

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
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

2019

№ 6

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77–76394 от 26 июля 2019 г.
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций

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

Редакционная коллегия

Ю. М. Ершов (Севастополь, Москва, 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. Первалова (Москва, Россия)

Редакционный совет

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. Тулупов (Воронеж, Россия)
Л. П. Шестеркина (Челябинск, Россия)
И. А. Яблоков (Лидс, Великобритания)

Editorial Board

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

Editorial Council

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)
I. A. Yablokov (Leeds, United Kingdom)

Адрес редакции и издателя: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36, Томский государственный университет, факультет журналистики
Сайт: <http://journals.tsu.ru/journalism>

СОДЕРЖАНИЕ

МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

Дзялошинский И. М. Текст как ресурс воздействия на сознание и поведение людей: аналитический потенциал теории коммуникационных матриц	5
Мишанкина Н. А. Аспекты взаимодействия медиасреды и профессиональных сообществ (к постановке проблемы)	45
Щербакова Г. И. Гордиевы узлы современной российской спортивной прессы	60

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И МЕДИАПЕДАГОГИКА

Vershinin V. A., Myasnikov I. Yu. Teaching Digital Publication Design and Development Skills to Russian Journalism Students: Student-Developed iPad Magazine as an Educational Tool	73
Журавель О. Д., Симонова Н. Б., Шафферт Е. А. Формирование актуальных компетенций у студентов-журналистов: гуманитарный блок	86

ИСТОРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Байбатырова Н. М. Тема чистоты русского языка и сохранения языкового наследия в публицистике авторов «третьей волны» русской эмиграции	97
Сурнина И. А. Крестьянский вопрос и пути его решения в зеркале деловой прессы рубежа 50–60-х гг. XIX в.	108
Сведения об авторах	133

CONTENTS

MEDIATEXT AND MEDIADISCOURSE

Dzialoshinskiy I. M. Text as a Resource of Influence on People's Consciousness and Behavior: The Analytical Potential of the Theory of Communication Matrices	5
Mishankina N. A. Mass Media Content and Professional Communities' Interaction Aspects (The Problem Statement)	45
Shcherbakova G. I. The Gordian Knots of the Contemporary Russian Sports Press	60

JOURNALISM EDUCATION AND MEDIA PEDAGOGY

Vershinin V. A., Myasnikov I. Yu. Teaching Digital Publication Design and Development Skills to Russian Journalism Students: Student-Developed iPad Magazine as an Educational Tool	73
Zhuravel O. D., Simonova N. B., Shaffert E. A. Development of Competencies Required from Student Journalists: The Humanities	86

HISTORICAL STUDIES

Baybatyrova N. M. The Theme of the Purity of the Russian Language and the Preservation of the Language Heritage in the "Third Wave" of Russian Emigration Authors' Opinion Journalism	97
Surnina I. A. The Peasant Question and Ways to Solve It in the Business Press of the 1850s–1860s	108
Information About the Authors in Russian	133

МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

УДК 81–13

DOI: 10.17223/26188422/6/1

И. М. Дзялошинский

ТЕКСТ КАК РЕСУРС ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ И ПОВЕДЕНИЕ ЛЮДЕЙ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИОННЫХ МАТРИЦ

Рассматриваются существующие исследования текста как ресурса воздействия на сознание и поведение людей, выявляются перспективы использования для таких исследований теории коммуникационных матриц. Представлена концепция, согласно которой коммуникативное поведение человека определяется системой матриц, включающих в свой состав глубинные матрицы, связанные с устройством данного общества; матрицы, задающие общие правила функционирования коммуникативных систем; матрицы, определяющие конкретные параметры создаваемых текстов.

Ключевые слова: воздействие, коммуникация, коммуникационные матрицы.

Постановка проблемы

Проблема воздействия словом на сознание и поведение человека интересовала еще Сократа, Платона, Аристотеля, Цицерона, Квинтилиана, идеи которых до сих пор считаются золотым фондом риторического подхода. Подробно этот подход рассматривается в сотнях, если не в тысячах учебников. Впрочем, не стоит забывать, что помимо, скажем так, «белой риторики», уже и в древние времена была «черная риторика» – софисты.

В XX в., по мере формирования систем массовой коммуникации, у этой проблемы проявились новые грани, которые традиционная риторика уже не могла высветить. После публикации работ У. Липпмана, Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда разнообразные теории воздействия посыпались, как из рога изобилия. Сформировались подходы: философский (А.А. Потебня, П.А. Флоренский, А.Ф. Лосев, М. Хайдеггер,

М.М. Бахтин, В.В. Савчук и мн. др.); социологический (Р. Барт, Ж. Лакан, М. Фуко); культурологический (Р. Арнхейм, А. Базен, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз, М. Маклюэн, Г. Маркузе, Х. Ортега-и-Гассет, Э. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леви-Стросс и др.); семиотический (Ч. Пирс, Ф. де Соссюр, Ю. М. Лотман, У. Эко, Р. Якобсон); системно-структурный (В. Я. Пропп, К. Леви-Стросс, Р. Барт, Ц. Тодоров, А. Греймас); теоретико-коммуникативный (Г.Г. Почепцов, Т.М. Дридзе, Г.В. Колшанский, И.Э. Клюканов).

