические работники масс-медиа. Внутренний материальный актив и творческий продукт редакции – журналистский материал. Также к внутренним переменным редакции относятся: техническое оснащение, канцелярские товары и др.

Внешнюю среду редакции СМИ составляют: ежедневная информация, распространители печатной продукции, поставщики бумаги, государственные дотации, спонсорская поддержка коммерческих структур и другие инвестиции, конкурирующие СМИ, потребители, закон о СМИ, закон о рекламе. Любые изменения вне редакции политического, экономического, социального, технологического характера являются внешними коммуникациями, влияющими на деятельность средства массовой информации и журналистику в целом.

Свободный рынок обуславливает широкое разнообразие товаров и услуг, в том числе журналистской продукции и медиауслуг. Безусловно, средства массовой информации осуществляют, и позволяют осуществлять функции маркетинга. Когда масс-медиа выступает как производитель, то есть журналистика является субъектом на рынке, профессионально продвигаются на страницах печатных изданий, теле и радиопередачах товары и услуги других объектов рынка. Когда СМИ продвигает само себя, то есть является объектом рынка, маркетинговая деятельность в данном случае направлена на удовлетворение информационных потребностей аудитории. В первом случае информация – рекламная или PR услуга, во втором информация – товар.



Успешность, процветание и долгое существование СМИ зависит от того, чью журналистскую продукцию выберут покупатели. В том случае, когда средство массовой информации рассматривается как субъект на информационном рынке, то есть как услуга и канал передачи сообщений, ее маркетинговая политика должна работать в следующих направлениях:

- создать привлекательный образ рекламируемой продукции,
- показать его отличительные и особенные свойства,
- вызвать интерес и способствовать приобретению данного продукта;
- подчеркнуть конкурентные преимущества.

Если же рассматривать СМИ как объект на информационном рынке, необходима следующая маркетинговая деятельность:

- выявить и понять потребности своих потенциальных клиентов;
- предугадать и удовлетворить эти потребности лучше, чем это может сделать конкурент;
- ориентироваться, прежде всего, на покупателя – сделать журналистский материал содержательным и интересным;
- учитывать ценностные ориентиры и образ жизни целевой аудитории.

Маркетинговая деятельность в журналистике – это не только стандартные правила маркетинга и организационные процессы, это также и образ мышления. Как было сказано выше, первостепенной задачей маркетинговой деятельности в медиабизнесе является исследовательская работа: сбор и анализ внешних и внутренних данных. Исследование отечественного информационного рынка, анализ потребительских спросов, ценообразование. Изучение рынка – непрерывный процесс, и должен проводиться на протяжении всего существования СМИ, начиная с подготовки к выпуску журналистской продукции. Необходимо назначить правильную цену, выбрать оптимальные каналы распространения, если это печатная продукция. Кроме того, на данном этапе маркетингового планирования необходимо изучение рынка конкурентов – их сильных и слабых сторон.

Когда создается необходимая медиапродукция, соответствующая общественной потребности, появляется результативность деятельности средства массовой информации. И если медиапродукция качественна и полезна, это является показателем эффективности. Эффективность определяется внешне – достижение целей СМИ, и внутренне – наилучшее использование редакционных ресурсов и оптимизация бизнес-процессов. Сложно определить результативность СМИ, так как это невозможно «измерить и выразить количественно», тогда как эффективность можно выявить с помощью потребляемых редакционных ресурсов и выпускаемой медиапродукции. Допустим, если увеличить объем выпускаемой медиапродукции, например, количество страниц в печатных изданиях, и это отражается на ее качестве, то происходит снижение производительности. Следовательно, большая эффективность гарантирует высокую производительность.

Маркетинг подразумевает сегментирование рынка, то же происходит и в медийной сфере – деление информационного рынка на сегменты и определение той части рынка, на которую редакция СМИ будет ориентироваться, то есть определение целевой аудитории. По теории Ф. Котлера выбранный сегмент отличается от других сегментов по различным принципам: географическому, демографическому, поведенческому и психографическому [1].

Географический принцип подразумевает территориальное определение аудитории, то есть будет ли медиапродукт рассчитан на один город, на всю территорию Казахстана, на соседние государства, на мировую общественность. Тщательное маркетинговое изучение может показать в каком районе города медиапродукция будет реализовываться больше, чем в другом. Например, город Алматы условно можно разделить на верхнюю и нижнюю части. Верхнюю часть города составляют: центр, микрорайоны, расположенные ближе к горам, фешенебельные жилые комплексы, бизнес-центры, административные здания, достопримечательности города и т.п. В нижней части города более дешевое жилье и загрязненный воздух. Так, например, с полной уверенностью можно заявить, что гламурные, глянцевого издания реализуются преимущественно в верхней части города Алматы, чаще всего в гипермаркетах и бизнес-центрах.

Наибольший объем реализации маркетинговых коммуникаций в Казахстане приходится на города Астана и Алматы, поменьше – на другие крупные города и близлежащие сельские местности. Поскольку в крупных городах активная покупательская способность. В отдаленных сельских районах рекламные сообщения возможны только по транслируемым в этих местностях телеканалам. Печатная, радиореклама и PR коммуникации не доходят до сельской аудитории. К тому же рекламируемая продукция, чаще всего, отсутствует в продаже. Поэтому данный сегмент рынка из-за низкой покупательской способности не берется в расчет при маркетинговом планировании.

Медиапродукт может быть адресован конкретно женщинам или мужчинам, детям или людям более старшего поколения, семейным или холостым людям, профессионалам в определенной сфере деятельности или домохозяйкам и т.п. Так если, целевой аудиторией определенного средства массовой информации являются женщины, следует учесть, что прилагательные, описывающие модные тенденции, элементы женственности, красоты и привлекательности, могут сыграть решающую роль. Рекламные обращения, направленные мужчинам, будут эффективнее, если в них присутствуют обещания на деловитость, престижность, комфорт, качество, высокие технические характеристики.

То есть, кроме географического фактора, необходимо изучение и деление рынка по демографическому признаку: по полу, возрасту, уровню дохода потребителя, составу семьи, этапу жизненного цикла семьи, роду профессии, образованию, религии, национальности [1, с. 226–254]. Разу-

меется, целевая аудитория выбирается редакцией средств массовой информации не только по географическому, демографическому и другим вышеназванным принципам, но и по назначению, цели и типу выпускаемой медиапродукции.

