

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**В О П Р О С Ы
Ж У Р Н А Л И С Т И К И**

Russian Journal of Media Studies

Научный журнал

2017

№ 1

***Редакционная коллегия журнала
«Вопросы журналистики»***

Ю. М. Ершов (Томск, Россия) –
главный редактор
Ю. А. Эмер (Томск, Россия) –
зам. главного редактора
И. Ю. Мясников (Томск, Россия) –
зам. главного редактора
Н. В. Жиликова (Томск, Россия) –
зам. главного редактора
Д. А. Катунин (Томск, Россия) –
зам. главного редактора
П. П. Каминский (Томск, Россия) –
отв. секретарь
В. С. Байдина (Томск, Россия)
М. А. Бережная (Санкт-Петербург,
Россия)
И. В. Высоцкая (Новосибирск, Россия)
Г. В. Кручевская (Томск, Россия)
В. Д. Мансурова (Барнаул, Россия)
М. А. Мясникова (Екатеринбург,
Россия)
Е. В. Перевалова (Москва, Россия)

***Редакционный совет журнала
«Вопросы журналистики»***

Е. Л. Вартанова (Москва, Россия)
И. М. Дзялошинский (Москва, Россия)
О. Д. Журавель (Новосибирск, Россия)
С. Г. Корконосенко (Санкт-Петербург,
Россия)
К. Лехтисаари (Хельсинки, Финляндия)
Б. Н. Лозовский (Екатеринбург,
Россия)
Д. Л. Стровский (Ариэль, Израиль)
П. Тамаш (Будапешт, Венгрия)
В. В. Тулунов (Воронеж, Россия)
Л. П. Шестеркина (Челябинск, Россия)

***Editorial Board of the Russian Journal
of Media Studies***

Yu. M. Ershov (Toms, Russia) –
Editor-in-Chief
Yu. A. Emer (Toms, Russia) – Deputy
Editor-in-Chief
I. Yu. Miasnikov (Toms, Russia) –
Deputy Editor-in-Chief
N. V. Zhilyakova (Toms, Russia) –
Deputy Editor-in-Chief
D. A. Katunin (Toms, Russia) – Deputy
Editor-in-Chief
P. P. Kaminskiy (Toms, Russia) –
Executive Editor
V. S. Baydina (Toms, Russia)
M. A. Berezhnaya (St. Petersburg, Russia)
I. V. Vysotskaya (Novosibirsk, Russia)
G. V. Kruchevskaya (Toms, Russia)
V. D. Mansurova (Barnaul, Russia)
M. A. Miasnikova (Yekaterinburg, Russia)
Ye. V. Perevalova (Moscow, Russia)

***Editorial Council of the Russian Journal
of Media Studies***

Ye. L. Vartanova (Moscow, Russia)
I. M. Dzyaloshinskiy (Moscow, Russia)
O. D. Zhuravel (Novosibirsk, Russia)
S. G. Korkonosenko (St. Petersburg,
Russia)
K. Lehtisaari (Helsinki, Finland)
B. N. Lozovskiy (Yekaterinburg, Russia)
D. I. Strovskiy (Ariel, Israel)
P. Tamás (Budapest, Hungary)
V. V. Tulupov (Voronezh, Russia)
L. P. Shestyorkina (Chelyabinsk, Russia)

СОДЕРЖАНИЕ

От редактора	5
--------------------	---

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ

Ершов Ю. М. Медиа как экспертная система и область доверительных отношений	7
Мансурова В. Д. Социокоды журналистской идеологии: дилемма теории и аксиома практики	22
Тулупов В. В. Журналистиковедение: предметно-объектное поле и структура	35

МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

Дзялошинский И. М. Мифологемы и идеологемы российских медиа: опыт систематизации.....	47
Загидуллина М. В. Медиалогика как инструмент анализа в коммуникативистике	75
Пазовский А. М. Фотоновелла: жанр фотодокументалистики или неустоявшаяся форма креативного самовыражения автора?	89

ИСТОРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Евдокимова Е. В. Крестьянский иллюстрированный журнал «Сибирская деревня» в системе сибирской печати 1920-х гг.	103
Заморкин А. Б., Лепилкина О. И. Театральная журналистика И. Д. Сургучева в ставропольской прессе начала XX века	115

РЕЦЕНЗИИ, КРИТИКА, БИБЛИОГРАФИЯ

Юкечев В. П. Рецензия на книгу: Телевидение Сибири: история, теория и практика	128
Сведения об авторах.....	132

CONTENTS

From the Editor	5
------------------------------	---

CONTEMPORARY MEDIA SYSTEMS

Ershov Yu. M. Media as an expert system and an area of trust	7
Mansurova V. D. Sociocodes of journalistic ideology: dilemma of theory and axiom of practice.....	22
Tulupov V. V. Journalism studies: the subject-object field and the structure	35

MEDIA TEXT AND MEDIA DISCOURSE

Dzyaloshinskiy I. M. Mythologemes and ideologemes of the Russian media: the experience of systematization	47
Zagidullina M. V. Media logic as a tool in communicative analysis	75
Pazovskiy A. M. The photonovel: a genre of photodocumentalism or an unstable form of the author's creative expression?.....	89

HISTORICAL STUDIES

Evdokimova Ye. V. Peasant illustrated magazine <i>Sibirskaya Derevnnya</i> in the Siberian press of the 1920s.....	103
Zamorkin A. B., Lepilkina O. I. Theatre journalism of Ilya Surguchev in the Stavropol press of the early 20th century.....	115

REVIEWS, CRITIQUES, BIBLIOGRAPHY

Yukechev V. P. Book review: Television of the Siberia: history, theory and the practice	128
Information about the Authors	132

DOI: 10.17223/26188422/1/1

ОТ РЕДАКТОРА

Мы начинаем издавать журнал, который задуман как инструмент профессионального самосознания. Мы на факультете журналистики Национального исследовательского Томского государственного университета ощущаем свою ответственность за связь университетской науки и журналистских практик и запускаем «Вопросы журналистики» как локомотив *media studies*.

Название «Вопросы журналистики» отражает наше стремление захватить в поле зрения и исследовательского анализа как можно больше актуальных проблем всех сторон журналистской деятельности, а также смежных коммуникационных сфер. Называя так наш журнал, мы не стремились к оригинальности или особой звучности. Журнал наш научный и основывается на традициях университетских изданий. Кроме того, мы видим, что российское медиапространство достаточно консервативно и стремится более к ценностям сохранения, нежели разрушения и новаторства.

Миссия журнала – отражать новейшие и наиболее значимые результаты в сфере гуманитарных, социальных наук и медиаисследований, нацеленных на глубокое осмысление сущностных вопросов журналистики, телевидения, массовых коммуникаций, издательского дела, рекламы и связей с общественностью.

Журнал «Вопросы журналистики» позиционирует себя как открытая площадка общения ученых и специалистов, работающих в России и за рубежом в сфере журналистского образования, редакционной деятельности и медиабизнеса. Главная цель, которую ставят перед собой издатели журнала, – содействовать свободной дискуссии и обмену идеями во благо продвижения в реальную медиаэкономику теоретических изысканий, концептов и научно обоснованных прогнозов.

Журнал предназначен для научных работников и преподавателей-исследователей, аспирантов и магистрантов, студентов бакалавриата по коммуникативным специальностям, а также для редак-

ционных сотрудников, редакторов, медиаменеджеров и инвесторов медиапроектов.

В основу редакционной политики «Вопросов журналистики» положены принципы уважительного отношения к читателю, открытости и междисциплинарного подхода, позволяющие представлять общественности итоги изысканий научных коллективов и отдельных авторов в областях фундаментальной и прикладной журналистской науки.

В приоритетах журнала – публикация статей высокого класса, находящихся на международном уровне по своей концепции, исследовательским техникам и предмету исследования, способного заинтересовать значительную часть профессионального сообщества журналистов и теоретиков журналистики.

«Вопросы журналистики» делают ставку на то, чтобы стать «конечным пунктом» для своих читателей в их поиске научной информации о меняющейся медиасфере, об истории, теории и практике журналистики, о профессиональном образовании журналистов и медиаобразовании для нежурналистов. Но стать авторитетным и цитируемым изданием журнал сможет только с помощью его авторов и хорошо налаженной системы рецензирования статей.

Ю.М. Ершов, научный руководитель Высшей школы журналистики Национального исследовательского Томского государственного университета, главный редактор журнала «Вопросы журналистики»

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ

УДК 316.77

DOI: 10.17223/26188422/1/2

Ю.М. Ершов

МЕДИА КАК ЭКСПЕРТНАЯ СИСТЕМА И ОБЛАСТЬ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В статье рассматриваются концептуальные основы доверия к средствам массовой информации и анализируются аудиторные данные разных исследовательских служб. Автор исходит из того, что феномен доверия/недоверия к социальным институтам малоизучен, хотя социологи десятилетиями измеряют уровень доверия правительству, прессе, общественным организациям и др. При этом доверительное или недоверчивое отношение аудитории к СМИ во многом объясняет место, роль и перспективы медиа в российском обществе, равно как и состояние самого социума, которое сегодня напоминает «выученную беспомощность».

Ключевые слова: доверие, журналистика, СМИ, коммуникации, аудитория

Введение

Со времен выхода «Техники пропаганды» Г. Лассуэлла [1] коммуникационный процесс в media studies чаще всего рассматривается как однонаправленный: суггестивный, убеждающий или манипуляторский. И в этом случае исследователей интересует в первую очередь охват аудитории и доходчивость сообщения, эффективность усилий коммуникатора. В эпоху социальных сетей такой подход к массовым коммуникациям выглядит откровенно анахроничным. Само разделение на коммуникатора и объект его воздействия (на медиума и его паству) кажется уже недостаточным, не объясняющим коммуникационные особенности.

Мы рассматриваем деятельность СМИ как налаживание и поддержание доверительных отношений между участниками процесса: прежде всего между редакциями и публикой. Сама кате-

гория доверия должна исследоваться как ключевая проблема современной журналистики и основной индикатор медиаэкономики. Очевидно, что доверие многообразно. Оно может сосуществовать с недоверием. Оно определяет отношения с другими индивидами и с миром вообще. СМИ как профессиональная экспертная система получает от общества полномочия на поиск и фильтрацию социальных проблем, установление повестки дня (приоритетности обсуждаемых вопросов) и формирование картины мира.

Каждый кредит доверия всегда когда-то заканчивается, после чего система должна перезагрузиться и обновить свой функционал, либо она деградирует, вызывает огонь общественной критики и должна уступить место на сцене другим социальным институтам. Современная журналистика находится буквально на грани жизни и смерти. То, что пресса не может зарабатывать себе на жизнь, связано с провалом отработанных бизнес-моделей и существующих механизмов монетизации информационных услуг. Но более всего (и это первично!) системный кризис журналистики связан с утратой аудиторного доверия.

Концептуальный контекст проблемы доверия

Доверие как социальная категория начала разрабатываться учеными в XIX в. Значительный вклад в изучение социального доверия внес немецкий социолог Макс Вебер. По его мнению, основой возникновения доверительных отношений на Западе послужила так называемая формальная рациональность, то есть особый метод правового мышления применительно к актуальным социальным дилеммам, который не обнаруживается в других культурах. Оппоненты М. Вебера указывают на неясность того, было ли социальное доверие результатом появления правового мышления в чистом виде или побочным следствием бурного роста капитализма в Европе и рыночных отношений. Эти методологические просчеты веберизанства отсутствуют в концепциях французского социолога Эмиля Дюркгейма, который, анализируя функциональную динамику изменения религиозных ритуалов, пришел к выводу, что социальное доверие создается с помощью моральной солидарности и конформности общим групповым символам.

С середины XX в. феномен социального доверия анализировался в работах Толкотта Парсонса, Ральфа Дарендорфа, Петра Штомпки,

которые рассматривали доверие в контексте конструирования социального порядка, общественных институтов и организаций, а также повседневных межличностных и межгрупповых взаимодействий. В последней трети прошлого века на исследования социального доверия стали оказывать большое влияние работы в области глобалистики и футурологии, компаративной транзитологии и теорий модернизации (Д. Вудрафф, Дж. Аррига, М. Кастельс, Ф. Фукуяма и др.). С середины 1990-х гг. социальное доверие рассматривается чаще всего как определяющий социальный параметр в экономическом измерении, необходимый для развития человеческих ресурсов, и особенно человеческого капитала. В сетевых концепциях социальное доверие изучается как некоторая «паутина» эмоциональных установок, а социальные агенты – как своеобразные «спайдермены», находящиеся в центре сотканных ими связей. Другим пониманием социального доверия является его анализ как сетевого капитала на макроуровне, соединенном множеством отдельных «мостов» и «дистанций».

Как можно убедиться в кратком обзоре концепций, доверие трактуется учеными очень неоднозначно. Ряд исследователей определяет феномен доверия как ожидание, психологическую установку или готовность, уверенность. Для других доверие – это, скорее, личностное и групповое свойство, общественное настроение, социальный климат или состояние социума. Есть позиция, по которой доверие – это процесс передачи информации и других значимых благ, процесс социального обмена и гарантии, регулятор безличных отношений. Очевидно, что доверие в патриархальном обществе отличалось от деперсонализованного и институционального доверия в постиндустриальном мире. Все это позволяет говорить о разных культурах доверия в разных обществах, что доказано трудами Адама Селигмена [2], Френсиса Фукуямы [3], Никласа Лумана [4] и других социологов.

Согласно Н. Луману, доверие предстает как механизм, способствующий сокращению ненадежности и риска в сложном современном мире [5]. Ф. Фукуяма и некоторые другие мыслители считают доверие тождественным вере и рассматривают его как чувство, с которым рождается каждый ребенок и которое человек вынужден в зрелом возрасте менять на рациональность. Иной точки зрения придерживается Энтони Гидденс [6]. Он не отрицает, что доверие может существовать как индивидуальное чувство, но настаивает, что доверие в современных условиях жизни все

больше рационализируется. Например, Э. Гидденс говорит о рациональном доверии к денежным (символическим) системам или доверии к экспертным системам. С его точки зрения, наряду с доверием в межличностном взаимодействии возникает доверие другой природы – доверие к институтам, что более важно, чем доверие личностное. Допустим, вы захотели открыть банковский вклад и можете принять взвешенное решение о выборе банка и характере вклада на основании размера ставки. Но при этом ваше доверие к банкирам основывается на доверии к правилам страхования вкладов и на доверии к денежному обращению в стране и самому институту кредитных учреждений. Отношения доверия/недоверия становятся рациональными, более функциональными и менее персонифицированными.

Под экспертными системами у Энтони Гидденса подразумеваются системы профессиональной экспертизы, организующие наше материальное и социальное окружение. Большинство из нас пользуется консультациями профессионалов – юристов, дизайнеров, врачей и т.д. – нерегулярно, но системы, в которые включено экспертное знание, определяют нашу жизнь постоянно. Экспертные системы вместе с символическими знаковыми системами «вырывают» социальные отношения из их непосредственности. Механизмы высвобождения основываются как раз на доверии. Доверие (в отличие от веры) фундаментальным образом вплетено в институты современной жизни. Доверием облекаются не индивиды, а абстрактные возможности. Использование такой знаковой системы, как деньги, предполагает, что кто-то другой, с кем я с их помощью вступаю во взаимодействие, приписывает им такую же ценность, как и я.

Очевидно, что редакционные технологии поиска, сбора и обработки фактов, равно как и методики редактирования, тиражирования или трансляции информационных сообщений, являются системами профессиональной экспертизы, которым аудитория доверяет на вполне рациональных основаниях. У читателя, слушателя или зрителя нет нужных профессиональных компетенций, нет средств и времени на поиск фактов или фактчекинг – проверку истинности полученной информации. Поэтому он вынужден довериться редакциям СМИ, телеканалам и медийным платформам, которые технично организуют информационное пространство для лучшей нашей ориентации в текущих событиях.

Феномен доверия к средствам массовой информации мало исследовался и в России, и в мире. Получили известность публикации английских ученых Питера Лунта (University of Leicester) и Сони Ливингстон (The London School of Economics and Political Science). Что касается отечественных исследований, единственная диссертационная работа, посвященная медиадоверию, это кандидатская диссертация Е.В. Шляховой на тему «Социально-психологические факторы доверия пользователей к информации в электронной массовой коммуникации», защищенная в 2013 г. в Институте психологии Российской академии наук [7].

Других монографических исследований феномена доверия исследователями СМИ пока не проводилось. Публиковались только отдельные статьи или тезисы докладов на конференциях [8–10]. Наш факультет – факультет журналистики Томского госуниверситета – изучал аудиторные ожидания в начале 2000-х гг. в рамках грантовой исследовательской темы установок толерантного сознания [11], и у нас проводились измерения доверия городской аудитории к прессе. Высшая школа экономики в 2013 г. выпустила книгу о доверии и недоверии [12], но среди нескольких ее разделов нет главы, посвященной доверию к СМИ. Отсутствие продолжающихся исследований медиадоверия очень мешает нашей медийной отрасли, поскольку лишает профессиональное сообщество понимания долгосрочных перспектив журналистики как экспертной системы.

Социология аудиторных ожиданий

Российские социологи, в частности Фонд общественного мнения и Левада-Центр, уже более десяти лет изучают в опросах по общенациональной выборке, как в нашей стране обстоят дела с доверием. Сразу отметим, что наблюдается отрицательная динамика ответов. Недоверия в обществе больше, чем доверия, и ситуация склонна ухудшаться. ФОМ 10 лет спрашивает россиян: «Как вы считаете, можно ли доверять людям или с ними следует быть осторожными?» (вопрос из методики американского социолога Джулиана Роттера). Примерно 20 % опрошенных считают, что людям доверять можно. Но большая часть россиян – примерно 70–75 % – все десятилетие упрямо твердят: «Нет, с людьми надо быть осторожными». Пятая часть доверяющих – это высокоресурсные группы, как их определяют социологи, – люди с высшим образованием и высоким доходом. Больше всего

таких в Москве. Что касается российской провинции, то в глубинке доверие к людям вообще не очень распространено [13].

Эти данные коррелируют с отчетами мировых исследовательских проектов (например, Edelman Trust Barometer). По совокупному уровню доверия (уровень доверия ко всем четырем институтам: власти, бизнесу, неправительственным организациям и СМИ) Россия в 2017 г. занимает последнюю строку в рейтинге стран, где не доверяют своим социальным институтам [14]. Для нашего исследования важно выделить и рассмотреть в сравнении с другими социальными институтами доверие к СМИ. Упомянутое исследование института Эдельмана измеряет доверие к прессе в 60 странах. В 2017 г. Россия продемонстрировала 32 % доверия к СМИ, что поставило нашу страну на один уровень с Польшей. Только в двух странах мира – Турции и Ирландии – доверие к СМИ еще меньше (25 % и, соответственно, 29 %). Для сравнения, в Индии уровень доверия к СМИ оценивается в 66 %, а в Китае – в 65 %. В США он держится пару лет на уровне 47 %. Среднемировое доверие к медиа как социальному институту составляет 43 %.

Более недоверчиво, чем к прессе, в России относятся только к НГО (негосударственным некоммерческим организациям) с 21 % доверия, но это вполне объяснимо общественным страхом перед «евромайданом» и «оранжевыми революциями». Изучение данных, которые размещают в открытой печати ФОМ и другие социологические службы, позволяет назвать и другие факторы доверия (помимо упомянутой высокоресурсности). В России мужчины на 10 пунктов менее доверчивы, чем женщины. С возрастом доверие к прессе падает, и старшая возрастная группа (60+) оказывается самой не доверяющей.

В чем противоречивость публикуемых отчетов социологов? С одной стороны, опросы показывают, что население не доверяет СМИ и доверие на протяжении десятилетия продолжает снижаться, достигая самых низких значений среди большинства стран мира. С другой стороны, население же не отказывается от телевизора как основного источника информации о происходящем, и рейтинги «Первого канала» с телеканалом «Россия» в период обострения международной обстановки даже и подрастают. Да, зрители в массе своей понимают, что эти федеральные телеканалы, на которых они постоянно смотрят новости и политические ток-шоу, искажают картину происходящего. Но зрители

в массе своей не перестают смотреть, не переключаются на другие каналы, где, допустим, меньше искажений. Не переходят к лентам новостей на интернет-ресурсах, где можно встретить принципиально иные подходы к отбору событий.

Получается, что зрители выбирают безальтернативные источники по принципу, сформулированному еще А.С. Пушкиным: «Ах, обмануть меня нетрудно! Я сам обманываться рад». Отчасти это происходит из-за того, что россиян по большому счету не интересует, что происходит в Гондурасе и вообще за пределами их населенного пункта. Более половины россиян (53 %) заявили, что вообще не интересуются политикой [15]. Россиянин не берет за труд разобраться в происходящем на Украине или в Сирии. Он смотрит одним глазом и слушает фоном, что ему в новостях рассказывают, и думает, что его никто не спрашивает. «Все равно повлиять ни на что я не могу» – вот с таким девизом живет среднестатистический зритель российского ТВ. Психологи назвали бы эту ситуацию «синдромом выученной беспомощности». И нам кажется точным определение «амбивалентного доверия». Хорошо объясняет этот феномен наблюдение социолога Льва Гудкова: «Мы имеем дело с лукавым, двоемыслящим человеком, демонстрирующим лояльность к власти и одновременно испытывающим сильнейшее недоверие к ней, поэтому часто надо вытянуть те значения, которые табуированы в публичном пространстве, но тем не менее, определяют отношение к власти» [16].

Еще в начале 2000-х гг. мы зафиксировали в социологических опросах, проведенных в Томске [11], что доверие находится в состоянии неустойчивого равновесия из-за того, что общественное сознание дезориентировано и растерянно. Точнее всего этот разброд и шатания передает фраза из записных книжек Андрея Платонова 1931 г.: «Человек то верит в социализм, то нет. Он в доме отдыха: он верит, он в восторге, он пишет манифест радости; в поезде сломалась рессора, пассажиры набздели, – он не верит, он ожесточается – и так живет». Так и россияне сегодня живут: то верят в реформу жилищно-коммунального хозяйства, в реновацию, в скорое окончание войны в Донбассе и Сирии, в стабилизацию, то не верят и жутко раздражаются на каких-то невиданных укрофашистов, на чиновничество как класс, на понаехавших и т.д.

Вытянуть табуированные значение можно только с помощью тонких социологических инструментов, которые в настоящее время не используются в общенациональных опросах. Понятно, что оп-

росник Джулиана Роттера о доверии к людям составлялся в конце 1950-х гг. в США в иной социально-политической обстановке и он не фиксирует доверие на микроуровне, а также оттенки отношений (доверие пополам с недоверием). Такой опросник можно использовать, допустим, в World Value Survey (WVS) – долгосрочном исследовательском проекте по изучению человеческих ценностей во всех странах мира, но в нашей стране применительно к социальному институту прессы или по отношению к власти нужен другой инструментарий. Вероятнее всего, даже и не массовый опрос, а фокусированное интервью, где только и можно вытянуть из респондента скрытые смыслы и табуированные значения.

Дискуссия по аспектам медиадоверия

Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой сущность феномена доверия определяет через состояние уверенности «в чьей-либо добросовестности, искренности и правдивости» [17]. Это определение исключительно точно подходит к медиадоверию. Доверять сообщениям СМИ – значит быть уверенным в добросовестности редакции, в искренности публикуемых авторов и в правдивости каждого журналиста. Однако любой здравомыслящий человек понимает, что в работе редакций СМИ возможны технические сбои и непреднамеренные ошибки, обусловленные спешкой выпуска новостей, недостаточной квалификацией молодых сотрудников, усталостью дежурного по номеру, болезнью редактора или корректора и т.д. В таких условиях полное и безоговорочное доверие нерационально. Человек должен включать критическое мышление, сомневаться и проверять некоторые сведения, которые могут быть неточными или ошибочными. Другой крайностью является абсолютное недоверие к текстам журналистов, своего рода медийный агностицизм и абсентеизм. Человек, полностью не доверяющий медиа, исключает себя из обсуждения злободневных вопросов и, по сути, выпадает из современности. Такой абсентеизм, судя по нашим исследованиям, достаточно редко встречается и свойствен носителям конспирологического мышления.

Доверие не является константой, но может рассматриваться как спектр отношений или континуум с несколькими уровнями. Допустим, я мог бы доверить банку свой неожиданный выигрыш в лотерею, но я не доверяю банкам детали своей личной жизни, тогда как я не

буду давать в долг своему дяде значительные суммы, но могу поведать ему секреты из частной переписки с другим нашим родственником. Я вполне доверяю прогнозу курса валют, который дает некая газета, но я совершенно не доверяю разделу светской хроники того же издания. Медиадоверие не является двоичным или равномерно распределенным, но может быть амбивалентным (доверие, смешанное с недоверием). В доверии есть как рациональные элементы, так и эмоциональные, и даже бессознательные. К примеру, некоторые говорят, что они не доверяют Facebook. Однако анализ их аккаунтов в сети показывает, что они вполне доверяют, и даже открывают слишком много личной информации о себе. Очевидно, что многие люди не осознают рисков и возможных последствий своего медиаведения в социальной сети.

По данным исследовательской компании Pew Research, каждая четвертая новость, которой делятся американцы в сетях, является недостоверной [18]. Доверие может быть переосмыслено в категориях медиаграмотности. Тридцать процентов доверия к прессе в стране не является катастрофой, но показывает долю критического мышления в населении. Наверное, хуже было бы, если бы треть опрошенных не верила, а две трети доверяли полностью сообщениям СМИ. В этом духе публично высказывался и замминистра печати А.К. Волин: «...падение доверия к журналистам, к СМИ, оно в принципе является весьма позитивным примером, потому что общество вообще должно быть скептическим по определению. Чем меньше вы кому-то доверяете – тем тщательнее вы будете проверять информацию, и это касается не только журналистов. Проверять можно политиков, мэров, губернаторов – любой уровень. Поэтому это не трагедия, я бы сказал, это повышенная конкурентная среда для медиа» [19]. В соответствии с этой позицией доверие вообще не является проблемой для журналистики, но это, скорее, хорошая мина при плохой игре.

Доверие является одной из важнейших предпосылок жизнеспособности социальных и политических систем. Сужение поля доверия влечет за собой серьезные проблемы – от различных форм напряженности и отчуждения до открытых конфликтов. Такими же индикаторами климата общественного недоверия являются массовая эмиграция, самоизоляция в закрытом мире семьи или каких-либо других узких клановых групп. Доверие на институциональном уровне делает государство работоспособным. Без доверия люди вынуждены прибегать к неформальным

практикам и суррогатам, как-то: блат, взятка, «крыша». Отсутствие доверия к СМИ заставляет человека питаться слухами, а ведь еще Анатолий Аграновский в 1960-е гг. точно заметил, что слухов полезных не бывает. Слухи бывают только вредными. Таким образом, нужна гласность, только и всего. Нужна обыкновенная информация о жизни. И доверие к ней.

Поскольку мы не имеем социологических данных по аудиторному доверию к СМИ за значительный исторический период, мы можем только предполагать, что доверие к прессе в период, названный перестройкой и гласностью, было достаточно высоким, что опосредованно выражалось в рекордных тиражах и небывалой популярности отдельных редакций и журналистов (например, ведущих программы «Взгляд», которых избрали даже в первый российский парламент). В первое постсоветское десятилетие доверие к СМИ стало снижаться, что социологи объясняют разочарованием россиян в реформаторской риторике и в демократических институтах. Рост недоверия к СМИ подогрели информационные войны между олигархическими группами в конце 1990-х гг., когда зависимость отдельных журналистов и продажность целых редакций стала всем очевидна. Катастрофически низкий уровень доверия к социальным институтам в российском обществе отражает упадочное состояние самих институтов, но кроме того, традиции авторитарного устройства общественной жизни, где страх на первом месте, а доверие – на последнем. Наше доверие детерминировано культурой, и мы доверяем близкому кругу – родным, друзьям, ребятам с моего двора и т.д. Разлитое в общественной сфере недоверие осложняет взаимодействие человека с организациями и институтами, затрудняет познание мира и в конечном итоге замедляет развитие общества. Отсюда иррациональное ощущение, что в России никогда ничего не меняется, а только воспроизводится матрица традиционного общества с его постоянными мыслеформами «своя рубашка ближе к телу... ничего не знаю, моя хата с краю...».

У доверия как психологического образования есть весомая экономическая составляющая. Если в отношениях нет доверия, издержки ведения хозяйственной деятельности вырастают вдвое из-за необходимости держать надзор и контроль. Если работника лишают доверия, с него автоматически снимается и вся ответственность. Утрата доверия обесмысливает и личную инициативу. Исчезает гордость за мастерство и старание, труд превращается в

каторгу. Очень значимая часть бизнеса полностью основывается на доверии. Если пропадает доверие, вкладчики спешат снять деньги с банковских счетов, а инвесторы уводят свои деньги из компаний. На доверии держится и система кредитования, и фондовые биржи. Доверие – фундамент самой идеи акционирования. Доверие, наконец, является подлинной валютой медийного рынка. Не рейтинги и не трафик, которые надуваются и накручиваются, а то аудиторное доверие, которое делает высокотиражные газеты газетами народными, а просто хорошие программы – программами великими, живущими не одно десятилетие и оправдавшими инвестиции в них тысячи раз. Институциональное доверие к прессе – драйвер медиа-экономики. Когда это доверие истончается, рекламодатели расторгают уже заключенные договоры, инвесторы ищут другие сферы вложений, и сама отрасль нуждается в реанимации.

Потерять доверие легче, чем восстановить. Тем не менее, должна быть разработана, как нам кажется, программа восстановления утраченного доверия к медийной отрасли в целом и к отдельным продуктам. Для разработки такой программы нужно внимательно отнестись к дескрипторам недоверия. Очевидно, что причинами недоверия становятся непреднамеренные ошибки и фейковые новости, профессиональная некомпетентность сотрудников редакций, низкий уровень материально-технической оснащенности СМИ и несовершенство технологий, вторжение сотрудников редакции в частную жизнь (это большей частью не касается публичных политиков, которые по роду своей деятельности на виду у общественности) и др. Из ряда дескрипторов недоверия мы особо выделили бы следующий: отсутствие подлинной обратной связи и возможности у зрителя (читателя) влиять на редакционную политику. Если предыдущие дескрипторы связаны с высокими профессиональными стандартами и общим качеством работы, которое нельзя ронять ниже определенного уровня, то feedback – это вещь, которая может повысить лояльность пользователя иногда даже безотносительно качества продукта. Тем более, в практиках общественного вещания давно апробированы технологии налаживания и укрепления обратной связи с аудиторией.

Выводы и обобщения

1. Феномен медиадверия нуждается в специальных исследованиях. Недостаточно экстраполировать концептуальные разработки социальных психологов на область media studies. Необхо-

димо изучить природу и основания доверия к средствам массовой информации, дескрипторы недоверия и факторы недоверия, влияющие на медиаповедение зрителя или читателя. В работе с социологами нужно специально настраивать инструментарий, учитывая, что в России респондент не склонен открывать свое отношение к власти, включая и властный медиадискурс, а часто и не задумывается о том, верит он сообщениям федеральных телеканалов или не доверяет им.

2. Фальсификации информационных сообщений существуют веками, однако развитие интернета и социальных медиа упростило их распространение, превратив фейки в опасный инструмент влияния на общественное мнение. Учитывая глобальность этих угроз, исследование феномена фейковых новостей в контексте доверия к таким сообщениям становится отдельной отраслью *media studies*. Равно как и создание компьютерных технологий, распознающих фейковые новости, что будет востребовано как службами национальной безопасности, так и новостными порталами во всем мире. Не поставив заслон фейкам, не повлиять на рост аудиторного доверия.

3. Профессиональное журналистское сообщество должно в полной мере осознать риски, связанные с уменьшением или потерей доверия аудитории. Если у вас нет доверия читателя, у вас нет ничего. Помимо восстановления доверия к отдельным редакциям СМИ, нужна, вероятно, целевая программа, задачей которой является укрепление доверия к прессе как к социальному институту и к журналистам вообще как к профессионалам, защищающим общественные интересы в первую очередь. Реализация такой программы – это лучшее, что могло бы сделать для медиа наше отраслевое министерство массовых коммуникаций.

Литература

1. *Lasswell G.D. Propaganda Technique in the World War.* N.Y. Peter Smith. 1938.
2. *Селигмен А. Проблема доверия.* М.: Идея-Пресс, 2002.
3. *Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию.* М.: АСТ; Ермак, 2004.
4. *Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории.* СПб.: Наука, 2007.
5. *Luhmann N. Trust and Power.* Chichester (Engl.). Wiley, 1979.
6. *Гидденс Э. Последствия современности.* М.: Практис, 2011.

7. Шляховая Е.В. Социально-психологические факторы доверия пользователей к информации в электронной массовой коммуникации: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2013.
8. Короченский А.П. Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ // Журналистика и медиарынок. 2006. № 12.
9. Манусян А. Доверие аудитории к СМИ: тенденции // Глобус: аналитический журнал. 2013. № 7.
10. Ненашева А.В. Журналистика и доверие на современном этапе развития // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 12, ч. 1.
11. Пресса, политика и толерантное поведение: Сборник аналитических материалов научно-практического семинара для журналистов области по проблемам формирования толерантности и профилактики политического экстремизма / под ред. Ю.М.Ершова. Томск, 2002.
12. Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / отв. ред. А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсиянова. М.: НИУ ВШЭ, 2013. 564 с.
13. Паутова Л. Доверие как фактор общественной жизни [Интервью] // Россия будущего: 2017–2035 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russia2035.ru/works/pautova-interview>.
14. 2017 Edelman Trust Barometer. Global Report // Edelman [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.edelman.com/global-results>.
15. Интерес к событиям в политике. Какие события политической жизни обсуждают россияне в последнее время // ФОМ. 2017. 29 авг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fom.ru/Politika/13668>.
16. Гудков Л. «Мы поняли, что советский человек никуда не уходит» [Интервью] // Левада-Центр. 2017. 24 июля. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/07/24/my-ponyali-chto-sovetskij-chelovek-nikuda-ne-uhodit/print/>
17. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. М., 1992.
18. Barthel M., Mitchell A., Holcomb J. Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion // Pew Research Center. Journalism & Media. 2016. dec.15. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion>.
19. Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2017. Т. 2. № 1.

MEDIA AS AN EXPERT SYSTEM AND AN AREA OF TRUST

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 1. pp. 7–21.

Yuriy M. Ershov, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation).

E-mail: ershov@newsman.tsu.ru

DOI: 10.17223/26188422/1/2

Keywords: trust, journalism, mass media, communication, audience.

Mass media activity should be considered not only as informing the audience, but also as establishing trust between the editorial offices and the public. It is about rational trust in the media as an expert system that organises our information environment and partly our social environment. Anthony Giddens studied trust in expert systems, but the phenomenon of trust in the press has not been studied much, although sociologists have measured attitudes to different social institutions for decades, including trust in the media. Today, the level of trust in institutions in Russia is generally low, but trust in media (in 2017, 32 percent, according to the Edelman Institute) is at one of the lowest levels in comparison with similar indicators in other countries. The fall of trust is one of the reasons for the systemic crisis of journalism. The distrustful attitude of the audience towards the media largely explains the place, role and prospects of media in Russian society, as well as the disoriented state of the society itself. We are dealing with a double-thinking person demonstrating loyalty to power (to an authoritative media discourse) and simultaneously experiencing a strong mistrust in it.

The ambivalence or co-existence of trust and mistrust show the traditions of the authoritarian system of social life, where fear is in the first place and trust in the last. Our trust is determined by history and culture. Trust is not a constant, it can be viewed as a spectrum of relations or a continuum with several levels. Complete and unconditional (blind) trust is unreasonable. The other extreme is the absolute mistrust in the texts of journalists, a kind of media agnosticism and absenteeism. Without trust, people are forced to resort to informal practices and surrogates, while trust at the institutional level makes the state workable. Institutional trust in the press is a driver of media economics. Mistrust in the public sphere complicates human interaction with organisations, makes it difficult to understand the world and ultimately hinders the development of society. A professional journalistic community should fully understand the risks associated with reducing or losing the trust of the audience. Understanding the threats, the professional community could develop a program to restore the lost trust in the media industry as a whole and in certain types of journalism related to social problems.

References

1. Lasswell, G.D. (1938) *Propaganda Technique in the World War*. N.Y.: Peter Smith.
2. Seligmen, A. (2002) *Problema doveriya* [The problem of trust]. Translated from English. Moscow: Ideya-Press.
3. Fukuyama, F. (2004) *Doverie: sotsial'nye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu* [Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity]. Translated from English. Moscow: AST, Ermak.
4. Luhmann, N. (2007) *Sotsial'nye sistemy. Ocherk obshchey teorii* [Social Systems. Essay on the general theory]. Translated from English. St. Petersburg: Nauka.
5. Luhmann, N. (1979) *Trust and Power*. Chichester: Wiley.
6. Giddens, A. (2011) *Posledstviya sovremennosti* [The Consequences of Modernity]. Translated from English. Moscow: Praksis.