Проблема воздействия на сознание и поведение человека в той или иной степени, под тем или иным ракурсом рассматривалась в работах В. Афанасьева, Б. Бессонова, М. Восленского, К. Гаджиева, А. Гусейнова, Ю. Давыдова, Г. Дилигенского, Б. Грушина, Н. Кейзерова, Д. Керимова, Л. Когана, В. Копалова, В. Кудрявцева, М. Мамардашвили, В. Сагатовского, В. Степина, Ж. Тощенко, Е. Шестопал, Ю. Шрейдера и др. Отдельные аспекты скрытого психологического воздействия анализировались в работах К. Абульхановой-Славской, В. Агеева, Г. Андреевой, А. Бодалева, В. Вилюнаса, В. Зинченко, В. Крамника, А. Леонтьева, Н. Михайловского, С. Рощина, С. Рубинштейна, П. Симонова и др.

В 70–80-х гг. XX в. проблемами воздействия на сознание и поведения с помощью средств массовой информации занимались В. Артемов, Э. Багиров, В. Вильчек, А. Власов, В. Житенев, Я. Засурский, Г. Лазутина, Е. Ножин, Ю. Орлов, Е. Прохоров, В. Ученова, И. Федякин, О. Феофанов, Б. Фирсов, И. Фомичева, Ю. Шерковин и другие авторы, которые проанализировали роль и место политической пропаганды и рекламы в массовой коммуникации, описали арсенал манипулятивных возможностей масс-медиа, рассмотрели психолингвистические особенности языка СМИ как основного средства воздействия на массовое сознание, а также затронули вопросы информационно-психологической безопасности личности и общества.

В отечественной лингвистике к проблемам текста как ресурса воздействия обращались многие ученые, которые внесли огромный вклад в развитие указанного направления (И.А. Фигуровский, Н.С. Поспелов, Н.Ю. Шведова, Т.Г. Винокур, Е.В. Падучева, Ю.С. Мартемьянов, Т.М. Николаева, С.И. Гиндин, О.Г. Ревзина, М.И. Откупщикова, И.Р. Гальперин, В.Г. Гак, Б.М. Гаспаров, О.И. Москальская, З.Я. Тураева, Е.А. Реферовская, И.И. Ковтунова, В.А. Бухбиндер, Г.В. Ейгер, А.А. Залевская и др.). Отдельно стоит

сказать о таких ответвлениях лингвистики, как психолингвистика (А.А. Леонтьев, Т.М. Николаева, И.Р. Гальперин, В.Б. Апухтин, В.И. Карабан и др.), в рамках которой удалось соединить лингвистику с теорией деятельности, и социолингвистика (В.Г. Костомаров, Т.М. Дридзе, Т.Г. Добросклонская, М.Б. Ямпольский и др.), позволявшая связать коммуникативную деятельность с социальным контекстом. Активно развивается когнитивная (антропологическая) лингвистика, категориальный аппарат которой составляют понятия: «языковая личность», «наивная картина мира», «языковая картина мира». Ученые выделяют особую роль языка в жизни человека и социальной общности, язык воспринимается как когнитивный инструмент осознания мира, хранения и репрезентации культурного опыта и ценностей народа: Р.А. Будагов, А. Вежицкая, В.В. Колесов, А.А. Леонтьев, Н.Б. Мечковская, Ю.А. Сорокин, Р.М. Фрумкина, Т.В. Цивьян, А.Д. Шмелев и др. Интересные работы по теме воздействия медиа на массовое сознание подготовлены в рамках теории журналистики (А.А. Грабельников, Е.Г. Дьякова, Я.Н. Засурский, С.Г. Кара-Мурза, Н.Б. Кириллова, М.М. Ковалева, А.П. Короченский, Б.Н. Лозовский, Г.С. Мельник, С.Н. Пензин, А.В. Шариков и др.).

В последнее время активизировались исследования проблемы манипулирования сознанием как на теоретическом, так и на практическом уровнях. В работах Ю. Ермакова, Е. Доценко, С. Кара-Мурзы, О. Карпухина, Г. Почепцова, Э. Макаревича, Г. Грачева, И. Мельника анализируются особенности современного информационного противоборства как на внутригосударственном, так и на межгосударственном уровнях, описывается манипуляционный потенциал мегаинформационного пространства, подробно рассматриваются суггестивные и психотронные методы воздействия на сознание и подсознание реципиентов. Современные авторы уделяют особое внимание проблеме формирования «массового» человека, идеологии и технологии «паблик рилейшнз» – управляющей системы общественных связей, основному средству влияния на человека, социального контроля масс, инструменту политической и экономической борьбы.