Далее происходит позиционирование медиапродукции, т.е. выделение отличительных, привлекательных и выгодных позиции СМИ и закрепление этих позиции на медиарынке. Позиционирование обуславливает следующий этап маркетингового планирования в журналистике – разработку концепции в соответствии со спецификой издания (радио и телепередач). Бесперспективно работать без концепции маркетинговой политики редакции.

В зависимости от того, насколько успешна редакционная политика СМИ, имеет ли оно достаточный тираж, сумеет ли охватить потенциальную, в том числе реальную аудиторию, каков рейтинг среди населения, настолько будет успешна его рекламная деятельность. Другими словами, будет ли именно этот медианоситель привлекателен для бизнес-структур и станет ли инструментом передачи рекламного сообщения или PR-статьи. И в то же время, от того насколько достоверно, оригинально и грамотно подана реклама на страницах СМИ, зависит респектабельность и имидж среди читаемой публики данного медианосителя. И это, в свою очередь, отразится на рейтинге.

Роль рейтинга на отечественном информационном поле довольно высока, от него зависит планирование маркетинговых решений и финансовых затрат. Рейтинговые данные не только определяют имидж СМИ, придают им определенный статус на медийном рынке, но и мотивируют редакции в постоянной активности, инновациях, качественной информации и повышении рейтинга.

Медиарынок имеет две группы целевой аудитории: одна – читатели, зрители и слушатели, а другая – рекламодатели. Однако активные потребители рекламной информации могут быть также и рекламодателями. При широком выборе масс-медиа рекламодатели стали более требовательными и предпочитают работать только с теми СМИ, которые действительно могут гарантировать максимальный охват целевой аудитории при минимальных затратах. Стоит учесть еще тот факт, что стоимость рекламы возрастает. Таким образом, рекламодатели ожидают наиболее эффективного использования рекламных бюджетов.

Будучи субъектом информационного поля, масс-медиа имеют специфику и особенности производства журналистского текста как творческого и одновременно приносящего доходы медиапродукта. Читатели, радиослушатели и телезрители покупают информационный продукт в зависимости от личных вкусов и потребностей. Такое взаимодействие образовало рыночные отношения в журналистике. С. Гуревич пишет: «...рост производства журналистской информации определяет и способ ее потребления: сама журналистика воспитывает у читателя газеты, телезрите-

ля, радиослушателя все более разносторонние интересы, «вкус» к информации, а также все большее умение, все более тонкие способности использовать ее в самых различных целях, связанных с его жизнью, практической деятельностью, познавательными и эстетическими потребностями» [2, с. 16].

Средства массовой информации стали самостоятельными бизнес-структурами и их редакционная политика стала более свободной в тематическом, содержательном и творческом плане. Однако, надо констатировать, что в Казахстане нет независимых средств массовой информации в буквальном смысле, которые бы полностью окупали затраты на содержание, а вся прибыль оставалась бы в редакции.

\* \* \*

1. Филипп Котлер. Основы маркетинга. М. : Прогресс, 1992. С. 80–83.
2. Гуревич С. М. Газета и рынок: как добиться успеха : пособие для журналистов. Изд. 2-е, перераб. и доп. М. : ТОО ИИА Евразия+, 1998. С. 46–47.

*А. Н. Данюк, И. П. Щеблыкин*

(г. Пенза, Россия)

## **ПУБЛИЦИСТИКА В. Г. КОРОЛЕНКО НИЖЕГОРОДСКОГО ПЕРИОДА (1885–1896)**

В. Г. Короленко не только крупный писатель, но и плодотворный публицист. Публицистика была его профессиональным занятием. Газетная статья, очерк, заметка служили ему постоянным и верным оружием в неутомимой борьбе против деспотизма и бесправия низовых слоев. Публицистическое наследие писателя, в котором нашли отражение его весьма оригинальные общественно-политические взгляды, привлекает внимание общественности уже более 100 лет.

В. Г. Короленко начал жизненный путь с резкого протеста и борьбы против произвола властей, против крепостничества и неустанно боролся против угнетения за несправедливость и счастье человека.

После Якутской ссылки в декабре 1884 г. писатель поселился в Нижнем Новгороде. Он сотрудничал со столичными журналами «Русская мысль» и «Северный вестник», где в 1885 г. публиковал беллетристические произведения, созданные в ссылке.

В этом же году ему предложили сотрудничество в казанской газете «Волжский вестник». Здесь были напечатаны статьи и корреспонденции Короленко из Нижегородской губернии под псевдонимом «Зритель», которые могут считаться образцом журналистского расследования.

«Волжский вестник» был газетой относительно молодой и радикальной, вокруг которой группировались «политически неблагонадежные», по полицейскому определению, лица из числа ссыльных и местной интеллигенции» [4, с. 18]. Здесь печатались М. Горький, Г. И. Успенский, Д. Н. Мамин-Сибиряк и другие.

С ноября 1885 г. началось сотрудничество В. Г. Короленко в газете «Русские ведомости», которая выражала интересы либерально-буржуазных слоев русского общества. Здесь был опубликован репортаж писателя с сессии нижегородского окружного суда в городе Горбатове по делу о сопротивлении крестьян властям.

«Русские ведомости» и «Волжский вестник» были газетами, на страницах которых развернулась деятельность Короленко-публициста. Но это далеко не все издания, где принимал участие писатель. Его статьи, публицистические очерки и корреспонденции печатались в «Русском богатстве», «Русской мысли», «Русской жизни», в «Саратовском дневнике», «Волгаре», «Нижегородском листке», «Самарской газете». В журнале «Русская мысль» писатель вел постоянный публицистический отдел под названием «Текущая жизнь (наблюдения, размышления и заметки)» с конца 1892 по начало 1893 года.

Одно из самых высокохудожественных произведений короленковской публицистики – «Павловские очерки», опубликованные в 1890 г. в журнале «Русская мысль», где писатель нарисовал верную, запоминающуюся картину жизни и труда павловского кустика, показал его полную зависимость от хищнической «скупки». Короленко детально обрисовал трудности в жизни кустикарей, встал на защиту их прав. Ему было ясно, что кустикирей, продающие свои изделия капиталисту-скупщику, давно потеряли всякую хозяйственную самостоятельность, а их эксплуатация приняла на редкость тяжелую форму.