7. Shlyakhovaya, E.V. (2013) *Sotsial'no-psikhologicheskie faktory doveriya pol'zovateley k informatsii v elektronnoy massovoy kommunikatsii* [Sociopsychological factors of users' trust in information in electronic mass communication]. Abstract of Psychology Cand. Diss. Moscow.
8. Korochenskiy, A.P. (2006) *Istochniki krizisa doveriya. Glavnye prichiny nedoveriya k SMI* [Sources of the crisis of confidence. The main reasons for mistrust in the media]. *Zhurnalistika i mediarynok*. 12.
9. Manusyan, A. (2013) *Doverie auditorii k SMI: tendentsii* [Audience's trust in the media: trends]. *Globus*. 7.
10. Nenasheva, A.V. (2014) Journalism and trust at the present stage of development. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya – Humanities scientific researches*. 12:1. (In Russian).
11. Ershov, Yu.M. (ed.) (2002) *Pressa, politika i tolerantnoe povedenie. Sbornik analiticheskikh materialov nauchno-prakticheskogo seminar dlya zhurnalistov oblasti po problemam formirovaniya tolerantnosti i profilaktike politicheskogo ekstremizma* [Press, politics and tolerant behaviour. Collection of analytical materials of the scientific and practical seminar for journalists of the region on the problems of tolerance formation and political extremism prevention]. Tomsk: Del'ta-plan.
12. Kupreychenko, A.B. & Mersiyanova, I.V. (eds) (2013) *Doverie i nedoverie v usloviyakh razvitiya grazhdanskogo obshchestva* [Trust and mistrust in the development of civil society]. Moscow: HSE.
13. Pautova, L. (2017) *Doverie kak faktor obshchestvennoy zhizni* [Trust as a factor of public life]. An interview. [Online] Available from: <http://www.russia2035.ru/works/pautova-interview>.
14. Edelman. (2017) *2017 Edelman Trust Barometer. Global Report*. [Online] Available from: <https://www.edelman.com/global-results>.
15. FOM. (2017) *Interes k sobytiyam v politike. Kakie sobytiya politicheskoy zhizni obsuzhdayut rossiyane v poslednee vremya* [Interest in events in politics. What events of political life Russians are discussing lately]. *FOM*. 29 August. [Online] Available from: <http://fom.ru/Politika/13668>.
16. Gudkov, L. (2017) *“My ponyali, chto sovetskiy chelovek nikuda ne ukhodit”* [“We realised that a Soviet man does not go anywhere”]. An Interview. 24 July. [Online] Available from: <https://www.levada.ru/2017/07/24/my-ponyali-chto-sovetskij-chelovek-nikuda-ne-uhodit/print/>.
17. Ozhegov, S.I. & Shvedova, N.Yu. (1992) *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian language]. Moscow: Az” Ltd.
18. Barthel, M., Mitchell, A. & Holcomb, J. (2016) Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion. *Pew Research Center. Journalism & Media*. Dec. 15. [Online] Available from: <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion>.
19. *Kommunikatsii. Media. Dizayn – Communication. Media. Design*. (2017) 2:1.

УДК 070.1(470)

DOI: 10.17223/26188422/1/3

В.Д. Мансурова

СОЦИОКОДЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ИДЕОЛОГИИ: ДИЛЕММА ТЕОРИИ И АКСИОМА ПРАКТИКИ

В статье анализируются взгляды практиков и теоретиков журналистики на сущность профессиональной идеологии. Автор обосновывает концепцию идейности в любых формах журналистской работы. В период трансформации и разрушения официальной идеологической системы журналист выбирает индивидуальную форму идейного профессионального поведения в коммуникации: в форме идеопрактики. Базисной основой идеопрактики журналистов становится знаковая реальность культуры – социокод. Аксиомой идеопрактики современного журналиста становится ориентация на каноны профессиональной идеологии. Эта идеология как «метафора культуры» задана в социокодах профессионального долга и принципах гражданской ответственности.

Ключевые слова: модель журналистики, идеопрактика, «метафора культуры», общественное благо, гражданственность

«Ящиком Пандоры», открывать который чревато для общественного мнения, однозначно считается вопрос об идеологических основах журналистской профессии. «На мой взгляд, произошла полная деградация журналистской профессии, – заявляет обозреватель Игорь Виттель. – Профессии, которая должна до сути докапываться, анализировать и пытаться разобраться во всем. Теперь это пропаганда, причем со всех сторон» [1]. «Для меня идеология и журналистика – противоречащие понятия», – утверждает Т. Соколова, редактор сетевого проекта «Монитор» [2]. Александр Минкин, обозреватель газеты «Московский комсомолец», широко известный своими разоблачительными публикациями как политический «камикадзе», человек, которому в свое время был доверен «слив» компромата на высший политический истеблишмент страны, тоже ныне заявляет прямо противоположное: «Очень многие так называемые политические журналисты и

политические аналитики на деле – провокаторы или льстецы, а в лучшем случае – пропагандисты».

Как отголоски утверждений о непредвзятости деидеологизированной журналистики, об отстраненности «честных» журналистов от идеологии, а значит, пропаганды и политики, которая, как ни крути, – «грязное дело», бытуют воззрения на то, что, сильно постаравшись, в наше смутное время можно избежать «клейма пропагандиста». Так, СМИ неоднократно предпринимали попытки сформировать новую идеологию для постсоветской России. Например, в 1996 г. «Российская газета» откликнулась на идею президентской администрации и на своих страницах объявила конкурс «Идея для России». «Независимая газета» национальной идее противопоставила «здравый прагматизм». «Известия» предложили идеологию здравого смысла, которая покоится на трех китах: нравственном самосознании, просвещенном патриотизме и частном экономическом интересе, основанном на западной модели социального устройства, ставящей во главу угла человека и его права.

Поскольку эти инициативы не привели к очевидным результатам, поиски «свободы от идеологии» продолжаются. Приводятся примеры, берутся интервью у ортодоксов «журналистики в белых перчатках» о способах предъявления активной позиции в иной форме. Например, в такой: Андрей Пионтковский: «Прощай, отмытая Россия!», «...чем больше Кремль пытается сплотить разных людей в разных странах, тем глупее это выглядит. Сурков и последователи ориентируются на дураков, неудачников и сволочей»; Дмитрий Запольский: «Гражданская журналистика – это рассказывать противникам Путина, что он противный и надоед» [3].

Классический вопрос российской современности «Что с нами происходит?» значится в качестве самых основных и в программе исследователей теории и практики журналистики. Рассматривая систему СМИ, специфику цифровых массмедиа в системе социальных, политических, экономических и культурологических отношений в современной России, исследователи «вписывают» дилемму идеологии в круг наиболее острых проблем, вызывающих неоднозначную реакцию как в журналистском, так и в медийном сообществе.

Исходной позицией в обосновании сути идейных основ журналистской профессии является определение, данное более два-

дцати лет назад И.М. Дзялошинским: «...под профессиональной журналистской идеологией мы понимаем ту часть индивидуальной регулятивно-смысловой сферы, в которой профессиональная деятельность отражается в форме профессиональных знаний, оценочных отношений к профессиональной деятельности и регулирующей ее нормативной системе. Так понимаемая профессиональная идеология служит непосредственным проводником в практику сложившихся представлений о деятельности журналиста» [4. С. 146]. Не отвергая значения «регулятивно-смысловой сферы» в деятельности журналиста, современные практики расходятся в оценке адекватности современным реалиям трех основных векторов отношения журналистики к аудитории, определенных И.М. Дзялошинским: влияния (журналистика управления), информирования (рыночная журналистика) и соучастия (гражданская журналистика) [4]. Наибольшей критике подвергается легитимность «журналистики влияния». Чем отличается журналистика «влияния» от работы в поле пропаганды? Она – то же воздействие с целью извлечения прибыли или выгоды? Неважно какой: политической, коммерческой, развлекательной.

Медиатизация журналистской деятельности в качестве «повестки дня» всевозможных научных дискуссий выдвинула вопросы оценки ее кардинальной трансформации. Технологизм, конкуренция с «народными журналистами» и блогерами сфокусировала исследовательские интересы на поиске оптимальных технологических приемов и методов если не первенства, то хотя бы «удержания» журналистики в центре информационных баталий. Потребовалось внятное объяснение и идейной сущности подобного позиционирования. Конкуренция в пространстве массового коммуницирования вывела на передовые позиции не «летописцев» и хроникеров современности, а Других: медийных аналитиков и менеджеров, медиаидеологов & публицистов (Е. Додолев), актантов, гибридов (Б. Латур) и даже роботов, с успехом агрегирующих новостные потоки. Примат словесного творчества, традиционно закрепляемый за профессиограммой журналиста, уже не гарантирует ему места в лидерах рефлексивных агентов социальных трансформаций. На этом основании критики «журналистики влияния» усматривают ее воздействие на аудиторию только в связи с идеологией провластной пропаганды.

В отличие от ортодоксов борьбы за коммуникацию, свободную от подчинения идеологической «фонограмме», теоретики

журналистики рассматривают объективные факторы актуализации видов ее деятельности в зависимости от потребностей в разрешении социально значимых проблем. В том числе и в связи с потребностью в создании определенного эффекта влияния на общественное мнение. Так, своеобразный ответ на вопросы о характере проявления профессиональных идеологий «влияния, познания и диалога» в условиях трансформации суперпозиций акторов социального взаимодействия представлен в исследовании Ю.М. Ершова «Идеология общественного служения в журналистике». Автор критически оценивает мессианскую роль журналистики, которая «...взмывает над паствой, а аудитория, понимаемая как пассивная масса реципиентов, внимает и принимает на себя транслируемые образцы мышления и/или поведения» [5. С. 69]. В противовес этой идеологии исследователь обосновывает значение диалога и соучастия журналиста в социальном миропорядке: «Внутренняя мотивация автора – стремление поделиться знаниями, образами, впечатлениями, заинтересовать аудиторию непознанным. В этом варианте журналист размещает себя рядом с аудиторией, рассматривая ее как партнера по общению, а не мишень пропагандистских снарядов. После информационно-пропагандистской выслуги лет журналисты сбегали в очерк или в «окно в природу», как в отдушину. И, наконец, третья профессиональная идеология, питаемая традициями русской публицистики, – это диалог и соучастие... А ведь именно эта третья профессиональная идеология служит основой для построения общественного сектора медиаотрасли» [5. С. 69].

Вывод о принципиальной важности не политической пристрастности или ангажированности, а *внутренней мотивированности журналиста* на проявление своей гражданственности во взаимодействии с аудиторией согласуется с позицией исследователей, изложенной в сборнике материалов международной научно-практической конференции, состоявшейся в 2016 г. в Высшей школе журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета «Журналистика XXI в.: профессиональная идеология для ускользающей профессии» [6]. Наиболее важные положения для теоретического осмысления генезиса профессиональной журналистской идеологии и ее экспликации в сфере научного знания изложены в программной для сборника статье С.Г. Корконосенко «Похвальное слово профессиональной идеологии журналистики». Исходная

позиция теоретика заключается в констатации генетической связи профессиональной идеологии с реалиями журналистской практики: «Профессиональные идеологии проступают сквозь редакционную практику, которая была и остается журналистикой, меняющей свои обличья в широком диапазоне моделей» [7. С. 17]. В этом «диапазоне моделей» журналистской практики аксиомой, по утверждению исследователя, остается тот факт, что профессиональная идеология «...содержит в себе столько же адекватного отражения реальности, сколько (если не больше) и субъективного, ситуационного, навешанного обстоятельствами ее формирования» [7. С. 18].

С пронзительной ясностью в утверждении исследователя проступает мысль о том, что идеологию «...по большей части следует относить к обыденному уровню познания, находящему выражение в профессиональном здравом смысле. Означает ли это, что теория журналистики должна отбросить содержание профессиональной идеологии за недостатком в ней строго оформленного знания? Разумеется, такое высокомерие обернется серьезными потерями. Наличие генетических и содержательных взаимосвязей между обыденным и научным познанием признано в гносеологии как аксиома» [7. С. 19].

Гуманитарная наука, в частности социальная философия, аксиоматичность подобной взаимосвязи (очень точно дефинированную С.Г. Корконосенко) обосновывает актуализацией своеобразной формы идеологии, «...когда рушится идеологическая система с ее мифами, традициями и авторитетом лидеров, и социальный индивид остается наедине с самим собой и проблемой индивидуального выбора» [8. С. 28]. Называя эту форму выбора поведения *идеопрактикой*, В.В. Кравченко, автор статьи «От идеологии к идеопрактикам: социально-философский дискурс в эпоху плюрализма», определяет ее как «...форму жизненного поиска, которая предполагает не открытие чего-то принципиально нового, а освоение данным человеком уже существовавшего в социуме, но ему ранее неизвестного. В определенном смысле, это обращение личности к широкому спектру культурных накоплений человечества» [8. С. 28–29]. Принципиально важный вывод заключается в утверждении о том, что «в ситуации отсутствия жесткой официальной идеологии с ее предсказанным набором индивидуальных конструктов, идеопрактика формируется как “оцеленная” индивидуальная деятельность в соответствии с не-

ким набором идей о необходимости или возможности определенных форм поведения, общения и деятельности» [8. С. 29].

Неким набором идей о необходимости или возможности определенных форм поведения, общения и деятельности как раз и руководствуется журналист в своей *внутренней мотивированности* на реализацию профессиональной роли. Реализация даже развлекательной функции, не говоря уж о более сложной – ценностно-ориенти-рующей, невозможна без опоры на некие когнитивные, ментальные структуры коммуникации, обеспечивающие минимальный консенсус с аудиторией. В период трансформации и разрушения официальной идеологической системы базисной основой идеопрактики журналистов становится общекультурный социально-нравственный контекст взаимодействия людей, закрепленный в представлениях и концептах здравого смысла.

Обращение к широкому спектру культурных накоплений человечества в практике журналистов традиционно основано на образах, символах, стереотипах национального самосознания, артефактах культуры и идеалах как форме нравственного сознания и оценки происходящего. На той идейной и культурно-исторической базе, которая запечатлена в социокодах национального мировидения. Социокод, по определению российского философа и историка науки М.К. Петрова, это «основная знаковая реальность культуры, удерживающая в целостности и различении фрагментированный массив знания, расчлененный на интерьеры деятельности и обеспечивающие институты общения [9. С. 39]. Поскольку «социокод имеет отношение, в первую очередь, к языку, символическим и семиотическим сторонам деятельности» [9. С. 25], то в журналистике, как творческой информационной и коммуникативной деятельности, социокоды являются генным кодом профессии. И сейчас, в ситуации ремесленного диктата свободы от «идеологии», журналисты в основном сохраняют приверженность ее аксиомам, закрепленным в ценностях культуры и принципах профессиональной деонтологии.

«В резко континентальном политическом климате быть смелым журналистом стало невероятно модно. Смелые журналисты собирают тысячи лайков в фейсбуке, им дают почетные премии, они выступают на митингах, нравятся девушкам из высшего общества, а если повезет со счастливым несчастным случаем (в мегаполисе ведь каждую ночь тысячи людей становятся жертвами нападения), то можно рассчитывать и на всемирную славу, –

иронизирует один из лучших репортеров страны Дмитрий Соколов-Митрич и в полемике со «смелыми» предлагает истинный рецепт профессионального поведения. – Подлый читатель смеет требовать от журналиста не героизма, а труда. Сбегать, дозвониться, достать востребованного ньюсмейкера, поймать эксклюзив, провести реальную аналитическую работу, напрячь хоть немного свой ум и талант, а главное – искренне исповедовать принцип “ты для аудитории, а не аудитория для тебя”. Даже публицистика вовсе не лужайка для выгула собственной карликовой смелости. Помимо сокровенного знания о том, что наша страна самая вонючая в мире и вот вам, пожалуйста, очередное тому доказательство, аудиторию волнуют еще тысячи жизненно важных тем» [10].

Оформляя стратегии доминирования в информационном пространстве, лидеры инновационных прорывов, наоборот, не сговариваясь, обратились к обоснованию деятельности в стандартах «беспристрастности». Пройдя всеми путями борьбы за «объективность» и «прецизионность» «новой журналистики», инноваторы попытались раскрыть геном той категории деятельности, которая, как ген *homo sapiens*, уникальна и присуща только журналистике. Но, как ни старались журналисты британских СМИ, все равно были вынуждены признать ущербность объективности, сконструированной без пристрастной... субъективности: «...роль журналистики заключается в том, чтобы создавать ментальные объекты из событий, применяя к ним субъективный подход [11. С. 101]. И составляя перечень столпов «новой журналистской мудрости», авторы книги «Конец журнализма» не нашли никаких других заповедей культуры коммуникации, как правда, честность, точность, скрупулезность, ясность, подотчетность, доверие [11. С. 81–99]. То есть, субъективность идеопрактики журналистов в ее теоретическом описании еще раз подтвердила незыблемость социокодов профессии.

Не случайно в аналитике исследователей разных школ и направлений, как в России, так и за рубежом, независимо от разнообразия методологических подходов оказалась актуализированной архивированная ранее категория «принцип». Так, Институт журналистики Reuters при Оксфордском университете выпустил масштабную работу Келли Райордан (Kellie Riordan) «Точность, независимость и непредвзятость: как традиционные медиа и изначально цифровые издания применяют стандарты в цифровую

эру» («Accuracy, Independence, and Impartiality: How legacy media and digital natives approach standards in the digital age») [12].

Автор рассматривает три ключевых принципа журналистики и утверждает, что не все традиционные стандарты соответствуют процессу производства цифрового контента, а издания новой волны – *BuzzFeed, Quartz, Vox, ProPublica* и др. – создают новый тип журналистики. И этот новый тип основан на соблюдении принципа «непредвзятости», который предполагает соблюдение следующих правил: «от нескольких голосов ко множеству»; «баланс между естественностью и яркостью человеческого общения в соцсетях и профессиональными стандартами»; «показывать мотивы действий как героев материалов, так и журналистов, то есть показывать читателям «внутреннюю кухню» производства новостей, чего раньше делать было не принято – и давать им возможность сформировать свою оценку качества работы СМИ»; следование теории «голоса из ниоткуда» Джея Розена (Jay Rosen) говорит о том, что приоритетом новостной организации должно быть не избегание мнений и субъективности любой ценой, а качественная репортерская работа в сочетании со строгой верификацией ее результатов» [12]. Свод этих правил и знаменует принцип «непредвзятости» в декларируемом «новом типе журналистики». Хотя их оценка сводится к реализации все той же нормальной профессиональной идеологии.

Как видно, «оптика» журналистского кадрирования глобального пространства информации позволила по-новому увидеть вектор *идейности* в творческой деятельности. Им стала формула *человекоцентристского* раскрытия всех перипетий социального бытия. Экзистенциальные проблемы личности, вовлеченной в эсхатологические схватки с глобализирующимся материальным миром, поставлены в центр журналистского проникновения в социальные ситуации современности. Новое раскрытие социальности заставляет расширять и координаты познавательного потенциала информационной деятельности. *Гносеологизм* как апофеоз рационалистического постижения и объективной репрезентации реальности обогащается прививками *новой эпистемологии*, в основе которой – чувства, рефлексии и духовный опыт субъективно-личностных открытий. Целью идеопрактики журналистов становится не анализ политических пристрастий людей и радикализация оценок событий, а проникновение в сложный симбиоз эмоционально-чувственной сферы, сопровождающей

поступки людей. В такой парадигме работают очеркисты и комментаторы качественных средств массовой информации, лидирующих в интеллектуальном сегменте массмедиа.

Трансформация предмета журналистского творчества – от «совокупности социально значимых событий и ситуаций» до сепаратных и ранее табуированных пространств – изменяет эпистемологию журналистики, придавая ей качества процедурно-познавательного механизма цифровой эпохи. Мгновения, рожденные щелчком фотокамеры, репликами в социальной сети, торопливыми комментариями к статьям и сюжетам, конструируют метареальность виртуальных пространств небытия. Журналистика вовлечена в посекундное исчисление событий эпохи. Вместе с тем социально детерминированная генетика профессии удерживает журналистику в канонах человекомерного взаимодействия с реальностью. Если девиз «Новости – наша профессия» исходил из принципов причинно-следственной аналитики, то декодирование событий транзитивного общества требует уже экзистенциальной аналитики. Онтологический статус обретают эмоциональные и экспрессивные состояния людей, символический смысл жизненных явлений. Вот почему столь актуально определение идеологии как «метафоры культуры», данное американским антропологом Клиффордом Гирцем: «И образность языка идеологий, и горячность, с какой, однажды принятые, они берутся под защиту, вызваны тем, что идеология пытается придать смысл непонятым социальным ситуациям, выстроить их так, чтобы внутри них стало возможно целесообразное действие» [13. С. 249].

Организационная основа принципа реализуется в оформлении интеллектуального сегмента информационных полей в пространстве массового коммуницирования. Таким «сегментом» доминирования определенных идеологем в пространстве массовой коммуникации становится организация акций взаимопомощи потерпевшим в зонах чрезвычайных происшествий, обсуждения кризисных проблем обустройства общественной жизни. Глобальная кросс-медийная среда, сформированная цифровыми информационными технологиями, создает новые возможности для трансляции и ретрансляции социокодов соучастия и общественного согласия, а, значит, и влияния журналистики на течение жизни в ее разнообразных проявлениях. Журналистика, исторически институализированная как авангардная структура социального взаимодействия, и в обществе сетевых структур предстает

в качестве канала информационной среды, но по-прежнему является творческой деятельностью. Уровни и циклы сетевой коммуникации, сетевые эффекты и сетевая связанность журналистики с цифровой техносферой изменяют, но не отменяют ее статусную роль в социальной коммуникации.

Трансформируется дихотомия субъекта и объекта творческой деятельности. Формируются новые формы «персонального журнализма». В отличие от пассионариев эпохи Гутенберга, способных «в одиночку» создать любой медиапродукт – от номера газеты до фоторепортажа, современный журналист погружен в скоростной график коллективного процесса по сбору, оформлению и продвижению информации. Краудсорсинг – привлечение непрофессиональных сборщиков новостей к подготовке медиапродукта – не отменяет ответственности журналиста за социальную значимость, идейно-нравственную интерпретацию событий. Личное понимание проблемы, фильтрация смысла и концептуальное оформление его требуют особой гибкости мышления. Аксиомой идеопрактики, реализуемой каждым журналистом, становится ориентация на каноны идеологии, которая как «метафора культуры» задана в социокодах ценностной ориентации творческой деятельности и профессионального должностования. И гражданственность журналистики остается ключевой сущностью ее деятельности.

Литература

1. Игорь Виттель: «Произошла полная деградация журналистской профессии» // Anews. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.anews.com/p/46677333/>
2. Таша Соколова: «Для меня идеология и журналистика – противоречащие понятия» // Русский монитор. [Электронный ресурс]. Режим доступа // http://rusmonitor.com/monitor_propagandy.html
3. Андрей Пионтковский: «Прощай, отмытая Россия!»; Дмитрий Запольский: «Гражданская журналистика» – это рассказывать противникам Путина, что он противный и надоед // Русский монитор. [Электронный ресурс]. Режим доступа http://rusmonitor.com/monitor_propagandy.html
4. Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности. М.: ИД «Восток», 1996. 302 с.
5. Еришов Ю.М. Идеология общественного служения в журналистике // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2015. Т. 14, вып. 6: Журналистика. С. 68–73.

6. *Век информации*. 2017. № 1. Философия в СПбГУ. Журналистика XXI в.: профессиональная идеология для ускользающей профессии: мат-лы междунар. научно-практической конференции, 11–12 ноября 2016 г. / ред.-сост. А.Н. Гришанина, С.Г. Корконосенко; отв. ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2017. 300 с.

7. *Корконосенко С.Г.* Похвальное слово профессиональной идеологии журналистики // *Век информации*. 2017. № 1. Философия в СПбГУ. Журналистика XXI в.: профессиональная идеология для ускользающей профессии: мат-лы междунар. научно-практической конференции, 11–12 ноября 2016 г. СПб., 2017. С. 11–20.

8. *Кравченко В.В.* От идеологии к идеопрактикам: социально-философский дискурс в эпоху плюрализма // *Вестник МГОУ. Сер. «Философские науки»*. 2013. № 2. С. 25–31.

9. *Петров М.К.* Язык, знак, культура. М.: Наука, 1991. 328 с.

10. *Соколов-Митрич Д.* Вины во всем Иван Грозный и Путин // *Газета.ру*. 2014. 13 янв. [Электронный ресурс]. Режим доступа https://www.gazeta.ru/comments/2014/01/12_x_5845017.shtml

11. *Конец журнализма*. Version 2.0. Индустрия, технология и политика / под ред. А. Чарльза. Харьков: Гуманитарный центр, 2016. 306 с.

12. *Добровидова О.* Беспристрастность журналистики: как традиционный принцип меняется в цифровую эру // *Мы и Жо: Media and Journalism*. 2014. 30 сент. [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://themediacenter.com/2014/09/30/bespristrastnost-zhurnalistiki/>

13. *Гирц К.* Интерпретация культур. М.: РОССПЭН, 2004. 560 с.

SOCIOCODES OF JOURNALISTIC IDEOLOGY: DILEMMA OF THEORY AND AXIOM OF PRACTICE

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 1. pp. 22–34.

Valentina D. Mansurova, Altai State University (Barnaul, Russian Federation).

E-mail: mvd1951@mail.ru

DOI: 10.17223/26188422/1/3

Keywords: model of journalism activity, ideopractice, culture metaphor, public benefit, civic consciousness.

This paper deals with the analysis of viewpoints of professional journalists on the essence of professional ideology. Practitioners think that profession has no ideology and should not have. The close relation of journalism with official propaganda confirms the absence of initial professional ideology. However, there are different opinions about this in the academic community.

The main objective of the analysis is theoretical concepts adjustment on the manifestation of professional ideology peculiar features in modern journalism practice. The author's concept is based on ideology definitions given by journalism theoreticians I.M. Dzyaloshinsky, S.G. Korokonosenko, Yu.M. Ershov. They claim that ideology manifests in the ideological design of main journalism activity models: journalism of influence,

cognitive journalism and compliance journalism. Cognitive journalism and compliance journalism are far from ideology and do not pursue propagandistic aims.

The author takes a stand on the belief of ideological concept being present in all kinds of journalism activity. A journalist chooses his/her individual form of ideology of professional activity (in the form of ideopractice) during the time of official ideology breakdown.

The basis for ideopractice of journalists is the common social and moral context of interaction between peoples. The sociocode becomes the significant reality of culture. According to M.K. Petrov, “primarily, the sociocode is related to the language, to the symbolic and semiotic areas of reality”. In journalism, sociocodes of activity are expressed in peculiarities of figurative language and reality reflection symbols. The sociocode is the significant reality of culture and the symbolic unit of communication. American anthropologist Clifford Geertz says that ideology is expressed in culture codes. Ideology is the “culture metaphor”.

In this paper, the concept of the “culture metaphor” is developed with regard to ideology expression in the ideopractice of journalists of the digital era. It turns out that impartiality of journalists is possible only with a conscientious adherence to principles of professional activity. These principles become the basis for the professional ideology, and they are expressed in the sociocodes: public benefit, civic consciousness and diversity of opinions. The author thinks that following the professional activity principles is the ideopractice axiom of a modern journalist. This ideology, like the “culture metaphor”, is set in sociocodes of professional duty and civic consciousness principles.

References

1. Anews. (2017) Igor' Vittel': "Proizoshla polnaya degradatsiya zhurnalistskoy professii" [Igor Vittel: "There has been a complete degradation of the journalistic profession"]. [Online] Available from: <http://www.anews.com/p/46677333/>
2. Russkiy monitor. (2016) Tasha Sokolova: "Dlya menya ideologiya i zhurnalistika – protivorechashchie ponyatiya" [Tasha Sokolova: "For me, ideology and journalism are contradictory concepts"]. [Online] Available from: http://rus-monitor.com/monitor_propagandy.html
3. Russkiy monitor. (2017) Dmitriy Zapol'skiy: "Grazhdanskaya zhurnalistika" – eto rasskazyvat' protivnikam Putina, chto on protivnyy i nadoel [Dmitry Zapolsky: "Civil journalism" is telling the opponents of Putin that he is nasty and boring]. [Online] Available from <https://rusmonitor.com/dmitriij-zapolskiij-grazhdanskaya-zhurnalistika-ehto-rasskazyvat-protivnikam-putina-chto-on-protivnyj-i-nadoel.html>.
4. Dzyaloshinskiy, I.M. (1996) Rossiyskiy zhurnalist v posttotalitarnuyu epokhu. Nekotorye osobennosti lichnosti i professional'noy deyatel'nosti [Russian journalist in the post-totalitarian era. Some features of personality and professional activity]. Moscow: ID "Vostok".
5. Ershov, Yu.M. (2015) The ideology of public ministry in journalism. Vestn. Novosib. gos. un-ta. Seriya: Istoriya, filologiya – Vestnik Novosibirsk State University". Series: "History and Philology". 14:6. pp. 68–73. (In Russian).

6. Korkonosenko, S.G. (ed.) (2017) *Filosofiya v SPbGU. Zhurnalistika XXI veka: professional'naya ideologiya dlya uskol'zayushchey professii: mater. mezhdunar. nauchno-prakticheskoy konferentsii*, 11–12 noyabrya 2016 g. [Philosophy in St. Petersburg State University. Journalism of the 21st century: professional ideology for an elusive profession: proceedings of the international conference, November 11–12, 2016]. *Vek informatsii*. 1. St. Petersburg: St. Petersburg State University ; School of Journalism and Mass Communications.
7. Korkonosenko, S.G. (2017) Pokhval'noe slovo professional'noy ideologii zhurnalistiki [A word of praise for the professional ideology of journalism]. *Vek informatsii*. 1. pp. 11–20.
8. Kravchenko, V.V. (2013) From ideology to ideopractices: socio-philosophical discourse in the era of pluralism. *Vestnik MGOU. Seriya "Filosofskie nauki" – Bulletin MSRU. Philodophy*. 2. pp. 25–31. (In Russian).
9. Petrov, M.K. (1991) *Yazyk, znak, kul'tura* [Language, sign, culture]. Moscow: Nauka.
10. Sokolov-Mitrich, D. (2014) Vinovaty vo vsem Ivan Groznyy i Putin [Ivan the Terrible and Putin are to blame for everything]. *Gazeta.ru*. 2014. 13 January. [Online] Available from https://www.gazeta.ru/comments/2014/01/12_x_5845017.shtml.
11. Charles, A. (ed.) (2016) *Konets zhurnalizma. Version 2.0. Industriya, tekhnologiya i politika* [The end of journalism – Version 2.0: Industry, Technology and Politics]. Translated from English. Kharkiv: Gumanitarnyy tsentr.
12. Dobrovidova, O. (2014) Bespristrastnost' zhurnalistiki: kak traditsionnyy printsip menyaetsya v tsifrovuyu eru [Impartiality of journalism: how the traditional principle changes into the digital age]. *My i Zho: Media and Journalism*. 30 September. [Online] Available from <https://themedia.center/2014/09/30/bespristrastnost-zhurnalistiki/>
13. Geertz, C. (2004) *Interpretatsiya kul'tur* [The interpretation of cultures]. Translated from English. Moscow: ROSSPEN.

УДК 070

DOI: 10.17223/26188422/1/4

В.В. Тулупов

ЖУРНАЛИСТИКОВЕДЕНИЕ: ПРЕДМЕТНО-ОБЪЕКТНОЕ ПОЛЕ И СТРУКТУРА

В статье рассматривается отечественная теория журналистики как сложившаяся междисциплинарная наука о массово-информационной деятельности. Отвергая распространенное мнение о неопределенности предмета журналистской науки, автор исходит из того, что ее онтологическое поле давно сформировано. На основании анализа существующих теоретических подходов формулируется релевантное определение понятия журналистской науки: это наука о массово-информационной деятельности, имеющая междисциплинарный характер и объединяющая усилия филологов и историков, философов и психологов, социологов и политологов, правоведов и экономистов. Разнообразие методов исследования и подвижность категориального аппарата, находящегося в постоянном становлении, связывается с социальной природой объекта журналистской науки (социальная информация и общественное сознание), имеющей дело не со статическими состояниями, а с динамическими процессами, развитие которых порой непредсказуемо.

Ключевые слова: теория журналистики, журналистиковедение, история журналистики, функциональный стиль массовой коммуникации, поэтика публицистика, психология журналистики, социология журналистики, типология СМИ, медиадизайн, медиаэкономика.

В последнее время активизировалось обсуждение теоретических проблем массовой коммуникации, и, в частности, было высказано мнение, что «за долгие годы исследований в области журналистики ученые так и не смогли выработать единое определение науки и достичь понимания ее предмета» [1]. Автор придерживается противоположной точки зрения, считая, что онтологическое поле теории журналистики давно сформировано и что анализ различных подходов к определению нашей науки [2–5] дает основание сформулировать вполне адекватную дефиницию: теория журналистики, или журналистиковедение, – это наука

о массово-информационной деятельности, имеющая интердисциплинарный характер, объединяющая усилия филологов и историков, философов и психологов, социологов и политологов, правоведов и экономистов и др. Методы и формы исследования, исследовательский инструментарий также описаны и успешно применяются, хотя категориальный и понятийный аппарат все еще уточняется [6], что связано с многофакторностью объекта исследования – постоянно обновляемой журналистики.

Действительно, теоретик журналистики имеет дело с трудно уловимыми «материями» – социальной психологией (обыденно-практический уровень) и идеологией (научно-теоретический уровень), а, главное, со специфическим родом общественного сознания – массовым сознанием, которое составляют идеи, суждения, представления, иллюзии, чувства, настроения и т.п. То есть объективная сложность исследований связана с тем, что ученые постигают и описывают не статичные, а продолжающиеся и порой непредсказуемые процессы: то же общественное мнение под влиянием СМИ может мгновенно поменяться. Еще один важный момент: журналистиковед имеет дело с социальными объектами, с обществом (героями, аудиториями), где действуют субъекты, люди, наделенные сознанием, морально-этическими установками. При этом исследователь, призванный к объективности, будучи членом общества, не может не испытывать влияния на его позицию и оценки окружающего социума общепринятых и личностных ценностных ориентаций.

Таким образом, теория журналистики, в отличие от наук естественнонаучного направления, где субъект познания имеет дело с относительно «чистыми» объектами, опирается на социальное познание, и у нее свой самый сложный объект исследования – сущность многофакторного и текучего процесса функционирования постоянно обновляемой социальной информации.

Теория журналистики планомерно и систематически фиксирует процесс отражения медиапрактиками фактов текущей действительности, отмечая тенденции, выявляя закономерности и рождая новое знание, истинность которого логически обосновывается. При этом важны как *эмпирические*, ориентированные на явления, так и *теоретические исследования*, ориентированные

на сущность. В первом случае ученые отдают предпочтение таким методам исследования, как наблюдение, эксперимент, во втором – системному подходу, идеализации и т. п. «Эмпирики» нацелены на конкретные факты, классификации, эмпирические закономерности, «теоретики» – на законы, раскрытие существенных связей и теории. Например, сегодня, с вступлением в «эпоху компьютеров и интернета» мы должны пережить этап обобщения и классификации эмпирических фактов, связанных с освоением новых жанровых форм, которые диктует конвергентный подход.

Автор также не согласен с мнением, что междисциплинарный характер отечественной теории журналистики лишь декларируется, – в качестве доказательства достаточно перечислить существующие научные направления: история журналистики [7–11]; функциональный стиль массовой коммуникации [12; 13]; поэтика публицистики [14–18]; психология журналистики [19–21]; социология журналистики [22–24]; типология СМИ [25–28]; медиадизайн [29–33]; медиаэкономика [34–36] и др. При этом в теории журналистики есть как лакуны (например, практически не исследована журналистика XX в.; история журналистики все еще представлена как история журналистики двух столиц), так и перекосы (например, учеными забыта поэтика публицистики; заметно уменьшилось количество диссертаций и монографий, посвященных проблематике СМИ; при изучении новых медиа и современных технологий исследователи порой ограничиваются лишь «технологическим» аспектом).