Новый импульс к поиску внятного ответа на вопрос о целях, средствах и технологиях воздействия на сознание и поведение человека возник в связи с происходящей глобальной коммуникационной революцией. Стремительные и непрерывные изменения в сфере информации и коммуникации стали одной из самых ярких и всеобъемлющих

характеристик современной эпохи. Эти изменения считаются следствием бурного проникновения информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизнедеятельности. Однако это лишь цветочки. Развитие искусственного интеллекта и машинного обучения, аналитики больших данных (науки о данных) и облачных вычислений, встраиваемых систем и устройств, интернета вещей, дополненной и виртуальной реальности, блокчейна и подобного стимулирует переход к новому технологическому укладу. Очевидно, что наступает новый этап цивилизации, касающийся как всех людей, так и каждого человека – его личности, тела, образа жизни и даже души. Одна из главных особенностей этого этапа – формирование мощного программного обеспечения, способного к саморазвитию и самосовершенствованию. Оптимисты пишут о том, что этот процесс несет с собой больше шансов для саморазвития людей, поскольку предъявляет гораздо больше вариантов возможного образа мысли и образа жизни. Пессимисты уточняют, что в достаточно близком будущем искусственный интеллект станет не просто средством саморазвития людей, но начнет выступать в роли субъекта, формирующего мир и реальность вокруг нас в соответствии с какими-то только ему ведомыми представлениями. Кроме того, этот новый мир обеспечивает практически полную прозрачность человека, делая его идеальным объектом морально-психологического воздействия в любую «правильную сторону». Неслучайно все более популярной становится мысль о том, что «передовой линией прогресса, наряду с геной инженерией и созданием нейрокомпьютеров, все в большей степени становится так называемый “high-hume” – технология корректировки и формирования общественного и индивидуального сознания. Суть информационной революции 90-х годов, произошедшей в мире, заключается именно в том, что впервые в истории человечества самым коммерчески эффективным видом деятельности стало преобразование не мертвой природы, но живого человеческого сознания» [1].

История вопроса

Таким образом, можно констатировать, что проблема воздействия на сознание и поведение людей в современных условиях приобретает особую остроту. Усложнение и высокая динамика социальных процессов, умножение и повышение плотности информационных пото-

ков, появление принципиально новых средств воздействия делают многих людей марионетками в руках искусных манипуляторов. Современная наука уделяет этой проблематике большое внимание. В сфере лингвистики возникла теория речевого воздействия. И.А. Стернин определяет речевое воздействие как воздействие на человека при помощи речи с целью побудить его сознательно принять позицию другого человека, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т.д. [2]. С этой точки зрения основными коммуникативными целями субъекта речевого воздействия являются: фатические – установление, возобновление, поддержание, развитие, сохранение контакта; предметные – получение или отдача чего-либо; информационные – сообщение или получение информации. Как полагает И.А. Стернин, критериями верности выбора языковых средств являются эффективность и результативность воздействия. При этом основные аспекты эффективности речевого воздействия – достижение поставленной цели и сохранение баланса отношений с собеседником (коммуникативное равновесие), избежание ссоры.

Иногда под понятие речевого воздействия подводят также использование сообщений, построенных средствами так называемых паралингвистических (т.е. «окололингвистических») семиотических систем, к которым относятся, прежде всего, жесты, мимика и позы (так называемая кинесика, образующая ядро паралингвистики в традиционном понимании последней), эстетические коды словесного творчества (например, стилистические коды и система интертекстуальных ссылок), а также, в случае письменной коммуникации, средства графического оформления текста (метаграфемика).

В настоящее время речевое воздействие продолжает оставаться актуальной сферой исследования. Однако, несмотря на накопленные теоретические и практические данные, онтологический статус данного явления нельзя признать четко очерченным, нет также универсальной методики его анализа.

В последние годы как самостоятельная дисциплина сложилась суггестивная лингвистика (см., например, работы Л.Н. Мурзина, А.А. Романова, И.Ю. Черепановой и др.). Интересная теоретическая модель для описания речевого воздействия предложена в работе «Речевое воздействие. Теоретическая модель» [3].

Обобщение существующих работ позволяет выделить несколько важных теоретических положений:

1. Широкое и узкое понимание воздействия. Е.Ф. Тарасов отождествляет речевое воздействие в широком смысле с речевым общением, взятом в аспекте его целенаправленности, целевой обусловленности. Речевое воздействие в узком смысле, по мнению Е.Ф. Тарасова, – это речевое общение в структуре координативных социальных отношений, когда коммуникантов связывают отношения равноправного сотрудничества, а не формальные или неформальные отношения субординации [4. С. 41–52]. По мнению П.Б. Паршина, речевое воздействие в широком смысле – воздействие на индивидуальное и/или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными речевыми средствами, иными словами – с помощью сообщений на естественном языке [5]. Речевое воздействие также предполагает использование сообщений, построенных средствами других семиотических кодов (кинесика, проксемика, эстетические коды словесного творчества, метаграфемика, креолизация текста и пр.). Под речевым воздействием в узком смысле понимаются конкретные примеры использования особенностей устройства и функционирования перечисленных знаковых систем и прежде всего естественного языка с целью построения сообщений, направленных на преодоление «защитного барьера» реципиента (подкуп, обман, прорыв и т.д.).

2. Выявление предпосылок воздействия. Обычно выделяют психологические, когнитивные, логические, социологические, структурно-семиотические и коммуникационно-семиотические предпосылки речевого воздействия. О психологических предпосылках мы поговорим в разделе, посвященном ресурсам психологического воздействия. Что касается когнитивных предпосылок, то речь идет о том, что у человека имеется определенная модель мира, особенности устройства которой могут использоваться специалистом в сфере речевого воздействия. Например, рекламные кампании могут строиться на эксплуатации образа товара, услуги и т.п. или же на сознательном его сломе; в любом случае образ учитывается.