В 1890–1891 гг. В. Г. Короленко вел активную борьбу с дворянскими хищениями. В статье «История темных денег» писатель разоблачил махинации председателя нижегородской уездной земской управы М. П. Андреева. А делу пароходного общества «Дружина» и его руководителю М. И. Шипову посвятил 7 обстоятельных статей. Владимир Галактионович доказал, что истинное положение в «Дружине» выглядит далеко не так, как это было представлено в «Нижегородском листе» и «Биржевых ведомостях». Крах «Дружины» автор назвал «счастливым банкротством», имея в виду, что оно не повлекло за собой те последствия, к которым обычно приводит несостоятельность фирм.

Зиму 1892 г. В. Г. Короленко провел в одном из уездов Нижегородской губернии, сильно пострадавшей от голода, наступившего после неурожайного лета. Поводом для поездки стала организация столовых для голодающих. На средства, пожертвованные благотворителями, он открыл 45 столовых, которые просуществовали до нового урожая 1892 г.

Своей главной задачей писатель считал ознакомление с жизнью народа, ее изучение и накопление материала для публицистических выступлений. Результатом поездки стал цикл очерков «В голодный год», в основе которых лежали ежедневные записи автора. Первоначально они печатались в «Русских ведомостях» с марта 1892 г. по январь 1893 г. (всего 13 номеров) под названием «Очерки и заметки из дорожного дневника». Затем в переработанном виде – в журнале «Русское богатство» за 1893 г. под названием «В голодный год». Правда, одна из глав, не пропущенная цензурой, была опубликована в журнале «Русская мысль» за 1893 г. В этом же году очерки вышли отдельной книгой, которая затем переиздавалась несколько раз, постоянно подвергаясь дополнениям и правкам со стороны автора.

В процессе создания очерков отчетливо проявились особенности творческой манеры Короленко-публициста. Одной из них является научно-исследовательский подход автора к фактам как при их накоплении, так и анализе, осмыслении и использовании в произведении. Следует отметить, что «В голодный год» – это прежде всего картина народной нужды, где публицистика чередовалась с зарисовками художественного плана.

Летом 1892 г. В. Г. Короленко выехал в Саратов и свои впечатления изложил в очерке «В холерный год». Эпидемия холеры охватила южные районы Поволжья. Писатель бесстрашно обличал администраторов, оказавшихся неспособными организовать борьбу против эпидемии.

В 1893 г. Владимир Галактионович совершил заграничную поездку, посетил Америку. После этой поездки издал цикл очерков, в которых рассказал о нелегкой жизни простых людей в этой стране, о безработице, нищете и несправедливости работающих, трудной судьбе русских и украинских крестьян-эмигрантов, о господстве доллара. Он показал продажность на выборах, высмеял падкую до сенсаций американскую прессу, был возмущен отношением к неграм, заклеил позором суд Линча. Картина американской жизни, созданная им, была далека от изображения буржуазного режима как идеального общественного устройства, о чем говорила русская либеральная печать. Признавая превосходство буржуазно-демократических порядков над самодержавно-крепостническими, писатель был свободен от преклонения перед ними и показал их несостоятельность в решении главных задач народного благополучия.

В 1894 г. В. Г. Короленко хотел приобрести газету «Нижегородский листок объявлений и справок» и стать ее редактором. Состоялась купля-продажа газеты, было придумано новое название. Однако власти не разрешили писателю иметь свою газету. Неудача с приобретением «Нижегородского листка объявлений и справок» не могла не сказаться на дальнейшей судьбе писателя. С этим будет связан в дальнейшем его переезд в Санкт-Петербург.

В 1895 г. В. Г. Короленко принял активное участие в судьбе крестьян-удмуртов, ложно обвиненных в принесении жертвы языческим богам.

Делом своей чести он считал защиту вотяков. «Люди погибают невинно, совершается вопиющее дело, я не могу сейчас ни о чем больше думать» – писал он В. М. Соболевскому, редактору «Русских ведомостей» [2, с. 45].

Недалеко от села Старый Мултан был найден обезглавленный труп нищего мужчины с извлечением сердца и легких. В результате 7 жителей этого села были обвинены в жестоком убийстве с целью жертвоприношения и приговорены к 10 годам каторжных работ.

Узнав о такой несправедливости, В. Г. Короленко присутствовал лично в качестве корреспондента в городе Елабуге на повторном разбирательстве дела. Он был потрясен данной несправедливостью и хотел сам во всем разобраться, для чего отправился на место совершения убийства.

Писатель хорошо знал удмуртов, так как прожил с ними несколько лет, находясь в ссылке, и мог смело отвергать самую возможность кровавого языческого культа. Более того, как свидетельствуют письма, планы писателя шли дальше: он стремился раскрыть методы провокационных действий местной администрации и власти вообще.

Вскоре ему удалось установить, что убийство сфальсифицировано. Мужчина был уже мертв, когда над ним было совершено надругательство. Это сделали для того, чтобы обвинить вотяков в убийстве.

Вернувшись в Санкт-Петербург, писатель начал борьбу за спасение невинных крестьян. Для этого он написал 10 статей и заметок по «Мултанскому делу», которые были опубликованы в столичных газетах.

В. Г. Короленко решил принять участие и в третьем судебном заседании, выступив в роли защитника. Заседание длилось 8 дней. В конце процесса он произнес 2 заключительные речи, которые до нас, правда, не дошли, так как стенографистки, увлеченные его выступлением, забыли о своих обязанностях.

Выяснилось, что труп Малютина был обезглавлен полицейскими для того, чтобы создать «ритуальный процесс». Все подсудимые были оправданы. Писатель добился поставленной цели.