Среди элементов структуры любой теории, помимо исходных оснований, логики, философских, социокультурных, ценностных факторов, совокупности законов и утверждений, выделяется идеализированный объект – некая абстрактная модель существенных свойств и связей изучаемых предметов. Это можно проиллюстрировать на примере развития такого, например, направления, как медиадизайн, который в начале 1990-х гг. пережил настоящую научно-техническую революции. То, о чем начиная с 1920-х гг. размышляли исследователи оформления периодических изданий (стандарт-макеты, форм-стандарты, композиционно-графические модели), смогло воплотиться в жизнь благодаря компьютерным технологиям, пришедшим в медиаотрасль. И неудивительно, что их вскоре с легкостью освоила вся страна – работники секретариатов, опираясь на мощную теоретическую и методическую базу [37–47], создавали

фирменные стили своих изданий. По сути, они занялись процессом, который из модного, но факультативного превратился в необходимый и обязательный: ведь без созданного стиля, введенного в память компьютера, невозможно создать ни одного файла верстки.

Когда переход на рыночные отношения потребовал новых подходов к организации редакционной деятельности, где дизайн, а также реклама стали рассматриваться в качестве важнейших аспектов маркетинга и менеджмента и в качестве одного из типформирующих признаков изданий [48–50; 33; 36; 41], практики смогли опереться на целый ряд научных трудов, посвященных изучению типологии СМИ [51–58].

Своеобразным итогом работы, проделанной медиатеоретиками в XX в., стала книга Е.П. Прохорова «Исследуя журналистику», в которой знаменитый отечественный ученый рассмотрел всю совокупность методологических проблем журналистиковедения. На основе представления о сущности и задачах изучения журналистики и типов исследований он охарактеризовал совокупность используемых методов и методик, а также процесс научного исследования в целом [59].

В настоящее время научная специальность 10.01.10 «Журналистика» представлена в политических и филологических науках: в первой отрасли паспорт специальности включает 15 направлений, связанных с функционированием журналистики в системе информационной политики, во второй – 60 направлений, связанных с исследованием журналистики как информационного, культурологического и творческого феномена, как системы СМИ и т.д. В первом случае проводятся политологические исследования, объектом которых выступают информационная среда, информационные процессы, обеспечение и управление информационной деятельностью, журналистика и политическая власть; во втором содержанием специальности являются история, теория и практика журналистики.

Понятно, что включение журналистики в номенклатурный список научных работников, например, подотрасли «Литературоведение», с одной стороны, конкретизирует, с другой – сужает возможности исследователей, и, видимо, не случайно который уже год дискутируется идея о переименовании данной научной специальности – например, в коммуникативистику. Останавливает, видимо, то, что слишком широкими и не привязанными к социальным сферам становятся направления исследований. Тем более что у теории журналистики определен свой объект познания.

В октябре 2017 г. на факультете журналистики Московского государственного университета состоялся научно-методологический семинар, в программе которого фигурировали серьезные дискуссионные вопросы: «Отечественный и зарубежный пути теоретизации медиа: факторы национального своеобразия отечественной медиатеории», «Теория журналистики и теория медиа: части целого или самостоятельные явления?», «Фундаментальность медиатеории: природа и сущностные основания», «Системность теории медиа: перспектива на будущее».

Отвечая на поставленные вопросы, следует заметить, что национальное своеобразие отечественной теории журналистики связано с национальным своеобразием нашей прессы, которая, с одной стороны, возникла как государственная подцензурная деятельность, а с другой стороны, получила развитие в эпоху «персонального журнализма» и «художественной публицистики». В истории российской журналистики среди редакторов, памфлетистов, очеркистов, репортеров значатся имена лучших отечественных писателей. Особая журналистика сформировала особую аудиторию «самой читающей страны».

Если в категориальном аппарате журналистики одним из основных понятий является понятие «средства массовой информации», то медиа опираются на понятие «средства массовой коммуникации», т.е. «медиа», с одной стороны, шире журналистики, с другой — отражают скорее технологический аспект информационных процессов.

Отечественная теория журналистики складывалась на протяжении всего прошлого века, опираясь на мощный историко-филологический ствол. При этом представители московской, ленинградской, свердловской, ростовской, воронежской и других школ развивали различные направления: историческое, социологическое, психологическое, профессионально-творческое, типологическое, экономическое и др. Назвать имена всех тех, кто внес существенный вклад в отечественное журналистиковедение, непросто — перечислим лишь некоторых из тех, кто стоял у его истоков: А.Ф. Бережной, В.Г. Березина, Г.А. Гуковский, С.М. Гуревич, В.Е. Евгеньев-Максимов, Б.И. Есин, А.В. Западов, Я.Н. Засурский, В.Д. Пельт, Е.И. Пронин, Е.П. Прохоров, В.В. Ученова. Труды этих и других ученых отличало сочетание фундаментальных и прикладных подходов, и наличие научных направлений, о которых упоминалось выше, как раз отвечает принципу системности, взятому на вооружение учеными, развивающими российскую теорию журналистики.

Литература

1. *Коротков А.В., Шамина О.А.* Журналистика как наука: от предметной области к преподаванию // Вестн. МГИМО-Университета. 2011. № 1 (16). С. 300–308.
2. *Вартанова Е.Л.* Теория СМИ. Актуальные вопросы. М., 2009.
3. *Демина И.Н., Шкондин М.В.* Синергетика и теория журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5, № 1. С. 14–28.
4. *Корконосенко С.Г.* Основы теории журналистики. СПб., 1995, 2003.
5. *Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. М., 2002.
6. *Свитич Л.Г.* Миссия журналистики: поле понятий и терминов // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 3. С. 16–36.
7. *Бик-Булатов А.Ш.* Концептуализация истории отечественной журналистики на современном этапе (методологический аспект) // Ученые записки Казанского университета. 2012. Т. 154, кн. 6. С. 169–179.
8. *Ахмадулин Е.В., Овсепян Р.П.* История отечественной журналистики XX века. Ростов н/Д., 2008.
9. *Есин Б.И.* История русской журналистики (1703–1917). М., 2000.
10. История русской журналистики XVIII–XIX веков / под ред. Л.П. Громова. СПб., 2003.
11. История русской журналистики XVIII–XIX веков / под ред. А.В. Запалова. Л., 1973.
12. *Кривенко Б.В.* Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект. Воронеж, 1993.
13. Язык массовой и межличностной коммуникации. М., 2007.
14. *Пельт В.Д.* Дифференциация жанров газетной публицистики. М., 1984.
15. Социальная практика и журналистский текст. М., 1992.
16. *Стюфляева М.И.* Поэтика публицистики. Воронеж, 1975.
17. *Стюфляева М.И.* Образные ресурсы публицистики. М., 1982.
18. *Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. М., 2000.
19. *Богомолова Н.Н.* Социальная психология массовой коммуникации. М., 2008.
20. *Олешко В.Ф.* Психология журналистики. СПб., 2006.
21. *Пронина Е.Е.* Психология журналистского творчества. М., 2003.
22. *Фомичева И.Д.* Социология СМИ. М., 2007.
23. Социология журналистики / под ред. С.Г. Корконосенко. М., 2004.
24. Социология журналистики / под ред. Е.П. Прохорова. М., 1981.
25. *Акопов А.И.* Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика. Ростов н/Д., 2002.

26. Система средств массовой информации России / под. ред. Я.Н. Засурского. М., 2001.
27. Шкондин М.В. Основы организации системы печати в СССР. М., 1979.
28. Шкондин М.В. Система средств массовой информации и пропаганды в СССР. М., 1986.
29. Тулупов В.В. Историографический обзор литературы по пресс-дизайну // Медиадизайн: история, теория, практика: Межвуз. сб. науч. ст. Воронеж, 2016. С. 140–151.
30. Волкова В.В. Специфика медиадизайна // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014. № 4. С. 5–21.
31. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала. М., 2005.
32. Киселев А.П. История оформления русской газеты (1702–1917 гг.). М., 1990.
33. Тулупов В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Воронеж, 2001.
34. Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. М., 2010.
35. Основы медиабизнеса / под ред. Е.Л. Варгановой. М., 2009.
36. Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. Воронеж, 2000.
37. Рабочая книга редактора районной газеты. Опыт, методики, рекомендации / под ред. Я.Н. Засурского. М., 1988.
38. Гребнев А.В. Как делается газета. М., 1967.
39. Гуревич С.М. Номер газеты. М., 1977, 2002.
40. Гуревич С.М. Основы научной организации журналистского труда. М., 1987.
41. Гуревич С.М. Экономика средств массовой информации. М., 1999.
42. Планирование работы в редакции. М., 1979.
43. Проблемы научной организации журналистского труда. М., 1974.
44. Цукасов С.В. В штабе газеты. Секретариат редакции: традиции, опыт, проблемы. М., 1976.
45. Цукасов С.В. Время зрелости. М., 1979.
46. Цукасов С.В. Научные основы организации работы редакции газеты. М., 1977.
47. Цукасов С.В. Эффективность прессы: журналист, редакция, читатель. М., 1986.
48. Волкова В.В. Дизайн рекламы. М., 1999.
49. Гуревич С.М. Газета и рынок: как добиться успеха. М., 1994.

50. Тулунов В.В. Российская пресса: дизайн, реклама, типология. Воронеж, 1996.
51. Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск, 1985.
52. Бочаров А.Г. Основные принципы типологии современных журналов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 1973. № 3.
53. Запалов Л.В. Тип издания как научная проблема и практическое понятие // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 1979. № 2.
54. Корнилов Е.А. Типология периодической печати. Основные понятия и категории // Типология периодических изданий. Ростов н/Д., 1984.
55. Методика типологического анализа периодической печати / под ред. Д.А. Вороновой, Л.Л. Реснянской, И.А. Руденко. М., 1995.
56. Реснянская Л.Л. Типологическая структура общероссийских газетных изданий // Типология периодической печати. М., 2007.
57. Типология периодических изданий / под ред. Я.Н. Засурского. М., 1995.
58. Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М., 2007.
59. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. М., 2005.

JOURNALISM STUDIES: THE SUBJECT-OBJECT FIELD AND THE STRUCTURE

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 1. pp. 35–46.

DOI: 10.17223/26188422/1/4

Vladimir V. Tulupov, Voronezh State University (Voronezh, Russian Federation). E-mail: vltul@mail.ru

Keywords: theory of journalism, journalism studies, history of journalism, functional style of mass communication, poetics of journalism, psychology of journalism, sociology of journalism, media typology, media design, media economics.

The article deals with the theory of journalism as an established interdisciplinary science on the mass information activities. Rejecting the widespread belief about the uncertain object of journalistic science, the author proceeds from the fact that its ontological field was formed long ago.

Based on the analysis of existing theoretical approaches a relevant definition of the journalistic science is formulated: it is the science of mass-media activities that has an interdisciplinary character and combines the efforts of linguists and historians, philosophers and psychologists, sociologists and political scientists, legal experts and economists.

The variety of research methods (empirical and theoretical) and the mobility of the categorial apparatus, which is in constant formation, are associated with the social nature of the object of journalistic science (social information and social consciousness). This science considers dynamic processes, whose development is unpredictable, rather than static situations.

The concepts “media of mass information” and “media of mass communication” (mass media) are separated; the latter is broader and reflects the narrow, technological aspect of information processes.

In the proof of the interdisciplinary nature of journalistic science, the author gives a classification of its major directions: history of journalism, functional style of mass communication, poetics of journalism, psychology of journalism, sociology of journalism, media typology, media design, media economics etc.

Russian theory of journalism develops throughout the 20th century, drawing on a powerful historical and philological basis. In the writings of the Moscow, Leningrad, Sverdlovsk, Rostov, Voronezh and other scientific schools, the author sees the combination of fundamental and applied approaches which generally reflects the systemic nature of journalistic science. The idea of the systemic character of the modern theory of journalism, which affects practice, is illustrated by the analysis of the formation of one of its areas, media design.

The national originality of the journalism theory in Russia is associated with the national identity of the Russian press: it arises, on the one hand, as a state and censored, on the other hand, develops in the era of “personal journalism” and “artistic journalism”, when among the authors and editors were the greatest Russian writers. It is emphasised that this kind of journalism formed the special audience of “the most reading country”.

References

1. Korotkov, A.V. & Shamina, O.A. (2011) Journalism as a Science: from Structuring the Subject Area to Teaching the Discipline. *Vestn. MGIMO-Universiteta – Vestnik MGIMO-University*. 1 (16). pp. 300–308. (In Russian).
2. Vartanova, E.L. (2009) *Teoriya SMI. Aktual'nye voprosy* [Theory of the media. Topical issues]. Moscow: MediaMir.
3. Demina, I.N. & Shkondin, M.V. (2016) Synergetics and theory of journalism: aspects of research of media systems. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 5:1. pp. 14–28. (In Russian).
4. Korkonosenko, S.G. (1995) *Osnovy teorii zhurnalistiki* [Fundamentals of the theory of journalism]. St. Petersburg: Aspekt Press.
5. Prokhorov, E.P. (2002) *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to the theory of journalism]. Moscow: Aspekt Press.
6. Svitich, L.G. (2013) Mission of journalism: space of concepts and terms. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 3. pp. 16–36. (In Russian).
7. Bik-Bulatov, A.Sh. (2012) Kontseptualizatsiya istorii otechestvennoy zhurnalistiki na sovremennom etape (metodologicheskii aspekt) [Conceptualisation of the history of Russian journalism at the present stage (methodological aspect)]. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki – Proceedings of Kazan University. Humanities Series*. 154:6. pp. 169–179.
8. Akhmadulin, E.V. & Ovsepyan, R.P. (2008) *Istoriya otechestvennoy zhurnalistiki XX veka* [The history of Russian journalism of the twentieth century]. Rostov-on-Don: SFU.

9. Esin, B.I. (2000) *Istoriya russkoy zhurnalistiki (1703–1917)* [The history of Russian journalism (1703–1917)]. Moscow: Flinta, Nauka.
10. Gromova, L.P. (ed.) (2003) *Istoriya russkoy zhurnalistiki XVIII – XIX vekov* [The history of Russian journalism of the 18th–19th centuries]. St. Petersburg: St. Petersburg State University .
11. Zapadov, A.V. (ed.) (1973) *Istoriya russkoy zhurnalistiki XVIII – XIX vekov* [The history of Russian journalism of the 18th–19th centuries]. Leningrad: Vysshaya shkola.
12. Krivenko, B.V. (1993) *Yazyk massovoy kommunikatsii: leksiko-semioticheskiy aspekt* [The language of mass communication: the lexical semiotic aspect]. Voronezh: Voronezh State University .
13. Solganik, G.Ya. (ed.) (2007) *Yazyk massovoy i mezhlichnostnoy kommunikatsii* [The language of mass and interpersonal communication]. Moscow: MediaMir.
14. Pel't, V.D. (1984) *Differentsiatsiya zhanrov gazetnoy publitsistiki* [Differentiation of the genres of newspaper journalism]. Moscow: Moscow State University .
15. Zasurskiy, Ya.N. & Pronin, E.I. (eds) (1992) *Sotsial'naya praktika i zhurnalistikiy tekst* [Social practice and journalistic text]. Moscow: [s.n.].
16. Styuflyayeva, M.I. (1975) *Poetika publitsistiki* [Poetics of journalism]. Voronezh: Voronezh State University.
17. Styuflyayeva, M.I. (1982) *Obraznye resursy publitsistiki* [Figurative resources of journalism]. Moscow: Mysl'.
18. Tertychnyy, A.A. (2000) *Zhanry periodicheskoy pechati* [Genres of periodicals]. Moscow: Aspekt Press.
19. Bogomolova, N.N. (2008) *Sotsial'naya psikhologiya massovoy kommunikatsii* [Social psychology of mass communication]. Moscow: Aspekt Press.
20. Oleshko, V.F. (2006) *Psikhologiya zhurnalistiki* [Psychology of journalism]. St. Petersburg: Izd-vo Mikhaylova V.A.
21. Pronina, E.E. (2003) *Psikhologiya zhurnalisticheskogo tvorchestva* [Psychology of journalistic creativity]. Moscow: Moscow State University.
22. Fomicheva, I.D. (2007) *Sotsiologiya SMI* [Sociology of the media]. Moscow: Aspekt Press.
23. Korkonosenko, S.G. (ed.) (2004) *Sotsiologiya zhurnalistiki* [Sociology of journalism]. Moscow: Aspekt Press.
24. Prokhorov, E.P. (ed.) (1981) *Sotsiologiya zhurnalistiki* [Sociology of journalism]. Moscow: Moscow State University.
25. Akopov, A.I. (2002) *Nekotorye voprosy zhurnalistiki: istoriya, teoriya, praktika* [Some issues of journalism: history, theory, practice]. Rostov-on-Don: Terra.
26. Zasurskiy, Ya.N. (ed.) (2001) *Sistema sredstv massovoy informatsii Rossii* [The system of mass media of Russia]. Moscow: Aspekt Press.

27. Shkondin, M.V. (1979) *Osnovy organizatsii sistemy pechati v SSSR* [Fundamentals of printing system organisation in the USSR]. Moscow: Moscow State University.
28. Shkondin, M.V. (1986) *Sistema sredstv massovoy informatsii i propagandy v SSSR* [The system of mass media and propaganda in the USSR]. Moscow: Moscow State University.
29. Tulupov, V.V. (2016) Istoriograficheskiy obzor literatury po press-dizaynu [Historiographical review of literature on press design]. In: Tulupov, V.V. & Volkova, V.V. (eds) *Mediadizayn: istoriya, teoriya, praktika* [Media design: history, theory, practice]. Voronezh: Voronezh State University.
30. Volkova, V.V. (2014) Media Design Specifics. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika – Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism*. 4. pp. 5–21. (In Russian).
31. Galkin, S.I. (2005) *Tekhnika i tekhnologiya SMI: Khudozhestvennoe konstruirovaniye gazety i zhurnala* [Media technology and techniques: Artistic design of newspapers and magazines]. Moscow: Aspekt Press.
32. Kiselev, A.P. (1990) *Istoriya oformleniya russkoy gazety (1702–1917 gg.)* [The history of the design of the Russian newspaper (1702–1917)]. Moscow: Moscow State University.
33. Tulupov, V.V. (2001) *Gazeta: marketing, dizayn, reklama* [Newspaper: marketing, design, advertising]. Voronezh: Voronezh State University.
34. Ivanitskiy, V.L. (2010) *Modernizatsiya zhurnalistiki: metodologicheskiy etyud* [Modernization of journalism: a methodological essay]. Moscow: Moscow State University .
35. Vartanova, E.L. (ed.) (2009) *Osnovy mediabiznesa* [Fundamentals of media business]. Moscow: Aspekt Press.
36. Tulupov, V.V. (2000) *Dizayn i reklama v sisteme marketinga rossiyskoy gazety* [Design and advertising in the marketing system of the Russian newspaper]. Voronezh: Voronezh State University .
37. Zasurskiy, Ya.N. (ed.) (1988) *Rabochaya kniga redaktora rayonnoy gazety. Opyt, metodiki, rekomendatsii* [The working book of the editor of the regional newspaper. Experience, methodologies, recommendations]. Moscow: Mysl'.
38. Grebnev, A.V. (1967) *Kak delaetsya gazeta* [How is the newspaper done]. Moscow: Mysl'.
39. Gurevich, S.M. (2002) *Nomer gazety* [Issue of the newspaper]. Moscow: Aspekt Press.
40. Gurevich, S.M. (1987) *Osnovy nauchnoy organizatsii zhurnalistikogo truda* [Fundamentals of academic organisation of journalistic work]. Moscow: Vysshaya shkola.
41. Gurevich, S.M. (1999) *Ekonomika sredstv massovoy informatsii* [Economics of the media]. Moscow: Aspekt Press.
42. Alekseev, V.A. et al. (1979) *Planirovaniye raboty v redaktsii* [Planning work in the editorial office]. Moscow: Vysshaya shkola.
43. Barykin, K.K. (1974) *Problemy nauchnoy organizatsii zhurnalistikogo truda* [Problems of scientific organisation of journalistic work]. Moscow: Mysl'.

44. Tsukasov, S.V. (1976) *V shtabe gazety. Sekretariat redaktsii: traditsii, opyt, problem* [At the headquarters of the newspaper. Editorial secretariat: traditions, experience, problems]. Moscow: Mysl'.
45. Tsukasov, S.V. (1979) *Vremya zrelosti* [Maturity]. Moscow: Mysl'.
46. Tsukasov, S.V. (1977) *Nauchnye osnovy organizatsii raboty redaktsii gazety* [Scientific principles of the organisation of work of the editorial office of the newspaper]. Moscow: Mysl'.
47. Tsukasov, S.V. (1986) *Effektivnost' pressy: zhurnalist, redaktsiya, chitatel'* [The effectiveness of the press: journalist, editorial office, reader]. Moscow: Vysshaya shkola.
48. Volkova, V.V. (1999) *Dizayn reklamy* [Design of advertising]. Moscow: Knizhnyy dom Universitet.
49. Gurevich, S.M. (1994) *Gazeta i rynok: kak dobit'sya uspekha* [Newspaper and market: how to succeed]. Moscow: Evraziya +.
50. Tulupov, V.V. (1996) *Rossiyskaya pressa: dizayn, reklama, tipologiya* [Russian press: design, advertising, typology]. Voronezh: Infa.
51. Akopov, A.I. (1985) *Metodika tipologicheskogo issledovaniya periodicheskikh izdaniy* [Methodology for a typological study of periodicals]. Irkutsk: Irkutsk State University.
52. Bocharov, A.G. (1973) *Osnovnye printsipy tipologii sovremennykh zhurnalov* [Basic principles of the typology of modern journals]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika – Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism. 3.*
53. Zapadov, L.V. (1979) *Tip izdaniya kak nauchnaya problema i prakticheskoe ponyatie* [Type of publication as a scientific problem and practical concept]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika – Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism. 2.*
54. Kornilov, E.A. (1984) *Tipologiya periodicheskoy pechati. Osnovnye ponyatiya i kategorii* [Typology of periodicals. Basic concepts and categories]. In: Kornilov, E.A. (ed.) *Tipologiya periodicheskikh izdaniy* [Typology of periodicals]. Rostov-on-Don: Rostov State University.
55. Voronova, D.A., Resnyanskaya, L.L. & Rudenko, I.A. (eds) (1995) *Metodika tipologicheskogo analiza periodicheskoy pechati* [Methodology for a typological analysis of periodicals]. Moscow: Moscow State University.
56. Resnyanskaya, L.L. (2007) *Tipologicheskaya struktura obshcherossiyskikh gazetnykh izdaniy* [Typological structure of all-Russian newspaper publications]. In: Shkondin, M.V. & Resnyanskaya, L.L. (eds) *Tipologiya periodicheskoy pechati* [Typology of the periodical press]. Moscow: Aspekt Press.
57. Zasurskiy, Ya.N. (ed.) (1995) *Tipologiya periodicheskikh izdaniy* [Typology of periodicals]. Moscow: Moscow State University.
58. Shkondin, M.V. & Resnyanskaya, L.L. (eds) (2007) *Tipologiya periodicheskoy pechati* [Typology of the periodical press]. Moscow: Aspekt Press.
59. Prokhorov, E.P. (2005) *Issleduya zhurnalistiku* [Studying journalism]. Moscow: RIP-Kholding.

МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

УДК 659.4

DOI: 10.17223/26188422/1/5

И.М. Дзялошинский

МИФОЛОГЕМЫ И ИДЕОЛОГЕМЫ РОССИЙСКИХ МЕДИА: ОПЫТ СИСТЕМАТИЗАЦИИ¹

В статье поставлен вопрос о необходимости описания, систематизации и анализа мифологем и идеологем, с помощью которых современные российские СМИ формируют идентификационные представления массовой аудитории. Даны определения понятий «мифологема» и «идеологема», описаны основные, по мнению автора, мифологемы и идеологемы, активно транслируемые российскими СМИ в последнее десятилетие.

Ключевые слова: *СМИ, журналистика, мифологемы, идеологемы*

Одной из важнейших особенностей контента, создаваемого и транслируемого современными российскими медиа, является ориентация на использование иррациональных моделей воздействия на сознание и поведение аудитории, опирающихся на набор мифологем и идеологем.

Понятием «мифологема» мы обозначаем любое высказывание, содержащее в себе открытую или скрытую ссылку на некие вечные глобальные и универсальные истины. Мифологическая структура представляет читателю убедительное суждение, которое не требует строгих доказательств. Более того, если мифологемы (и идеологемы, о чем будет идти речь дальше) начинают анализировать – они гибнут. Любая мифологема отсылает читателя, зрителя, слушателя к хранящимся в его сознании, точнее – в подсознании – глубинным представлениям о борьбе Добра и Зла, Хаоса и Космоса, Земли и Неба, Дня и Ночи, Жизни и Смерти, Своих и Чужих и т.п. Мифо-

¹ Публикация подготовлена при поддержке РФФИ, проект № 17-26-01007 «Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты».

логема при ее восприятии выполняет функцию «спускового механизма», запускающего процесс встраивания конкретного факта или явления в древний миф, легко и просто объясняющий все происходящее. И не только объясняющий, но и определяющий нормы социального поведения и способы действия. Другими словами, мифологема есть не просто осколок или фрагмент мифа, а «голограмма» целостного мифа, хранящегося в подсознательных структурах внутреннего мира человека. Не случайно К.-Г. Юнг полагал, что архетип – это когнитивная структура, в которой запечатлен опыт жизни всего рода [1. С. 15].

Мифологическое мышление строится на нерасщепленных образах бессознательного, над которым «надстроено» сознание. То, что называется «коллективным бессознательным», содержит в себе набор универсальных мифологем, которые будут актуальны в любой человеческой общности, вне зависимости от степени ее развития. «Введенный в сознание людей и глубоко там укрепившийся, миф способен длительное время (при наличии определенных предпосылок) подменять собой реальность. В результате реципиент воспринимает ее в соответствии с трактовкой мифа и действует, исходя из этого восприятия. Миф <...> снимает с реципиента необходимость напряженно думать и осмысливать мир вокруг себя. Человеку уже не нужно познавать мир – он берет готовую заготовку, миф и о мире» [2. С. 96].

Массовая коммуникация делает мифотворчество дистантным, анонимным, стандартизированным, дискретным [3. С. 185]. В итоге мифы конкретного средства массовой коммуникации не являются автономными, между различными каналами постоянно осуществляется циркуляция порождаемых мифов, т.е. мифотворческие процессы формируются различными средствами массовой коммуникации когерентно.

Мифологемы современных российских медиа

Многолетние наблюдения за деятельностью российских медиа и обобщение работ, посвященных мифу в СМИ [4–8], дают основания для выделения нескольких устойчивых мифологем, непрерывно воспроизводимых в контенте российских СМИ. Ниже перечислены основные из них с минимальным количеством примеров¹. На самом деле таких примеров сотни по каждой мифологеме.

¹ Часть примеров заимствованы из работы А.В. Кияшко [6].

1. Миф о великом языческом прошлом славян

В номере «Московского комсомольца» от 17 февраля 2010 года описывается действо, происходящее возле деревни Борисовка:

«На лесной опушке построены ворота, за ними капище. Больше 60 человек в аутентичных одеждах древних славян славят своих предков, свой род, передавая деревянную братину с медовым квасом по кругу. Здесь и пожилые люди, и совсем малыши – родноверы, как они себя называют. В деревню Борисовку на окраине района приехали славяне не только из округи, но и со всей территории бывшего Союза. “Вся мудрость, мощь и сила наших предков скрыта в нас, это возвращение к корням”, – говорит жрец Бер из Дубны. На празднике оказались замечены глава сельского поселения Трубинское, председатель местного садоводческого кооператива, участковый милиционер – вроде бы все остались довольны действом» [9].

О новогодних празднествах, осененных мифологизацией прошлого, можно прочитать в номере «Тверской жизни» от 3 марта 2011 года:

«А Морозко вовсе не добрый Дед Мороз, приходящий под Новый год с подарками, а злой дух зимы. Его сменяет юный романтический Лель – божество весны. Второклассники из тверской школы № 48 оказались в вопросах русской мифологии более сведущими, чем мы, взрослые. И это не может не радовать, ведь дети и должны быть лучше, чем их родители. Но и развитые школьники узнали много нового. Вот катание на санях. Это же не просто с горки съехать на чем попало, а езда в упряжке с лошадью, причем строго регламентированная, так же как и кулачные бои, когда противники подбираются строго по принципу равенства силы, а бои идут до первого разбитого носа. Для наглядной иллюстрации малышам демонстрировали, разумеется, не «Сибирского цирюльника», а «Снегурочку» Островского – с Лелем, Снегурочкой и прочими сказочными персонажами русской древности. Хороводы, поединки, пляски, кукольный театр с Петрушкой, сказочное кино, поедание блинов с чаем – такой музыкой детям явно понравился. Но и взрослым будет праздник» [10].

О «мистических корнях язычества» читаем также в «Российской газете» от 15 мая 2013 года, где следующим образом характеризуется манера игры ансамбля Дмитрия Покровского:

«Созданный в 1973 году музыкантом и исследователем-фольклористом Дмитрием Покровским, этот ансамбль сразу был позиционирован в советской культуре как абсолютно уникальное музыкальное явление. В те годы эта исполнительская манера нового ансамбля, далекая и от академического, и от народно-эстрадного музыкального мейнстрима, эта особая фольклорная техника пения с ее специфическим звуковым полем, тембром, артикуляцией была впервые введена Покровским в концертный “обиход”. И это стало символическим возвращением к “корням” русской культуры, к ее давно утраченному образу мистического “язычества»» [11].

В номере казанской газеты «Звезда Поволжья» от 4 июля 2013 года опубликована рецензия на книгу «Небесные жены луговых мари»:

«Дениса Осокина по его воззрениям можно назвать неким неоязычником, проповедующим возвращение к корням своим, к архетипам, именно там и черпает силу его мистический народ “луговые мари”. Природа наполнена радостью, творческой силою-ярью, и, может, поэтому такое сверхвнимание к сексуальной, к половой жизни у луговых мари, что эта сила сродни творчеству, мир постоянно пребывает в состоянии творения. И луговые мари, живущие в природе по ее законам, подчиняются этой силе, отдаются на ее волю, и нет ничего зазорного в том, что и детские игры их замешаны на этом познании себя как инструмента для этого творящего начала» [12].

В «Элистинской панораме» читаем рецензию на фильм «Булаг»:

«Фильм повествует о судьбе бывшего учителя Виктора, в прошлом интеллигентного человека, который прогнулся под тяжестью неурядиц и прожигает жизнь в беспробудном пьянстве. Он пытается стать лучше, вернуть жену с детьми, стать уважаемым человеком... К кульминации фильма. благодаря вере и возвращению к корням, он находит истинный путь и смысл жизни. Священный родник предков, возле которого разворачиваются действия фильма, символизирует вечные ценности» [13].

2. Миф о великой православной Российской империи

Один из самых популярных в СМИ мифов связан с образом великой православной царской России. В нижегородском издании «Сделано в России» читаем следующую рецензию:

«...Попадал в страну под названием Русская Держава, в некую таинственную параллельную Россию, которая выглядела своего рода русской землей обетованной, квинтэссенцией всего лучшего, что есть в России здешней. Это было путешествие в иной мир и вместе с тем – возвращение к корням (нужно ли говорить, насколько показательно такое тождество для философии Мамлеева?)» [14].

В журнале «Нева» разбирается отношение молодого поколения к построению русского мира:

«Они хотят жить на родине, а не в лишенной благодати Европе, они хотят вытягивать за шиворот из бублимирова болота свою родину и строить свой русский мир, который не часть другого, общего мира, а мир сам по себе, мир достаточный. Они хотят обрести свод правил жизни, инструмент для воплощения того идеального замысла об управлении землей и людьми, воплотить который ни пращур, ни отцам нашим покуда оказалось не по силам. И они готовы на бунт» [15].

Из «Книжного обозрения» за 11 марта 2013 года мы узнаем, как

«...из советского человека рождался русский. Жили мы все, советские люди, и совсем забыли, какие обычаи у нас были... И вдруг начался процесс возвращения к корням. Это трудно со всех точек зрения. Надо понять, кто ты есть и что должен как русский человек делать. Этот процесс самоидентификации, кстати, до сих пор не завершен» [16].

Мифологизация социокультурных ценностей Православия в царской России иногда подкрепляется использованием мифологизированных фигур прошлого, например, в материале в «Псковской правде» в такой роли выступает А.С. Пушкин:

«В Царскосельском лицее в дни Страстной Седмицы Великого поста занятий не было: "...воспитанники Российского вероисповедания говели и приобщались Святых Тайн". Каждый год Великим постом исповедовался и причащался и лицеист Пушкин... А мы сегодня считаем посягательством на демократию возвращение к корням, к истокам, к тому, без чего жизнь в России невысказима. Без дороги к храму. Без дороги к Богу. Которая должна начинаться со школьной скамьи. Дорога эта начинается с азбуки духовной, с обучения и наставления жизни по евангельским заповедям – с изучения Евангелия...» [17].

3. Миф о великом Советском Союзе

В представлении тех, кто мифологизирует Советскую страну, СССР приобретает черты «Города Солнца», где все было замечательно. В номере «Донской искры» от 26 июня 2013 года читаем:

«“Хочу обратно в СССР. Это было самое лучшее время в моей жизни!” – сегодня эту фразу можно услышать все чаще и чаще, и не только от ветеранов, чья биография накрепко связана с советскими временами, но и от вполне состоявшихся зрелых людей, и от молодежи. Какое было детство в советское время – “молодым везде у нас дорога, старикам везде у нас почет”, учились, бесплатно занимались в кружках, каждое лето отправлялись в пионерские лагеря. В то чудесное время люди доверяли друг другу, были добрее, свято верили в справедливость советской власти. Дети уважали родителей, а самыми престижными справедливо считались профессии ученого, военного, учителя, врача и космонавта...” [18].

«Уверена, что сегодняшние молодые и не совсем пенсионеры с ностальгией вспоминают прошедшую молодость. Все в ней было прекрасным. Даже бывшие трудности сейчас выглядят забавно, и даже их хотелось бы вернуть. Конечно же, все эти люди помнят именно советскую жизнь, ту эпоху...” [19].

«По словам моих собеседников, в то время народ был дружным и единым. Пионеры дружно собирали макулатуру (старые книги и газеты), металлолом, убирали картошку на колхозных полях, участвовали в других общественных делах. Главным символом организации был красный галстук. Ребята с удовольствием его носили и гордились тем, что они пионеры. Порой мне хочется переместиться в то время, где все было справедливо и честно. Но это, к сожалению, невозможно!» [20].

«И не надо гражданам демократам кричать про дефицит, очереди, низкое качество товаров и сравнивать это качество с европейским и т.д. Пускай не хлебали советские люди икру ложками, да оно и не надо. Но у каждого была работа, возможность учиться (причем по самой лучшей системе образования), получать нормальное медицинское и социальное обслуживание. И главное, что было, – уверенность, что Государство не оставит, Государство поможет. И, как правило, так оно и было. Да, можно привести примеры и воровства, и произвола, и несправедливости в СССР, зажавшихся бюрократов и чиновников. Да, были косяки. Но это есть ВЕЗДЕ. А в подавляющем случае советские люди были уверены в своем государстве и гордились им! Люди добровольно шли на фронт и умирали за это Государство. Хотя нет, умирали

за СВОИХ, своих людей, готовы были гробить, если надо, свое здоровье, толкая науку и производство вперед, зная, что это поможет СВОИМ. Был дух единства. Люди были другими. Вот этого и боялись товарищи из эуропы и амэрики. Им стало понятно, что грубой силой СССР не сломаешь» [21].

«Если бы мне задали вопрос о самой заветной мечте, не задумываясь, ответил бы: “Хочу в СССР! В страну, где о человеке государство заботилось и в которой люди жили с уверенностью в завтрашнем дне. В страну, где место человека определялось его отношением к труду. В страну, где на первом месте стояли моральные ценности, но не деньги. И, наверное, пора прекратить клеймить в средствах массовой информации поколение победителей презрительным словом “совки”. Великая Родина присвоила нам, родившимся в СССР, почетное звание “гражданин СССР”. О чем в свое время емко сказал Владимир Маяковский: “Читайте! Завидуйте! Я – гражданин Советского Союза!”. Этим сказано все» [22].

Газета «Горожанин», тоже в Твери, представляет выставку молодого фотографа:

«Никита Чахручев представил портретную серию “Обратно в СССР”. Откуда такая ностальгия по прошлому у двадцатитрехлетнего юноши? – Эти снимки я сделал в один день, – рассказывает Никита. – Мне понравились красивые люди. Они излучают удивительное счастье и спокойствие. Старшее поколение считает, что выражение безмятежности на лицах было почти у всех советских людей. Отсюда и родилось название серии» [23].