Логические предпосылки связаны с тем, что предлагая человеку сделать заключение из исходных высказываний, специалист может так сформулировать эти суждения, что объект воздействия придет к ложным выводам. Например, хорошо известны многие пророчества Дельфийского оракула, подталкивавшие, по преданию, к ошибочным выводам. Известно, что оракул посоветовал 30-летнему Нерону «страшиться семидесяти трех годов». Обрадовавшийся Нерон про-

должил свои сумасбродства, а меж тем на окраине империи, в Испании, 73-летний Гальба в глубокой тайне собирал войско, всего лишь через несколько месяцев вынудившее Нерона бежать из Рима и покончить с собой.

Социологические предпосылки заключаются в том, что люди входят в состав различных социальных групп, которые влияют на восприятие и понимание получаемых сообщений. Кроме того, не стоит забывать и о том, что люди делятся на конформистов, неконформистов и самоопределяющихся, что также предполагает определенное отношение к речевому воздействию.

Когда говорят о структурно-семиотических предпосылках, то имеют в виду то обстоятельство, что любая семиотическая система не просто обозначает действительность – она интерпретирует ее, предлагает свое специфическое ее видение, причем одна и та же ситуация может быть проинтерпретирована по-разному, и говорящий всегда, даже не желая этого, в какой-то степени навязывает слушающему некоторую ее трактовку. В той мере, в какой используемой семиотической системой является естественный язык, структурно-семиотические предпосылки речевого воздействия трансформируются в лингвистические.

Коммуникационно-семиотические предпосылки заключаются в готовности участников коммуникации настаивать на точности словопотребления или пренебрегать нюансами описания действительности в том случае, если они представляются несущественными для целей общения. Практически любое имеющееся в языке формальное различие может быть сделано значимым, и одновременно, в определенных условиях, могут игнорироваться (рассматриваться как варианты описания одной и той же действительности) даже очень важные различия, скажем, между значениями существительных «яхта» и «дредноут».

3. Исследование механизмов порождения, восприятия и понимания текстов разного типа (работы А.А. Леонтьева, А.А. Брудного, Г.И. Богина, Т.М. Дридзе, Р.П. Лурии, И.Ф. Неволлина, Е.Ф. Тарасова, ЕВ. Шелестюк и др.).

Есть, разумеется, множество любопытных экспериментальных данных, идет детализация тех или иных обобщений, но чем больше знакомишься с издаваемыми книгами и диссертациями, тем отчетливее формируется впечатление, что мы в тупике. В рамках сложившихся

ся подходов нового мощного прорыва в понимании механизмов воздействия на сознание и поведение людей ожидать не приходится. Любопытные размышления на этот счет есть в статье И.А. Бубновой и В.В. Красных «Неопсихолингвистика: аргументы в защиту национально-культурного своеобразия» [6].

Поиски новой теории

Выход из этого тупика мы видим в развитии междисциплинарных исследовательских проектов. Ниже предлагается идея сближения лингвистики с теорией институциональных матриц [7–9]. Исходная идея институционального подхода заключается в утверждении, что «институционализация имеет место везде, где осуществляется взаимная типизация опривыченных действий деятелями любого рода... Сам институт типизирует как индивидуальных деятелей, так и индивидуальные действия» [10. С. 92]. В этом случае, продолжают цитируемые авторы, институты приобретают определенную прочность и стабильность. С другой стороны, в процессе разделения труда институты вынуждены специализироваться, а сами акторы, вследствие и в рамках развития каждого института, выполняют различные социальные роли. Институциональные универсумы для большей прочности требуют легитимаций когнитивного и одновременно нормативного характера, другими словами, символических форм, делающих возможным их познание (практическое и теоретическое) и наделяют их ценностью.

Расширяя сферу своего использования, понятийно-смысловой аппарат, с помощью которого описываются социальные институты, прошел долгий и до сих пор незавершенный путь становления. Не будем его описывать в рамках данной статьи, укажем лишь, что господствующие ныне представления характеризуют институты как систему принуждений, созданных человеком, чтобы ориентировать поведение индивидов в повседневной жизни. Институты складываются из социальных правил, формальных и неформальных норм и из характера применения этих «правил игры». Имея принудительный характер, они, в то же время, предоставляют ресурсы и возможности для действия. Кроме того, институты наказывают тех, кто не соблюдает нормы. Таким образом, они уменьшают неопределенность и конфликтность в обществе и облегчают сотрудничество [11. С. 73].

Помимо социологов, проблемой институтов занимаются исследователи, опирающиеся на другие методологические основания феноменологического или бихевиористского плана. Так, например, У. Гамильтон пишет: «Институты – это словесный символ для лучшего описания группы общественных обычаев. Они означают постоянный способ мышления или действия, который стал привычкой для группы или обычаем для народа. Мир обычаев и привычек, к которому мы приспособляем нашу жизнь, представляет собой сплетение и непрерывную ткань социальных институтов» [12]. Дж. Хоманс дает свое определение: «Социальные институты – это относительно устойчивые модели социального поведения, на поддержание которых направлены действия многих людей» [13].