Оправдательный приговор, встреченный с сочувствием всей Россией, достался дорогой ценой писателю. К счастью, справедливость восторжествовала. «Победа прогрессивного писателя являлась победой света и разума над черными силами реакции, над мракобесием и невежеством» [1, с. 44]. Эта победа досталась Короленко очень тяжело. Только самые близкие люди знали, какую трагедию переживал писатель в эти страшные дни. Уезжая в Мамадыш, он оставил тяжело больную дочь Олю. Во время процесса она умерла. «Не знаю, что было бы со мной, если бы еще и мултанцев закатали. Так хоть знаешь, что ездил не даром, и собственное горе смягчилось, когда думал о той волне радости, которая влилась после суда в Мултан» [3, с. 91].

Отчет Короленко о процессе печатался в «Русских ведомостях» за 1895 г. и занял 12 номеров. В этом же году в журнале «Русское богатство»

появились другие статьи писателя по данному вопросу под заглавием «Мултанское жертвоприношение». В 1896 г. он отредактировал отчет и выпустил его отдельной брошюрой.

«Мултанское дело», получившее благодаря Короленко широкую известность, выходящую даже за пределы России, со всей очевидностью раскрыло злоупотребления в системе полицейского надзора.

«Здесь со всей отчетливостью проявились основные черты Короленко-публициста и общественного деятеля – повышенная, обостренная восприимчивость, недремлющая тревога, постоянная готовность прийти на зов о помощи и удивительная при этом – до самозабвения – внутренняя сосредоточенность, целеустремленность» [4, с. 50].

Таким образом, публицистическая деятельность В. Г. Короленко в Нижегородский период была плодотворной и разнообразной как по форме, так и по содержанию. В своей работе писатель преследовал одну основную цель: борьбу против угнетения человека.

Современники видели в нем не только выдающегося писателя, но и талантливого публициста, ценили как художественные, так и гражданские достоинства его произведений.

\* \* \*

1. Донской Я. Е., Короленко В. Г. Очерк Полтавского периода жизни и деятельности писателя 1900–1921 гг. Харьков, 1963.
2. Короленко В. Г. Избранные письма. Т. 2. М., 1932.
3. Короленко В. Г. Письмо от 16 июня 1896 г.
4. Куканов Л. М. Публицистика В. Г. Короленко (1878–1896). Лекции. М., 1978.

*К. В. Егоров, Е. Н. Сердобинцева*

(г. Пенза, Россия)

## **ПОРТРЕТ ПРЕЗИДЕНТА В. В. ПУТИНА В АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЕ**

Глава государства является гарантом суверенитета, национальной независимости, единства и территориальной целостности своей страны. Он, представляя государство на самом высоком уровне, олицетворяет всю нацию. Успехи государства традиционно объединяют с именем его руководителя. Решая задачи своих стран в международных отношениях, главы государств стремятся соответствовать (или не соответствовать) требованиям международного права, ценностям, декларируемым международными организациями.



Несоответствие внешнеполитического и внутривластного поведения лидера государства вызывает осуждение мирового сообщества, воспринимается как неуважение к другим его членам. Как правило, именно такое поведение глав государств попадает под пристальное наблюдение средств массовой информации.

Однако, имея неограниченную власть над умами потребителей своей информации, часто СМИ манипулируют сознанием, создавая нужный им образ того или иного лидера. Так, американские журналисты информируют о ситуации в России через призму личности ее лидера, объясняя, что все происходящие процессы в стране, так или иначе происходят с молчаливого согласия или по приказу В.В. Путина. Именно поэтому почти в каждой статье используется выражение «путинский режим» в сочетании с оценочными прилагательными: «неоцаризм Путина», «антиамериканизм Путина», «путинский режим, основанный на коррумпированном авторитаризме и готовый на все ради сохранения власти», «путинская диктатура», «автократичная бюрократия Путина», «выстроенная Путиным неэффективная и сверху до низу коррумпированная система управления».

Только в одной статье, рассмотренной нами, использовалось словосочетание «Путин – добрый царь» и то с оттенком иронии: «Прямая линия» укрепляет имидж Путина как «добротного царя», который служит стране, страдающей от плохих чиновников (26 апреля 2013 г. Кортни Уивер | Financial Times).

А теперь попробуем собрать воедино разрозненные куски информации о личности В.В. Путина и очертить его образ, который создается у читателей американских газет:

*Очевидно, что президент Путин терпимо относится к действиям вне закона, направленным против сил, которые, как считается, наносят вред режиму или общественному порядку* (26 апреля 2013 г. Associated Press | The Washington Post).

*Главный приоритет российского правящего режима – это сохранение власти с целью упрочения позиций Путина путем поиска «врага» и за счет шумного антиамериканизма* (Дебаты продолжаются («The American Interest») Дэвид Крамер 08/04/2013).

*По словам Маккейна, поведение российского президента Владимира Путина в последние месяцы не было рациональным.*

*Есть мнение, что российский президент хочет заново «советизировать» Восточную и Центральную Европу* (НКО уходит из России («Foreign Policy») Джош Рогин 13/12/2012).

*Путин с самого начала делал то, о чем можно догадаться, читая его резюме. Он вступал в конфронтацию с Соединенными Штатами, он свертывал свободы, и он тонет в коррупции.*

*Насилие в российском обществе – это просто отражение характера его лидера.*

*Путин, действуя в классической советской традиции, без колебаний убивает, бросает за решетку и выдворяет из страны всякого, кто осмелится посягнуть на его авторитет и власть (Жестокая Россия («American Thinker») Ким Зигфельд 20/11/2012).*

*Ключевым аспектом имиджа Путина является именно энергичность, а продолжительная болезнь обернется проблемой для Путина, Она также повлияла бы на автократичную бюрократию, которую Путин собрал вокруг себя с момента прихода к власти 13 лет назад, и провела бы неприятные параллели между нынешним президентом и его непопулярным предшественником Борисом Ельциным (Кремль опровергает информацию о болезни Путина («The Wall Street Journal») Алан Каллисон 02/11/2012).*

*Путин – заложник своих собственных предвыборных обещаний не повышать пенсионный возраст.*

*Сейчас президент рассматривает представленный правительством план, который предписывает использовать на выплаты нынешним пенсионерам средства, направляющиеся сейчас в накопительную часть пенсии. Такие непопулярные решения, как повышение пенсионного возраста, способны лишить Путина политической поддержки (Стареющие россияне требуют от Путина выполнять пенсионные обещания («Bloomberg») Генри Мейер 24/10/2012).*