В номере «Русского репортера» от 4 декабря 2007 года в материале «Хочу обратно в СССР» читаем:

«Анализ молодежных ресурсов интернета и других текстовых источников показывает: отношение к жизни в СССР поменялось с резко негативного на резко позитивное. За последние пару лет в интернете появилась масса ресурсов, посвященных повседневной жизни в Советском Союзе. “Энциклопедия нашего детства”, пожалуй, наиболее популярный из них. Само название говорит о том, кто является аудиторией данного ресурса – все, кто родился в период между 1976–1982 годами. Одноименное сообщество в ЖЖ входит в тридчатку наиболее популярных. Его завсегдатаи с искренней любовью обсуждают фильмы про Электроника, гэдэровские “вестерны”, лезвия “Нева” для безопасных бритв и напитки “Буратино»» [24. С. 4].

Мифологизация советской символики находит свое применение на практике – в тот момент, когда символика, о которой идет речь, используется в общественных мероприятиях, а иначе говоря – в ритуалах. Узкоспециализированное издание, журнал «Кадровое дело», предлагает опираться на советскую символику в организации праздников:

«Если вы хотите заменить традиционный формат праздника внутри отдела, то сейчас есть масса возможностей для этого. Здесь все будет зависеть от количества сотрудников, их предпочтений и, разумеется, отведенного на это мероприятие бюджета. Как вариант, устройте мини-карнавал или тематическую вечеринку, например “Назад в СССР”. Нарядите елку старыми игрушками (наверняка у сотрудников остались елочные шары и украшения того времени), коллегам раздайте пилочки и галстуки, найдите соответствующую музыку, придумайте конкурсы и попросите всех принести с собой что-то, что напоминает им о том времени. Сделайте стенгазету со школьными фотографиями сотрудников и т.п.» [25].

Эта тенденция распространяется не только на взрослых сотрудников серьезных организаций. В «Комсомолке» от 3 сентября 2013 года читаем:

«Старшеклассники иркутской школы № 5, что на Синюшиной горе, к выбору повседневного наряда подошли креативно. Одиннадцатиклассники не стали заказывать одежду “как все”. Решили отличаться и выбрали форму советских времен. Помните коричневые платья с милыми фартуками советских времен? Вот именно так, как когда-то их мамы и бабушки, и ходят теперь девчонки на уроки. Многие даже заплетают косички с белыми бантами. Если уж соответствовать выбранному образу, то до конца! – Все вместе мы решили, что выпускники должны отличаться от всех других школьников, – говорит классный руководитель Роман Зарипов. – Поэтому заказали на фабрике форму советских времен» [26].

«Похоже, закрытый и таинственный клуб для избранных “Чонкин-холл” созрел до масс. В пятницу, то бишь завтра, пройдет первая вечеринка, на которую пускают всех желающих! Называется “Обратно в СССР” (Back to USSR). Ничего общего с “Биттлз” вечеринка не имеет. Устроителями обещаны романтизация советского прошлого и смакование его атрибутов. К примеру, на входе будет висеть большой кукурузник. Повсюду коммунистические плакаты и

лозунги, красные флаги СССР. Вход, правда, не по советским ценам – 350 руб. на товарища» [27].

Введение символики советского времени в потребление на тематических мероприятиях рождает оригинальные формы выражения – в материале ижевской газеты «Центр» рассказывается о мастере, который рисует на ногтях иконы и портреты Ленина: «Девушка собиралась на вечеринку а-ля “Обратно в СССР”. Ей хотелось чего-то необычного. Так родилась идея изобразить советского вождя Владимира Ленина с символикой тех лет» [28].

4. Миф о великих «лихих 90-х»

Главный герой мифологизации 90-х годов – «новый русский», обрастающий в народном сознании поистине мифологическими чертами. Дмитрий Быков пишет: «Фильм Павла Лунгина “Олигарх” развел меня, как лоха: быстро, просто и талантливо. В лучших традициях легендарного прототипа. Первые минут пять после просмотра я искренне терзался ностальгией по 90-м годам. <...> Вот и получается, что в 90-е годы самым положительным, ярким, достойным подражания героем был олигарх. Конечно, ерепенился по окраинам страны какой-то рабочий класс... какие-то шахтеры, подкармливаемые каким-то градоначальником, стучали касками на мосту...» [29].

«Образ романтического братка, примеривающего на себя колчан Робин Гуда и оправдывающегося афоризмами вроде “не мы такие – жизнь такая”, похоже, стал частью истории кино. А 90-е продолжают притягивать режиссеров. Еще не сошедший с экранов фильм Эльдара Салаватова “ПираМММида” даже попытался предложить зрителю новый тип героя – отказавшегося от собственности и притязаний на власть и вообще отошедшего от дел бизнесмена, который за сговорчивость удостоился экранизации собственных мемуаров. Впрочем, вряд ли такого героя можно назвать народным, так что славы Данилы Багрова и Саши Белого ему не видать» [30].

Даже в материалах, связанных с реальной жизнью, тема бандитского «беспредела» (тоже ярко окрашенное слово из времени, о котором идет речь) наполняется мифологизацией: «Дело о “крышевании” подмосковными милиционерами и прокуратурой

нелегального игорного бизнеса наваяло ностальгию по 90-м. Тут вам и мафия, продажные прокуроры и менты, хитроумные криминальные схемы, галерея и клуб “Триумф”, Борис Березовский» [31].

Обширный материал на страницах «Большого города» посвящен воспоминаниям людей, которые жили в Москве в 90-е годы, – и в нем часто встречаются элементы мифологизации:

«Пока не было торговых центров, приходилось одеваться на рынках, а куда идти? Я и до сих пор обожаю китайскую ярмарку на ВДНХ – Китайский павильон его еще называют, возле “Армении”. Это для меня ностальгия по 90-м: точно так же туда челноки из Китая приезжают, можно дешево купить жемчуг, любой чай, чайники, шелковые шарфики, украшения из камня, китайские шубы за 30 тысяч из бобра, стриженного под норку. И это выглядит как кусочек того самого рынка “Лужники” – отличное место, я буду жалеть, если его закроют. Эта дешевизна и ощущение базара, наверное, все-таки людям необходимы» [32].

Издания, обращенные к аудитории с претензией на модность, также не обходят стороной эту тенденцию: в ноябрьском номере журнала «Time Out» читаем описание модного мероприятия:

«В общем, все это выглядит как сценарий достаточно удачной и элегантной ретро-вечеринки, как нельзя лучше улавливающей общую ностальгию по 90-м, витающую в воздухе. Ностальгировать и смотреть сквозь розовые очки на ту уже далекую и оттого притягательную эпоху уже определенно стало трендом, если вы как-то были вовлечены в фэшн-индустрию или просто ей интересовались, ответ на вопрос, стоит ли туда идти, однозначно утвердительный» [33].

Издание «Труд-7» в номере от 11 марта 2010 года анонсирует:

«Ностальгия по 90-м растет и ширится. 90-е были апогеем танцевальной культуры – рейв, транс, джангл, драм-н-бэйс, габбер, брейкбит. Но на “Супердискотеке” танцевать придется в основном под евродэнс и отечественный поп. 2 Unlimited, Haddaway, Dr. Alban – эти имена в начале 90-х нельзя было не знать. Прибудет бывший участник группы Snap! массивный Turbo B. Российскую сторону представляют Богдан Титомир, Таня Буланова, Шура и группы “Руки вверх” и “Вирус”. Помимо музыки обещают массу ностальгических аттракционов, начиная с игры в наперсток, жвачек “Love Is” и заканчивая Леней Голубковым» [34].

В журнале «Огонек» от 13 сентября 2010 года читаем репортаж о тематическом мероприятии, которое подготовил канал MTV:

«На стенах клуба, где проходили съемки, были развешаны рекламные плакаты: “Санта-Барбара”, “Рэмбо-4”, “Элен и ребята”... Среди публики выделялся человек-эпоха: небритый качок в малиновом пиджаке и тренировочных штанах с лампасами, с золотыми цепями на груди и с большим мобильником в руках». При этом организаторы мероприятия отдают себе отчет в том, что «ностальгия 20-летних» не является нормальным явлением: «Мы фиксируем очень важный тренд: ретро для молодых, – продолжает 26-летний Кирилл Иванов. – Раньше люди начинали ностальгировать в 50 лет, до этого в 60. А теперь человек уже в 25 считает, что самое интересное время в своей жизни он прожил когда-то давно. Потому что жизнь тяжелая, потому что больше рефлексии. И мы пытаемся как-то на этом сыграть. Наша передача в большей степени не про смыслы, а про атмосферу» [35].

5. Миф «Страна в кольце врагов»

Выполненные исследования показали, что в модели действительности, конструируемой российскими СМИ, существует значительное количество образов «чужих», которые, в свою очередь, распадаются на несколько подгрупп разной степени опасности. В частности, в качестве «чужих» в российских СМИ маркируются следующие социальные группы: 1) представители власти; 2) представители различных народов и этносов; 3) «богатые» и «олигархи»; 4) мигранты и приезжие; 5) представители неправославных конфессий; 6) представители некоторых социальных групп (бомжи, алкоголики, ВИЧ-инфицированные, геи, лесбиянки и т.п.); 7) молодежь и подростки; 8) такой универсальный «чужой», как Запад. Вот лишь одна небольшая цитата (орфография сохранена):

«У Нашей страны было великое прошлое, о котором просто преступно забывать. Если уж искать героев для подражания, то пусть это будут наши настоящие герои, а не виртуальные Рембо из второсортных западных боевиков» [36].

Медиа демонстрируют несколько форм отношения к «чужим». Их можно сгруппировать следующим образом:

В первую группу можно включить **позитивные модели** организации взаимоотношений с «чужими»: мультикультурализм, транскультурализм, интеркультурализм. Во вторую группу форм взаимоотношений с «чужими» целесообразно включить **нейтральные модели**, такие как бездействие, которое означает пустить все на самотек, в надежде, что все само собой как-нибудь образуется. (Очевидно, что само собой ничего не образуется и эта форма организации взаимоотношений довольно быстро заменяется на одну из двух других). В третью группу форм взаимоотношений с «чужими» входят **враждебные модели**: изоляционизм, апартеид, ассимиляторство, насилие. И именно насилие является одной из самых активно используемых форм изображения в СМИ отношений между «мы» и «они». Информационные агрессии разного типа становятся важной частью коммуникации между государствами, бизнес-корпорациями, различными экономическими и политическими акторами. Более того, есть три основные сферы, в которых информационная агрессия рассматривается как допустимый и весьма эффективный способ достижения целей: межгосударственные отношения, политическая сфера и бизнес.

Выделяются следующие формы медиа-агрессии:

Выбор/конструирование слов и выражений. Наиболее распространенным и лучше всего освоенным языковым инструментом, который используется для целей речевого воздействия, конечно, является выбор слов и эквивалентных им сочетаний, в частности фразеологизмов. В силу разнообразия лексической семантики выбор слов оказывается универсальным инструментом, с помощью которого осуществляются самые разные виды воздействия.

С помощью выбора слов осуществляется воздействие и на образ действительности. Чаще всего приходится встречаться с эвфемизмами – словами, представляющими действительность в более благоприятном свете, чем она могла бы быть представлена. Языковые механизмы, стоящие за эвфемизмами, различны. Например, называя гражданскую войну событием, говорящий использует излишне абстрактное описание ситуации, при котором многое (реально самое важное) оказывается невысказанным, однако и называя ее крупномасштабными столкновениями вооруженных группировок в борьбе за власть, он тоже манипулирует

образом действительности, ибо такое описание (словарное определение гражданской войны) разрушает единый образ ситуации. Называя нечто трагедией, а не преступлением, говорящий тем самым делает неуместным разговор об ответственности, ибо у преступления виновник есть, а у трагедии его нет.

Еще одним резервом речевого воздействия посредством лексического выбора является создание (иногда заимствование) новых слов и выражений. Дополнительной возможностью, имеющейся в русском языке, является изобилие эмоционально окрашенных суффиксов.

Вот несколько примеров:

1. «“Ни генеральный прокурор, ни глава Следственного комитета не имеют права лишать депутата мандата! – Соловьев выразил позицию своей фракции – голосовать против лишения мандата “эсера” – и призвал всех депутатов поддержать это решение. Лидер партии ЛДПР Владимир Жириновский же заявил, что голосовать его фракция будет за досрочное прекращение полномочий. – Расправа не то, что происходит сейчас, а развал СССР и 1917 год – это расправа! “Эсеры” вообще здесь незаконно находятся! У моих активистов отняли мандаты, чтобы здесь эти “эсеры” сидели! Я с ненавистью смотрю в эти ряды каждый день”» [37].

2. «Помимо манифеста “Право и правда”, основной программой нашей партии стала и деятельность Петра Столыпина, с которым Никита Сергеевич тоже в родстве, – говорит Лермонтов. Очевидно, что козыряние “большими» фамилиями – особенность этой партии “традиционных ценностей великого русского государства”. В Никите Михалкове члены партии видят свой основной ориентир и опору: – Он чувствует Россию подобно нам и относится к историческим событиям, произошедшим в стране, так же, как мы. Он, как и мы, считает 1917 год национальной трагедией, утратой того духа и тех идей великой страны, которые были до государственного переворота большевиков, – объясняет пристрастие член президиума политсовета партии Михаил Рыбаков. Развивая мысль о величии, партийцы утверждают еще, что «Россия... особая русская цивилизация – самая богатая в мире по духовному опыту, по величию своей культуры и истории, по интеллектуальному капиталу», – и, наверное, на этом основании настаивают на необходимости контролировать нравственность СМИ. Сам “виновник торжества”, режиссер Никита Михалков, узнав о создании новой партии консерваторов, был крайне удив-

лен и таковым фактом и своей как бы “причастностью”. Как сказали “КП” сотрудники его компании, режиссер сейчас занят поисками натуры для нового фильма, он далеко от Москвы и ни в какую партию вступать не собирается, не имеет отношения к созданию партии “За нашу Родину” и вообще не политик» [38].

Выбор синтаксических конструкций. Достаточно широкий выбор средств речевого воздействия предоставляется синтаксисом. Выбор синтаксической конструкции способен, в частности, менять точку зрения, включать или не включать в фокус внимания тех или иных участников ситуации и тем самым достигать того же эвфемистического эффекта – или, напротив, избегать его. Общая формула этих приемов выглядит так: конкретный субъект действия или источник информации не называется – создается представление об объективном характере действия или информации. Активно используется такой прием, как манипуляция главными и вторичными предикациями. Суть приема заключается в том, что предикативное ядро предложения не является главным по значимости или по смыслу. И наоборот, главный по значимости элемент информации выражается средствами вторичной предификации: причастиями, деепричастиями, существительными действия и т.д. Таким образом, прием имеет две модификации: он позволяет либо прятать нежелательную предикацию, либо выдвигать менее значимую, но желательную, на первый план.

1. «Поэтому враги пытаются объявить государство врагом человека: да, страна твоя, но страна какая-то не такая, неправильная, а вот другая страна – она правильная, и поэтому, если ты защищаешь свою родину, ты вроде как поступаешь неверно. Это всего лишь попытки манипуляции сознанием. Когда такая манипуляция удастся, страна распадется, начинается гражданская война. Вспоминаем историю: 1917 год, царь, продажные министры. Были ли проблемы? Да куча! Смели этот ненавистный народу режим, кто пришел на смену?» [39].

2. «Ну, выдворили убийц из столицы. Преступника князя Юсупова отправили в имение. И многие поняли, что можно делать все, что угодно, даже устраивать заговор с целью государственного переворота – ничего за это не будет. И грянул 1917 год! – Распутин ведь вначале пробовали отравить, почему не вышло? – Цианистый калий не подействовал. Однако Юсупову этот якобы яд дал известный адвокат и конституционный демократ Маклаков» [40].

Управление скрытыми смыслами. В статье Ю.К. Пироговой «Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений)» показано, что ряд эффективных механизмов коммуникативного воздействия основан на использовании информации, которая представлена в сообщении в скрытом виде [41]. Речь идет о таком способе передачи информации, при котором она в явном виде не выражается, но с необходимостью извлекается адресатом при интерпретации сообщения. Адресат может использовать при этом свои знания о мире и социальные стереотипы, представления о традициях речевого этикета или о речевых стратегиях и намерениях адресанта, сведения о свойствах используемого языка или иных семиотических систем. Имплицитная информация является неотъемлемой частью любого сообщения.

1. «Здесь есть очень умные люди, я почти всех их знаю, значительная часть из них известна мне по изданиям и монографиям, а некоторые работают в нашем университете, из которого я перехожу. Я знаю, что сотрудники Зубовского института конструктивные люди, но иногда бывают такие ситуации, когда захлестывают эмоции. Наверное, так было и вчера. Если честно, мне вспомнился 1917 год с его стихийными митингами. Потом пыл уходит, а конструктивные решения остаются. – Вы уже начали налаживать взаимоотношения с сотрудниками? – Любая работа начинается со знакомства с документацией, чтобы понять, как решаются наболевшие проблемы» [42].

2. «Миром правит некая суперкорпорация. К такому шокирующему выводу пришли ученые из Федерального технологического института в Цюрихе (Швейцария). Они проанализировали, кто владеет 43 тысячами транснациональных корпораций мира, и неожиданно для себя поняли: за всеми стоит один «кукловод». Российские эксперты швейцарцам поверили: сейчас идет острая борьба “просто правительств” с “тайным правительством”, и некая секретная группа не прочь устроить 1917 год в мировых масштабах. Руководитель научной группы Джеймс Глаттфельдер больше всего боится теперь, что его заподозрят в склонности к “теории заговора”, как какого-нибудь прыщавого антиглобалиста. Он просто делал свою работу, и вот что получилось, а выводы пусть каждый делает в меру своей испорченности. – Реальность настолько сложна, что мы должны были отойти от догм,

будь то теории заговора или теории свободного рынка, – заявил он, – Наш анализ основан на реальных данных» [43].

Выбор макроструктур. Макроструктуры (относительно новый, но быстро ставший общеупотребительным термин нидерландского лингвиста Т.А. ван Дейка) – это такие средства организации языковых текстов, которые выходят за пределы предложения. Например, распространенными приемами в политических текстах являются диалогизация и использование вопросно-ответных структур; декларации намерений почти неизбежно оформляются в виде списков и т.д.

1. «Так после Февральской революции страна уже рассыпалась! Отвалилась Украина, ушла Польша, откололся Кавказ с меньшевиками, возникли самостийные государства в Сибири и на Дальнем Востоке. Только большевики смогли ее собрать заново штыками и кровью. – То есть Учредительное собрание, которого все ждали весь 1917 год, не смогло бы собрать страну? – А оно действовало бы только на российской территории. На него наплевали бы и Киев, и Кавказ, и республики Средней Азии. Стране нужен централизм» [44].

2. «“Все сделали они – западные спецслужбы. Кто подтолкнул перестройку в том формате, как она прошла? Тоже оттуда... Первый удар 1917 год, второй – 1991, третий удар – “оранжевая революция”. Это все вместе. И опять вот 1 января какие-то сантехники, слесари не могут открыть заслонки для российского газа. Это борьба с Россией”, – пояснил он» [45].

6. Миф о Сталине как великом вожде

Образ Сталина как великого вождя никогда не исчезал из так называемой народной памяти. Однако в последние годы этот миф расцвел пышным цветом. Левада-Центр сообщил – самой выдающейся личностью всех времен и народов 38 % россиян считают Сталина. На наш взгляд, такой результат в определенной степени стал продуктом многолетних усилий российских СМИ реинкарнировать миф о Сталине как великом вожде. Размышляя об этом феномене, Александр Морозов выделил несколько подходов ресталинизации [46].

Первый подход, его условно можно назвать дарвинистским, опирается на идею, что насилие является необходимым элементом истории. Сторонники этой идеи доказывают, что массовое насилие

езде встроено в историю. И сталинизм не является каким-то особым исключением. Обнаруживаются разумные исторические предпосылки тому, почему политика уничтожения была неизбежна.

Второй популярный дискурс ресталинизации опирается на православно-коммунистический синтез, осуществленный митрополитом Иоанном (Снычевым) и его последователями и усвоенный Зюгановым в начале нулевых годов в книге «Святая Русь и Кошчеево Царство». В его основе лежит своего рода вульгарное шпенглериянство: цивилизации рождаются, переживают расцвет и угасают. Русская цивилизация в этом дискурсе пережила расцвет в «сталинизме», это ее сияющий зенит. Этот дискурс тоже отчасти натурализует историю, но в отличие от первого извода это не просто холодный сверхдетерминизм, а романтический, пафосный патриотизм.

В самые последние годы оформился еще один дискурс ресталинизации. Его ядро – пессимистическое понимание русской истории, в которой «всегда все так», всегда насилие.

И наконец, есть «полемический сталинизм». Его ярким представителем является телеведущий В. Соловьев. Полемический сталинизм не имеет своего смыслового ядра, а просто направлен на полемическое опрокидывание собеседника. «А разве не Сталин дал вам, литовцам, Вильнюсский край?» и т.д.

По мнению И. Чубайса, «возрождение опаснейшей для России и для наших соседей сталинской бациллы – это не случайность и не игра субъективных настроений каких-то социальных групп. Это результат сознательной политики российских властей. Это итог работы системы образования, постыдно заменяющей правдивые ответы на трагические вопросы советского прошлого мутно-дебильной формулировкой «сложные вопросы истории». Это прямой (и востребованный сверху) итог работы монополизированных государством российских СМИ, пронизанных ложью, цензурой и навязчивым интересом к сталинской тематике. Это итог работы интеллигенции с «гибкими спинами», всегда готовой пойти на компромисс с властью...» [47].

Политические идеологемы в российских массмедиа

Согласно различным подходам, понятием «идеологема» обозначается слово или устойчивое словосочетание, значение которого содержит идеологический компонент [48. С. 7]; единица когнитивного уровня, ментальная единица [49]. Понятие идеоло-

гемы может также включать «несловесные формы представления идеологии», цитаты, буквы, символы, имена [50. С. 27]. Особенности функционирования идеологем также рассматривались в контексте художественной литературы, мифологии [51, 52]. Мы используем понятие «идеологема» для обозначения претендующих на абсолютную истинность обобщающих суждений, в краткой форме утверждающих необходимость или возможность определенных действий в политической или социальной сферах, и/или оправдывающих такие действия.

А.В. Оболонский полагает, что двумя центральными идеологемами, которые структурируют идеологическое пространство современных российских официальных медиа, являются «державный патриотизм» и «особый путь России». Что касается державного патриотизма, то речь идет о сознательной деформации нормальной человеческой привязанности к тому месту, где он родился, в чувство гордости по поводу величия государства и власти. «Происходит подмена патриотизма естественного, т.е. теплого чувства по отношению к своей стране, к ее людям, к «малой родине», наконец, «патриотизмом» казенным, предполагающим нерассуждающее преклонение перед властью и ее демонстративную поддержку» [53. С. 26]. С этой точки зрения власть рассматривается как главный, если не единственный, стержень, на котором держится общество. Именно власть обладает исключительным правом представлять родину и народ.

Такая подмена отнюдь не является изобретением последних десятилетий. Еще Л.Н. Толстой в статье «Христианство и патриотизм» писал о «гипнотизации» народа посредством разжигания патриотизма: «Патриотизм есть не что иное для правителей, как орудие для достижения властолюбивых и корыстных целей, а для управляемых – отречение от человеческого достоинства, разума, совести и рабское подчинение тем, кто во власти» [54. С. 65]. Едкую сатиру на державный патриотизм представляют собой многие произведения М.Е. Салтыкова-Щедрина [55].

Идеологема особого пути России также существует не одно столетие. Но в последние десятилетия она стала доминирующей как в массовом, так и в «просвещенном» сознании многих наших соотечественников. Критический анализ этой идеологемы представлен в уже цитировавшейся работе Оболонского и в книге Э.А. Паина «Распутица», в которой показано, что концепция «особой цивилизации» – весьма распространенный в мировой практике способ оправдания незыблемости авторитарных режи-

мов, а конкретно в России это есть не что иное, как идеологически ангажированная геополитическая спекуляция в интересах определенных групп, а ее навязывание имеет простую и прозаичную цель – исторически освятить сложившийся в 2000-е годы политический режим с его «вертикалями» и патернализмом [56].

Идея «особого пути» успешно эксплуатируется нынешней политической и экономической элитой, пришедшей к власти в 2000 году, обеспечивая относительную стабильность авторитарному правлению с выраженной централизацией. Усиление влияния православной церкви (как способа консолидации народных масс) и ориентированность национальной экономики на тяжелую промышленность и сельское хозяйство также характеризуют систему российского общества как тяготеющую к «евразийской» модели развития, которая в концепции неомодернизационного подхода будет рассматриваться как откат от современности к традиционализму [57]. Подобная тенденция находит отражение в «расколе» общества на тех, кто придерживается евразийской модели, и тех, кто этой модели противостоит; однако последние представлены в меньшинстве и чаще всего не имеют доступа к политической арене [57].

При этом, если обратиться к исследованиям, посвященным «постперестроечному» поколению, у них мы тоже можем наблюдать имперские амбиции и потребность в великой державе. В рамках исследования «Российская молодежь: потенциал политической мобилизации», проведенного группой ЦИРКОН в 2006 году, молодым респондентам (в возрасте 16–24 лет) был задан вопрос об их восприятии нескольких «ценностно окрашенных» понятий. Положительную реакцию у подавляющего большинства (двух третей и более) опрошенных молодых респондентов вызывают такие понятия, как Россия, Родина, порядок, справедливость, безопасность, стабильность, законность, сильное государство, традиция, Президент, патриотизм, мировая держава, мораль. Данный ряд понятий можно отнести к традиционным или «государственническим» ценностям, довольно распространенным не только среди молодежи, но и среди представителей старшего поколения. Так, по данным опроса Института социологии РАН, в 2007 году большинство представителей как молодого, так и старшего поколений согласилось с суждениями «великодержавного» толка («возрождение мощи и величия России невозможно без укрепления государственной власти» – 64 % и 73 %, соответственно; «необходимо восстановить мощь России как великой сверхдержавы» – по 57 %).

Еще одним примером подобной работы может быть исследование «Contextual Effects on Historical Memory: Soviet: Soviet nostalgia among post-Soviet adolescents», в котором автор выявляет запрос на сильную державу и ностальгию по СССР среди украинских и российских подростков [58]. Авторы работы «Политическое сознание подростков: благополучные школьники vs дети улиц» также выявили в среде подростков желание жить в великой державе, которое сопровождалось нетерпимым отношением к другим странам, а также ностальгию по советскому прошлому, т.е. фактически по стране, в которой они не жили и о которой знают только по рассказам родителей и учебникам истории [59].

А. Колесников утверждает, что «многие компоненты нынешней идеологии, в том числе в ее пропагандистской ипостаси, во многом обусловлены предыдущим развитием России, идеологией русского национализма, в разные времена по-разному проявлявшей себя, но доминировавшей в политическом дискурсе и в политическом управлении. И в этом смысле теория «эффекта колеи», обнаруживающаяся в том числе в культурных предписаниях (например, неформальном, коррумпированном способе урегулирования проблем), отчасти описывает причины укорененности некоторых традиционных российских идеологем.

Идеологический консервативный поворот совершился не за один день. Он готовился исподволь, и социальный контракт, который огрубленно можно назвать «Крым и духовные скрепы в обмен на свободу», лишь стал пиковой точкой изменений, постепенно происходивших в головах россиян. А со стороны государства – и легитимацией таких изменений, когда в общественном сознании стало одобряемо то, на что ранее существовал моральный запрет. Например, одобрение войны, которое, как свидетельствует социология, достигло пика весной 2014 г.

«Новая идеология» основана на архаизации массового сознания, явлении, которое мы назовем «сакрализацией несвободы»: находясь в «осажденной крепости», окруженные извне внешними врагами, а изнутри «пятой колонной», люди начинают испытывать к лидеру «осажденной крепости» что-то вроде стокгольмского синдрома, проникаясь его логикой и отстаивая его интересы, чувствуя себя членами его команды. Поддержка идеологии власти стала способом адаптации к внешним обстоятельствам, конформизм – способом выживания, «духовность» (в том числе в православной ипостаси) – методом оправдания «правильности» своего социального поведения» [60].

Фундаментальные идеологемы «державного патриотизма» и «особого пути России» в практике российских медиа разворачиваются в целый букет идеологических штампов [61].

Завершая размышления над проблемой, вынесенной в название данной статьи, следует заметить, что, безусловно, в рамках одной статьи нет возможности проанализировать объемную и противоречивую картину процессов мифологизации и идеологизации образов действительности, создаваемых сегодняшними российскими СМИ. Однако пришло время эту задачу поставить и коллективными усилиями решить.

Литература

1. Шарп Д. Типы личности. Юнговская модель типологии. Воронеж: Модэк, 1994. 126 с.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием-2. М.: Эксмо: Алгоритм, 2009. 528 с.
3. Тихонова С.В. Социальная мифология в коммуникационном пространстве современного общества: дис. ... д-ра филос. наук. Саратов, 2009. 374 с.
4. Гаврилов А.А. Средства массовой информации и современные мифы: к вопросу об основании социально-политического мифотворчества // Молодой ученый. 2012. № 11. С. 230–233.
5. Кацук А.А. Телевизионные мифы – один из способов манипуляции сознанием аудитории. URL: <http://presslife.ru/content/view/406>
6. Кияшко А.В. Мифологизация как функция языка и ее проявление в современном обществе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 12, ч. 1. С. 83–87.
7. Стариков А.Г. Мифотворчество как метод формирования массового сознания // Вестн. Донского гос. техн. ун-та. 2009. Т. 9, № 4(43). С. 234–245.
8. Топорков А. Мифы и мифология в современной России // Журнальный зал. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/1999/6/topork.html>
9. Гончарова Ю. Родноверы ушли в корни // Моск. комсомолец. 2010. 17 февр.
10. Шандарова М. Гуляй сегодня, завтра пост! // Тверская жизнь. 2011. 3 марта.
11. Муравьева И. Слово о полку // Рос. газ. 2013. 15 мая.
12. Черняева Е. Небесные жены Дениса Осокина // Звезда Поволжья. Казань, 2013. 4 июля.
13. Шарникова Г. «Не забывай свои корни, помни...» // Элистинская панорама. 2013. 9 нояб.

14. Если бы человек, родившийся, скажем, в X веке от Рождества Христова, оказался в современном мегаполисе, то непременно бы решил, что попал в царство бесов // Сделано в России. [Нижегородская область], 2011, 27 сент.
15. Дом Зингера // Нева. 2010. 15 февр.
16. *Лапин А.* Я потрясен жизнестойкостью русского народа! // Кн. обозрение. 2013. 11 марта.
17. Если не обратитесь и не будете как дети... // Псковская правда. 2006. 22 мая.
18. *Владимиров С.* У нас одна держава, и мы за нее в ответе! // Донская искра. Ростов н/Д., 2013. 26 июня.
19. *Аникеева Г.* Сделано и не забыто в СССР // Областные вести. Волгоград, 2013. 8 нояб.
20. Обратно в СССР? // Чусовской рабочий. 2012. 29 февр.
21. Тьма заполонила все вокруг // Приокская правда. Рязань, 2013. 18 апр.
22. *Кржеминский К.* Мечта о прошлом // Флаг Родины. Севастополь, 2011. 15 окт.
23. *Калинина Н.* Остановленные мгновения уходящего года // Горожанин. Тверь, 2007. 29 нояб.
24. *Андреева О., Тарасевич Г., Шейхетов С.* Хочу обратно в СССР... // Русский репортер. 2007. № 27.
25. *Быстрова Н.* Персональные консультации // Кадровое дело. 2013. 1 дек.
26. *Лисина Я.* Обратно в СССР: Иркутские школьники ходят на занятия в форме советских времен // Комс. правда. 2013. 6 сент.
27. Цирк приехал! // Золотой Рог. Владивосток, 2007. 18 окт.
28. Ижевчанка рисует на ногтях иконы и портреты Ленина // Центр. Ижевск, 2010. 18 марта.
29. *Быков Д.* Лохотрон, или Водка из горлышка // Искусство кино. 2003. 15 янв.
30. Страшно быть мертвым и не знать об этом // Известия. 2011. 15 апр.
31. *Соколов Б.* Ностальгия и игромания // Еврейское слово. 2011. 18 февр.
32. *Боярская В., Голунов И., Федоровская М.* Москва товарная // Большой город. 2012. 18 апр.
33. Братство моды // Time Out. 2011. 28 нояб.
34. *Зайцев А.* Девяностые возвращаются // Труд-7. 2010. 11 марта.
35. *Ларина Ю.* Литые 90-е. // Огонек. 2010. 13 сент.
36. Герои страны. URL: <http://www.warheroes.ru/about.asp>
37. *Цой Ю., Субботина С., Антипова С.* Госдума решает вопрос о лишении Гудкова мандата // Известия. 2012. 14 сент.

38. *Балуева А.* У Михалкова родилась партия. А Никита Сергеевич-то и не знал // Комс. правда. 2012. 14 июля.
39. *Горелик А.* Писатель Николай Стариков: «Про Сталина после его смерти насочиняли кучу вранья» // Комс. правда. 2012. 3 окт.
40. *Кафтан Л.* За что убили Григория Распутина? // Комс. правда. 2011. 29 дек.
41. *Пирогова Ю.К.* Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) // Проблемы прикладной лингвистики. М., 2001. С. 209–227.
42. *Кармунин О.* Неправильно, что наука, связанная с культурой, не может зарабатывать // Известия. 2013. 20 июня.
43. *Арсюхин Е.* Планетой правит одна суперкорпорация, доказали швейцарские ученые // Комс. правда. 2011. 20 окт.
44. *Смирнов Д.* Александр Проханов: «Если бы не было Октябрьской революции, Гитлер завладел бы всей Европой» // Комс. правда. 2012. 6 нояб.
45. *Рябов М.* Жириновский призвал разорвать «Большой договор» с Украиной и пригрозил производителям водки «Nemiroff» // Новый регион 2. 2009. 16 янв.
46. *Морозов А.* Ресталинизация опирается на несколько разных дискурсов // Блоги «Эха Москвы». URL: <http://echo.msk.ru/blog/inliberty/2007878-echo/>
47. *Чубайс И.* Бесовская сила сталинщины, или Можно ли излечить Россию? // Блоги «Эха Москвы». URL: http://echo.msk.ru/blog/i_chub/2009750-echo/
48. *Кутина Н.А.* Живые идеологические процессы и проблемы культуры речи // Язык. Система. Личность. Екатеринбург, 2005.
49. *Мальшиева Е.Г.* Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2009. № 30. С. 32–40.
50. *Гусейнов Г.Ч.* Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х. М.: Три квадрата, 2003. 272 с.
51. *Барт Р.* Мифологии. М.: Директ-Медиа. 2007. 459 с.
52. *Бахтин М.М.* Проблемы творчества Достоевского. Киев: Next, 1994. 511 с.
53. *Оболонский А.В.* Кризис бюрократического государства // Реформы государственной службы: международный опыт и российские реалии. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2011. 448 с.
54. *Толстой Л.Н.* Христианство и патриотизм // Полн. собр. соч.: в 90 т. Т. 39. С. 27–80.
55. *Салтыков-Щедрин М.Е.* Признаки времени // Полн. собр. соч.: в 12 т. Т. 7. СПб., 1906. С. 4–194.
56. *Паин Э.А.* Распутица: полемические размышления о predeterminedности пути России. М., 2009. 269 с.

57. Ядов В. Россия как трансформирующееся общество: резюме многолетней дискуссии социологов. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/009/681/1219/048Yadov.pdf>

58. Nikolayanko O. Contextual Effects on Historical Memory: Soviet: Soviet nostalgia among post-Soviet adolescents // *Communist and Post-Communist Studies*. 2008. 41. P. 243–259.

59. Касамара В.А., Сорокина А.А. Политическое сознание подростков: благополучные школьники vs дети улиц // ПОЛИС (Политические исследования). 2009. № 6. С. 68–83.

60. Колесников А. Российская идеология после Крыма. Пределы эффективности и мобилизации // Московский центр Карнеги. URL: <http://carnegie.ru/2015/07/07/ru-pub-60606>

61. Национальная идентичность и будущее России. Доклад Международного дискуссионного клуба «Валдай» (Москва, февр. 2014). URL: <http://www.valerytishkov.ru/engine/documents/document2125.pdf>

MYTHOLOGEMES AND IDEOLOGEMES OF THE RUSSIAN MEDIA: THE EXPERIENCE OF SYSTEMATISATION

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 1. pp 47–74.

DOI: 10.17223/26188422/1/5

Iosif M. Dzyaloshinskiy, Higher School of Economics (Moscow, Russian Federation).

E-mail: idezaloshinsky@hse.ru

Keywords: media, journalism, mythologemes, ideologemes.

The article substantiates the necessity of the description, systematisation and analysis of mythologemes and ideologemes, with which the modern Russian mass media forms the identification representations of mass audience. The author interprets the concepts “mythologeme” and “ideologeme”, describes the main ones that are actively used by Russian media in the past decade.