Диалектика отношений институтов и людей очень сложна. С одной стороны, институты – это творение разума и рук человеческих; с другой – это джинн, вырвавшийся из бутылки. Социальный институт можно сравнить с машиной, сконструированной человеком, но в то же время заставляющей своего творца действовать по правилам, нормам, отражающим ее логику, хотя и созданным самим конструктором. Творец этой машины не может пользоваться ею в своих интересах, игнорируя потребности машины, поскольку это чревато сбоем в ее работе, а то и полным разрушением. В то же время институт, как и машина, мертв без людей, приводящих его в действие. Институт не существует без человека, следующего его нормам, но вместе с тем господствует над ними. Таким образом, социальный институт – это безличностная и даже сверхколлективная форма, приводимая в действие только людьми, преследующими свои осознанные цели, принимая во внимание силовое поле института.

Обращая внимание на то, что все социальные институты во многом взаимосвязаны, Д. Норт [14] и К. Поланьи [15] высказали предположение о том, что система базовых институтов каждого конкретного общества образует своеобразную институциональную матрицу, которая определяет спектр возможных траекторий его дальнейшего развития. При этом и К. Поланьи, и Д. Норт полагают, что каждое общество имеет свойственную только ему институциональную матрицу. Развивая эту концепцию, российский исследователь С.Г. Кирдина [16] сформулировала положение о том, что существуют всего две институциональные матрицы, в агрегированной форме концентрирующие разнообразие общественной жизни. Такие матрицы условно названы X- и Y-матрицами (или восточными и западными).

Понятие «матрица» стало весьма популярным и среди российских исследователей [9, 17–22]. Оно происходит от латинского *matrix* (матка) и используется в металлообработке для обозначения инструментов со сквозным отверстием или углублением, используемых при штамповке, прессовании, а также в полиграфии для обозначения металлической пластинки с углубленным прямым изображением буквы или знака, служащей формой для отливки литер. И этот смысл – форма, задающая параметры для чего-то, – предоставляет широкие возможности использования данного понятия для изучения всего многообразия аспектов коммуникационной деятельности. Совокупность матриц, определяющих коммуникативное поведение человека, может быть представлена в виде сложноорганизованной многоярусной системы следующего вида:

- в фундаменте располагаются скрытые от непосредственного созерцания и освоения глубинные матрицы, связанные с устройством данного общества;
- над фундаментом надстраиваются матрицы, задающие общие правила функционирования коммуникативных систем;
- на самом верху размещаются матрицы, определяющие конкретные параметры создаваемых текстов.

Попробуем описать эту систему.

Фундаментальные культурные матрицы

«Новая философская энциклопедия» определяет культуру как систему надбиологических программ человеческой жизнедеятельности (деятельности, поведения и общения), которые развиваются исторически и обеспечивают воспроизводство и изменение социальной жизни во всех ее основных проявлениях. В эти программы человеческой жизнедеятельности включаются, помимо всего прочего, идеалы, образцы деятельности и поведения, верования, ценностные ориентации и другое, образующие социальный опыт, хранимый и передаваемый от поколения к поколению культурой [23].

Б.И. Кононенко также дает определение культуры как специфического способа организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленного в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе [24].

С. 115–116]. С этой точки зрения культура выступает как своего рода «технология» человеческой деятельности, или, точнее, как внутренняя основа некой технологии, как совокупность эталонов, критериев и процедур, задающих направления и алгоритмы социально одобряемого поведения и эффективной деятельности. Или, по-другому, культура – это совокупность знаний, ценностей, норм, обеспечивающих приспособление человека к окружающей среде или преобразование этой среды в соответствии со своими нуждами, целями и представлениями.

В книге Э. Шейна «Организационная культура и лидерство» проанализировано множество дефиниций понятия «культура» и дано обобщающее определение, которое, на наш взгляд, достаточно точно передает суть этого социального института: «Культура группы может быть определена как паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем» [25. С. 20].

Таким образом, архетипическая матрица культуры является духовно-генетическим кодом истории социокультурных феноменов, статус которых позволяет использовать их в качестве методологического инструментария для анализа культуры [26]. Так, например, становление европейской культуры связано с античным полисом. Наследуя идеи Древней Греции, воспетые Гомером, эллинские матрицы включают в свой состав следующие регуляторы поведения в обществе: гражданственность и героизм; знание как высшую ценность; индивидуальную сознательность; свободу человека, который полноправно участвует в жизни страны и государства. Данная антропологическая направленность – краеугольный камень современных концепций гражданского общества и правовой личности.

Культурные матрицы Европы, обоснованные в работах Д. Гоббса, Д. Локка, Ж.-Ж. Руссо, И. Канта, Г.В.Ф. Гегеля, М. Вебера, опираются на ключевой принцип триединства свободы, равенства и справедливости, а также принцип автономии субъекта, т.е. человеческой личности. Самодисциплина, дисциплина и преобладание эстетики форм заложили основы европейской культуры [27].