*Путин в марте действительно переизбрали на пост президента в страхе перед неизвестностью и на стремлении к стабильности (После Pussy Riot: что ждет российское движение протеста? («The Atlantic») Джеффри Тейлер 04/10/2012).*

*Путин напуган тем, что россияне его авторитарному правлению предпочитают свободу.*

*Невозможно точно оценить уровень поддержки Путина по всей стране, хотя некоторые последние опросы показывают его уверенный спад.*

*Бренд Путина исчерпал себя в целом по стране (Другая Россия («Foreign Affairs») Михаил Дмитриев и Даниэль Трейсман 05/09/2012).*

*Россияне были бы счастливы попроситься с теми знакомыми лицами, которые управляли ими последние 12 лет.*

*Уровень недовольства гораздо более высок, нежели показатели медленного снижения уровня одобрения действий президента (Другая Россия («Foreign Affairs») Михаил Дмитриев и Даниэль Трейсман 05/09/2012).*

*В своей третий срок президент Владимир Путин предложил четкий новый вектор: пропаганду консервативной, националистической идеологии. Казаки появились как своего рода талисман, они пользуются растущей финансовой и политической поддержкой (Русские ковбои вновь на коне («The International Herald Tribune») Эллен Барри 20/03/2013).*

*Путин продолжает агрессивно поддерживать врагов демократии по всему миру, он напрямую выступает против США.*

*Российские семьи в путинской России оказались в осаде, и удары по ним наносятся со всех мыслимых и немыслимых сторон. А реакция Путина на это типично советская: ложь и укрывательство вместо реформ (Жестокая Россия («American Thinker») Ким Зигфельд (Kim Zigfeld) 20/11/2012).*

*Последние события в России как один из аспектов усиливающейся изоляционистской направленности в политике Кремля. «Страна скатывается в прошлое все быстрее» (После Pussy Riot: что ждет российское движение протеста? («The Atlantic») Джеффри Тейлер 04/10/2012).*

*Путин и его клика препятствуют международным усилиям по отстаиванию демократических норм, защите прав человека и прекращению зверств и насилия (как в Сирии), они сами превращают себя в маргиналов на мировой арене. Пресс-секретарь Госдепартамента Виктория Нуланд (Victoria Nuland) вполне уместно употребила термин «охота на ведьм», описывая происходящее в России (столь вопиющие нарушения прав человека) (Дебаты продолжаются («The American Interest») Дэвид Крамер 08/04/2013).*

*Путинское наступление на Рунет помещает Россию в число стран, в которых свобода интернета находится под наибольшей угрозой (Обама и Путин («American Thinker») Ким Зигфельд 03/10/2012).*

*Российский лидер утверждал, что протесты были организованы Вашингтоном, чтобы ослабить Россию, а в его предвыборной кампании присутствовали антиамериканские высказывания (Российские депутаты расширили понятие госизмены («CBS») 24/10/2012).*

Анализ выдержек из статей позволил выделить основные черты российского президента. В. В. Путин – энергичный, уверенный в себе, обеспечивающий стабильность консерватор-националист с ярко выраженными антиамериканскими взглядами; готовый на любые, запрещенные законом, средства ради укрепления своей позиции, терпимый к таким же действиям своих сторонников; проводящий репрессивную политику, наступающий на свободу слова и медленно возвращающий страну в режим советской диктатуры, пользующийся поддержкой полиции, армии и правительства.

Обилие критических материалов в адрес главы Российской Федерации в СМИ США обусловлено тем фактом, что В. В. Путин, осознавая потенциальную мощь нашей страны, желает, чтобы Россия стала равноправным членом в ряду ведущих государств мира, а не безмолвным исполнителем чужой воли, выполняя указания под оголтелым давлением более развитых на сегодняшний день государств. Это не устраивает американскую власть, которая через СМИ в очередной раз запугивает своих граждан, создавая и взращивая негативное отношение к России и ее народу через образ российского лидера.

## **ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Повышенное внимание многонационального государства к проблеме толерантности обуславливает акцентирование этого аспекта в рамках проблемы ценностей современной журналистики.

Авторитетный антрополог, этнолог и культуролог Лесли Уайт характеризует культуру в традиционном ее понимании как «организацию явлений, видов и норм активности, предметов (средств, вещей, созданных с помощью орудий), идей (веры, знания) и чувств (установок, отношений, ценностей), выраженных в символической форме» [7, 20]. С точки зрения педагогики межнационального общения И. Л. Набок, подчеркивая значимость культуры в этой отрасли знания, представляет категорию культуры как сложно организованную целостность, «строящуюся на сложных взаимосвязях составляющих ее элементов, нарушение каждого из которых влечет за собой изменения системы в целом, ее перестройку» [5, 199]. Исследователь подчеркивает, что культура этноса означает «реальное культурное состояние и состояние этнической общности, образовавшееся в результате его развития, многочисленных контактов и взаимодействия с другими этническими общностями» [5, 203]. Рассматривая культуру в социологическом контексте, Б. С. Ерасов говорит о ней, как о «соотношении духовных факторов (норм, ценностей, смыслов и идей) с социальной регуляцией и социальным действием в разных культурно-исторических типах, существовавших в человеческой истории и продолжающих оказывать воздействие на социальные процессы» [3, 6].