The author comes from the orientation of modern Russian media on the use of irrational patterns of influence on the audience consciousness and behaviour which rely on a set of mythologemes and ideologemes. A “mythologeme” in this case is any statement which contains an open or hidden reference to some eternal, global and universal truth; a convincing assertion which does not require strict proof because it is a “hologram” of a holistic myth stored in the unconscious. An “ideologeme” is a generalising assertion, a claim to absolute truth, which in a brief form affirms the necessity or possibility of certain actions in the political or social spheres, and/or justifying such actions.

Based on years of observation of the Russian media, several stable mythologemes that continuously reproduce themselves in the federal and regional press are detected and analysed: 1) the myth of the great pagan past of the Slavs; 2) the myth of the great Orthodox Russian Empire; 3) the myth of the great Soviet Union; 4) the myth of the great “Wild and Evil ’90s”; 5) the myth of the “Country Surrounded by Enemies”; 6) the myth of Stalin as a great leader.

Among the fundamental political ideologemes are “Sovereign Patriotism” and the “Special Way of Russia”. It is those ideologemes that structure the ideological space of the

modern Russian official media and develop into a whole set of ideological clichés. In the first of these ideologemes, after A.V. Obolonsky, the conscious deformation, the substitution of the normal human affection for the place of one's birth with a sense of pride of the greatness of the state and government can be traced. In the second ideologeme, a biased geopolitical speculation in the interests of the political regime prevailing in the 2000s (E. Pain) can be seen. Both, according to the author, reflect the conservative turn in the ideology of the country in recent years, which provides the relative stability of the autocratic regime with a strong centralisation.

References

1. Sharp, D. (1994) *Tipy lichnosti. Yungovskaya model' tipologii* [Personality Types: Jung's Model of Typology]. Translated from English. Voronezh: Modek.
2. Kara-Murza, S.G. (2009) *Manipulyatsiya soznaniem-2* [Manipulation of consciousness-2]. Moscow: Eksmo: Algoritm.
3. Tikhonova, S.B. (2009) *Sotsial'naya mifologiya v kommunikatsionnom prostanstve sovremennogo obshchestva* [Social mythology in the communication space of modern society]. Philosophy Dr. Diss. Saratov.
4. Gavrilov, A.A. (2012) *Sredstva massovoy informatsii i sovremennye mify: k voprosu ob osnovanii sotsial'no-politicheskogo mifotvorchestva* [Mass media and modern myths: on the foundation of socio-political myth-making]. *Molodoy uchenyy*. 11. pp. 230–233.
5. Kashchuk, A.A. (2013) *Televizionnye mify – odin iz sposobov manipulyatsii soznaniem auditorii* [Television myths: one of the ways to manipulate the consciousness of an audience]. [Online] Available from: <http://presslife.ru/content/view/406>.
6. Kiyashko, A.V. (2014) Mythologisation as function of language and its manifestation in modern society. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*. 12:1. pp. 83–87. (In Russian).
7. Starikov, A.G. (2009) *Mifotvorchestvo kak metod formirovaniya massovogo soznaniya* [Myth-creation as a method of formation of mass consciousness]. *Vestn. Donskogo gos. tekhn. un-ta – Vestnik of DSTU*. 9:4(43). pp. 234–245.
8. Toporkov, A. (1999) *Mify i mifologiya v sovremennoy Rossii* [Myths and mythology in modern Russia]. [Online] Available from: <http://magazines.russ.ru/nz/1999/6/topork.html>.
9. Goncharova, Yu. (2010) *Rodnovery ushli v korni* [Rodnovery went to the roots]. *Moskovskiy komsomolets*. 17 February.
10. Shandarova, M. (2011) *Gulyay segodnya, zavtra post!* [Have fun today, tomorrow starts the fast!]. *Tverskaya zhizn'*. 3 March.
11. Murav'eva, I. (2013) *Slovo o polku* [The word of the regiment]. *Rossiyskaya gazeta*. 15 May.
12. Chernyaeva, E. (2013) *Nebesnye zheny Denisa Osokina* [Heavenly wives of Denis Osokin]. *Zvezda Povolzh'ya*. 4 July.
13. Sharinova, G. (2013) “Ne zabyvay svoi korni, pomni...” [“Do not forget your roots, remember . . .”]. *Elistinskaya panorama*. 9 November.

14. Sdelano v Rossii. (2011) Esli by chelovek, rodivshiysya, skazhem, v X veke ot Rozhdestva Khristova, okazalsya v sovremennoy megapolise, to nepremenno by reshil, chto popal v tsarstvo besov [If a man born, let's say, in the 10th c. AD found himself in a modern metropolis, he would certainly have decided that he was in the realm of demons]. *Sdelano v Rossii*. 27 September.

15. Neva. (2010) Dom Zingera [The House of Singer]. *Neva*. 15 February.

16. Lapin, A. (2013) Ya potryasen zhiznestoykost'yu russkogo naroda! [I am shocked by the vitality of the Russian people!]. *Knizhnoye obozrenie*. 11 March.

17. Pskovskaya pravda. (2006) Esli ne obratites' i ne budete kak deti... [If you do not convert and will not be like children . . .]. *Pskovskaya pravda*. 22 May.

18. Vladimirov, S. (2013) U nas odna derzhava, i my za nee v otvete! [We have one homeland, and we are responsible for it!]. *Donskaya iskra*. 26 June.

19. Anikeeva, G. (2013) Sdelano i ne zabyto v SSSR [Made and not forgotten in the USSR]. *Oblastnye vesti*. 8 November.

20. Chusovskoy rabochiy. (2012) Obratno v SSSR? [Back to the USSR?]. *Chusovskoy rabochiy*. 29 February.

21. Priokskaya pravda. (2013) T'ma zapolonila vse vokrug [Darkness flooded everything around]. *Priokskaya pravda*. 18 April.

22. Krzheminskiy, K. (2011) Mechta o proshlom [Dream of the past]. *Flag Rodiny*. 15 October.

23. Kalinina, N. (2007) Ostanovlennyye mgnoveniya ukhodyashchego goda [The stopped moments of the outgoing year]. *Gorozhanin*. 29 November.

24. Andreeva, O., Tarasevich, G. & Sheykhetov, S. (2007) Khochu obratno v SSSR... [I want back to the USSR . . .]. *Russkiy reporter*. 27.

25. Bystrova, N. (2013) Personal'nye konsul'tatsii [Personal consultations]. *Kadrovoe delo*. 1 December.

26. Lisina, Ya. (2013) Obratno v SSSR: Irkutskie shkol'niki khodyat na zaniyatiya v forme sovetskikh vremen [Back to the USSR: Irkutsk schoolchildren attend classes in the uniform of Soviet times]. *Komsomol'skaya pravda*. 6 September.

27. Zolotoy Rog. (2007) Tsirk priekhal! [The Circus has arrived!]. *Zolotoy Rog*. 18 October.

28. Tsentr. (2010) Izhevchanka risuet na nogtyakh ikony i portrety Lenina [A woman from Izhevsk draws icons and portraits of Lenin on the nails]. *Tsentr*. 18 March.

29. Bykov, D. (2003) Lokhotron, ili Vodka iz gorlyshka [Scam, or Vodka from the bottle]. *Iskusstvo kino*. 15 January.

30. Izvestiya. (2011) Strashno byt' mertvym i ne znat' ob etom [It is scary to be dead and not know about it]. *Izvestiya*. 15 April.

31. Sokolov, B. (2011) Nostal'giya i igromaniya [Nostalgia and gambling]. *Evreyskoe slovo*. 18 February.

32. Boyarskaya, V., Golunov, I. & Fedorovskaya, M. (2012) Moskva tovarnaya [Moscow of commodities]. *Bol'shoy gorod*. 18 April.

33. Time Out. (2011) Bratstvo mody [Brotherhood of Fashion]. *Time Out*. 28 November.
34. Zaytsev, A. (2010) Devyanostye vozvrashchayutsya [The nineties return]. *Trud*-7. 11 March.
35. Larina, Yu. (2010) Lite 90-e [Cast '90s]. *Ogonek*. 13 September.
36. Warheroes.ru. (n.d.) *Geroi strany* [Heroes of the country]. [Online] Available from: <http://www.warheroes.ru/about.asp>.
37. Tsoy, Yu., Subbotina, S. & Antipova, S. (2012) Gosduma reshaet vopros o lishenii Gudkova mandata [The State Duma decides on Gudkov's deprivation of the mandate]. *Izvestiya*. 14 September.
38. Balueva, A. (2012) U Mikhalkova rodilas' partiya. A Nikita Sergeevich-to i ne znal [Mikhalkov established a party. And did not even know about it]. *Komsomol'skaya pravda*. 14 July.
39. Gorelik, A. (2013) Pisatel' Nikolay Starikov: "Pro Stalina posle ego smerti nasochinyali kuchu vran'ya" [Writer Nikolai Starikov: "A lot of lies were written about Stalin after his death"]. *Komsomol'skaya pravda*. 3 October.
40. Kaftan, L. (2011) Za chto ubili Grigoriya Rasputina? [Why did they kill Grigory Rasputin?]. *Komsomol'skaya pravda*. 29 December.
41. Pirogova, Yu.K. (2001) Implitsitnaya informatsiya kak sredstvo kommunikativnogo vozdeystviya i manipulirovaniya (na materiale reklamnykh i PR-soobshcheniy) [Implicit information as a means of communicative influence and manipulation (on the material of advertising and PR messages)]. In: Novikov, A.I. (ed.) *Problemy prikladnoy lingvistiki* [Problems of Applied Linguistics]. Moscow: Azbukovnik.
42. Karmunin, O. (2013) Nepravil'no, chto nauka, svyazannaya s kul'turoy, ne mozhet zarabatyvat' [It is wrong that science connected with culture can not earn money]. *Izvestiya*. 20 June.
43. Arsyukhin, E. (2011) Planetoy pravit odna superkorporatsiya, dokazali shveytsarskie uchenye [One supercorporation rules the planet, the Swiss scientists have proved]. *Komsomol'skaya pravda*. 20 October.
44. Smirnov, D. (2012) Aleksandr Prokhanov: "Esli by ne bylo Oktyabr'skoy revolyutsii, Gitler zavladet vsey Evropoy" [Alexander Prokhanov: "If there was no October Revolution, Hitler would have taken over the whole of Europe"]. *Komsomol'skaya pravda*. 6 November.
45. Ryabov, M. (2009) Zhirinovskiy prizval razorvat' "Bol'shoy dogovor" s Ukrainoy i prigrozil proizvoditelyam vodki "Nemiroff" [Zhirinovskiy called to break the "Big Contract" with Ukraine, and threatened the producers of the Nemiroff vodka]. *Novyy region* 2. 16 January.
46. Morozov, A. (2007) *Restalinizatsiya opiraetsya na neskol'ko raznykh diskursov* [Restalinization relies on several different discourses]. [Online] Available from: <http://echo.msk.ru/blog/inliberty/2007878-echo/>.

47. Chubays, I. (2009) *Besovskaya sila stalinschiny, ili Mozhno li izlechit' Rossiyu?* [The demonic power of Stalinism, or Is it possible to heal Russia?]. [Online] Available from: http://echo.msk.ru/blog/i_chub/2009750-echo/.
48. Kupina, N.A. (2005) *Zhivye ideologicheskie protsessy i problemy kul'tury rechi* [Live ideological processes and problems of speech culture]. In: *Yazyk. Sistema. Lichnost'* [Language. System. Personality]. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University.
49. Malysheva, E.G. (2009) Ideologema kak lingvokognitivnyy fenomen: opredelenie i klassifikatsiya [Ideologeme as a linguocognitive phenomenon: definition and classification]. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 30. pp. 32–40.
50. Guseynov, G.Ch. (2003) *Sovetskie ideologemy v russkom diskurse 1990-kh* [Soviet ideology in the Russian discourse of the 1990s]. Moscow: Tri kvadrata.
51. Barthes, R. (2007) *Mifologii* [Mythologies]. Moscow: Direkt-Media.
52. Bakhtin, M.M. (1994) *Problemy tvorchestva Dostoevskogo* [Problems of Dostoevsky's creativity]. Kiev: Next.
53. Obolonskiy, A.V. (2011) *Krizis byurokraticheskogo gosudarstva: Reformy gosudarstvennoy sluzhby: mezhdunarodnyy opyt i rossiyskie realii* [The crisis of the bureaucratic state. Reforms of the civil service: international experience and Russian realities]. Moscow: Fond "Liberal'naya missiya".
54. Tolstoy, L.N. (1956) *Poln. sobr. soch.: v 90 t.* [Complete works: in 90 vols]. Vol. 39. Moscow: Khudozhestvennaya literatura. pp. 27–80.
55. Saltykov-Shchedrin, M.E. (1906) *Poln. sobr. soch.: v 12 t.* [Complete works: in 90 vols]. Vol. 7. St. Petersburg: Izdanie A.F. Marksa. pp. 4–194.
56. Pain, E.A. (2009) *Rasputitsa: polemicheskie razmyshleniya o predopredelenosti puti Rossii* [Impassability: polemic reflections on the predetermined path of Russia]. Moscow: ROSSPEN.
57. Yadov, V. (1999) *Rossiya kak transformiruyushcheesya obshchestvo: rezyume mnogoletney diskussii sotsiologov* [Russia as a transforming society: a summary of the long-term discussion of sociologists]. [Online] Available from: <http://ecsocman.hse.ru/data/009/681/1219/048Yadov.pdf>.
58. Nikolayenko, O. (2008) Contextual Effects on Historical Memory: Soviet: Soviet nostalgia among post-Soviet adolescents. *Communist and Post-Communist Studies*. 41. pp. 243–259. DOI: 0.1016/j.postcomstud.2008.03.001
59. Kasamara, V.A. & Sorokina, A.A. (2009) Teenagers political consciousness: prosperous children vs street children. *POLIS*. 6. pp. 68–83. (In Russian).
60. Kolesnikov, A. (2015) *Rossiyskaya ideologiya posle Kryma. Predely effektivnosti i mobilizatsii* [The Russian ideology after the Crimea. Limits of efficiency and mobilization]. [Online] Available from: <http://carnegie.ru/2015/07/07/ru-pub-60606>
61. International Discussion Club Valdai. (2014) *Natsional'naya identichnost' i budushchee Rossii* [National identity and the future of Russia]. [Online] Available from: <http://www.valerytishkov.ru/engine/documents/document2125.pdf>.

УДК 316.772.5

DOI: 10.17223/26188422/1/6

М.В. Загидуллина

МЕДИАЛОГИКА КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА В КОММУНИКАТИВИСТИКЕ¹

Статья посвящена медиалогике: автор рассматривает историю этого понятия, анализирует основные концепции и исследовательские мнения, прослеживает динамику понятия за время его существования. Опираясь на существующие подходы, автор предлагает уточнение границ понятия и его содержательно-формальных характеристик, среди которых выделены самолегитимация, внутренняя конкурентность, конвенциональность, а также претензия на объективность и, следовательно, истинность высказываний. Сравнение медиалогики прежнего периода и периода расцвета социальных сетей позволяет выдвинуть предположение о дальнейшем развитии массовых коммуникаций, следующих медиалогике современного момента (эгалитаризм, фатичность, созависимость).

Ключевые слова: медиалогика, формат, медиатизация, лайки, персонализация коммуникации, социальные медиа

Медиалогика — концепт, на наш взгляд, недооцененный в отечественных исследованиях коммуникации и журналистики². Представляется бесполезным показать возможности использования этого концепта как основы исследовательского подхода к явлениям в сфере массовой коммуникации и журналистики. Иными словами, цель статьи — раскрыть методологический потенциал понятия «медиалогика». Таким образом, в фокусе автора

¹ Публикация подготовлена при поддержке РФФИ, проект № 16-18-02032 «Ментально-языковые трансформации русской лингвокультурной личности: поиск идентичности в медиатизированном обществе».

² Так, поисковый запрос «медиалогика» по всей базе elibrary.ru дает 17 результатов (из более чем 26 миллионов статей), а при поиске только в заголовках, ключевых словах и аннотациях — 5 (данные на конец октября 2017 г.; поисковик включает и статьи с выражением «логика медиа»; см. [1–5]). При этом, несомненно, сам феномен медиалогики (обозначенный иными понятиями) рассматривался в российском научном пространстве неоднократно и послужил основой десятков диссертаций и сотен статей.

два объекта – медиалогика с содержательной стороны (история понятия и перспективы его рассмотрения) и медиалогика как метод исследований (техника исследования массмедиа и масскоммуникаций в различных аспектах). Материалы статьи могут оказаться полезными как в работе по подготовке кадров высшей квалификации (исследователей), так и в практической журналистской деятельности, управлении масскоммуникациями.

История понятия

Сам термин «медиалогика» введен в 1979 г. в исследовании Дэвида Элтейда и Роберта Сноу: «Обобщая, можно сказать, что медиалогика представляет собой форму коммуникации; процесс, посредством которого медиа представляют и передают информацию. Элементы этой формы включают различные медиа и форматы, использованные этими медиа. Форматы представляют собой организацию материала, стиль, которым он представлен, фокус привлечения внимания к специфическим чертам поведения, а также грамматику медиакommunikации. Формат становится перспективным фреймом, представляющим суть репрезентируемого феномена. <...> Таким образом, логика медиаформата и в перспективе отправителя, и в перспективе получателя информации становится важнейшим фактором понимания медиа» [6. Р. 10]. Несомненно, феномен медиалогики исследовался и раньше, но именно начиная с монографии Д. Элтейда и Р. Сноу понятие медиалогики становится чрезвычайно востребованным в западных исследованиях. При этом «форматный» подход довольно быстро отходит на второй план (и вообще оказывается заслоненным более широкими и культуроориентированными интерпретациями). Если, по Д. Элтейду и Р. Сноу, медиалогика, по сути, выражала сам способ взаимодействия потребителя информации с самой этой информацией (то есть «формат» есть фрейм, своеобразный «горизонт ожидания» воспринимающего сознания, одновременно выполняющий и функцию тегирования информации, отнесения ее к тому или иному сегменту коммуникационного поля), а следовательно, и интенцию отправителя информации (рассчитывающего на «попадание» в аудиторию), то в центре внимания последователей этой концепции самым важным моментом становится экспансия форматов: «грамматика медиакommunikации» оказывается актуальной не только в области самих массмедиа и потребления

СМИ, но и в областях, исторически прямого отношения к масс-медиа не имеющих: политике, спорте, религии и т.п.

Именно поэтому понятие медиалогии оказывается созвучно другому активно разрабатываемому понятию – медиатизации (введено в современном понимании в трудах Ж. Бодрийяра [7]). Один из наиболее известных теоретиков этого понятия Ф. Кротц фактически отказывает медиалогии в существовании (как избыточному концепту). Рассматривая медиатизацию как неизбежный «метапроцесс» (глобальный и надвременной, наряду с глобализацией, индивидуализацией, коммерциализацией [8, 9]), Ф. Кротц указывает на возможность выделения современного периода медиатизации с 1950-х гг., когда масс-медиа переживают экспоненциальное развитие и плотно заполняют культурное поле; однако в то же время он подчеркивает, что суть понятия медиалогии неактуальна для коммуникационных процессов настоящего на фоне практик прошлого (то есть нет ничего нового в самом порядке воздействия медиа на общество в современном коммуникационном пространстве [10]). Здесь Ф. Кротц полемизирует с концепцией Шульца, рассматривающего медиалогику как процесс подчинения самых разных социальных практик массмедийной форматности [11].

Для других исследователей, напротив, медиалогия стала базовым понятием. Так, Стиг Хьярвард в своем концепировании медиатизации прямо связывает ее с медиалогикой: «Под медиатизацией общества мы понимаем процесс нарастания зависимости общества от медиа и их логики. Этот процесс двойствен: медиа интегрируются в деятельность других институтов и одновременно укрепляют свой собственный статус социального института» [12. Р. 113].

В отечественных исследованиях тема медиалогии особенно очевидно (хотя и имплицитно – без опоры на соответствующую теорию) воплощается в работах, посвященных медиатизации политики, например: «Новая высокотехнологичная медиа-индустрия, становясь основным посредником между элитами и массами, маргинализирует идеологию. Происходит эстетизация политики, акценты в механизмах легитимации политических акторов смещаются от рационально организованных дискурсов идеологического типа к рационально организованным, но ориен-

тированным на эмоционально-образное и развлекательное восприятие рекламных и PR-коммуникаций. В этой связи важным семиотическим конструктом становится имидж. Возникает ситуация, когда наряду с формально-правовой легальностью формируется эстетически ориентированный тип легитимации» [13. С. 35]. Обзоры, связанные в том числе и с феноменом медиалогии, можно обнаружить в исследованиях А.Н. Гуреевой [14], В.В. Смеюхи [15] и других исследователей. Тезис «то, что не показали по ТВ, вообще не произошло в политике»¹ может считаться «общим местом» во многих работах, связанных с изучением экспансии медиа на рубеже XX–XXI вв. В свою очередь, аргумент «это не покажут по Первому каналу» широко используется оппозиционными акторами как доказательство цензуры и ангажированности государственных СМИ. Медиалогика понимается как приоритетность «медийности» и даже «медиагеничности» в политике (взамен профессионализма, опытности и других критериев, отступающих на второй план).

Однако современная ситуация показывает, что медиалогика меняется вместе с медиа. Прежняя «четвертая власть» уступает место стихийной и аморфной прозрачности, выполняющей те же функции, что ранее были монополией профессиональных СМИ. На смену массмедиа пришли mass social media. Этим изменениям в контексте медиалогии посвятили свое исследование Х. ван Дейк и Т. Поэлл [18]. Они обозначили своей задачей формулировку основных изменений самой логики развития коммуникаций (и широко вовлеченных в эту новую коммуникацию социальных институтов). Медиалогика, с точки зрения авторов, по сути, позволяла рассматривать массмедиа как оккупантов в публичной сфере. Однако «пропущенные звенья» (к ним исследователи относят кабельное телевидение и возникновение нишевых аудиторий в 1980-е гг.) позволяют иначе взглянуть на сам концепт медиалогии. Это не констатация экспансии массмедиа в ранее закрытые сферы, а зеркало логики по-новому, нежели раньше, организованной масскоммуникации, или, говоря иначе,

¹ Например, это утверждение (со ссылкой на ряд работ) вынесено в обоснование актуальности докторской диссертации Н.Р. Балынской (2009) [16. С. 4]. В шестом издании (2017) учебника «Политология» И. Василенко тезис также повторяется как «новое кредо политтехнологов» [17].

массовизированной коммуникации. Х. ван Дейк и Т. Поэлл предлагают рассматривать медиадиалогику современного периода (периода расцвета социальных сетей) как сочетание четырех главных факторов и одновременно черт: programmability, popularity, connectivity, datafication (программируемость, популярность, связность, датафикация). При этом первое – это прозрачная работа кода и алгоритма (сам пользователь, минуя уровень аналитического профессионализма, может видеть успешность или неуспешность своего высказывания за счет фольксономии); второе – движение информации «вниз» и «вверх» согласно массовой оценке (или ее отсутствию), «лайк-экономика»; третье – качественное изменение самого понятия коллективности (замена прежнего collective на connective), когда сутью коммуникации становится преодоление одиночества и поддержка чувства причастности к группе; четвертое – постоянно доступная и живущая в режиме реального времени (постоянно обновляющаяся) база данных как универсальный способ репрезентации самой процессуальности жизни. Так складывается новая, социотехнологическая медиадиалогика социальных сетей.

Для Х. ван Дейк и Т. Поэлла не так важна экспансия медиадиалогики нового типа в другие сферы жизни, как собственно констатация всеобщей вовлеченности в эту четырехфакторную коммуникацию огромных масс людей. Однако статья этих исследователей позволяет развить логику концепта дальше и предложить его интерпретацию как специфического подхода к современному коммуникационному процессу.

Эпистема медиадиалогики

Прежде всего, определимся с самим содержанием концепта медиадиалогики, переживающего второй виток своего осмысления в связи с развитием социальных медиа. Исследователи подчеркивают значимость «медийности» во всех сферах жизни, ее нарастание, экспансию в ранее закрытые и непрозрачные сферы, проникновение медиадиалогики в зоны повседневного поведения людей. Эти наблюдения позволяют рассматривать медиадиалогику как значимый инструмент анализа социума, его непрерывно меняющегося габитуса, собственно «текучей современности», как метафо-

рически обозначил неувовимост и быстроту изменений нашего времени З. Бауман [19]. М. Фуко под эпистемой понимает «формат знания» (если использовать высказывание Элтейда и Сноу), фрейм, одновременно и упорядочивающий, и ограничивающий аналитическое мышление той или иной эпохи [20]. Если мы возьмем понятие эпистемы в таком значении применительно к конкретному концепту, то нам важно будет установить возможности конструирования и ограничивающего феномена медиалогии.

Во-первых, медиалогия предполагает, что медиа существуют в своей обособленной от других институтов и акторов системе целеполаганий (то есть логика медиа не равна логике других социальных институтов, не исчерпывается и не описывается этими другими логиками). Эта сторона эпистемы медиалогии хорошо изучена применительно к массмедиа: стремясь к выживанию, они наращивают свое присутствие и умножают собственную значимость, пользуясь базовой функцией – информирования, которая предполагает их обязательный доступ (уникальный / монопольный по сравнению с другими акторами коммуникационного пространства) к самим техническим средствам / платформам массовой информации. Будучи потребляемы действительно массовой аудиторией, СМИ периода их расцвета утверждают самолегитимацию (претендуя на то, что они выражают *vox populi*; адекватность этой претензии может быть предметом специального изучения, вопрошания, сомнения, но для настоящего рассуждения важен сам факт такой самолегитимации). С точки зрения «фреймирования» социальной практики, мы могли бы говорить о необходимости и неизбежности работы медиа по формулированию, транслированию, распространению миссии (по Б. Малиновскому – хартии), являющейся сердцем журналистики как социального института. В отличие от хартий других институтов, СМИ претендуют на роль универсального посредника («социального клея», по выражению Э. Дюркгейма; см. применительно к миссии журналистики [21]).

Во-вторых, реализуя самолегитимацию, массмедиа оказываются в ситуации конкуренции за внимание потребителя, что создает условия расслоения и «внутрицеховой» дивергенции профессионального поля. Скорость и новизна как главные критерии медийного новостного продукта становятся генератором внутримедийной борьбы за право первенства в коммуникативном пространстве; выживание отдельных массмедиа также обеспечивается приемами аттракции, шокирующими способа-

ми разрушения горизонта ожидания потребителя (то есть подобные практики, традиционно исследуемые как манипулятивные, по сути, выступают разновидностью адаптации массмедиа к остроконкурентной борьбе и даже – несколько биологизируя понимание эпистемы – формой ответа на естественный отбор). Поэтому медиадиалогика может рассматриваться как внутренняя логика развития института применительно к условиям существования.

В-третьих, медиадиалогика развития массмедиа конвенциональна – она зависит от условий выживания. Так, если конкурентная борьба за внимание потребителя обусловливается свободным рынком, выбираются стратегии, о которых сказано выше. Но если конкурентная борьба разворачивается, например, в пространстве субсидиарной поддержки массмедиа, то содержание медиапродукции будет определяться стремлением отвечать горизонту ожидания ревизирующей инстанции («заказчика»), иногда и вовсе небольшой группы конкретных лиц, а не массовой аудитории. В этом смысле массмедиа следуют экономическим принципам выживания, не связанным, возможно, со стихийно складывающимися интересами и информационными потребностями / предпочтениями массовой аудитории (от которой их выживание никак не зависит).

Самолегитимация, внутренняя конкурентность, конвенциональность образуют внешнюю («форматную») сторону эпистемы медиадиалогии. Внутренняя («содержательная») сторона представляет собой репрезентацию нейтралитета, объективности, фактуальности и других подобных характеристик неангажированного (а потому правдивого) информирования. Объективация информации и претензия на единственно возможную интерпретацию – часть содержательной стороны медиадиалогии. Конкретные пути и способы репрезентации собственной объективности и правдивости в настоящей статье не рассматриваются; этой теме посвящены специальные исследования дискурсивных практик массмедиа (см., например, [22]).

Что меняется в медиадиалогике с приходом социальных медиа к доминирующей позиции в информационном пространстве? Прежде всего, переориентируется само понятие «внутрицеховой» профессиональной практики. Теперь уже профессиональные массмедиа конкурируют не друг с другом, как это было на первых этапах развития Интернета, но с массовым контентом, генерируемым непрофессионалами. Архитектура социальных медиа

устроена таким образом, что статья журналиста из профессионального СМИ оказывается в равной позиции с постом пользователя (то есть она превращается в медиа-объект, распространяемый в сети теми, кому понравилось содержание, а также одновременно оказывается открыта критике и отрицательным оценкам). Нишевые аудитории эпохи кабельного ТВ трансформируются в сложно сегментированные и прихотливо пересекающиеся аудитории «групп по интересам», вырабатывающим свои особенные дискурсивные практики и правила («тотальные частности»). Здесь голос профессионала оказывается одновременно заглушен другими голосами и уязвим со стороны аудитории, декодирующей его текст по правилам кода конкретного сообщества пользователей. Таким образом, медиалогика, предполагающая, по сути, выживание в новых условиях, диктует новые требования: «попадание» в дискурсивный код адресата, интерактивность и готовность развивать сообщение в ходе войны комментариев, поляризацию мнений, заострение стиля и переход от газетно-публицистического стиля к межперсонально-публицистическому (интимизация, в том числе и негативная, профессиональной коммуникации). В таком случае мы видим, что конвенциональность как суть медиалогики требует и реконфигурации стилистического арсенала (другими словами, смена арсенала логична, это не нарушение правил, а адаптация к новым вызовам развития информационного пространства)¹.

Прикладное значение понятия медиалогики как аналитического инструмента

Как показывают приведенные выше размышления, эпистема медиалогики позволяет переосмыслить текущие процессы в коммуникационном пространстве, опираясь на концепт их предопределенности, предзаданности работой самого механизма медиалогики. Мы можем усматривать действие медиалогики как в прошлом, так и в настоящем, а также пытаться построить прогноз развития медиакоммуникаций на основе анализа медиалогики прошедших и

¹ См., например, исследовательские мнения о причинах изменения дипломатического дискурса в сторону его «плебеизации» [23], [24] и др. Стоит отметить, что эпистема медиалогики позволяет оценивать эти перемены как неизбежные и единственно возможные в условиях конвенциональных изменений информационного пространства.

текущих процессов. Основой такого подхода служит институциональный анализ массмедиа: какова их позиция в каждом конкретном случае, каков истинный адресат их медиапродукции, в каком конкурентном поле разворачивается их деятельность, а следовательно, что предопределяет их стратегии и тактики.

В условиях медиатизации, предполагающей вытеснение массмедиа профессионального общественно-политического и новостного типа персонализированными медиакоммуникациями, медиадиалогика определяется самой спецификой социальных медиа, коммуникативную систему которой можно охарактеризовать (уточняя работу Х. ван Дейк и Т. Поэлла и полемизируя с ней) тремя главными чертами: 1) эгалитаризм (на смену элитарной иерархичности системы СМИ предшествующего периода); 2) фатичность (взамен новостной информативности); 3) созависимость (или «лайко»-зависимость, взамен относительной монологичности профессионального СМИ прошлого). Эти черты предопределяют и траектории следования за медиадиалогикой, позволяя высказывать предположения о дальнейшем развитии как массового медиаповедения, так и позиционирования профессиональных СМИ.

Эгалитаризм неизбежно ведет к персонификации коллективных акторов. Это означает, что коллективно создаваемый аккаунт в сети неизбежно будет рассматриваться как некая персона, уравниваясь с другими персонами-коммуникантами в «ленте» пользователя. Здесь одновременно «стирается» персона конкретного журналиста (пока он не выйдет из-под «аватара» своей редакции в персональное коммуникативное пространство) и метафоризируется как персона вся редакция (так, стали такими персонами в дискурсе комментариев пользователей, например, Первый канал или «Медуза»). Понимание этой логики уже сейчас очевидно используется профессиональными редакциями как неизбежная задача такой персонификации (что – как следствие – сказывается на дискурсивной практике, переклюкая ее на регистр межперсонального общения).

Фатичность (по Б. Малиновскому, общение ради общения, *phatic communion* [25. С. 482]) не рассматривается пока еще в категориях медиадиалогии, однако перспектива такого рассмотрения может обладать серьезной объяснительной и предсказательной силой (например, искренность – в том числе и искреннее заблуждение – в эпоху постправды значит больше, чем весомые рациональные ар-

гументы; смеховое начало интернет-коммуникаций может и должно рассматриваться в категориях connectivity, а не «деградации масс», как можно иногда видеть в научной аргументации).

Созависимость имеет психологические, социальные, экономические корни, которые необходимо характеризовать и выявлять, чтобы понимать медиалогику поведения и интенций пользователей (в том числе и профессиональных массмедиа в пространстве социальных сетей). Популярность, о которой говорят Х. ван Дейк и Т. Поэлл, относится к этой же части феномена.

Наконец, стоит отметить, что история развития понятия медиалогики позволяет усматривать ее экспансию в немедийные сферы. Так, например, «лайко»-зависимость трансформируется в научном поле в борьбу за наукометрические показатели: цитирование можно рассматривать как аналог созависимости, порождающий соответствующую реконфигурацию научных коммуникаций в целом. Медиалогика как техника анализа таких явлений позволяет сопоставлять их с, казалось бы, несопоставимыми с ними феноменами коммуникации, в совокупности формируя непротиворечивую коммуникативную картину мира.

Литература

1. *Памтура Ж.В.* Проблема репрезентации и передачи смыслов в коммуникационных процессах в средствах массовой информации // Мир науки, культуры, образования. 2010. № 4–2. С. 260–262.
2. *Аникина М.Е.* Круглые столы экспертов // Век информации. 2015. № 3(4). С. 131–132.
3. *Пономарев Н.Ф.* Рекреатизация журналистики и политики // World science: problems and innovations: сборник статей победителей VII Международной научно-практической конференции. 2017. С. 345–347.
4. *Загидуллина М.В.* Логика жанра и логика формата: к понятию mass self-communication в PR-деятельности // Российская пиарология-5: тренды и драйверы: сборник научных трудов в честь профессора К.В. Киуру. СПб., 2017. С. 24–30.
5. *Сарчинелли У.* Старые СМИ новые СМИ. К вопросу об отношениях между журналистикой и политикой. Sarcinelli U. Alte medien neue medien: zum verhältnis zwischen journalismus und politik (Polit. Meinung. Bonn, 1999. Jg. 44, n 351. S. 19–29); реферат // Актуальные проблемы Европы. 2002. № 2. С. 20–23.
6. *Altheide D.L., Snow R.P.* Media Logic. Beverly Hills, Cal.: Sage, 1979.
7. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Добросвет: Изд-во «КДУ», 2006. 389 с.

8. Krotz F. Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS, 2007.
9. Krotz F. The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame // Global Media and Communication. 2007. No. 3. P. 256–260.
10. Krotz F. Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change // Mediatization of Communication, K. Lundby, ed. Berlin/Boston: Gruyter Motion, 2014. P. 131–161.
11. Schulz W. Reconstructing mediatization as an analytical concept // European Journal of Communication. 2004. No. 19 (1). P. 87–101.
12. Hjarvard S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change // Nordicom Review. 2008. No. 29 (2). P. 105–134.
13. Березняков Д.В. Легитимация власти и медиатизация политики в современной России // Научные записки Сибирской академии государственной службы. 2004. № 1. С. 30–36.
14. Гуреева А.Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.
15. Смеюха В.В. Медиатизация общества: проблемы и последствия // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 18 (215). С. 38–42.
16. Балынская Н.Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России: дис. ... д-ра полит. наук. Екатеринбург, 2009. 267 с.
17. Василенко И. Политология: учебник. 6-е изд., перераб. и доп. Литрес, 2017. URL: <https://books.google.ru/books?id=lYM6DQAAQBAJ&printsec=front-cover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (дата обращения 20.10.2017).
18. Dijck J. van, Poell T. Understanding Social Media Logic // Media and Communication. 2013. No. 1 (1). P. 2–14.
19. Бауман З. Текучая современность. М.: Питер, 2008. 238 с.
20. Фуко М. Слова и вещи: археология гуманитарных наук. СПб.: А-сэд; АОЗТ «Талисман», 1994. 405 с.
21. Конашенкова Н.И. Журналистика как «социальный клей» // Ценностные ориентиры современной журналистики: сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры журналистики Пензенского государственного университета. Пенза, 2016. С. 110–112.
22. Дейк Т.А. ван. Анализ новостей как дискурса // Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: ЛЕНАД, 2015. С. 111–160.
23. Беляков М.В., Максименко О.И. Дипломатический дискурс в медиасреде (на примере сайта МИД РФ) // Вильгельм фон Гумбольдт и его наследие: классика и современность: сборник статей по материалам Всероссийской заочной научно-практической конференции. М., 2017. С. 20–24.