Л. Васильев, касаясь этого вопроса, пишет о том, что не капитализм привел к возникновению в странах Запада рыночной экономики

и либерального правопорядка, а античные либерально-демократические традиции, древнегреческие свободы и римское право, религиозно-цивилизационная протестантская традиция. «Капитализм – не базис. Он следствие и функция демократии. Античной полисно-протобуржуазной, средневековой западноевропейской протестантско-предбуржуазной» [28]. И наоборот, присущие Востоку матрицы – всевластие власти и полное бесправие подданных (включая собственников), незнакомых с правовой культурой буржуазной частной собственности и потому подверженных репрессиям с экспроприациями, – не позволили возникнуть капиталистическим отношениям. И лишь появление в этих странах европейских буржуа с их нормами жизни, институтами и капиталами способствовало возникновению вне Запада общества смешанного восточно-западного типа, облик которого зависел как от уровня развития (степени отсталости), так и от религиозно-цивилизационной традиции. Что касается России, то она не Запад, но и не вполне Восток. Россия где-то между ними. У нее не было условий для возникновения либерально-демократического базиса – ни протобуржуазного античного, ни предбуржуазного европейского. Вестернизация пришла в Россию в специфически искаженной форме, с резким акцентом в сторону заимствования военной мощи. Правда, и с очень высоким почтением к западноевропейской буржуазной культуре, включая активное ее заимствование, но – и это самое главное – без либерально-демократического базиса. Поэтому западноевропейский капитализм не имел в России возможности прижиться [28].

Анализируя российские матрицы, Н.А. Бердяев подчеркивает антиномичность русской культуры, отличающейся неустранимой противоречивостью свойств и постоянством их перехода друг в друга. «Творчество русского духа так же двойится, как и русское историческое бытие. Это яснее всего видно на самой характерной нашей идеологии – славянофильстве и на величайшем нашем национальном гении – Достоевском, – русском из русских. Вся парадоксальность и антиномичность русской истории отпечатались на славянофилах и Достоевском. Лик Достоевского так же двойится, как и лик самой России» [29].

После выхода брошюры Дм. Лихачева «Заметки о русском» тема национальной специфики, культурного кода, культурных констант русской цивилизации была легализована в СССР и стала достоянием политизированной публицистики. Позже попытки научным образом

верифицировать вопрос о российской идентичности и связать его с проблемой модернизации были предприняты социологами [30, 31], лингвистами [32], социопсихологами и экономистами [33]. Так, например, размышляя о возможности опереться на национальные культурные архетипы при выборе пути модернизации, авторы доклада «Культурные факторы модернизации» [34] пришли к выводу о том, что модернизация не может ограничиться только сферами экономики и законодательства (хотя они и принципиально важны). Модернизация предполагает запуск комплексного социокультурного процесса, в котором управленческие и технологические решения подчинены гуманитарным целям, а гуманитарные цели соотнесены с экономическими задачами. Отказ от модернизационного потенциала культуры, от работы с ценностной шкалой, с этикой, с национальной картиной мира гарантированно ведет модернизаторов в тупик. Если работник отдаст предпочтение общинному образу жизни, а вы понуждаете его к фермерству, то не надейтесь на торжество Столыпинской реформы. Если честно заработанные деньги не являются мерилем успеха, то производительность труда не вырастет, как ни повышай зарплату. Авторы выдвигают идею о том, что в современной России сложился катастрофический дефицит социального модерна. То есть дефицит практик, основанных не на сохранении и не на разрушении, а именно на обновлении, на эволюционном принципе последовательных изменений существующей реальности. В том числе реальности социокультурной. Зато есть избыток архаических институтов, основанных на поддержании и воспроизводстве эталонных образцов. Присутствует и точно такой же избыток авангардных практик, которые демонстративно разрывают с косными образцами.

Другой автор – И. Давыдов – тоже исследует особенности российской исторической матрицы и утверждает, что «Российское общество переживает только историю Человека Государственного, не замечая просто человека в истории. Истории человека нет, истории русской свободы тоже нет» [35]. Анализируя «Историю государства Российского» творца русской матрицы Н. Карамзина (которую автор посвятил царю, а посвящение завершил фразой «История народа принадлежит Царю»¹) и другие исторические сочинения, И. Давыдов конста-

¹ «В его “Истории” изящность, простота доказывают нам без всякого пристрастия необходимость самовластия и прелести кнута», – язвил А.С. Пушкин.

тирует, что схема, предложенная Карамзиным, пережила и Карамзина, и империю, и еще одну империю и до сих пор жива. «Утрируя, изложить эту схему можно так: русский народ-государственник с самого начала был озабочен невозможностью жить вне сильной власти, в связи с чем пригласил править собой варягов, и дальше, во все времена, либо строил сильное централизованное государство, либо расплачивался за попытки с этого пути свернуть и снова строил сильное централизованное государство. Его главные герои – властители и воины, его главные достижения – военные победы. Святые нашего исторического пантеона – сплошь с мечами и в доспехах» [35].

В.И. Аннушкин не пользуется категорией «матрица». Однако используемое им понятие «речевая культура» он определяет следующим образом: «Культура есть совокупность достижений, правила, образцы и прецеденты деятельности, которые должны творчески применяться к той сфере деятельности, о которой идет речь. Совокупность достижений в языке предполагает, что он имеет колоссальные традиции, богатое прошлое, которое нельзя забыть, но только основываясь на этом культурном прошлом, можно выстроить и настоящее и будущее. Правила языка существуют практически, мы все их осознаем, и если кто-то живет не по правилам, то такой человек критикуется, осуждается, высмеивается. Прецедентами назовем образцы и примеры языковой деятельности, на которые ориентируются общество и люди» [36]. Именно так мы понимаем матрицу.

Сложившиеся на данный момент культуры отражают ту действительность, в которой ранее жили этносы и социальные группы и к которым они достаточно эффективно приспосабливались.