В процессе репрезентации в журналистском тексте этнокультура не только являет собой национальную самобытность в культурологическом аспекте, но и дает представление о социальной структуре этнической общности. В одном из зарубежных источников это понятие характеризуется как совокупность людей, которые, воспринимая себя членами одной и той же категории и в то же время осознавая свое самоопределение, достигают общности с другими членами группы [9, 40]. Так, в статье Г. Булатова «Отношение к старшим и долгожительство на Кавказе», опубликованной в журнале «Отечественные записки» (2005), автор акцентирует устойчивость и непрерывность этнической традиции, связанной с почитанием старших на Северном Кавказе. В контексте этой проблемы представлены некоторые элементы национальной культуры и примеры их реализации в системе родовой и внесемейной коммуникации: «В селении любой человек почтенного возраста имел право сделать замечание подростку или юноше, который чем-то нарушал общественный порядок, приня-

тые нормы поведения, мог дать более молодому мужчине какое-то поручение, и попробовал бы последний как-то огрызнуться, не выполнить просьбу. Это было бы позором для его семьи, родителей, ближайших родственников. Общественное осуждение и урон для чести рода были гарантированы»; «Согласно традиционным нормам этикета чеченцев, равно как и других народов Кавказа, уважение к человеку старше себя, тем более старику, оказывается независимо от его национальной принадлежности. Тот, кто не уважает чужих стариков, не будет уважать и своих». Актуализируя затронутую в статье тему, Г. Булатов замечает: «На обывательском уровне все, что связано с Кавказом, часто имеет негативный оттенок, а традиции, обычаи кавказских народов воспринимаются как непонятные, воинственные, жестокие» [1]. Автор пишет, что история северокавказских этносов и суровые условия жизни действительно воспитывали воинские качества у мальчиков, но это один из элементов многогранной культуры народов Северного Кавказа, отличающейся гуманными национальными традициями.

Аудитория, являющаяся для СМИ непосредственным реципиентом, формирует свое отношение к конкретной нации представляемыми сведениями о ней. В современном информационном пространстве, начиная с середины первого десятилетия XXI в., происходит процесс так называемой реабилитации восприятия обществом региона Северного Кавказа и населяющих его народов, заметно трансформируя все прежние подходы к отражению северокавказского менталитета. В этой связи наиболее эффективным способом формирования образа нации является репрезентация этнокультуры. Ее элементы в публикациях журналистов выполняют различные функции. Как правило, основное назначение этих элементов – привнесение национального колорита в текст. При этом они играют роль информационных механизмов, способствующих пониманию менталитета того этноса, который представлен в журналистском материале.

В связи с этим необходимо обратиться к феномену исторической памяти, с которым тесно увязана культура народа составными элементами, к которым относятся архетипы и символы, особенности бытового уклада, национальные традиции и религиозная этика. Поскольку исторической памятью обладают как индивиды, социальные группы, так и общества в целом [4, 23], то можно говорить о том, что память как историографическая категория присуща и государству. Говоря о Российской Федерации, важно учитывать фактор полиэтничности страны, что подразумевает следующее: историческая память России представлена многокультурной палитрой с ярко выраженными национальными спецификами, элементы которых постоянно вступают во взаимосвязь на разных уровнях проявления: в политике, экономике, социальной сфере, на уровне бытового общения. Таким образом, историческую память России составляет историческая память населяющих ее этносов. И если историческая память в условиях существования СССР, концепция которого заключалась в объединении

народов и сохранении передаваемых из поколения в поколение исторических ценностей, то после его распада историческая память стала представлять собой мозаику преломленных рефлексий о событиях прошлого. Это касается как отдельных этнических групп, так и всего российского народа в целом.

Причиной тому послужили многочисленные межэтнические конфликты, центром которых по преимуществу стала территория Северного Кавказа. Обращение нашего внимания именно к этому региону обусловлено тем, что республики, входящие в его состав, являются субъектами Российской Федерации, однако, межнациональная разобщенность, проявляемая в частых конфликтах по этническому признаку, наблюдается и в настоящее время. Здесь следует говорить о том, что «крупные социальные сдвиги, политические катаклизмы дают мощный импульс изменениям в восприятии образов и оценке значимости исторических лиц и исторических событий: идет процесс трансформации коллективной памяти, который захватывает «живую» социальную память, память о пережитом современников и участников событий, но и глубинные пласты культурной памяти общества, сохраняемой традицией и обращенной к отдаленному прошлому» [8, 165]. Иными словами, есть основание говорить о культуре как категории, сохраняющей историческую память. Но поскольку межэтнические конфликты нередко порождают национальную неприязнь к народам Северного Кавказа, способствуют игнорированию духовных ценностей при оценке образа нации, представляется важным изучить отражение этнокультуры на страницах периодической печати, что может стать одним из первоначальных этапов восстановления исторической памяти как коллективной памяти всего проживающего на территории Российской Федерации населения в разные эпохи, включая и кризисные ситуации. Теоретик истории Иорн Рюзен, рассматривая проблему исторической памяти, предложил типологию определяющих ее развитие кризисов: нормальный, критический и катастрофический. Для нас в аспекте ценностных ориентиров журналистики интерес представляет критический тип исторической памяти, поскольку он «ставит под сомнение возможности воспринимать и адекватно интерпретировать прошлый опыт, зафиксированный в исторической памяти, в соответствии с современными потребностями и задачами, которые ставят перед собой субъекты» [8, 158]. Суть этого типа заключается в том, что в результате происходят коренные изменения в историческом сознании, формируется новый тип мышления. Для нас важно то, что это ведет «к изменению исторической памяти в процессе не только формирования новых способов смыслообразования, но и принципов идентификации, а также ментальных форм сохранения исторической памяти» [8, 158]. Изучить феномен исторической памяти посредством рассмотрения особенностей этнокультуры конкретного народа, значит, воспроизвести реальную картину мироощущения и мировоззрения нации и воссоздать прошлое в контексте межнациональных отношений в настоя-

щем времени. Результаты анализа периодической печати с точки зрения репрезентации этнокультурных ценностей как компонента исторической памяти нашли свое отражение в нашей монографии «Журналистика в межнациональном дискурсе: этнокультурный аспект» [6].

В первые годы XXI в. в периодической печати появляется все больше публикаций этнокультурной направленности, которые в определенной степени, посредством обращения к проблеме национальных культурных ценностей, проясняли взгляд, как на чеченцев, так и на другие народы Северного Кавказа, тем самым устанавливая так называемый межнациональный и межкультурный диалог. Это важный, демонстрирующий существенную эволюцию этап в процессе освещения этнокультуры народов Северного Кавказа отечественными периодическими изданиями. Необходимо отметить, что межкультурное общение, реализуемое и средствами массовой информации, предполагает не только обмен историей этноса, его духовными ценностями, но и умение понимать национальные мировоззрения. Г. Д. Гачев замечает: «Чтобы мнимое взаимопонимание максимально приближалось к действительному, надо делать поправку на национально-историческую систему понятий и ценностей, то есть учитывать, что представитель другого народа может видеть мир несколько иначе, чем я» [2, 17]. Учет этих ценностных факторов в процессе межкультурного диалога может существенно способствовать урегулированию конкретных социальных конфликтов. Возможно, осознавая это, в своих статьях журналисты стали чаще обращаться к этнокультурному компоненту, что, безусловно, повысило степень объективности в освещении кавказской темы.