24. Друцэ А.Ю. Современные методы воздействия на аудиторию в постклассическом дипломатическом дискурсе // Вестн. Кемеров. гос. ун-та. 2015. № 3–1. С. 154–158.

25. Малиновский Б. Проблема значения в примитивных языках // Язык и сознание: аналитические и социально-эпистемологические контексты. М.: Альфа-М, 2013. С. 463–506.

MEDIA LOGIC AS A TOOL IN COMMUNICATIVE ANALYSIS

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 1. pp. 75–88.

DOI: 10.17223/26188422/1/6

Marina V. Zagidullina, Chelyabinsk State University (Chelyabinsk, Russian Federation). E-mail: mzagidullina@gmail.com

Keywords: media logic, format, mediatisation, likes, personification of communication, social media.

In this article the author follows the history of the concept of media logic from 1979 (Altheide, Snow) via contributions to the field of Schultz, Krotz, Hjarvard and other researchers to the recent article of J. van Dijk and T. Poell devoted to the re-conceptualisation of media logic in the age of social media.

Researchers described media logic as an inner motivation of mass-media actors. The specific of media logic is related to the mediatisation expansion to different fields of contemporary social life. This expansion makes non-media institutions dependent on the same factors as mass-media actors.

In the pre-Internet period of mass-media (mostly TV), media logic was established, for example, in preferring a politician-actor rather than an experienced, or well-educated, or charismatic actors as a mediagenic person. The maxim “what was not shown on TV in politics never existed” became common place for political technologists. But several decades later a new logic replaced the previous one: social media logic. Mass-media themselves have changed radically. Their position in the public sphere has become more vague and uncertain than before. In these new conditions media logic has also changed. It now includes survival strategies in the competitor field with heterogenic actors and powers.

In this article the author makes assumptions by extending and depicting the Dijk and Poell four-factor description of social media logic (programmability, popularity, connectivity and datafication): the communication field (being under social media logic) can be characterised by three qualities: egalitarianism, phatics, co-dependence. By accepting these characteristics, a researcher can find a key to the explanations of cultural processes in the communicative field. Egalitarianism makes all actors equal to each other and blurs the hierarchy between professional and non-professional actors. Collective actors are personified. Phatic communication, described by B. Malinowsky, expands enormously and determines the logic of development not only of media-actors but of many different non-media institutions. And co-dependence of communicants can be explained in terms of “likes”-economy and “likes”-connectivity. All these features can be considered as media logic itself. The analysis of these factors can be helpful in media research.

References

1. Pampura, Zh.V. (2010) Problema reprezentatsii i peredachi smyslov v kommunikatsionnykh protsessakh v sredstvakh massovoy informatsii [The problem of representation and translation of meanings in communication processes in the mass media]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya – The world of science, culture and education*. 4–2. pp. 260–262.
2. Anikina, M.E. (2015) Kruglye stoly ekspertov [Round tables of experts]. *Vek informatsii*. 3(4). pp. 131–132.
3. Ponomarev, N.F. (2017) [Recreation of journalism and politics]. *World science: problems and innovations*. A collection of articles of the winners of the VII International Conference. Penza: Nauka i prosveshchenie. pp. 345–347. (In Russian).
4. Zagidullina, M.V. (2017) Logika zhanra i logika formata: k ponyatiyu mass self-communication v PR-deyatelnosti [The logic of the genre and the logic of the format: to the concept of mass self-communication in PR-activity]. In: *Rossiyskaya piarologiya-5: trendy i drayvery* [Russian PR-5: trends and drivers]. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics and Management.
5. Sarcinelli, U. (2002) Starye SMI novye SMI. K voprosu ob otnosheniyakh mezhdru zhurnalistikoy i politikoy [Old media new media. On the relationship between journalism and politics]. Translated from German. *Aktual'nye problemy Evropy*. 2. pp. 20–23.
6. Altheide, D.L. & Snow, R.P. (1979) *Media Logic*. Beverly Hills, Cal.: Sage.
7. Baudrillard, J. (2006) *Simvolicheskiy obmen i smert'* [Symbolic exchange and death]. Translated from French. Moscow: Dobrosvet: Izd-vo "KDU".
8. Krotz, F. (2007) *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation* [Mediatization: case studies on the transformation of communication]. Wiesbaden: VS.
9. Krotz, F. (2007) The meta-process of “mediatization” as a conceptual frame. *Global Media and Communication*. 3. pp. 256–260. DOI: <https://doi.org/10.1177/17427665070030030103>
10. Krotz, F. (2014) Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change. In: Lundby, K. (ed.) *Mediatization of Communication*. Berlin; Boston: Gruyter Motion.
11. Schulz, W. (2004) Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*. 19 (1). pp. 87–101. DOI: [10.1177/0267323104040696](https://doi.org/10.1177/0267323104040696)
12. Hjarvard, S. (2008) The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*. 29 (2). pp. 105–134. DOI: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>
13. Bereznyakov, D.V. (2004) Legitimatsiya vlasti i mediatizatsiya politiki v sovremennoy Rossii [Legitimation of power and the mediation of politics in modern Russia]. *Nauchnye zapiski Sibirskoy akademii gosudarstvennoy sluzhby*. 1. pp. 30–36.
14. Gureeva, A.N. (2016) Theoretical Understanding of Mediatization in the Digital Environment. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika – Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism*. 6. pp. 192–208. (In Russian).

15. Smeyukha, V.V. (2015) Mediatizatsiya obshchestva: problemy i posledstviya [Mediatization of society: problems and consequences]. *Nauchnye vedomosti BelGU. Seriya: Gumanitarnye nauki*. 18 (215). pp. 38–42.
16. Balynskaya, N.R. (2009) *Spetsifika uchastiya sredstv massovoy informatsii v politicheskom protsesse sovremennoy Rossii* [Specificity of the participation of the mass media in the political process of modern Russia]. Political Science Dr. Diss. Ekaterinburg.
17. Vasilenko, I. (2017) *Politologiya: uchebnik* [Political science: a textbook]. 6th ed. Moscow: Litres. [Online] Available from: <https://books.google.ru/books?id=IYM6DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>. (Accessed: 20.10.2017).
18. Dijk, J. van & Poell, T. (2013) Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*. 1 (1). pp. 2–14. DOI: 0.12924/mac2013.01010002
19. Bauman, Z. (2008) *Tekuchaya sovremennost'* [Liquid Modernity]. Translated from English. Moscow: Piter.
20. Foucault, M. (1994) *Slova i veshchi: arkheologiya humanitarnykh nauk* [The order of things. An archaeology of the human sciences]. Translated from French. St. Petersburg: A-cad; AOZT "Talisman".
21. Konashenkova, N.I. (2016) [Journalism as a "social glue"]. *Tsennostnye orientiry sovremennoy zhurnalistiki* [Value guidelines of modern journalism]. Proceedings of the IV international conference dedicated to the 20th anniversary of the Department of Journalism of Penza State University. Penza: Penza State University . pp. 110–112. (In Russian).
22. Dijk, T.A. van. (2015) *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Translated from English. Moscow: LENAD. pp. 111–160.
23. Belyakov, M.V. & Maksimenko, O.I. (2017) [Diplomatic discourse in the media environment (on the example of the Russian Foreign Ministry website)]. *Vil'gel'm fon Gumbol'dt i ego nasledie: klassika i sovremennost'* [Wilhelm von Humboldt and his legacy: classics and modernity]. Proceedings of the All-Russian Correspondence Conference. Moscow: MSRU. pp. 20–24. (In Russian).
24. Drutse, A.Yu. (2015) Modern methods of the audience manipulation in post-classical diplomatic discourse. *Vestn. Kemerov. gos. un-ta – Bulletin of Kemerovo State University*. 3–1. pp. 154–158. DOI: <http://dx.doi.org/10.21603/2078-8975-2015-3-154-158>
25. Malinovskiy, B. (2013) Problema znacheniya v primitivnykh yazykakh [The problem of meaning in primitive languages]. In: Kasavin, I.T. (ed.) *Yazyk i soznanie: analiticheskie i sotsial'no-epistemologicheskie konteksty* [Language and Consciousness: Analytical and Socio-Epistemological Contexts]. Moscow: Al'fa-M.

УДК 77.041.5

DOI: 10.17223/26188422/1/7

А.М. Пазовский

ФОТОНОВЕЛЛА: ЖАНР ФОТОДОКУМЕНТАЛИСТИКИ ИЛИ НЕУСТОЯВШАЯСЯ ФОРМА КРЕАТИВНОГО САМОВЫРАЖЕНИЯ АВТОРА?

В статье рассматривается феномен фотонovelлы как жанра отечественной фотодокументалистики. Анализируется краткая история ее зарождения, приведены основания для формализации и классификации как жанра фотодокументалистики. Рассматриваются структурные и содержательные особенности этой лаконичной формы создания документального образа.

Ключевые слова: *архитектоника, фотодокументалистика, фотожурналистика, фотонарративный образ, фотонovelла, симулякр*

1. В поисках «заблудившегося» жанра, или О претензиях фотонovelлы на самоидентичность и самоопределение в жанровой системе фотодокументалистики

Известный российский журналист, обозреватель «Новой газеты» Ю.М. Рост, характеризуя свое творчество в интервью различным изданиям, на неизменный вопрос (с той или иной вариацией), кто он больше, журналист или фотограф, отвечает образно: «Я поженил текст на фотографии» [1, 2]. Суть своей метафоры мэтр отечественной журналистики интерпретирует так: «...фотография часто у меня не иллюстрация к тексту, а текст – не объяснение к фотографии. Они могут быть связаны непосредственно, опосредованно или вообще объединяться не напрямую, а через некую философскую концепцию. Тексты могут быть очень большими. Раньше я исходил из концепции: одна плотная по концентрации фотография + один небольшой

плотный текст. Для меня очень важен язык, и нередко именно в процессе общения с людьми рождалась фотография» [1].

Другой классик нашей документалистики В.М. Песков лет за 50 до Ю. Роста обозначил (не в теоретической интерпретации, а в творческой реализации) данную манеру создания конвергентного (визуально-текстового) образа в малой художественно-публицистической форме как *фотоновеллу*.

Все наследие В. Пескова – журналиста, писателя, фотографа, лауреата самых престижных отечественных премий и наград – издательский дом «Комсомольская правда» выпустил в 24-томном полном собрании сочинений. Расположенные в хронологическом порядке, переизданы все заметки, очерки, статьи, интервью В. Пескова, вышедшие в главной газете его жизни – «Комсомольской правде». Первый материал, обозначенный жанром «фотоновелла», за подписью В. Пескова опубликован 20 января 1962 г. Попытки отыскать более ранние артефакты этого жанра на страницах отечественных изданий пока не дали результатов. Собранный до настоящего времени и проанализированный банк данных позволяет говорить о том, что до конца 60-х годов минувшего столетия В. Песков оставался единственным журналистом, работавшим над совершенствованием этого жанра.

На излете 60-х выходят два издания сборника фотоновелл Макса Поляновского [3]. Причем в аннотации к первому из них (1968 г.) сказано: «В книге М. Поляновский создал своеобразный жанр – сочетание моментальной фотографии с небольшим рассказом – фотоновеллу». В аннотации ко второму изданию, выпущенному годом позже в том же объеме и в том же издательстве «Советская Россия», о новаторстве автора в области фотоновеллы уже ничего не сказано, жанровая специфика сборника была приведена к более устоявшемуся в то время стандарту: «Очерки одного из старейших советских фотокорреспондентов Макса Леонидовича Поляновского посвящены его работе и встречам со знаменитыми людьми и с фотографами, которые их снимали...». Можно полагать, что таким образом ошибка в том, что М. Поляновский (в то время известный советский писатель и журналист, лауреат Сталинской премии) является родоначальником нового жанра, была исправлена. Но «36 фотоновелл» в названии сборника издания 1969 г. так и остались. А это, надо полагать, свидетельствует о том, что М. Поляновский признал себя не создателем, а последователем в развитии инновационного жанра отечественной документалистики.

И, *возможно*, переиздание, предпринятое сразу же, в 1969 г., было актом исправления допущенной ошибки.

Творческая биография Ю. Роста, судя по опубликованным данным [4], начинается в 1967 г. Если сравнить этот период с публикациями В. Пескова, то хронологически он соответствует работам, опубликованным в 5–6 томах ПСС. А фотоновелла как жанр в том же полном собрании сочинений появляется в третьем томе. Таким образом, с достаточной долей уверенности мы полагаем, что родоначальником конвергентного жанра в отечественной фотодокументалистике, который впервые и «сосватал» текст с фотографией, несмотря на все дальнейшие заслуги в развитии этого жанра и конвергентных инноваций Ю. Роста, был все же В. Песков.

Так что же это за жанр такой, фотоновелла? Как понимают его исследователи истории фотожурналистики и аналитики современных процессов, происходящих в фотопублицистике? Ясного и понятного ответа на эти вопросы мы пока не нашли. Нет даже попытки осмысления данного феномена в теории отечественной фотопублицистики. Wikipedia откликнулась омонимом «*Фотокомикс* (или фотоновелла)». Но это совершенно другая форма творчества [5]. А фотоновелла как визуально-текстовая конвергенция, представленная произведениями В. Пескова, М. Поляновского, Ю. Роста и сегодня довольно активно развивающаяся на просторах Рунета, в теоретическом анализе остается белым пятном. Незаслуженно. Потому что, с одной стороны, массовая аудитория восприняла этот жанр как очень оригинальную малую форму представления ей документального (невыдуманного) образа. А профессионально-креативное журналистское сообщество, с другой стороны, приняло фотоновеллу как новый способ создания такого образа, пополнив свой творческий арсенал уникальным инструментом для самовыражения в фотодокументалистике.

Вопрос напрашивается сам собой: что же под этим «фото + новелла» понимать с точки зрения прагматики, изучающей отношения знаков к субъектам, которые их производят и интерпретируют? Чтобы хоть немного разобраться в этом, «гуглим», ищем сайты увлечённого творчеством народа. Вот министерство культуры одного из регионов анонсирует выставку фотоновелл в музее изобразительного искусства [6]. Автор блога на известном у российских фотографов сайте fotokto.ru Н. Васильев пишет: «Я называю то, что Вы увидите и прочтете, фотоновеллой... Не уверен, что сие стопроцентно верно, но пусть будет так» [7]. Не-

многие фотожурналисты самоопределились в этом жанре, так сказать, по определению. Потому что, как мы уже сказали, определения границ данного жанра пока что не существует. Но достаточно многие фотодокументалисты сегодня творят и развивают эту форму, подобно упомянутому автору, по принципу «не уверен... но пусть будет так». Теория, в первую очередь, позволит творческой личности уверенно развиваться в избранном направлении и развивать само направление.

В настоящее время фотонovelлисты есть в Питере, в Москве. Творческие традиции и секреты в этом микроцехе передаются из рук в руки, как у мастеров в цехах ювелирной ручной работы. Вероятно, такова специфика. Утверждать не будем, надо изучать. Но ситуация создается парадоксальная: явление есть, и есть у него название, нет смысловой обустроенности. Не имеет фотонovelла своей собственной семантической «жилплощади» в многоэтажной обители, именуемой системой фотопублицистических жанров. В создавшейся ситуации фотограф Васильев в блоге на fotokto.ru очень точно выразил свое не понимание, а переживание, или то, что называется – чувство жанра. Но это – экзистенция, или, как говорил Жан Поль Сартр, открытая возможность [8. С. 602].

А нам бы все-таки разобраться, с чем же, по сути, имеем дело? С красивым словом, позаимствованным для шарма у итальянских создателей фотокомиксов, то есть с симулякром? Но в таком случае и рассуждать-то о чем? Тогда это и есть лейбл над пустотой... Или все-таки речь идет о неизученном еще явлении в фотопублицистике, которое имеет свои специфические характеристики и должно занять положенное место в жанровой системе? А значит, получить семантическое (в отличие от интуитивного, чувственного представления) наполнение и терминологическую определенность. *То есть, стать утилитарным для профессионального использования понятием.* Для того, на наш взгляд, и существуют исследователи, аналитики, чтобы наводить должный порядок в интеллектуальном хозяйстве.

2. Конвергентная зарисовка: органичное слияние визуальных и текстовых элементов в единый образ

В контенте произведения фотопублицистики единство образа и его текстового представления автором читателю, зрителю, посетителю выставки, в конце концов, покупателю созда-

ется тремя основными способами: *механическим, эклектическим, органичным*.

В первом случае (*механическом*) текст «обслуживает» фотографию, прикрепляется к ней, поясняет или описывает изображение, указывает авторство и принадлежность (личную или институциональную). В журналистской практике это называется текстовкой. Этим способом создается содержание самых разных по объёму фотопублицистических произведений – от фотозаметки до крупных фотодокументальных проектов.

Не только текст может выполнять служебную функцию в фотопублицистическом произведении, но и фотография может обслуживать текст в качестве отвлеченной иллюстрации, символизирующей тему, главную мысль текста. Это и есть *эклектический* способ, т.е. смешение разнородных, в данном случае информационных, элементов.

В фотоновелле текст и фотография составляют цельный объект – *органичное единство*: логическое, концептуальное, эстетическое, информационное. Но речь не идет о событийности, потому что событие в фотоновелле остается за текстом. Событие анонимно, оно обособлено в кадре. Да и не важна здесь событийность в информационном, репортажном понимании. Уже сам факт того, что на фотографии изображен реальный образ, гештальт которого идентичен гештальту, созданному автором в тексте, образует и событийное, и документальное ядро произведения. Более того, в представлении читателя-зрителя оба гештальта гармонично сливаются в единый целостный образ. Это тот самый случай, когда изъятая из контента фотография потеряет документальный, а возможно, и эстетический смысл. А изъятый текст, без фотографии, становится артефактом беллетристики, утратив документальность, а стало быть, и публицистичность. В качестве примера приведем фотоновеллу «Сказка» В. Пескова [9. Т. 3. С.3].

СКАЗКА

Фотоновелла

«Посеял дед репку. Выросла репка большая-пребольшая...»

Шуршат страницы. Катя сидит – не дышит. Колька читает. Катя и Колька – мои соседи в коммунальной квартире. В школу они не ходят. Но Колька уже научился читать. Каждую новую книжку Колька бежит показать Кате. В коридоре, у круглой табуретки от

пианино, ребяташки садятся, Колька читает. Когда закрывает последний лист, Катя просит:

– Прочти еще раз...

Под Новый год все соседи купили по книжке и положили на круглую табуретку – будто бы Дед Мороз приходил...

И вот Колька читает:

– «Позвала кошка мышку. Мышка – за кошку, кошка – за Жучку, Жучка – за внучку... Дедка – за репку. Вытянули репку!»

Катя хлопает в ладоши:

– Вытянули, вытянули! – Потом она спрашивает: – А мышка – самая сильная?

– Что ты! Мышка маленькая. Помнишь, бабушкин кот поймал? Она – с палец... Это же сказка, – не хочет терять авторитета Колька.

– А почему ж не могли без мышки?

Колька трет нос и призывает на помощь:

– Дядя Вася! А чтомышь – самая сильная?

– Нет, Коля, мышка маленькая, с палец...

– Почему же не могли без мышки?

– А ты сам догадайся.

Целый день Колька ходит озабоченный. Делает попытку у бабушки выманить тайну. Бабушка непреклонна...

Вечером я сижу у лампы, работаю. Открывается дверь. В щёлку вижу торжествующий Колькин нос.

– Дядя Вася... Дядя Вася, я догадался. Репку сообща тянуть надо! Все понемногу – да?..

Глажу шершавые Колькины волосы. Достая с полки ещё одну книжку.

Счастливый мальчишка прижимает к животу подарок, пятится к двери.

В щёлку из коридора падает свет. Слышу бабушкин голос:

– Дяде не надо мешать, дядя работает...

Потом Колькин шёпот:

– Никакой тайны нету...

Фото автора. 20 января 1962 г.

Попытаемся разделить общий контент на текст и снимок.

Фотография. Два ребенка возле круглого стула сидят на дощатом полу. Мальчик слева в белой рубашке, как видно, старший, сидит на корточках, по видимым паттернам можно достроить образ мальчика: он в коротких штанишках на лямках, и, по всей вероятности, в кожаных туфлях или ботинках, это видно по блику слева внизу на обуви. Кто справа, мальчик или девочка,

по паттернам на этой фотографии понять невозможно. Дети рассматривают какую-то бумажную продукцию, лежащую на круглом стуле. Что это – журнал, газета, детская книжка, не понятно из-за бликов, вероятнее всего, от фотовспышки. Старший ребенок (мальчик) что-то говорит, может быть, читает, младший слушает. С эстетической точки зрения фотография не представляет ценности. Таких и подобных по качеству любительских кадров в семейных альбомах хранится очень много. Блики, отсутствие четкости, большие потери деталей и в свете, и в тени. Словом, не шедевр, конечно...



Текст. Лаконичный, всего лишь 1300 знаков. Сюжет филигранно выписан по законам новеллистики: нейтральный, беспристрастный стиль изложения, отсутствие психологизма, есть интрига и неожиданная развязка. Узнаем героев – мальчик (Колька) и девочка (Катя), мальчик читает книжки, хотя еще не ходит в школу. Книжки ему не только покупают родители, но дарят и соседи по коммунальной квартире. Колька размышляет над прочитанным, ищет ответы на возникшие вопросы. Наблюдательный читатель понимает, что в этой «коммуналке» живут очень дружные и добрые люди. Словом, замечательный литературный сюжет, который вполне можно принять за идиллическую метафору. Рассказ от первого лица воспринимается как литературный прием и не более. Все хорошо, кроме одного – нет публицистической

основы, документальных оснований, без которых, как мы понимаем, представленный текст к публицистическим жанрам нельзя отнести.

Фотография + текст. Очевидные метаморфозы происходят в построении гештальта: слова из текста новеллы выступают паттернами, которые позволяют нам достроить окончательные образы. Мы понимаем, достраиваем в своем сознании, что на снимке Колька и Катя, они сидят на полу в коридоре коммунальной квартиры у круглой вращающейся табуретки. Колька читает Кате сказку. И это документально зафиксировал автор, создав уже не просто литературный, а художественно-документальный образ. Весь сюжет пронизывает очень тонкая, ненавязчивая публицистичность, которая проявляется в дидактическом поведении взрослых, направляющих, грамотно поощряющих и наставляющих ребенка на саморазвитие, и в незатейливой, штрихами, без пропагандистского надрыва зарисовке образа жизни коммунальной общности: как живут, как общаются сожители по квартире. Показано и взаимоотношение детей между собой (Кольки и Кати), и детей с взрослыми (автора с Колькой, плюс образ голоса бабушки, соседи с новогодними книжками от Деда Мороза). Единый контент – новелла и фотография – приобретает совершенно другое эстетическое наполнение. На наш взгляд, происходит это за счет добавляемых к фотографии текстом паттернов, которые и позволяют читателю по намеченному автором сценарию достроить гештальт и получить полную «конвергированную» картину, представленную в сюжете. Такое органичное единство фотографии и текста в фотоновелле блокирует вероятность эклектического вмешательства в контент, а любая попытка внести в него дополнительные механические вкрапления грозит перегрузками (контента фотоновеллы) избыточными элементами – шумовыми помехами в восприятии образов художественно-публицистического произведения этой формы. Поэтому в фотоновеллах, в отличие от других жанров фотопублицистики, текстовки противопоставлены.

3. Формализация партикулярного жанра

Фотоновелла – формат уникальный и, можно сказать, обособленный. Мы уже наглядно увидели, что по своей сюжетно-композиционной, стилистической, да и эстетической природе

творческая манера такой конвергентной достройки гештальта, органичное объединение фотографии и художественного текста в цельный образ, не типична ни для беллетристики как таковой (новеллы, рассказа), ни для художественно-публицистических жанров в тех формах, которые сложились на практике. Поэтому представляется, что фотоновелла – произведение художественное по стилизации текста, по *архитектонике*, но документальное по своему содержанию. Его можно так и определить – художественно-документальное *партикулярное* (т.е. неформальное) произведение. Главные критерии такого произведения – это, во-первых, его миниатюрность (до 3500–4000 знаков + фото); во-вторых, синтез, органичное слияние текстовых и визуальных паттернов для создания детализированного образа, возможно, нескольких образов в общем контенте; в-третьих, синтез документального и беллетристического компонентов для создания эффекта достоверности *нарративного* образа.

Простыми словами, фотоновелла – лаконичное повествование, достоверность которого «задокументирована» в фотографии, и никаких прообразов здесь не предусмотрено – все названо своими именами. Такое контекстуально-визуальное слияние, как форма и метод создания образов, открывает широкий простор для творчества. Даже поверхностный анализ произведений, опубликованных под рубрикой «Фотоновелла» и в книгах, и на сайтах, и в интернет-версиях изданий позволяет составить предварительную типологию этой формы творчества как жанра фотодокументалистики. Очевидно, что здесь еще предстоит, образно говоря, глубинная инвентаризация творческого хозяйства, но и основания для проведения текущей структурной формализации и классификации фотоновеллы как жанра фотодокументалистики на имеющейся хрестоматийной базе есть.

Для начала определим метод, по которому создаются фотоновеллы, – это общее для всех произведений такого формата правило, или, можно сказать, «закон жанра». Опираясь на уже проделанный анализ, выразить это правило построения документально достоверного образа в фотоновелле можно следующей формулой: $T_{im} \sim PD_{im} = DI_{pss}$, которая говорит, что документальный образ **DI** (documentary image) фотоновеллы **pss** (photo short story) создается в процессе органического слияния, или синтеза $\sim$, текстового **T**

и иконографического **PD** (в данном случае конкретно – фотодокумента) образов **im** (images – читай гештальтов). Думаем, что общая конструкция создания фотоновеллы по закону жанра, в принципе, ясна. Рассмотрим частности.

Первое, что бросается в глаза при анализе произведений фотоновеллистики, так это многообразие базовых форматов, и текстовых, и иконографических, используемых для создания повествовательных образов: портрет – индивидуальный, бинарный, групповой; пейзаж, анимализм и т.д. Все зависит от темы, которую раскрывает автор и в которой фотосюжет представляет документальное подтверждение достоверности нарративного образа.

Второе важное свойство – тематическая репрезентативность жанра. Предметный разброс достаточно широкий – от героического миракля до курьезной миниатюры. Но главное, ядро любой темы, за счет чего и раскрывается нарративный образ в этом жанре, – это «сюрприз» неожиданности, феерический эффект кульминации и развязки. Этот «сюрприз» автора читатель может принять серьезно, со слезами или с улыбкой, но он никого не оставляет равнодушным. «Шаркнуть по душе», – как говорит любимый герой В. Шукшина – основной принцип фотоновеллы. В дидактической «Сказке» у В. Пескова таким сюрпризом становится вывод маленького Кольки: мышка-то постольку-поскольку, а репку сообща тянуть надо. В нравственном нарративно-иконографическом контенте Ю. Роста «Два года ждала» [10. С. 72] читатель получает от автора достаточно дерзкий подарок: вот вам собака... как государство. Вот государство, как собака. А ты-то сам, каков, дорогой читатель?

Третье основание для создания классификации этого жанра – количество *эмпирических индикаторов*, важных для понимания анализируемого объекта: «рассказ», «эмоции», эмоционально выраженное представление о мире, о человеке в этом мире; имиджевое представление мира и человека в фотографиях; количество документально зафиксированных фактов, значимые связи документального и беллетристического в синтезированном контенте. Какую функцию выполняют второстепенные связи?

В качестве примера приведём работу Сергея Белковского [11]. Достойная, профессиональная, глубокая по своему философскому содержанию работа с незамысловатым названием...

«ПРОСТОЙ СЮЖЕТ

Сюжет – проще не придумаешь. Старик сидит на скамейке за столом. Перед ним – пустая миска. Он словно смотрит в нее...

И здесь хочется вспомнить другой сюжет – из сказки. Помните – в миске вода, а заглянешь в нее, увидишь прошлое или будущее. Так поступали сказочные герои.

Георгий Тимофеевич герой, но не сказочный. Герой, потому что умудрялся жить так, что с ним с интересом знакомились начальники и чиновники и из Миасса, где он жил, и из Челябинска. Хотя сам он никогда начальником не был, даже самым маленьким, работал простым шофёром. А жил, как хотел, – имел и катер, и карету, и лошадей... Потому что имел золотые руки. Этим и удивлял всех.



Последние годы – тоже по-своему подвиг. Пятнадцать лет он жил после тяжелого инсульта, когда учиться и говорить пришлось заново. Помогли дети-врачи и простые мирские заботы, которых множество, когда живешь в своем доме на природе.

Вот так Злобин выходил во двор, садился на скамейку, опирался на неказистый, сколоченный из досок стол и сидел, думал, любил вспоминать, когда рядом оказывался собеседник.

Как-то сидели рядом:

– Наверное, попрощаться надо, – сказал просто, как о чем-то будничном Георгий Тимофеевич, – скоро уйду.

Он сказал о смерти, я понял это и, как обычно, в таких случаях стал говорить, что рано еще об этом, лучше расскажите, как...

Он стал вспоминать, и мы сменили тему. Никто из нас о своей смерти, уходе из жизни старается не говорить. По крайней мере, вслух. Злобин попробовал, а я испугался услышать. Поэтому мы не договорили.

А в августе, почти два года назад Георгий Тимофеевич ушел. Навсегда.

Этот снимок его последний. И теперь, спустя годы, смотрю на него, как на фотографию, в которой выражены последние дни жизни человека. Белая миска на простом столе, белая седая голова. Усталость и молчание. Человек остаётся один на этом последнем пути, которого никому не избежать.

Прошел год, другой. Как хорошо, когда человек вспоминается спустя такое время, когда есть, что вспомнить и хочется вспоминать.

Мне захотелось вспомнить».

Жанр фотонovelлы загадочен, не изучен и, надо полагать, таит в себе довольно много интересных, интригующих секретов, которые еще ждут своих исследователей. С другой стороны, процессы коммерциализации в фотожурналистике и фотодокументалистике сыграли в последнее время злую шутку и с развитием самого жанра фотонovelлы. Сегодня традиции, заложенные В. Песковым, Ю. Ростом, из-за инертности рынка в этом сегменте, развивают не профессионалы, а в большей мере энтузиасты-любители. Тем не менее, примеры интересных творческих работ и открытий в данном формате все чаще и чаще появляются в Рунете. Данное обстоятельство ставит перед исследователями задачу определить границы и место фотонovelлы, вписать ее в существующую систему жанров фотодокументалистики.

Литература

1. *Рогожина Е.* Юрий Рост: Я поженил текст на фотографии // New Style. 2013. 12 авг. URL: <http://www.newstyle-mag.com/personalii/yurij-rost-ya-pozhenil-kst-na-fotografii.html> (дата обращения 12 июня 2017).

2. *Толстой И.* Фотограф и публицист Юрий Рост // Радио Свобода. 2013. 3 дек. URL: <https://www.svoboda.org/a/25198939.html> (дата обращения 12 июня 2017).

3. *Поляновский М.* Остановись, мгновение... 36 фотонovelл. М.: Сов. Россия, 1968. 176 с.

4. *Рост Юрий Михайлович* // Википедия: свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Рост,_Юрий_Михайлович (дата обращения 12 июня 2017).

5. *Фотокомикс* // Википедия: свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Фотокомикс> (дата обращения 12 июня 2017).

6. Колпакова Н. Фотоновеллы об уходящем лете // Министерство культуры, печати и по делам национальностей Республики Марий-Эл. URL: <http://mincult12.ru/node/345> (дата обращения 12 июня 2017).
7. Васильев Н. Блог // FotoKto – социальная сеть о фотографии. URL: <http://fotokto.ru/id127365/blog> (дата обращения 15 июня 2017)
8. Сартр Ж.П. Бытие и ничто: опыт феноменологической онтологии. М., 2002.
9. Песков В.М. Сказка // Песков В.М. Полн. собр. соч. Т. 3. М., 2014.
10. Рост Ю. Групповой портрет на фоне мира. М., 2014.
11. Белковский С. Простой сюжет: фотоновелла. URL: <http://ecolife74.ru/2011/05/простой-сюжет-фотоновелла> (дата обращения 20 июня 2017).

THE PHOTONOVEL: A GENRE OF PHOTODOCUMENTALISM OR AN UNSTABLE FORM OF THE AUTHOR'S CREATIVE EXPRESSION?

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 1. pp. 89–102.

DOI: 10.17223/26188422/1/7

Arkadiy M. Pazovskiy, Novosibirsk State Pedagogical University (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: arkpaza@gmail.com

Keywords: architectonics, classification of genre, convergent sketch, free content, simulacrum, formalisation of genre, photodocumentalism, photojournalism, photo-narrative image, photonovel.

The article considers the phenomenon of the photonovel as a genre of Russian photodocumentalism. The brief history of its origin is analysed, the grounds for formalisation and classification as a genre of photodocumentalism are given. The structural and content features of this laconic form of creating a documentary image are considered.

The author analyses the ways of creating a documentary image. A photonovel as a work of documentary is a single object. Here, a photo without a text does not express a complete meaning, and a text without a photo also is not fully informative. A photonovel is not about events, because events in it remain behind the text. Events, anonymously, are isolated in the shot. Events as information, as material for reporting are not important. The very fact that a photograph depicts a real image, the gestalt of which is identical to the gestalt created by the author in the text, forms both the event and the documentary core of the work. Moreover, in the viewer's opinion, both gestalts harmoniously merge into a single holistic image. This is the case when a photograph taken from the content will lose its documentary and, perhaps, even aesthetic meaning. And a seized text, without a photograph, becomes an artifact of fiction, losing the documentary and, therefore, journalistic sense.

The photonovel is a unique and somewhat separate format. In its subject-compositional, stylistic and aesthetic nature this is the creative manner of the convergent completion of a gestalt. Here the author organically combines a photo as a document and an artistic text into a whole image. This is not typical for fiction (novels, stories). This is not typical for artistic and journalistic genres in the forms that have developed in practice. Therefore, the photonovel should be regarded as an artistic work on the stylisation of the text, according to architectonics, but documentary in its content.

The photonovel can be defined as an artistic-documentary work. That is, the photonovel seems to us as a laconic narrative, the authenticity of which is “documented” in a photo. Such a contextual-visual fusion as a form and method of creating images opens a wide scope for creativity. Even a superficial analysis of the works published under the heading “Photonovel” in books, on websites and in Internet versions of publications makes it possible to compile a preliminary typology of this form of creativity as a genre of photodocumentalism. Figuratively speaking, a profound inventory of the creative “economy” and the grounds for the current structural formalisation and classification of the photonovel as a genre of photodocumentalism must obviously be done on the existing collection basis.

References

1. Rogozhina, E. (2013) Yuriy Rost: Ya pozhenil tekst na fotografii [Yuri Rost: I married the text to the photo]. New Style. 2013. 12 avg. [Online] Available from: <http://www.newstyle-mag.com/personalii/yuriy-rost-ya-pozhenil-tekst-na-fotografii.html>. (Accessed: 12th June 2017);
2. Tolstoy, I. (2013) *Fotograf i publitsist Yuriy Rost* [Photographer and publicist Yuri Rost]. [Online] Available from: <https://www.svoboda.org/a/25198939.html>. (Accessed: 12th June 2017).
3. Polyanskiy, M. (1968) *Ostanovis', mgnovenie... 36 fotonovell* [Stay a while . . . 36 photonovels]. Moscow: Sov. Rossiya.
4. Wikipedia: the free encyclopedia. (n.d.) *Rost Yuriy Mikhaylovich*. [Online] Available from: https://ru.wikipedia.org/wiki/Rost,_Yuriy_Mikhaylovich. (In Russian). (Accessed: 12th June 2017).
5. Wikipedia: the free encyclopedia. (n.d.) *Fotokomiks* [Photocomics]. [Online] Available from: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Fotokomiks>. (Accessed: 12th June 2017).
6. Kolpakova, N. (n.d.) *Fotonovelly ob ukhodyashchem lete* [Photonovels about the outgoing summer]. [Online] Available from: <http://mincult12.ru/node/345>. (Accessed: 12th June 2017).
7. Vasil'ev, N. (2014) *Blog*. [Online] Available from: <http://fotokto.ru/id127365/blog>. (In Russian). (Accessed: 15th June 2017).
8. Sartre, J.P. (2002) *Bytie i nichto: opyt fenomenologicheskoy ontologii* [Being and Nothingness: An Essay on Phenomenological Ontology]. Translated from French by V.I. Kolyadko. Moscow: Respublika.
9. Peskov, V.M. (2014) *Poln. sobr. soch.* [Complete works]. Vol. 3. Moscow: Komsomol'skaya pravda.
10. Rost, Yu. (2014) *Grupповой portret na fone mira* [A group portrait against the background of the world]. Moscow: Al'pina Publisher.
11. Belkovskiy, S. (2011) *Prostoy syuzhet: fotonovella* [A simple story: a photonovel]. [Online] Available from: <http://ecolife74.ru/2011/05/prostoy-syuzhet-fotonovella>. (Accessed: 20th June 2017).

ИСТОРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 070(09); 930.2

DOI: 10.17223/26188422/1/8

Е.В. Евдокимова

КРЕСТЬЯНСКИЙ ИЛЛЮСТРИРОВАННЫЙ ЖУРНАЛ «СИБИРСКАЯ ДЕРЕВНЯ» В СИСТЕМЕ СИБИРСКОЙ ПЕЧАТИ 1920-х гг.

Статья посвящена ежемесячному крестьянскому журналу «Сибирская деревня», выходившему в г. Новониколаевске (Новосибирске) в 1924 г., который до сих пор не являлся предметом специального изучения. Автором определено место журнала в системе сибирской периодики 1920-х гг., выявлены основные типологические характеристики журнала, его специфические особенности в содержательной и композиционно-графической моделях издания.

Ключевые слова: сибирский журнал, типологические характеристики, «Сибирская деревня», жанры, иллюстрации

В 1920-х гг. новые процессы в общественно-политической обстановке нашей страны, связанные со становлением административно-командной системы управления обществом, вызвали существенные изменения в целях и задачах советской прессы, в формах и методах печати. Появившиеся в большом количестве в различных регионах страны, в частности в Сибири, газеты и журналы подчинялись основным целям, заключающимся в пропаганде укрепляющегося социалистического строя, объяснении массовой аудитории сути новой экономической политики государства. При этом журналам, предназначенным для крестьян, отводилась особая роль: именно они в полной мере должны были пропагандировать опыт работы сельсоветов по организации сельхозкооперативов, рассказывать о роли и функциях партийных сельских организаций, продвигать в массы новаторские приемы ведения сельского хозяйства.

К 1924 г. в Новониколаевске эти задачи реализуются с помощью литературно-художественных, общественно-политических

и специализированных журналов, таких как «Сибирские огни», «Красная сибирячка», «Кооперативная Сибирь», «Профессиональное движение» и др. Названные издания неоднократно становились предметом анализа в ряде работ историков, филологов, книговедов (исследования Л.А. Гильди, А.Л. Посадскова, В.А. Соскина, С.А. Пайчадзе, И.В. Лизуновой и др.). Однако до сих пор существует немало «белых пятен» в функционировании журналов данного периода, еще на ставших предметом специального изучения. К таким изданиям принадлежит крестьянский иллюстрированный журнал «Сибирская деревня».

Цель нашего исследования заключается в определении места журнала «Сибирская деревня» в общем массиве журналов, выходящих в Новониколаевске (Новосибирске), и в выявлении его типологических признаков.

Ежемесячный крестьянский иллюстрированный журнал «Сибирская деревня» в количестве 9 номеров (№№ 5–6 были изданы одной книжкой) выходил в Новониколаевске с апреля по декабрь 1924 г. в качестве приложения к газете «Сельская правда», издававшейся Сибирским бюро ЦК РКП(б) и Новониколаевским губернским комитетом РКП(б). С 1 по 6 номера журнал редактировал П. Голиков, являющийся и редактором газеты «Сельская правда», с 7 номера журнал возглавил Н. Кудрявцев.

Необходимость появления крестьянского журнала была вызвана обстоятельствами общественно-политической жизни: обо всех изменениях в стране полуграмотным крестьянам надо было рассказать доступно, ярко, образно. Крестьянский иллюстрированный журнал «Сибирская деревня» не был уникальным явлением среди печатных изданий данного типа. Однако журнал, в целом соответствующий типологическим характеристикам выходивших в 1920-е гг. массовых журналов, имел ряд особенностей в содержательной и композиционно-графической моделях, что, по нашему мнению, позволяет ему стать предметом отдельного рассмотрения.

О журнале «Сибирская деревня» имеется лишь упоминание на двух страницах в словаре-справочнике «Средства массовой информации Новониколаевска-Новосибирска 1906–2006 гг.». Нет о нем сведений и в Сибирской советской энциклопедии 1929 года, в которой приводятся наименования всех газет и журналов, выходящих в начале 1920-х гг. Неизвестна причина, по которой и журнал «Сибирские огни», моментально реагирующий на появление новых печатных изданий, обошел вниманием «Сибирскую деревню».

По-разному исследователями определяется тип рассматриваемого издания. Составители словаря-справочника «Средства массовой информации Новониколаевска-Новосибирска 2006–2006 гг.» на одной странице называют «Сибирскую деревню» газетой-сборником, газетой-вкладышем [1. С. 14], на другой – приложением-альманахом [1. С. 242], таким образом, используя данные определения в качестве синонимичных понятий, что, на наш взгляд, является не совсем верным. На обложке самого издания содержится прямое указание на его тип: «ежемесячный крестьянский журнал». Мы также склонны рассматривать издание «Сибирская деревня» как журнал с точки зрения его типологических журнальных характеристик.

Следует отметить, что в первом номере на титуле издания указано, что «Сибирская деревня» является приложением к газете «Сельская правда», во втором – что это ежемесячный иллюстрированный крестьянский журнал, в третьем не содержится указания на тип издания, начиная с четвертого и до девятого номера тип определен – ежемесячный крестьянский журнал.

Перечень типологических характеристик массовых журналов зачастую в регионах определялся редакциями лидирующих печатных изданий. В Сибири в начале 1920-х гг. такое право принадлежало первому удачно реализованному издательскому проекту – журналу «Сибирские огни». В критической статье, посвященной журналу «Алтайская деревня», сотрудниками «Сибирских огней» были даны четкие установки, связанные с типом издания, предназначенного для массовой крестьянской аудитории: «Журнал, призванный обслужить деревню, должен быть массовым журналом. Его объем должен быть невелик. Статьи – кратки, трактуемые в них вопросы – актуальны для масс крестьянства, язык прост, актуален, понятен. Наконец, совершенно необходимым для массового журнала элементом, по нашему мнению, должны быть иллюстрации» [2. С. 255–256].

И если, по мнению редакции «Сибирских огней», сотрудниками журнала «Алтайская деревня» все названные установки были нарушены, то, на наш взгляд, журнал «Сибирская деревня» и по рекомендуемому объему, и по темам для освещения важных политических и экономических процессов, и по особенностям языка и стиля публикаций, и по наличию разнообразного иллюстративного материала вполне соответствовал заявленным требованиям.

В течение года журнал выходил разными объемами и тиражами. Указание на тираж в первом номере журнала отсутствует,

тираж второго номера составил 11,5 тыс. экз., с третьего по восьмой номер – 6 тыс. экз., заключительный девятый номер вышел тиражом 5 тыс. экз. Сокращался постепенно и объем журнала – с 56 до 20 страниц, что было вызвано бумажным кризисом, который привел к закрытию ряда местных изданий. Журнал продавался в розницу (цена 1 номера составляла 25 коп.) и распространялся по подписке (цена подписки на год была установлена в размере 2 р. 50 коп.).

Программа журнала обозначена не была, но ясно просматривалась из его содержания, представленного как постоянными рубриками, так и однократно возникающими; в содержании каждого номера, располагающемся на первой странице, указывались названия статей, прозаических и поэтических произведений.

Практически в каждом номере журнала, вышедшем в год смерти В.И. Ленина, помещались материалы о вожде пролетариата: в двух первых номерах была опубликована статья «Что сделал Ленин для крестьян», в третьем и четвертом номерах – «Ленин и крестьянство», «Как т. Ленин относился к кооперации», в седьмом номере журнала помещался очерк Перимова «Ленин, крестьянство и Октябрь». Среди опубликованной «ленинианы» особо выделялась статья А. Коптелова, беспартийного крестьянина, впоследствии ставшего известным сибирским писателем, активно сотрудничающим с журналом «Сибирские огни». Вместо лозунговости, характерной для большинства материалов подобного типа, А. Коптелов выдвинул тезис о том, каким должно быть истинное увековечивание памяти вождя. По мнению автора статьи, нужны конкретные действия: «посеять ленинскую десятину... этим мы поможем нашим школам, детским домам»... «надо дальше решать ленинскую задачу по ликвидации неграмотности» (№ 1. С. 15).

Общественно-политические статьи предназначались для массовой аудитории, но часть из них имела конкретного адресата, например, статья «Работа партии в деревне» предназначалась для освоения ее членами местных партийных ячеек и, несомненно, учитывала фактор адресата: была хорошо структурирована, разделена на озаглавленные микротемы, что облегчало полуграмотным крестьянам понимание текста: «Почему работа в деревне имеет первостепенное значение», «Деревенские организации есть приводной ремень между партией и крестьянством», «Нужно уяснить себе первостепенные задачи и научиться проводить их в жизнь», «Поднятие сельского хозяйства», «Темнота, неграмот-

ность, некультурность», «Кооперация и хозяйственная работа в деревне», «Что должна делать ячейка, чтобы выполнить работу хорошо», «Достигнуть этого будет легче при помощи высших партийных органов».

Основной тезис статьи сводился к проблеме, связанной с недостаточным влиянием партийных организаций на крестьян: «До сих пор еще наши коммунисты в деревне не имеют того влияния и авторитета, как, скажем, хотя бы наши ячейки на фабриках и заводах среди беспартийных рабочих» (№ 1. С. 16). Для успешной работы в деревне, по мнению автора статьи, нужна систематическая работа по ликвидации неграмотности: «Сибирская деревня на каждые 100 человек имеет только 15 чел. грамотных», «в первую очередь, грамотными должны стать сами коммунисты, а их партийные ячейки сплоченными» (№ 1. С. 18). «Пока же, – констатирует автор статьи, – этого не видно, коммунисты лишь грызутся между собой» (№ 1. С. 19). Автор статьи, С. Кассиор, также был уверен в том, что наладить партийную работу в деревне поможет не численность состава партячеек, а их организованная работа, особое значение им придавалось сотрудничеству членов партячеек с газетой «Сельская правда» и губернскими газетами.

В рубрике «Кооперация», рассказывая крестьянам о кооперативах, авторы статей (В. Махов «Что значит кооперация для крестьянского хозяйства», председатель Сибсельхозсоюза Шаб «Несколько указаний сельхозкооперативам» и др.) акцентировали основное внимание на том, что кооперативы должны работать по определенному плану, в их правлениях должны находиться заинтересованные люди; «в задачи кооперативов, к сожалению, превратившихся в торгашей, должно входить не столько торговля, а сколько улучшение сельского хозяйства». Под последним автор статьи понимал организацию производства, сельскохозяйственные мероприятия (создание показательных полей, семенных питомников, зерноочистительных пунктов и пр.).

В рубрике «Сельское хозяйство» в статьях А. Коптелова «Как сеять клевер и какая от него польза», «Клевер поставил на ноги волоколамских крестьян», «Клевер в сибирской деревне», агронома С.А. Пospelова «Беседы по огородничеству» и др. крестьянам давалось действительно много полезных советов по уходу за сельскохозяйственными культурами. Например, в статье «Что такое головня и как ее уничтожить» рассказывалось о заразной болезни зерновых культур, приводящей к гибели урожая. На конкретных примерах

автор статьи, заведующий Сибирской областной станцией защиты растений Н. Власов убеждал крестьян в том, что с головней, или черной сажей, нужно бороться: «Например, в Каменском уезде Новониколаевской губернии распространение этой болезни достигло таких громадных размеров, что почти все зерно пшеницы оказалось сильно зараженным головней. Продовольственные органы совершенно отказались принимать зерно по Каменскому уезду в уплату единого сельскохозяйственного налога» (№ 1. С. 29). Мотивация на сохранение урожая была сильной – неуплата налога могла обернуться для крестьян серьезными последствиями.

В журнале, в соответствии с атеистическим воспитанием, набравшим силу в советской России, был опубликован ряд антирелигиозных статей, таких как, например, «Рассказ о том, как попы и буржуи выдумали Христа и пасху». Изложение решений Вселенского собора 325 г. автором статьи А. Маленьким подавалось в сатирическом ключе, события намеренно искажались, утрировались: «В 325 г. попы собрались на съезд в г. Никею, где и обсудили вопрос о Христе. Спорили-спорили. Ни до чего доспориться не могли. Засучили рукава и взялись драться “стенка на стенку”. Которые за Христа, те на одной стороне, а которые против, на другой. Дрались до тех пор, пока их не разняла императрица. Тогда они приняли решение, на котором все сошлись, – устроили бога в двух лицах: бога отца и бога-сына. Так Христа сделали богом» (№ 1. С. 51).

В постоянной рубрике «Что читать крестьянину» сообщалось о новинках литературы, выходящих в издательстве «Новая деревня», в основном общественно-политической и сельскохозяйственной тематики, давались краткие аннотации книг. Крестьянам редакция советовала приобрести книги Г. Лебедева и М. Фомина «Крестьянские делегаты XI съезда РСФСР и II съезда СССР о Ленине» (в аннотации указывалось, что «в книжке собраны 26 статей, написанных делегатами под свежим впечатлением потери вождя» (№ 1. С. 55); проф. В.В. Винера «Правила возделывания овса» («В Сибири овес занимает виднейшее место в яровом клину: он и корм для рабочего скота, он и товар для превращения в деньги» (№ 1. С. 55); а также книги А.С. Буткевича «Азбука доходного пчеловодства», А.А. Зубрилина «Крестьянское многополье», Г. Лебедева «Передовые крестьянские хозяйства», проф. В.И. Харченко «Как увеличить урожай», С.К. Фридолина «Животноводство в борьбе с засухой», С.П. Сорокина «Какие семена в землю бросать, чтобы урожай хороший собирать» и др. Цена

изданий варьировалась от 25 копеек до 1 рубля. Книги можно было заказать, непосредственно обратившись в московское издательство или в редакцию газеты «Сельская правда».

Литературные пробы пера, характерные для массовых журналов 1920-х гг., в отдельную рубрику собраны не были, однако рассказы и стихотворения начинающих писателей включались в каждый номер журнала. Особую литературную активность проявляли А. Коптелов, Н. Кудрявцев, А. Козлов. Общие мотивы произведений были типичными для пролетарской литературы рассматриваемого периода: борьба с кулаками, проблемы «отцов и детей», воспоминания о гражданской войне, жизнь в коммуне и т.п.

Например, действие рассказа Н. Кудрявцева «Без подписи» происходит в 1920 г. Красноармеец получает письмо из деревни от матери, из которого он узнает о том, что земля у семьи отобрана местным кулаком, корова пала, надвигается голод. Красноармеец, разъярившись, пишет заявление о приеме в большевистскую партию, но забывает написать свою фамилию, а затем свою забывчивость объясняет следующим образом: «Так потому што взволновались мы. Партия – дело сурьезное. Мы, хошь молодые, а понимаем» (№ 2. С. 10). Героиню рассказа А. Коптелова «Старое и новое» Дашу родные насильно выдают замуж за нелюбимого богатого крестьянина, ее душевные переживания разделяет только младший брат, который отказывается идти на свадьбу: «Не до веселья мне. Она, поди ведь, сестра. Как можно человека силой отдать? Человек – не скотина!» (№ 3. С. 5).

Рассказом А. Коптелова «Молодые побеги к солнцу тянутся» открывается и четвертый номер журнала. В нем речь идет о разном понимании жизни старого и молодого поколения, выливающимся в конфликт «отцов и детей».

В журнале также увидели свет фрагмент повести А. Ершова «Кутырка» и его рассказ «Новыми путями» (№ 8), рассказы Георгия Павлова «Мена», Т. Неверова «Ко-о там» (№ 5–6), «Дяденька Хрусталеv» (№ 7), А. Кручины «Семь лет» (№ 7) и др.

В рубрике «Поэты-крестьяне» активно печатались А. Козлов («Разрастутся чудо-нивы, удивляйтесь, отцы. По лесочкам и по гривам будут строиться дворцы») (№ 3. С. 5) и Г. Гаврилов («Со-ху древнюю забросить мне пора, И на поле без межи пустить бы трактора. Уж тогда-то мы не будем так страдать, Труд машинушка наш станет облегчать») (№ 4. С. 8). Поистине «шедевральными» были стихотворения Изборского: «Отзывался Емельян Стеньке

звонкой тризной, Резал бар в степной буран с горькой укоризной», «Прел рабочий по котлам, Тут и там взрывая, Висло мясо по бокам, кости оголая», «Левым фронтом на буржуя! Пустоплас Керенский, Щуря глазки и тоскуя, сел на поезд Н-ский» (№ 7. С. 6).

В одном из номеров были опубликованы частушки, делящиеся на «мотивы политические» и «мотивы любовные», собранные в разных сибирских уездах: «Едет Рыков на телеге, держит серп и молоток. Ты куда, товарищ, едешь? Выполнять продналог»; «Хорошо траву косить, котора не помята. Хорошо таю любить, котора не занята» (№ 3. С. 5).

Практически в каждом номере журнала помещался очерк. В данном жанре создавали публикации Т. Неверов «Сохатый и сама сороковая» (№ 4), Изборской «Самодой-сволочь, или Короткий оборот» (№ 5–6), Чудновский «Как был расстрелян Колчак» (№ 7). Единичные публикации были созданы в жанре фельетона (например, фельетон В. Николаевича «Доктор Лян-хо» о мошеннике-китайце, который представлялся врачом и лечил людей не соответствующими болезнι лекарствами) и зарисовки без указания авторства «Михаил Иванович Калинин в Сибири».

В связи с эпидемией малярии в одном номере журнала появилась рубрика «Малярия» со статьей Н. Рябова «Малярия и как с ней бороться». В отдельных номерах журнала представлена рубрика «Медицина», в которой давались советы по оказанию помощи при ударе молнии, солнечном ударе, ожогах, укусах змей, и рубрика «Зараза», содержащая статью ветеринарного врача Альбанова о сибирской язве и сапе.

В рубрике «Наука и техника» крестьянам рассказывалось о набирающем популярность воздухофлоте: в очерке «Как люди научились летать», опубликованном в двух номерах журнала, давалась краткая информация о людях, стремящихся в разные исторические времена к покорению неба.

Научно-популярный очерк «Есть ли жизнь на Марсе», помещенный в четвертом номере, готовил крестьян к неизбежному и скорому открытию тайн Марса: «У нас на земле нет таких громадных сооружений, наша техника слабее, чем на Марсе, следовательно, марсиане обладают более мощной, более совершенной культурой. И кто знает, возможно, у них уже произошли свои революции, острые периоды войн и в настоящее время царит коммунистическое общество» (№ 4. С. 25).

В рубрике «Смех и горе» публиковались фельетоны о казуистических случаях, связанных с распоряжением председателей

сельсоветов о наказании «провинившихся» сельчан. В основе фельетона в стихах «История одной «газовой атаки» Егора Ехидина, размещенного в журнале на двух полосах, лежало реальное событие, о котором стало известно селькому. Крестьянина, нечаянно «испортившего воздух» во время заседания сельсовета, председатель решил наказать 15 сутками ареста, описью имущества и требованием дальнейшего содержания в тюрьме. Письмо с требованием о наказании было отправлено в Новониколаевский уездный исполком. Переписка с организациями заняла три листа. Автор пространного фельетона, ернически описывая события, давал наказ крестьянам: «Так вот, отцы, какие страсти У нас случаются по части неуваженья к сельсовету... Запомните, ребята, это. И чтоб не быть таким же бедам, Горох не ешьте за обедом!» (№ 3. С. 29) В четвертом номере журнала в данной рубрике опубликованы сатирические стихи автора, скрывающегося под псевдонимом Скиф. Предметом сатирического изображения явились изображения портретов царских генералов на фантиках советских конфет: «Есть такая, вишь, болесь, экономия, Что над нами те творит беззакония, Уж такая-то она суперденщица, В Николая завернет – не поморщится!» (№ 5–6. С. 36). Анонимный автор фельетона «Веселые строки о грустных фактах» рассказывал о сохранившихся предрассудках в деревне, связанных с местными «колдунами». В восьмом и девятом номерах журнала публиковался юмористический рассказ Н. Дубняка «Необычайные приключения тихожиткинского мужика Дормидона».

Единичной была рубрика «Ответы адвоката», в которой содержались ответы на вопросы, связанные с налогообложением, наследством.

Зарубежная информация в особую рубрику не выделялась, но сибирские жители могли из отдельных статей узнать о том, как живут крестьяне в других странах. В статье агронома В. Софронова «Наука и крестьянин» пропагандировался опыт американских хозяйств. «Наше хозяйство самое отсталое в мире, – писал автор статьи. – Нигде нет таких малых урожаев, как у нас, хотя мы владеем самыми лучшими землями». Далее автор сообщал о передовых технологиях американского сельского хозяйства и предлагал перенимать опыт американцев: «Новые приемы обработки почвы, разведение новых сортов злаковых культур привели к небывалому урожаю. Повысились надои молока до 400 ведер в год». Крестьянам обещалось сказочное будущее при условии организации

ведения хозяйства по новым технологиям, такое, как в данный момент, по утверждению автора, уже наступило в Америке, где «сам хозяин живет в светлом доме с телефоном, электричеством, водопроводом и забыл про старое, покосившееся жилище. В часы досуга читает газеты, журналы, играет на пианино и является просвещенным жителем своей страны» (№ 2. С. 19). В четвертом номере журнала в рубрике «Как живут крестьяне за границей. Крестьяне Хорватии» автор статьи сетовал на то, что «крестьянин Хорватии немногим отличается от нашего крестьянина... Разве только тем, что он несколько культурнее ведет свое хозяйство». «Лучшие земли в Хорватии принадлежат помещикам... – сообщал автор статьи. – Крестьянская партия повела войну с попами и добилась того, что сейчас среди крестьян Хорватии церковь и попы не пользуются никаким влиянием, и их крестьянство не слушается» (№ 4. С. 12). Из пространной статьи И. Новохатного «Что происходит в Китае» читатели могли узнать о борьбе за власть правящих китайских династий.

После дифирамбов в адрес американцев по поводу организации сельского хозяйства в четвертом же номере журнала в рубрике «Наука и техника» была опубликована статья под названием «Как капиталисты готовятся к войне»: «Иностранные газеты сообщают, что американцами сделан сложный состав нового газа под названием Левезит. Газ этот, пущенный по земле, уничтожает целиком всю растительную и животную жизнь. Несколько бомб, наполненных этим газом, достаточно, чтобы прекратить жизнь любого из городов» (№ 3. С. 22].

Особо следует отметить значительное количество рисунков и фотографий в журнале, что, собственно, определяло тип издания. Все рассказы в журнале сопровождались рисунками. Количество фотографий с четырех в первом номере журнала увеличилось к четвертому номеру в три раза. Наибольшее количество фотоизображений (29) пришлось на сдвоенные пятый-шестой номера.

В третьем номере появились фотографии с подписями: «Северный морской путь», «Сырный подвал алтайского Губсоюза», «Сортировка сибирского волоса», «В лучшем складе Енисейского Губсоюза», «В складе пушнины Енисейского Губсоюза», «Сортировка и прессовка волокна», «Мыловаренная фабрика Сибкрайсоюза в Новониколаевске». Начиная с четвертого номера в журнале по несколько страниц занимают фотоочерки, посвященные жизни сельских коммунаров: «Коммуна “Красный Октябрь”»,

«Коммуна “Муравей”» Томской области, включающие виды домов, пейзажные зарисовки, портреты коммунаров и коммунарок.

Следует отметить, что в «Сибирской деревне» встречались иллюстрации сложной геометрической формы (коллажи на разворот по диагонали, фотоиллюстрации с обтеканием текста). Однако сотрудники журнала не избежали типичных ошибок в верстке, затрудняющих восприятие материала. Так, например, статья «Обработка паров» на протяжении трех страниц совмещается с другими материалами и располагается в верхней части полосы.

Обнаружено и несоответствие материалов и фотографий, разрушающее целостное восприятие креолизованного текста. Так, очерк Чудновского «Как был расстрелян Колчак» сопровождался фотографиями «У аэроплана «Юнкерс» дипломаты СССР в Италии» и «Швейная мастерская г. Новониколаевска».

Удачное соединение текста с фотографиями можно обнаружить в девятом номере в зарисовке «Сибгоскино – проводник культуры и знаний». Во-первых, на снимке, сопровождающем зарисовку, изображено здание Госкино, а во-вторых, в тексте есть привязка к фотографиям: «На помещаемом снимке одна из сцен кинокартины «Красный газ» (№ 9. С. 18).

Таким образом, ежемесячный крестьянский иллюстрированный журнал «Сибирская деревня» занимал видное место в системе сибирской печати 1920-х гг., его типологические характеристики соответствовали указанному типу печатного периодического издания, он реализовывал возложенные на него функции – стремился стать действительно массовым изданием, востребованным многочисленной сибирской аудиторией.

Литература

1. Средства массовой информации Новониколаевска-Новосибирска 1906–2006 гг.: словарь-справ. Новосибирск: ГПНТБ СОРАН, 2007. 544 с.
2. Сибирские огни. 1925. № 1.

PEASANT ILLUSTRATED MAGAZINE SIBIRSKAYA DEREVNAYA IN THE SIBERIAN PRESS OF THE 1920S

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 1. pp. 103–114.

DOI: 10.17223/26188422/1/8

Yelena V. Evdokimova, Novosibirsk State Pedagogical University (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: evelven@mail.ru

Keywords: Siberian magazine, typological characteristics, *Sibirskaya Derevnaya*, genres, illustrations.

In the 1920s, massive newspapers and magazines appeared in Siberia in large numbers, the purpose of which was to promote the strengthening socialist system. Most of the magazine publications had a number of common typological features manifested in the aims and objectives of the publication, in a single thematic focus, genre features of publications, in the organisation of illustrative material. A peasant illustrated magazine *Sibirskaya Derevnya* [Siberian Village], published in Novonikolaevsk (Novosibirsk) during 1924 as an appendix to the newspaper *Sel'skaya Pravda* [Rural Truth] was part of the Siberian press. On average, the circulation of one issue was 6 thousand copies, the magazine was sold at retail and distributed by subscription.

The content of the magazine was oriented to the rural audience: the volume of the issue averaged to 30 pages, the articles written for peasants in an understandable and accessible language took no more than two pages, the issues they addressed were relevant to the peasantry: "How to Sow the Clover, and What the Good from It Is", "What Smut Is, and How to Get Rid of It", etc. The mission of the magazine was not indicated, but was clearly seen from its content presented in its permanent ("Cooperation", "Agriculture", "Science and Technology", "Laughter and Grief") and one-time ("Malaria", "Pest", etc.) sections. The leading genres were an article, an essay, a feuilleton. The magazine often published prosaic and poetic works of peasant writers and poets. The leading author of the magazine was A. Koptelov (a well-known Siberian writer in the future), who published articles on agriculture and stories.

Information from abroad was not published in a special section, but appeared in separate issues in the form of articles on the best practices of American peasants and on the difficulties in organising agriculture by the peasants of Croatia.

The magazine *Sibirskaya Derevnya* contained a significant number of drawings and photographs, which, in fact, determined the type of publication. It should be noted that the magazine had illustrations of a complex geometric form (diagonal collages for a spread, photo illustrations with a runaround). However, there are also examples of thematic inconsistency of published materials and photographs accompanying them, which destroyed the holistic perception of the creolised text.

Thus, the monthly peasant illustrated magazine *Sibirskaya Derevnya* occupied a prominent place in the system of the Siberian press of the 1920s, its typological characteristics corresponded to the specified type of a printed periodical, it performed the functions assigned to it – it wanted to become a truly mass publication, in demand by the numerous Siberian readers.

References

1. Posadskov, A.L. & Lizunova, I.V. (eds) *Sredstva massovoy informatsii Novonikolaevska – Novosibirska 1906–2006 gg.: slovar'-sprav.* [Mass media of Novonikolaevsk – Novosibirsk, 1906–2006: a reference dictionary]. Novosibirsk: State Public Scientific and Technical Library SB RAS.
2. *Sibirskie ogni.* (1925) 1.

УДК 070.4:792(470.63)
DOI: 10.17223/26188422/1/9

А.Б. Заморкин, О.И. Лепилкина

ТЕАТРАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И.Д. СУРГУЧЕВА В СТАВРОПОЛЬСКОЙ ПРЕССЕ НАЧАЛА XX в.

Данная статья посвящена рассмотрению специфики театральной журналистики известного русского драматурга, писателя, публициста И.Д. Сургучева на этапе ее становления в ставропольской прессе в начале XX века. Установлено, что он выработал определенные принципы отражения театральных событий, позволяющие создавать многогранную их картину. Выявлено, что театральная журналистика молодого автора реализовывалась в основном в жанре театральных рецензий, реже – в жанре анонса, корреспонденции, обзора, некролога.

Ключевые слова: И.Д. Сургучев, театральная журналистика, рецензии, история ставропольской журналистики

Провинциальная пресса дооктябрьского времени на современном этапе развития историко-журналистского знания в России вызывает большой интерес у российских ученых. Становление периодической печати в разных регионах страны анализировалось в монографических исследованиях последнего десятилетия Е.В. Ахмадулина и А.И. Станько [1], А.А. Вахрушева [2], Н.В. Жилковой [3], А.И. Кондратенко [4], К.Е. Нетужилова [5], В.В. Шевцова [6], А.П. Шинкаревой [7] и др. Среди историков журналистики, продуктивно занимавшихся исследованиями провинциальной прессы анализируемого периода, назовем также имена Ю.А. Клец [8], Н.Д. Курускановой [9], Ю.В. Лучинского [10], Т.В. Прудкогляд [11], О.Д. Якимова [12] и др.

Отдельно отметим интерес исследователей к дореволюционной провинциальной театральной критике [13]. Важным направлением в историко-журналистской науке сегодня является изучение журналистской деятельности писателей. Показательно, например, что один из номеров журнала «Вестник Московского университета» (С. 10, Журналистика) за 2012 г. включал большой

раздел «Литературный процесс и журналистика», который содержал в том числе статьи по дореволюционной прессе [14, 15]. В рамках этого направления выполнена и данная работа, нацеленная на выявление специфики театральной журналистики Ильи Дмитриевича Сургучева (1881–1956) – известного русского драматурга, писателя, публициста – на этапе ее становления.

Его журналистская деятельность началась в частной общественно-политической газете «Северный Кавказ» в апреле 1905 г. в период его вынужденных каникул в связи с закрытием Санкт-Петербургского университета, где он обучался восточным языкам. По мнению А.И. Станько, она была в дореволюционное время «наиболее заметным явлением в частной периодике не только Ставрополья, но и всего региона» [16. С. 132]. После закрытия издания (июль 1906 г.) Сургучев сотрудничал с другими ставропольскими частными общественно-политическими газетами: «Северокавказский край», «Земля и труд», «Право», «Новый Северный Кавказ», «Народная жизнь», «Северокавказская жизнь», «Наш край», «Жизнь Северного Кавказа» и др. Его работа в местных изданиях продолжалась вплоть до 1912 г. К этому времени он уже стал известным общественным деятелем, писателем, начал писать пьесы, подолгу бывал в столицах и за рубежом, общался с широким кругом русских литераторов. Литературная сфера деятельности увлекала его все более, и потому он на время оставил занятия журналистикой.

Период сотрудничества со ставропольской прессой начался с того, что Сургучев заявил о себе как публицист-сатирик [см. подробнее: 17], что было закономерно в условиях первой русской революции, когда страна и регион обсуждали необходимость и варианты реформирования государственного управления.

В то же время значительная часть его материалов в газетах того времени выполнена в рамках культурной журналистики. Так, в «Северном Кавказе» он вел, наряду с другими авторами, рубрику «Театр и музыка», поместив в 1906 г. в газете 22 текста о театральных постановках за своей подписью или под псевдонимом (Феникс, Ф., Ф-с), т.е. с учетом того, что до закрытия издания вышло 148 номеров, можно утверждать, что его материалы этой тематической направленности выходили в среднем один раз в неделю. Чаще всего в рубрике размещался один текст (либо о музыке, либо о театре),

однако иногда могло быть и два (в этом случае они освещали мероприятия из обеих сфер культуры).

Театральная критика Сургучева в газете «Северный Кавказ» отразила его увлеченность общественно-политическими вопросами, что проявлялось в характеристиках, которые он давал театральным постановкам. Так, оценивая один из спектаклей, он выделил игру актера, «сумевшего удачно передать роль рабочего-агитатора, ведущего за собой толпу, увлекающего ее на подвиги»¹ [18].

Театральная журналистика молодого автора реализовывалась в основном в жанре театральных рецензий, реже – в жанре анонса или обзора. В качестве информационных поводов выступали за редким исключением культурные события в городе.

В одном из более поздних текстов, отметив легкость «задачи еженедельного театрального рецензента», он объяснил это «возможностью судить об актере не с кондачка», а «по целому ряду сыгранных им образов» [19] и тем самым, на наш взгляд, представил свое понимание главного предмета отражения в жанре рецензии – актерской игры. Этому он и посвящал свои рецензии в ставропольской прессе, попутно давая общие характеристики труппе, репертуару, сезону и т.д.

Каждая рецензия Сургучева, какого бы незначительного объема она ни была, помимо игры актеров («Пьеса прошла бы сравнительно гладко, если бы артисты хоть немного лучше знали роли. А то вместо «Искупления» все время шли мимические, гневные сцены с суфлером» [20]), давала оценки пьесы («Стихи Ростана – в очень удачном переводе Щепкиной-Куперник, – это музыка, изящная баюкающая музыка, которую слушаешь с бесконечным наслаждением» [21]), представляла еще какие-то детали, на которые обратил внимание рецензент во время просмотра спектакля. Иногда он отмечал грим и парик [22], иногда – зал («Театр был пуст и невозможно холоден» [21]) или плохую акустику зала и неудачные декорации [23]. Анализируя постановку «вечно юного “Ревизора”», Сургучев остановился на вопросе точности передачи авторского замысла («...роли Бобчинского и Добчинского шаржированы самим автором и прибавлять к ним еще шарж – совсем не в интересах актера» [24]).

¹ Здесь и далее соблюдены орфография и пунктуация оригинала.

Содержательный анализ театральных материалов Сургучева показал, что, как правило, в них давались оценки пьесы в контексте русской и/или зарубежной драматургии, современной или классической. Так, например, в мини-рецензии на «праздничный репертуар» ставропольского театра он хвалил артиста, который создал «воинственный образ Грозного» в спектакле по пьесе «Василиса Мелентьева», и отмечал: «...образ Островского живой, красочный, далеко отстоит от тех Грозных, каких обыкновенно изображают драматурги а la Аверкиев, Дмитриев и К°» [25].

Сургучев, который на тот момент еще не создал своих драматургических шедевров (первая его пьеса, «Торговый дом», была опубликована в 1912 году), внимательно относился к творчеству своих предшественников и литературному процессу вообще. Резко критически оценив в одной из рецензий пьесу «Против течения» некоего Елизарова, которого он отнес к роду «драмоделов», он обвинил автора в отсутствии «ярких типов», «интересных сценических положений» [24]. Пьеса «Жизнь человека» «модного писателя» Леонида Андреева, который, по мнению молодого рецензента, «каждым своим произведением желает охватить и осветить какой-нибудь крупный запрос человеческого духа», получила жесткую характеристику как «довольно неудачная попытка просмаковать вопрос, намеченный заглавием» [26]. Эту оценку он не изменил и через три года: рецензируя постановку андреевской пьесы «Gaudeamus», отмечал: «Кто пойдет смотреть «Жизнь человека»? Увы! Мода прошла, люди ушли. <...> И теперь для писателя – трагедия. Давать черта в ступе публике – надоело. Стать самим собою, растереть на палитре действительно свои, Богом данные краски – публика поджимает губы: не по-андреевски» [27].

Театральная критика Сургучева свидетельствует, что выше всех в тот период, насыщенный литературными исканиями и спорами, он ставил Льва Толстого. Осмысляя постановку «Власти тьмы», он писал: «...такой быт, какой рисует Толстой, останется вечным, бессмертным, хотя бы на литературном горизонте показалось еще две тысячи разных Брюсовых, Блоков. Даже Метерлинк – весь “великий” Метерлинк – не пойдет в уровень с одним актом “Власти тьмы”» [22].

Данная цитата говорит и о знании автором современного литературного процесса, и о наличии определенной позиции

по одному из базовых вопросов художественного творчества того времени. О новом течении в русской художественной литературе молодой критик уже рассуждал ранее: оно, по его мнению, «отреклось от быта и ищет в искусстве новых путей. Как результат этих исканий, явился символизм» [28]. Недостаток одной из рецензируемых пьес он видел в том, что героиня всего лишь «символ, олицетворяющий жизнь, инстинкт жизни, беспощадный, властный, жестокий» [28].