На сегодняшний день мы имеем три сосуществующих культуры. Первая – традиционная (архаическая) культура, культура доиндустриального общества. **Основные признаки традиционной (архаической) культуры:**

- зависимость организации социальной жизни от религиозных или мифологических представлений;
- преимущественная ориентация на метафизические, а не на инструментальные ценности;
- ориентация на прошлое, а не на будущее;
- производственная деятельность ради удовлетворения насущных потребностей, а не ради будущего;
- преобладание традиции над нововведениями;

- коллективистский характер общества и отсутствие личностного начала, человек – часть целого, включенного в солидарные структуры: в семью, в общину, в трудовой коллектив;

- государство устроено по типу семьи, оно является патерналистским и авторитарным;

- преобладающее распространение людей с особым психическим складом – недеятельных личностей.

Традиционная культура – это детство человечества. Главная ее особенность – культ ритуалов и традиций. Главные люди – хранители и толкователи традиций: жрецы, раввины, попы, пасторы, которые искренне верят в то, что именно они являются носителями духовности.

В Европе традиционная культура умерла вместе с Дон Кихотом. Хотя миллионы, точнее миллиарды, людей исповедуют эту культуру до сегодняшнего дня.

Вторая – культура индустриального общества (модерн), которая сложилась в XVI–XVII вв. и пережила пик развития и распространения в XIX в. **Основные признаки культуры индустриального общества (модерна):**

- новое отношение к религии, в конечном счете обернувшееся отрицанием религии как основания ценностей и целей человеческой жизни;

- отрицание наследственной социальной иерархии и перекодировка системы социальных отношений на базе идеи потенциального равенства всех людей;

- стремление воплотить в жизнь некую идеальную модель общества;

- с другой стороны – превращение всего на свете, в том числе и человека и его способностей в товар.

Культура модерна – это отрочество человечества. Главная ее особенность – культ государства. Главные люди – создатели государств: покорители и захватчики.

В общечеловеческом плане модерн завершил свое существование в период Второй мировой войны. Однако немало людей разделяют и еще долго будут разделять эти ценности.

Третья – культура постиндустриального общества (постмодерн), культура современного мира. **Основные признаки культуры постиндустриального общества (постмодерна):**

- идея тотального равенства (отказ от бинарных оппозиций, характерных для традиционного общества);

– отказ от идеи развития (ревизия доктрин построения «светлого будущего» и достижения новой социальной и национальной справедливости);

- разочарование в человеческом разуме;
- «комплекс туриста»;
- этический плюрализм.

Постмодерн – это юность человечества. Главная особенность – культ личности, культ себя любимого. Любой юноша (и тем более девушка) знает, что главное в этом мире – он или она, а все остальные существуют для них. Главные люди – «звезды», те, кто в жизни достиг чего-то «высокого».

Эта культура возникла сравнительно недавно, хотя ее элементы прослеживаются в глубокой древности, и ее сторонники наивно считают постмодерн культурой будущего. Каковы версии завершения этого периода? Юность, по идее, должна перерасти в зрелость. Но бывает, что этот переход заканчивается суицидом. Однако в настоящее время «юность» прошла или проходит. И человечество попало в поле влияния трех основных процессов современности: глобализация, информатизация, медиатизация с огромным комплексом порождаемых этими процессами проблем.

Медиаматрицы

Очевидно, что и в медиапространстве действуют совокупности более или менее жестких норм и правил (медиаматрицы), в соответствии с которыми создается масс-медийный продукт. Причем медиа-матрицы регулируют медийную деятельность на всех этапах: при сборе информации, подготовке медийного продукта, выборе каналов его распространения и т.д. Очевидно, что основные характеристики медиатекста определяются особенностями той системы, в рамках которой он создается. В зависимости от целей массовой коммуникации можно выделить такие общесистемные медиа-матрицы, как журналистика, реклама, пропаганда, PR.

О том, что СМИ как общественный институт и журналистика как тип социальной деятельности функционируют в соответствии с нормами и правилами, вытекающими из специфики общественного устройства, специалисты узнали из давней работы американских социологов Ф. Сиберта, У. Шрамма и Т. Питерсона «Четыре теории

прессы», опубликованной в Америке в 1956 г. [37]. Назвав эти нормы и правила «теориями прессы», авторы выделили четыре таких теории: авторитарную; либертарианскую; теорию социальной ответственности; советскую (коммунистическую).

Согласно концепции Р. Уильямса [38. Р. 52], система СМИ может быть:

- 1) авторитарной, основной задачей которой является передача инструкций, идей и подходов правящей группы;
- 2) патерналистской – это вариант авторитарной модели, в которой у правящей группы, помимо задачи сохранения власти, существует еще и ответственность перед обществом;
- 3) коммерческой, отличающейся от авторитарной и патерналистской большей степенью внутренней свободы, ограниченной, однако, одним условием: можно говорить все что угодно, если вы можете позволить себе это говорить с прибылью;
- 4) демократической, опирающейся на выработанную систему принципов, которыми следует руководствоваться.

Исследователь из Финляндии К. Норденстренг предложил пять теорий прессы:

- 1) либерально-индивидуалистическая теория берет за основу известную либеральную теорию;
- 2) теория социальной ответственности предполагает служение обществу и гражданским интересам;
- 3) критическая парадигма базируется на радикально-демократической концепции;
- 4) административная парадигма обслуживает интересы элиты;
- 5) парадигма культурного посредничества воспитывает чувство коммунитаризма и взаимопонимания.