\* \* \*

1. Булатов Г. Отношение к старшим и долгожительство на Кавказе // Отечественные записки. 2005. № 5. [Электронный ресурс] URL: [http://magazines.russ.ru/oz/2005/5/2005\\_5\\_28.html](http://magazines.russ.ru/oz/2005/5/2005_5_28.html)
2. Гачев Г. Д. Ментальности народов мира. М. : ЭКСМО. Алгоритм, 2008. 544 с.
3. Ерасов Б. С. Социальная культурология. М. : Аспект Пресс, 2000. 591 с.
4. История и память / под ред. Л. П. Репиной. М. : Кругъ, 2006. 768 с.
5. Набок И. Л. Педагогика межнационального общения. М. : Academia, 2010. 304 с.
6. Рева Е. К. Журналистика в межнациональном дискурсе: этнокультурный аспект. Саратов : Наука, 2013. 136 с.
7. Орлова Э. А. Введение в социальную и культурную антропологию. М. : Изд-во МГИК, 1994. 214 с.
8. Феномен прошлого / отв. ред. И. М. Савельева, А. В. Полетаев. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – 476 с.
9. Tajfel, H., Turner, J. C. An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin, S. Worchel (eds.). The social psychology of intergroup relations. Monterey, California, 1979. P. 33–47.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Антъе Вальтер** – журналист (Германия, г. Фленсбург).

**Веселовский Антон Григорьевич** – аспирант Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина (Россия, г. Тамбов).

**Гаврилов Кирилл Георгиевич** – кандидат юридических наук, доцент кафедры истории, права и методики правового обучения Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Гаврилова Татьяна Викторовна** – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории, права и методики правового обучения Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Гегелова Наталья Сергеевна** – кандидат филологических наук, доцент Российского университета дружбы народов (Россия, г. Москва).

**Гуськова Светлана Владимировна** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики и издательского дела Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина (Россия, г. Тамбов).

**Данюк Александр Николаевич** – аспирант кафедры журналистики Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Демченко Адольф Андреевич** – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой литературы и методики ее преподавания Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского (Россия, г. Саратов).

**Егоров Кирилл Вячеславович** – студент V курса историко-филологического факультета Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Ерофеева Ирина Викторовна** – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой журналистики и связей с общественностью Забайкальского государственного университета (Россия, г. Чита).

**Жуков Александр Сергеевич** – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Забавникова Евгения Сергеевна** – аспирант Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина (Россия, г. Тамбов).

**Зверева Екатерина Анатольевна** – кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой журналистики и издательского дела Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина (Россия, г. Тамбов).



**Иванов Анатолий Иванович** – доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и издательского дела Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина (Россия, г. Тамбов).

**Костякова Юлия Борисовна** – кандидат исторических наук, доцент кафедры стилистики русского языка и журналистики Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова (Россия, Республика Хакасия, г. Абакан).

**Кошелюк Елена Васильевна** – кандидат филологических наук, доцент Восточноевропейского национального университета им. Леси Украинки (Украина, г. Луцк).

**Ложникова Ольга Петровна** – старший преподаватель кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и связи с общественностью Казахского национального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, г. Алматы).

**Муканова Гюльнар Кайроллиновна** – кандидат исторических наук, доцент кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и связи с общественностью Казахского национального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, г. Алматы).

**Негизбаева Марлан** – кандидат филологических наук, доцент кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и связи с общественностью Казахского национального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, г. Алматы).

**Нуржанова Шарипа Сыздыковна** – старший преподаватель кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и связи с общественностью Казахского национального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, г. Алматы).

**Омирхан Абдиманулы** – доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, г. Алматы).

**Он Оя** – профессор университета Саппоро (Япония, г. Саппоро).

**Павлова Анна Александровна** – студентка II курса историко-филологического факультета Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Петропавловский Андрей Евгеньевич** – аспирант кафедры журналистики Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Рева Екатерина Константиновна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Сафронова Ольга Викторовна** – кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики и связей с общественностью Забайкальского государственного университета (Россия, г. Чита).

**Сердобинцева Елена Николаевна** – доктор филологических наук, доцент кафедры журналистики Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Филаткина Гелия Сергеевна** – аспирант Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова (Россия, г. Москва).

**Шынгысова Назгуль Турсынбаевна** – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой ЮНЕСКО, международной журналистики и связи с общественностью Казахского национального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, г. Алматы).

**Шувалов Иван Федорович** – кандидат филологических наук, профессор кафедры журналистики Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Щанкина Юлия Ивановна** – докторант Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева (Россия, Республика Мордовия, г. Саранск).

**Щеблыкин Иван Павлович** – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Щеблыкин Сергей Иванович** – доктор филологических наук, профессор кафедры литературы и методики преподавания литературы Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Юсяев Алексей Сергеевич** – аспирант кафедры литературы и методики преподавания литературы Пензенского государственного университета (Россия, г. Пенза).

**Кэнсо Ямамото** – доктор философских наук, профессор кафедры славяноведения Хоккайдского университета (Япония, г. Хоккайдо).