Рецензии Сургучева того периода позволяют сделать вывод о том, что сам он сторонник реалистической литературы, не только наполненной деталями, но и ищущей ответа на животрепещущие вопросы. Именно поэтому мелодраму он оценивал как «слезоточивую ерунду», «давно отживший вид драматической литературы» [24].

Актуальное для 1905–1906 гг. подчеркнутое рассмотрение рецензентом явлений культурной жизни через призму общественно-политической ситуации позже уже не обнаруживается.

Еще одна особенность рецензий Сургучева того времени заключается в том, что, анализируя пьесы, он, выражаясь современным научным языком, тяготел к определению их интертекстуальных связей и выявлению прототекста. Так, например, он посчитал, что «г. Рышков для своего “Склепа” воспользовался фоном, на котором Чехов нарисовал свой “Вишневый сад”. Этот фон – продажа банком старинного дворянского гнезда, в котором помещики, предки теперешних владельцев, когда-то пороли, мучили, насиловали людей. Но Чехов изобразил на этом фоне людей, погибающих от безволя, от неприспособленности к борьбе за существование, – людей, которых пожирают пауки мира сего, вроде Лопухина. Рышков же неожиданно ярко и сильно нарисовал семью, вырождающуюся и гибнущую от алкоголизма. Задача, разумеется, более простая, более схематичная, чем та, которую выполнил Чехов, – но производящая если не художественностью, то своей правдой впечатление не менее памятное и сильное, чем “Вишневый сад”» [29]. В другом случае он увидел сходство главного героя с грибоедовским персонажем: «Наблочкин – несомненно, внук Молчалина» [30].

Завзятый театрал, Сургучев еще в студенческую пору сдружился с театральными кругами. Известно, что в 1904 году во время гастролей Московского художественного театра в Санкт-Петербурге

он принимал участие в качестве статиста в репетициях и в представлении спектакля «Юлий Цезарь» [31], а в 1907 году сыграл роль Пепла в спектакле по пьесе А.М. Горького «На дне», поставленном в столичном театре В.Ф. Комиссаржевской молодыми писателями [32]. Неудивительно, что молодой рецензент, говоря об игре ставропольских актеров, порой сравнивал их со столичными. К примеру, анализируя постановку пьесы Л. Андреева, он отметил: «Артист напрасно вкладывает в свою читку страстность. Некто в сером – иначе рок – беспощаден – ergo бесстрастен. Так именно вел эту роль г. Бравич в театре Комиссаржевской, такое толкование и нам представляется самым правильным» [26].

Особняком в журналистской деятельности И.Д. Сургучева стоит работа в ежедневной общественно-литературной газете «Наш край» (1908–1911), посвященной «разработке вопросов местной жизни», как указывала редакция в объявлениях на подписку. В этом издании он в 1911 году фигурировал как редактор, а в предыдущие годы, по нашим данным, выполнял роль неофициального редактора. Нами выявлено в газете 55 публикаций с указанием его подлинной фамилии, его инициалов (И.С.) или – чаще – за подписью Феникс или Ф. Число его текстов в данном издании, на наш взгляд, скорее всего больше. В пользу этого утверждения говорит хотя бы тот факт, что в период его официального редакторства в газете не было ни одного материала, авторство которого было бы обозначено каким-то из вышеуказанных способов, а рубрики «Театр» и «Музыка», в которых до этого было опубликовано значительное количество сургучевских текстов, выходили анонимными.

Театрально-критическое наследие Сургучева в «Нашем крае» включает в себя рецензии, корреспонденцию, некролог и дает представление и о театральных сезонах в Ставрополе, и о становлении театрально-драматургических взглядов автора. В текстах анализировались постановки пьес известных и неизвестных авторов («Дядя Ваня» А.П. Чехова, «Снегурочка» А.Н. Островского, «Gaudeamus» Л.Н. Андреева, «Коварство и любовь» Ф. Шиллера, «Весенний поток» А. Косоротова, «Казнь» Г. Ге и др.), рассказывалось о сгоревшем театре и о новом здании («чистота, уют, мягкое, приятное освещение», прекрасные декорации, «хорошее, культурное, светлое дело налаживается» [33]), о закрытии сезона и грядущем отъезде труппы («Последний прощальный спектакль прошел по традиции: полный зал, бенефис антрепренеров, традиционное всепрощенье всего, что делается на сцене. Забывается все вольное и невольное.

Сегодня-завтра все эти люди, связывавшие нас с искусством, с высоким запросом духовного творчества, уедут на далекий север» [34]).

Обязательным компонентом в его текстах, в соответствии с требованиями жанра, конечно, были оценки актерского мастерства. Будущий автор драматургических творений внимательно присматривался к игре актеров. Так, он восторгался работой одного из бенефициантов: «...художественно прошла сцена постепенно надвигавшегося сумасшествия Сергея Хмарина. Сцена перед окном в сад, слова о листе, падающем с дерева, – а самое главное, эти шаги, уже неровные, уже неуверенные, эти опустившиеся руки, желающие в последний раз подняться к Великому, эта борьба последних блесков разума и смеющегося безумия производили колоссальное впечатление» [35].

Не менее интересна для него работа режиссеров, которых он оценивал через призму столичных постановок. В частности, его огорчила постановка «Снегурочки»: «...вся последняя, новейшая полоса русских сценических исканий прошла мимо молодого режиссера, не коснувшись его» [36].

Одна из рецензий позволяет увидеть модификацию взглядов и журналиста, и публики на востребованные в период первой русской революции драмы. Говоря о «модной» тогда пьесе «Весенний поток», он отметил: «В свое время она, действительно, наделала много шума, но это время было временем особенно острых движений русского общества. А в пьесе и бюрократ, строитель гнилой жизни, и зажигательные речи о человеке-кентавре, и о том, что жить нужно смело, и протесты против кислого родительского засилья: все данные для шумного успеха. Но теперь, когда все значительно остыло и вышедшая из берегов вода снова течет по своему неглубокому руслу, – теперь видна вся бутафория...» [35].

Важное место в сургучевском театральном-критическом наследии занимает некролог знаменитой русской актрисы В.Ф. Комиссаржевской, написанный им сразу же после получения печального известия в Ставрополе и опубликованный в газете «Наш край» 14 февраля 1910 г. (трагическое событие произошло в Коканде днем 10 февраля). Отметим, что первый отклик на смерть великой актрисы – некролог А.А. Блока, напечатанный 12 февраля 1910 г. в газете «Речь», по мысли исследователей, «практически предложил трафарет, по которому послушно двигалась публицистическая мысль на протяжении нескольких лет»: «опорные смысловые и образные пункты» поминальных материалов «зачастую

повторялись, так или иначе воспроизводя блоковские тексты, за всех современников выразившие охватившее их смятение и сожаление, а также запоздалое восхищение личностью и деятельностью В.Ф. Комиссаржевской» [37. С. 76].

В отличие от столичных авторов, Сургучев, ранее в своей театральной критике неоднократно отдававший должное великому таланту актрисы, в некрологе повторил эту мысль, назвав ее «настоящей», «чистейшего золота звездой» [38]. Молодой журналист назвал ее представителем русского искусства, которое делает славу России за рубежом: «Это великое: русское искусство. Русский творческий дух. Русский творческий ум. Русские творческие искания» [38]. «Погас большой очаг подлинного святого прометеевого огня» [38], – такую метафору использовал Сургучев для передачи значимости потери. Образ-символ театра, театрального служения обществу как прометеевого огня был, очевидно, близок автору, потому что в небольшом по объему тексте он был использован дважды.

Подводя итоги, можно сказать, что Илья Дмитриевич Сургучев, ставший впоследствии известным драматургом и писателем, в начале XX века проявил себя в ставропольской периодической печати как талантливый театральный критик. Его перу принадлежит большое количество разножанровых текстов, опубликованных в целом ряде частных общественно-политических газет. Если в период первой русской революции он порой рассматривал спектакли и пьесы через призму общественных событий, то в дальнейшем отказался от подобного подхода. С течением времени молодой автор выработал в театральных текстах определенные принципы отражения культурного события, позволявшие создавать многогранную его картину в контексте драматургических и театральных исканий.

Литература

1. *Ахмадулин Е.В., Станько А.И.* Региональная печать Дона и Северного Кавказа. Ростов н/Д.: Изд-во Южного федеральн. ун-та, 2014. 370 с.
2. *Вахрушев А.А.* Просветительская миссия печати и литературы в провинциальной России: (на материале Вятской губернии XVII – начала XX вв.): монография. Ижевск: Удмуртский ун-т, 2011. 273 с.
3. *Жиликова Н.В.* Журналистика города Томска (XIX – начало XX в.): становление и развитие. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011. 444 с.

4. Кондраченко А.И. Два века как один день: страницы истории орловской журналистики XIX–XX вв. Орел: ПФ «Картуш», 2008. 504 с.
5. Нетужилов К.Е. История церковной журналистики в России XIX – начала XX в. СПб.: Изд-во Русской христианской гуманитарной академии, 2009. 350 с.
6. Шевцов В.В. «Томские губернские ведомости» (1857–1917 гг.) в социокультурном и информационном пространстве Сибири. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2012. 414 с.
7. Шинкарева А.П. Очерки истории издательского дела и печати Иркутска (1785–1920). Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 2009. 433 с.
8. Клец Ю.А. Полемика в столичной и провинциальной прессе о губернских ведомостях начала XX в. // Гуманитарные и юридические исследования. 2016. № 2. С. 226–230.
9. Курусканова Н.П. Нелегальная издательская деятельность сибирских социалистов (1901 г. – февраль 1917 г.): монография. Краснодар: Краснодар. ЦНТИ, 2012. 515 с.
10. Лучинский Ю.В. История периодической печати Кубанской области (1863–1905). Краснодар: Парабеллум, 2012. 224 с.
11. Прудкогляд Т.В. Листая пожелтевшие страницы...: К истории периодической печати Дальнего Востока России, 1865–1917. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2000. 239 с.
12. Якимов О.Д. Очерки истории печати Якутии (От формирования предпосылок для возникновения печати до февр. 1917 г.). М.: Гендальф, 1998. 167 с.
13. Кузичева А.П. Театральная критика российской провинции. 1880–1917: Комментированная антология. М.: Наука, 2006. 592 с.
14. Лапина Г.С. «И между тем я... литератор» (в связи с одним прошедшим юбилеем одного пошехонского литератора) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 2. С. 13–20.
15. Петровицкая И.В. Переписка Льва Толстого с писателями, журналистами, издателями // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 2. С. 21–40.
16. Станько А.И. История журналистики Дона и Северного Кавказа (XIX в.). Ростов н/Д: НМИЦ «Логос», 2006. 174 с.
17. Заморкин А.Б., Лепилкина О.И. Публицистика И.Д. Сургучева периода первой русской революции (1905–1906 гг.) // Гуманитарные и юридические исследования. 2017. № 3. С. 178–183.
18. Феникс [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка // Сев. Кавказ. Ставрополь, 1906. № 7.
19. Ф. [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка // Север Кавказа. Ставрополь, 1911. № 27.
20. Ф-с [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка // Новый Сев. Кавказ. Ставрополь, 1907. № 11.

21. *Феникс* [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка. «Романтики», ком. Ростана // Новый Сев. Кавказ. Ставрополь, 1907. № 8.
22. *Феникс* [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка // Новый Сев. Кавказ. Ставрополь, 1907. № 3.
23. *Ф.* [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка // Народная жизнь. Ставрополь, 1907. № 33.
24. *Ф-с* [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка // Новый Сев. Кавказ. Ставрополь, 1907. № 14.
25. *Феникс* [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка // Новый Сев. Кавказ. Ставрополь, 1907. № 2.
26. *Феникс* [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка. Жизнь человека // Народная жизнь. Ставрополь, 1907. № 44.
27. *Ф.* [Сургучев И.Д.]. Театр // Наш край. Ставрополь, 1910. № 238.
28. *Феникс* [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка // Право. Ставрополь, 1906. № 49.
29. *Ф.* [Сургучев И.Д.]. Театр и музыка. «Склеп» В. Рышкова // Народная жизнь. Ставрополь, 1907. № 30.
30. *Феникс* [Сургучев И.Д.]. Театр. Карьера Наблюдского // Северокавказская жизнь. Ставрополь, 1907. № 24.
31. *Фокин А.А.* Илья Дмитриевич Сургучев. Проблемы творчества. Ставрополь: Изд-во Ставроп. гос. ун-та, 2006. 368 с.
32. «Живописец души...»: русский писатель и драматург И.Д. Сургучев: биобиблиогр. указ. / сост. А.А. Фокин, Т.Н. Ильинская, Т. Ю. Кравцова, М.В. Агаркова, Т.А. Мишукова; отв. ред. А.А. Фокин; Ставроп. гос. ун-т, Ставроп. гос. краев. универс. науч. б-ка им. М. Ю. Лермонтова. Ставрополь, 2011. 261 с.
33. *Ф.* [Сургучев И.Д.]. Театр // Наш край. Ставрополь, 1910. № 208.
34. *Ф.* [Сургучев И.Д.]. Театр // Наш край. Ставрополь, 1910. № 47.
35. *Ф.* [Сургучев И.Д.]. Театр // Наш край. Ставрополь, 1910. № 29.
36. *Ф.* [Сургучев И.Д.]. Театр // Наш край. Ставрополь, 1910. № 218.
37. *Сергеева-Клятис А.Ю.* Комиссаржевская: мифологизация образа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 2. С. 72–89.
38. *Ф.* [Сургучев И.Д.]. В.Ф. Комиссаржевская // Наш край. Ставрополь, 1910. № 36.

THEATRE JOURNALISM OF ILYA SURGUCHEV IN THE STAVROPOL PRESS OF THE EARLY 20TH CENTURY

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2017. 1. pp. 115–127.

DOI: 10.17223/26188422/1/9

Aleksey B. Zamorkin, Olga I. Lepilkina, North Caucasus Federal University (Stavropol, Russian Federation).

E-mail: alex_zamorkin@mail.ru / oll5@mail.ru

Keywords: I.D. Surguchev, theatre journalism, reviews, history of Stavropol journalism.

Ilya Surguchev (1881–1956), who later became a famous playwright and writer, manifested himself as a talented theater critic in Stavropol periodicals in the early 20th century. He wrote a large number of texts in different genres published in private socio-political newspapers. If during the First Russian revolution he sometimes considered the performances and plays through the prism of social events, later he abandoned this approach. Over time the young author developed certain principles of reflection in theatre reviews that allowed him to create a multifaceted picture in the context of dramatic and theatrical pursuits. The theatre journalism of the young author was implemented mainly in the genre of theatre reviews, less often in the genre of announcement, overview, correspondence or obituary. With rare exceptions, he wrote about cultural events in the city.

The content analysis showed that a mandatory component in Surguchev's texts was evaluation of acting. The future author of dramaturgy closely observed the performance of the actors, and sometimes compared them with their colleagues from the capital. He also gave assessment of the play in the context of Russian and foreign literature, modern or classic. Surguchev, who had not created his plays by then (his first play "A Trading House" was published in 1912), was attentive to the work of his predecessors and to the literary process in general. In the period rich in literary pursuits and controversies, he put Leo Tolstoy above all and criticised modern symbolism. In the analysis of the plays, in modern scientific language, the author tended to determine their intertextual connections and to identify prototext.

An important place in the theatre-critical heritage of Surguchev is the obituary on the death of the famous Russian actress Vera Komissarzhevskaya, written immediately after receiving the sad news in Stavropol. Surguchev, who previously paid tribute to the great talent of the actress, calling her a representative of Russian art which makes the glory of Russia abroad. "The fire of the genuine Holy fire of Prometheus faded" was the metaphor Surguchev used to convey the significance of the loss.

References

1. Akhmadulin, E.V. & Stan'ko, A.I. (2014) *Regional'naya pechat' Dona i Severnogo Kavkaza* [Regional press of the Don and the North Caucasus]. Rostov-on-Don: SFU.
2. Vakhrushev, A.A. (2011) *Prosvetitel'skaya missiya pechati i literatury v provintsiyal'noy Rossii: (na materiale Vyatskoy gubernii XVII – nachala XX vekov)* [Educational mission of the press and literature in provincial Russia: (based on the material of Vyatka Province of the 17th – early 20th centuries)]. Izhevsk: Udmurt State University.
3. Zhilyakova, N.V. (2011) *Zhurnalistika goroda Tomska (XIX – nachalo XX veka): stanovlenie i razvitie* [Journalism of Tomsk (19th – early 20th centuries): formation and development]. Tomsk: Tomsk State University.
4. Kondratenko, A.I. (2008) *Dva veka kak odin den': stranitsy istorii orlovskoy zhurnalistiki XIX – XX vv.* [Two centuries as one day: pages of the history of Orel journalism of the 19th–20th centuries]. Orel: PF "Kartush".

5. Netuzhilov, K.E. (2009) *Istoriya tserkovnoy zhurnalistiki v Rossii XIX – nachala XX veka* [The history of church journalism in Russia of the 19th – early 20th centuries]. St. Petersburg: Russian Christian Humanitarian Academy.
6. Shevtsov, V.V. (2012) “*Tomskie gubernskie vedomosti*” (1857–1917 gg.) v sotsiokul’turnom i informatsionnom prostranstve Sibiri [Tomskie Gubernskie Vedomosti (1857–1917) in the socio-cultural and information space of Siberia]. Tomsk: Tomsk State University .
7. Shinkareva, A.P. (2009) *Ocherki istorii izdatel’skogo dela i pechati Irkutsk (1785–1920)* [Essays on the history of the publishing and printing of Irkutsk (1785–1920)]. Irkutsk: Irkutsk State University .
8. Klets, Yu.A. (2016) Debate about Gubernskie Vedomosti in capital city and local press in the beginning of XX century. *Gumanitarnye i yuridicheskie issledovaniya – Humanities and law studies*. 2. pp. 226–230. (In Russian).
9. Kuruskanova, N.P. (2012) *Nelegal’naya izdatel’skaya deyatel’nost’ sibirskikh sotsialistov (1901 g. – fevral’ 1917 g.)* [Illegal publishing activities of Siberian socialists (1901 – February 1917)]. Krasnodar: Krasnodar. TsNTI.
10. Luchinskiy, Yu.V. (2012) *Istoriya periodicheskoy pechati Kubanskoy oblasti (1863–1905)* [The history of the periodical press of the Kuban region (1863–1905)]. Krasnodar: Parabellum.
11. Prudkoglyad, T.V. (2000) *Listaya pozheltevshie stranitsy...: K istorii periodicheskoy pechati Dal’nego Vostoka Rossii, 1865–1917* [Flipping through the yellowed pages. ...: On the history of the periodical press of the Russian Far East, 1865–1917]. Vladivostok: FEPU.
12. Yakimov, O.D. (1998) *Ocherki istorii pechati Yakutii (Ot formirovaniya predposylok dlya vozniknoveniya pechati do Fevruary. 1917 g.)* [Essays on the history of the press of Yakutia (From the formation of prerequisites for the appearance of the press until February 1917)]. Moscow: Gendal’f.
13. Kuzicheva, A.P. (2006) *Teatral’naya kritika rossiyskoy provintsii. 1880–1917: Kommentirovannaya antologiya* [Theatrical criticism of the Russian province. 1880–1917: The commented anthology]. Moscow: Nauka.
14. Lapshina, G.S. (2012) “...and Still I’m a Litterateur” (To the Past Jubilee of One Poshekhon Litterateur). *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika – Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism*. 2. pp. 13–20. (In Russian).
15. Petrovitskaya, I.V. (2012) Leo Tolstoy’s Correspondence with Writers, Journalists and Publishers. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika – Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism*. 2. pp. 21–40. (In Russian).
16. Stan’ko, A.I. (2006) *Istoriya zhurnalistiki Dona i Severnogo Kavkaza (XIX v.)* [The history of journalism in the Don and the North Caucasus (19th century.)]. Rostov-on-Don: NMTs “Logos”.
17. Zamorkin, A.B. & Lepilkina, O.I. (2017) I.D. Surguchev publicism during the Russian revolution of 1905 (1905–1906). *Gumanitarnye i yuridicheskie issledovaniya – Humanities and law studies*. 3. pp. 178–183. (In Russian).

18. Feniks [Surguchev, I.D.]. (1906) Teatr i muzyka [Theater and music]. *Severnyy Kavkaz*. 7.
19. F. [Surguchev, I.D.]. (1911) Teatr i muzyka [Theater and music]. *Sever Kavkaza*. 27.
20. F-s [Surguchev, I.D.]. (1907) Teatr i muzyka [Theater and music]. *Novyy Severnyy Kavkaz*. 11.
21. Feniks [Surguchev, I.D.]. (1907) Teatr i muzyka. "Romantikki", kom. Rostana [Theater and music. "The Romantics", Rostand's comedy]. *Novyy Severnyy Kavkaz*. 8.
22. Feniks [Surguchev, I.D.]. (1907) Teatr i muzyka [Theater and music]. *Novyy Severnyy Kavkaz*. 3.
23. F. [Surguchev, I.D.]. (1907) Teatr i muzyka [Theater and music]. *Narodnaya zhizn'*. 33.
24. F-s [Surguchev, I.D.]. (1907) Teatr i muzyka [Theater and music]. *Novyy Severnyy Kavkaz*. 14.
25. Feniks [Surguchev, I.D.]. (1907) Teatr i muzyka [Theater and music]. *Novyy Severnyy Kavkaz*. 2.
26. Feniks [Surguchev, I.D.]. Teatr i muzyka. Zhizn' cheloveka [Theater and music. The life of man]. *Narodnaya zhizn'*. 44.
27. F. [Surguchev, I.D.]. (1910) Teatr [Theater]. *Nash kray*. 238.
28. Feniks [Surguchev, I.D.]. (1906) Teatr i muzyka [Theater and music]. *Pravo*. 49.
29. F. [Surguchev, I.D.]. (1907) Teatr i muzyka. "Sklep" V. Ryshkova [Theater and music. "The Crypt" by V. Ryshkov]. *Narodnaya zhizn'*. 30.
30. Feniks [Surguchev, I.D.]. (1907) Teatr. Kar'era Nablotskogo [Theater. The career of Nablotsky]. *Severokavkazskaya zhizn'*. 24.
31. Fokin, A.A. (2006) *Il'ya Dmitrievich Surguchev. Problemy tvorchestva* [Ilya Dmitrievich Surgutchev. Problems of creativity]. Stavropol: Stavropol State University .
32. Fokin, A.A. (ed.) (2006) *"Zhivopisets dushi...": russkiy pisatel' i dramaturg I.D. Surguchev: biobibliogr. ukaz.* ["Painter of the soul...": Russian writer and playwright I.D. Surgutchev]. Stavropol: Stavropol State University .
33. F. [Surguchev, I.D.]. (1910) Teatr [Theater]. *Nash kray*. 208.
34. F. [Surguchev, I.D.]. (1910) Teatr [Theater]. *Nash kray*. 47.
35. F. [Surguchev, I.D.]. (1910) Teatr [Theater]. *Nash kray*. 29.
36. F. [Surguchev, I.D.]. (1910) Teatr [Theater]. *Nash kray*. 218.
37. Sergeeva-Klyatis, A.Yu. (2015) Komissarzhevskaya: mythologization of image. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika – Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism*. 2. pp. 72–89. (In Russian).
38. F. [Surguchev, I.D.]. (1910) V.F. Kommisarzhevskaya. *Nash kray*. 36. (In Russian).

РЕЦЕНЗИИ, КРИТИКА, БИБЛИОГРАФИЯ

УДК 070 (075)

DOI: 10.17223/26188422/1/10

В.П. Юкечев



Рецензия на книгу: **Телевидение Сибири: история, теория и практика** / В.С. Байдина, Э.В. Блинова, Е.А. Войтик, Ю.М. Ершов, С.А. Мансков, Е.А. Манскова, А.Е. Ярославцева; под ред. Ю.М. Ершова. – Томск: Издательский дом Томского государственного университета, 2015. – 184 с.

Монография представляет собой концептуальное осмысление истории, теории и практики сибирского телевидения с момента возникновения коммерческого телевидения до наших дней. В фокусе внимания – Томская, Новосибирская, Кемеровская, Омская, Иркутская области, Алтайский и Красноярский края.

Впервые книга с названием «Телевидение Сибири» вышла в Томске в 2010 г., а годом позже появилось ее второе, дополненное и расширенное издание. «За последние пять лет, – пишут авторы монографии 2015 г., – в региональном развитии и в телевизионном пространстве региона произошли такие изменения, которые требуют от исследователей, по меньшей мере, корректировки прогностических моделей. Поскольку новая книга не является дополнением и расширением издания 2011 года, мы определили ее как второй вы-

пуск и дали новое название, которое уточняет три аспекта комплексного исследования телевидения Сибири» (С. 8).

На мой взгляд, основная ценность нынешней монографии – в выявлении и осмыслении изменений, произошедших в российском медиапространстве (да и в обществе в целом) с 2010 по 2015 г. Непосредственно в тексте нынешней книги этого сопоставления нет. Но, спасибо авторам, монография построена так, что не обратиться к исследованию пятилетней давности просто невозможно.

Изменения особенно наглядны в описании типичной региональной телекомпании. Вот как изменилась она и ее взаимоотношения с внешней средой за эти годы (ниже приведены цитаты из обеих монографий).

Форма собственности

2011. Общество с ограниченной ответственностью, учрежденное несколькими физическими лицами.

2015. Частно-государственное партнерство (вероятно, общество с ограниченной ответственностью как самая юридически отработанная правовая форма предприятия) с участием государственного капитала или, вероятнее, высокопоставленных чиновников и их поручителей.

Финансовая самостоятельность

2011. Продажа эфирного времени местным рекламодателям позволяет телекомпании оплачивать доставку аналогового сигнала аудитории, аренду производственных и офисных помещений, зарплату пяти десяткам сотрудников. Собственных финансовых средств на постройку здания или на техническую модернизацию производственной базы у телестанции не хватает.

2015. Такой канал активно использует государственные субсидии, которые на конкурсной основе даются для производства социально важных программ, а проще говоря, для производства лояльности, как-то: прямая линия с губернатором и т.п.

Программирование

2011. Она является сетевым партнером РЕН ТВ (или СТС) и вставляет в региональные окна вещательной сетки около трех с половиной часов собственных программ в эфирные сутки. Собственными программами региональной телестанции являются утренний информационно-развлекательный телеканал (два часа прямого эфира), получасовой выпуск новостей вечером и повтор

информационной программы ночью с подверсткой новых комментариев или «гостя студии».

2015. Канал является сетевым партнером РЕН-ТВ и имеет региональные окна утром и вечером, которые используются для выпуска новостей и заказных программ. Канал имеет также по общей лицензии право на вещание в кабельных сетях, которое он и осуществляет по договору с двумя местными интернет-провайдерами.

Способы выживания

2011. Региональным телекомпаниям надо создавать ассоциации, профессиональные гильдии, союзы, чтобы не пропасть поодиночке.

2015. У вещателя есть основания считать, что его канал попадет в цифровой мультиплекс, когда этот пакет будет сформирован для данной территории.

Отношения с местной властью

2011. Будущее телекомпании слишком сильно зависит от расположения местной власти и от состояния деловой активности в регионе.

2015. Руководитель канала входит в пул доверенных редакторов, которых приглашают на планерки и ответственные совещания с участием первых лиц области. Можно сказать, что руководитель входит в новую номенклатуру и имеет доступ к губернатору.

«Такая модель выкристаллизовывалась за последнее десятилетие, – констатируют авторы, – и именно она определяет сегодня медиаландшафт регионов» (С. 153).

За время и во имя «кристаллизации» этой модели произошел сначала расцвет, а затем разгром лучших региональных телекомпаний, и то, как это делалось, убедительно проанализировано в монографии – особенно ярко на примере томской ТВ-2.

Шаг за шагом, в каждой главе книги по-своему, авторы монографии отвечают на вопросы «как», «почему» и «зачем» это делалось. Общий вывод неутешителен: «Эта система противостоит прямой демократии, отрицает обратную связь и общественное мнение. Суть ее в создании искусственной повестки дня, которую сами чиновники, манипулирующие аудиторией, называют “позитивом”. Главный продукт их медиапроизводства – лояльность.

Задача системы – обеспечить такие изменения повестки дня, чтобы подавляющее большинство поддерживало соответствующие идеи вне зависимости от того, какое мнение у этого большинства было вчера или возникло сегодня по поводу близкой им повестки дня (локальной, профессиональной или социальной)» (С. 153).

Что ж, главная задача исследователей выполнена честно, диагноз поставлен достаточно точно. Но кто прислушается к нему, чтобы начать «лечение»?

Профессор Ю.М. Ершов, под чьим научным руководством выпущены обе монографии, уточняет, кому адресуются главные выводы исследования: «...государство может дать преимущество одним моделям телевидения и ограничить возможности других типов. Но для того, чтобы реализовать это право на пользу всему обществу, государственные чиновники должны досконально разобраться в самих типологических характеристиках и в их соответствии общественному благу» (С. 117–118).

В 2014 г. Институт развития прессы – Сибирь выпустил книгу «Какие медиа – такое и общество», где была сделана попытка обосновать зависимость состояния всех государственных и общественных институтов от качества системы массовых коммуникаций («кровеносной системы общества»). Данная монография блестяще подтверждает эту зависимость.

*В.П. Юкечев,
директор независимого партнерства
«Институт развития прессы – Сибирь»*

REVIEWS, CRITIQUES, BIBLIOGRAPHY

Book review: Television of the Siberia: history, theory and the practice

Victor P. Yukechev, Press Development Institute – Siberia (Novosibirsk, Russian Federation).

DOI: 10.17223/26188422/1/10

E-mail: victor.yukechev@gmail.com

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

ДЗЯЛОШИНСКИЙ Иосиф Михайлович – д-р филол. наук, профессор департамента медиа Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (г. Москва).

E-mail: idzyaloshinsky@hse.ru

ЕВДОКИМОВА Елена Вениаминовна – канд. пед. наук, завкафедрой журналистики Новосибирского государственного педагогического университета.

E-mail: evelven@mail.ru

ЕРШОВ Юрий Михайлович – д-р филол. наук, завкафедрой телерадио-журналистики, научный руководитель научно-образовательного центра «Высшая школа журналистики» Томского государственного университета.

E-mail: ershov@newsmant.su.ru

ЗАГИДУЛЛИНА Марина Викторовна – д-р филол. наук, ведущий научный сотрудник кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета.

E-mail: mzagidullina@gmail.com

ЗАМОРКИН Алексей Борисович – ст. преподаватель кафедры журналистики Северо-Кавказского федерального университета (г. Ставрополь).

E-mail: alex_zamorkin@mail.ru

ЛЕПИЛКИНА Ольга Ивановна – д-р филол. наук, завкафедрой журналистики Северо-Кавказского федерального университета (г. Ставрополь).

E-mail: oll5@mail.ru

МАНСУРОВА Валентина Дмитриевна – д-р филос. наук, профессор кафедры теории и практики журналистики Алтайского государственного университета (г. Барнаул).

E-mail: mvd1951@mail.ru

ПАЗОВСКИЙ Аркадий Маратович – канд. социол. наук, доцент кафедры журналистики Новосибирского государственного педагогического университета.

E-mail: arkpaza@gmail.com

ТУЛУПОВ Владимир Васильевич – д-р филол. наук, завкафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

E-mail: vltvtul@mail.ru

ЮКЕЧЕВ Виктор Павлович – директор независимого партнерства «Институт развития прессы – Сибирь» (г. Новосибирск), член Общественной коллегии по жалобам на прессу.

E-mail: victor.yukechev@gmail.com

ОТ РЕДАКЦИИ

Научный журнал «Вопросы журналистики» выходит с периодичностью два раза в год. Полнотекстовые версии вышедших номеров размещаются на сайте журнала: <http://journals.tsu.ru/journalism>

Все статьи, поступающие в редакцию журнала, подлежат обязательному рецензированию. Публикации в журнале осуществляются на некоммерческой основе. Ознакомиться с требованиями к оформлению материалов можно на сайте журнала: <http://journals.tsu.ru/journalism>

Редакция не вступает с авторами в переписку по методике написания и оформления научных статей и не занимается доведением статей до необходимого для публикации уровня.

Редакция может не разделять точку зрения авторов статей. Ответственность за содержание публикуемых материалов несет автор. При любом использовании материалов ссылка на журнал обязательна.

Адрес редакции: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36, Томский государственный университет, факультет журналистики.

Тел./факс 8(3822)51-27-90

Ответственный секретарь редакции журнала – П.П. Каминский.

E-mail: kelagast@yandex.ru

ПРАВИЛА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ

Материалы, представляемые в редакцию журнала «Вопросы журналистики», должны быть оформлены в виде четырёх файлов:

1) текст статьи с аннотацией и ключевыми словами на русском языке;

2) информация на английском языке;

3) сведения об авторе;

4) скан-копия заверенного бланка согласия [blank-2013.doc](#)

Файлы должны быть поименованы по фамилии автора в латинской графике (например, Ivanov1, Ivanov2, Ivanov3, Ivanov4).

Бланк согласия должен быть подписан автором (и каждым из соавторов) и заверен в организации, в которой он работает или обучается.

Материалы прикрепляются на сайте журнала через личный кабинет после регистрации автора: journals.tsu.ru/journalism/

На указанный при регистрации адрес электронной почты будут высылаться автоматические уведомления об изменении статуса статьи (результат рецензирования, ориентировочные сроки публикации и т.д.)

Оформление статей

Редакция принимает статьи, набранные в текстовом редакторе WinWord, статьи должны быть представлены в электронном виде. Иллюстрации (рисунки, таблицы, графики, диаграммы и т.п.) дополнительно представляются в отдельных файлах, вложенных в авторскую электронную папку. Все рисунки публикуются только в черно-белой гамме, полноцветные иллюстрации будут доступны только в электронной версии статьи.

В начале статьи указывается номер по Универсальной десятичной классификации (УДК),

приводятся (каждый раз с новой строки):

1) инициалы и фамилия автора;

2) название статьи (строчными буквами, например: Принципы исследования публицистики на современном этапе);

3) ее краткая аннотация (500 знаков, считая пробелы), аннотация выделяется курсивом и отделяется от текста статьи пропуском строки;

4) ключевые слова (5 – 10).

Текст набирается шрифтами Times New Roman, размер шрифта – 12 пт., межстрочный интервал – полуторный, поля (все) – 2 см, абзацный отступ – 1 см.

Нумерация страниц сплошная, с первой страницы, внизу по центру.

Ссылки на использованные источники и литературу приводятся после цитаты в квадратных скобках с указанием порядкового номера источника цитирования, тома и страницы, например [1. Т. 2. С. 25]. Список литературы располагается после текста статьи, нумеруется (начиная с первого номера), предваряется словом «Литература» и оформляется в порядке упоминания или цитирования в тексте статьи (не в алфавитном порядке!). Под одним номером допустимо указывать только один источник.

Примечания оформляются в виде постраничных сносок. Если в примечаниях присутствуют ссылки на используемую литературу, номер этих источников в списке литературы должен быть соотнесён с нумерацией источников в основном тексте статьи, после которых (перед которыми) вставлено примечание со ссылкой на источник.

Информация на английском языке

Информация на английском языке включает:

1) английский вариант фамилии, имени и отчества автора, перевод названия своей организации и названия статьи на английский язык, например: Kaminskiy Piotr P., Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). Principles of the study of publicism at the present stage

2) автореферат статьи на английском языке (2500–3000 печатных знаков, включая пробелы) и исходный текст автореферата на русском языке;

3) перевод на английский язык ключевых слов.

Сведения об авторе

Сведения включают:

– фамилию, имя, отчество (полностью);

– ученую степень (если есть);

– должность, структурное подразделение (кафедра, лаборатория, отдел и т.д.), название своей организации без сокращений, город, например:

КАМИНСКИЙ Петр Петрович – канд. филол. наук, доцент кафедры теории и практики журналистики Томского государственного университета (Томск).

E-mail: kelagast@yandex.ru

Здесь же также указываются номер контактного телефона (необходим только для связи редакции с автором).

Научный журнал

ВОПРОСЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

Russian Journal of Media Studies

2017

№ 1

Редактор *Н.А. Иванова*
Редактор-переводчик *В.В. Каптур*
Дизайн обложки *В.А. Вершинина*
Компьютерная верстка *Т.В. Дьяковой*

Учредитель – Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский государственный университет»

Подписано в печать 25.12.2017.

Формат 60x84¹/₁₆. Бумага офсетная № 1. Печать офсетная.
Печ. л. 8,5; усл. печ. л. 7,9; уч.-изд. л. 8,4. Тираж 500 экз. Заказ № 399.

ООО «Издательство ТГУ», 634029, г. Томск, ул. Никитина, 4
Учебно-производственная типография факультета журналистики.
634050, г. Томск, пр. Ленина, 66