## СОДЕРЖАНИЕ

ОТ РЕДАКТОРА .....	3
<i>Щеблыкин И. П.</i> ЛИТЕРАТУРА И ЖУРНАЛИСТИКА: О СОСТОЯНИИ ЯЗЫКОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРАХ В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ.....	4
<i>Иванов А. И.</i> РУССКИЕ ПИСАТЕЛИ-КОРРЕСПОНДЕНТЫ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ О ЦЕННОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ЖИЗНИ .....	7
<i>Демченко А. А.</i> УРОКИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО МАСТЕРСТВА ЧЕРНЫШЕВСКОГО: СТАТЬЯ «Г. ЧИЧЕРИН КАК ПУБЛИЦИСТ» .....	14
<i>Гегелова Н. С.</i> ЖАНРЫ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ.....	20
<i>Щеблыкин С. И.</i> ПОЛЕМИКА КАК СРЕДСТВО УТВЕРЖДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ.....	24
<i>Абдиманулы Омирхан</i> ЛИТЕРАТУРНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АХМЕТА БАЙТУРСЫНОВА.....	26
<i>Гуськова С. В.</i> ВЛИЯНИЕ КОНВЕРГЕНТНЫХ СМИ НА МОЛОДЕЖНУЮ АУДИТОРИЮ .....	34
<i>Ерофеева И. В.</i> ДИХОТОМИЯ РУССКОЙ «СВОБОДЫ» В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАТЕКСТЕ.....	39
<i>Муканова Г. К., Нуржанова Ш. С.</i> ПУБЛИЦИСТИКА КАЗАХСТАНА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ .....	43
<i>Жуков А. С.</i> ИНФОТЕЙНМЕНТ КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ РЕАЛЬНОСТИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ.....	46
<i>Щанкина Ю. И.</i> ЖЕНСКАЯ ПРОЗА НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА «СТРАННИК» .....	49
<i>Ямамото Кэнсо</i> КОНЦЕПЦИЯ «ИНТРИГИ» В ПРОЦЕССЕ ОБОСТРЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЧУВСТВ В РУССКОМ ОБЩЕСТВЕ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ДИСКУССИИ ПО ОСТЗЕЙСКОМУ ВОПРОСУ В 1860-х гг. ....	53
<i>Сафронова О. В.</i> О РОЛИ СОВРЕМЕННЫХ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ И СОХРАНЕНИИ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ.....	56

<i>Шувалов И. Ф.</i> ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ .....	60
<i>Antje Walther</i> FREIHEIT ZUR WAHRHEIT.....	64
<i>Гаврилова Т. В., Гаврилов К. Г.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РОССИЙСКИМИ СМИ ИСКАЖЕННОГО ПРАВОВОГО ПОНЯТИЯ «ЮВЕНАЛЬНАЯ ЮСТИЦИЯ»: ПРОБЛЕМЫ ЭТИКИ И ПРОФЕССИОНАЛИЗМА ЖУРНАЛИСТА, ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ В СВЕТЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ В ЖУРНАЛИСТИКЕ .....	65
<i>Филаткина Г. С.</i> СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ВЕНЕСУЭЛЕ: ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ МОЛОДЕЖИ.....	69
<i>Веселовский А. Г.</i> ИЗ ИСТОРИИ РАБСЕЛЬКОРОВСКОГО ДВИЖЕНИЯ В ТАМБОВСКОМ КРАЕ. ВОЗРАСТНЫЕ И ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ .....	74
<i>Зверева Е. А.</i> КОНВЕРГЕНТНЫЕ ФОРМАТЫ ТРАНСЛЯЦИИ КОНТЕНТА ЖУРНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ КАЧЕСТВЕННОГО ТИПА .....	79
<i>Забавникова Е. С.</i> ГОСУДАРСТВЕННО-ХРИСТИАНСКИЕ МОТИВЫ В ПУБЛИЦИСТИКЕ АРХИЕПИСКОПА ЛУКИ (ВОЙНО-ЯСЕНЕЦКОГО) В «ЖУРНАЛЕ МОСКОВСКОЙ ПАТРИАРХИИ» И ИХ СВЯЗЬ С ЦЕННОСТЯМИ ГУМАНИЗМА .....	83
<i>Кошелюк Е. В.</i> БИНАРНЫЕ АРХЕТИПИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ В КОНТЕКСТЕ СУБЛИМИНАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМНОГО МЕДИАТЕКСТА .....	87
<i>Он Оя</i> ВЫСТАВКА КАК ДИСПЛЕЙ ИМПЕРИИ. ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ИМПЕРИИ В РУССКОМ ОБЩЕСТВЕ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX в. ....	91
<i>Петропавловский А. Е.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ЭТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА ЧЕРЕЗ СМИ (ПРОБЛЕМЫ ЭРОТИКИ).....	95
<i>Юсяев А. С.</i> ОЧЕРК КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ЖАНРОВОЙ СТРУКТУРЫ КНИГИ В. А. ГИЛЯРОВСКОГО «МОСКВА И МОСКВИЧИ» .....	99
<i>Костякова Ю. Б.</i> НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТОВ ХАКАСИИ В 30-е гг. XX в. (К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ ЦЕННОСТНЫХ ПРИНЦИПОВ В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ СМИ).....	103

<i>Гаврилов К. Г., Павлова А. А.</i> ЦЕННОСТНЫЙ ОРИЕНТИР ДЛЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ И ПРАВОВОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ: ОБРАЗ Н. И. БУХАРИНА В РАБОТАХ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ .....	107
<i>Ложникова О. П.</i> КУЛЬТУРА ДИСКУССИОННО-ПОЛЕМИЧЕСКОЙ РЕЧИ И СОВРЕМЕННЫЕ СМИ .....	111
<i>Негизбаева М. О., Шынгысова Н. Т.</i> ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В МЕДИАСФЕРЕ .....	119
<i>Данюк А. Н., Щерблюкин И. П.</i> ПУБЛИЦИСТИКА В. Г. КОРОЛЕНКО НИЖЕГОРОДСКОГО ПЕРИОДА (1885–1896) .....	124
<i>Егоров К. В., Сердобинцева Е. Н.</i> ПОРТРЕТ ПРЕЗИДЕНТА В. В. ПУТИНА В АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЕ .....	128
<i>Рева Е. К.</i> ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ ЖУРНАЛИСТИКИ .....	132
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ .....	136



*Научное издание*

**ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ  
СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Материалы  
I Международной  
научно-практической конференции

г. Пенза, 19–20 сентября 2013 г.

П о д р е д а к ц и е й  
профессора **Щеблыкина** Ивана Павловича

При подготовке к публикации все материалы подвергались минимальной правке, поэтому ответственность за уровень преподнесения информации остается за авторами.

*Компьютерная верстка* Ф. Д. Фафурина

Подписано в печать 18.09.2013. Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Усл. печ. л. 8,25.  
Заказ № 779. Тираж 100.

---

Пенза, Красная, 40, Издательство ПГУ  
Тел./факс: (8412) 56-47-33; e-mail: iic@pnzgu.ru