Дополнительно к этому К. Норденстренг выделяет четыре роли прессы:

- 1) сотрудничество с национальным государством;
 - 2) наблюдение и информирование общества о важных вопросах;
 - 3) помощь в организации общественных дебатов;
 - 4) критические расследования со стороны общественных групп
- [39].

Еще одну концепцию предложили Д. Халлин и П. Манчини [40]. Для анализа социальных и политических контекстов они предложили использовать следующие критерии:

- 1) развитие медийных рынков;
- 2) политический параллелизм, т.е. степень и характер связей между медиа и политическими партиями;
- 3) развитие журналистского профессионализма;
- 4) степень и характер вмешательства государства в медийные системы.

На основании этих критериев Д. Халлин и П. Манчини выделили три модели медийных систем:

- североатлантическую, или либеральную;
- североевропейскую, или демократическую корпоративистскую;
- средиземноморскую, или поляризованную плюралистическую.

Д. МакКуэйл предлагает несколько иные формулировки теорий прессы [41. С. 48–74]:

- 1) теория свободной прессы (аналогична либертарианской теории прессы Сиберта, Питерсона и Шрамма);
- 2) теория ответственности перед обществом;
- 3) теория «пресса как четвертая власть»;
- 4) теория публичной сферы (идея заимствована у Ю. Хабермаса, который понятием «публичная сфера» обозначил места, где интеллектуалы могут обсуждать проблемы текущей политики);
- 5) критическая теория, согласно которой пресса должна вскрывать несправедливость, неравенство и ложное сознание;
- 6) теория медиаменьшинств и демократического участия (повстанческая коммуникация) – медиа, защищающие угнетенные меньшинства.

Понятно, что каждая из этих общесистемных медиаматриц тесно связана с фундаментальными культурными матрицами. С. Оутс, занимающаяся изучением медиасфер и медиаполитики постсоветских стран, сравнила советскую и российскую медиасистемы. По ее мнению, в СССР государственное влияние на медиа было практически абсолютным, в современной России оно более разнородно и может осуществляться через финансирование, запугивание журналистов, изъяны в законодательстве или другие практики. На основании проведенного анализа она выделила несоветскую медиамодель [42]. Эта же особенность находит отражение и в концепции евроазиатской медиаполитической модели, предложенной бельгийской исследовательницей Х. де Смеле [43]. Используя дихотомию западных / восточных медиамodelей, Х. де Смеле отмечает, что влияние «западной модели» ограничивается развитием рыночных отношений, остальные компо-

ненты медиасистем постсоветских государств во многом перекликаются с азиатскими прототипами. Для них характерны патернализм, низкая субъектность медиа (на уровне агентов влияния), жесткая подотчетность СМИ и опосредованное влияние рыночных отношений.

Текстовые матрицы

Практика показывает, что не только профессиональные журналисты, имеющие специальное образование или прошедшие длительную выучку в редакциях, но и блогеры да и просто любители, рискующие выйти за пределы домашних аккаунтов, строят свои произведения в соответствии с повсеместно используемыми шаблонами построения журналистского текста – вот многозначительный парадокс журналистики как типа творчества. Попытки разрешить этот парадокс наводят на мысль о какой-то известной всем матрице журналистского творчества, охватывающей те необходимые и достаточные закономерности, которые включены в порождение любого текста, предназначенного для средств массовой информации. Никто не утверждает эту матрицу официально. Ее никто не «держит перед глазами». Но каждый автор чувствует, каким именно требованиям должно отвечать его произведение. Впрочем, следует отметить, что ситуация существенно осложняется с появлением новых технологических требований к производству медиаконтента, что приводит к изменению жанров, форматов медиатекстов [44, 45].

Современная наука доказала, что не только в журналистике, но и в любой другой сфере коммуникативного взаимодействия существуют обязательные нормы и правила, которыми определяются взаимные поведенческие ожидания и которые должны пониматься и признаваться, по крайней мере, двумя субъектами, осуществляющими коммуникацию. В работах Е. Гоффмана [46, 47] и Х. Сакса [48] показано, что даже простая беседа возможна, только если все стороны соблюдают строгий набор правил, руководящих, например, чередованием реплик или сменами темы. Небольшого неповиновения им достаточно, чтобы превратить любую коммуникацию в хаос. В свою очередь, следование этим правилам подразумевает следование другим, более общим, руководящим решениям таких поведенческих задач, как распределение внимания. Продвигаясь еще дальше, необходимость решения этих задач и их точные условия вытекают из более широкого определения социальной ситуации, в которой происходит разговор.

Существует огромное количество содержательно близких понятий, с помощью которых обозначаются эти «регуляторы» коммуникативного поведения: аксиомы, принципы, установки, постулаты, нормы, правила, дискурсы, конвенции, кодексы, паттерны и т.д.

Аксиома. Что касается аксиом коммуникации, то их сформулировали американские психологи П. Вацлавик, Д. Бивин и Д. Джексон [49] в контексте предложенного ими в 1966 г. подхода к анализу межличностной коммуникации. Эти аксиомы подробно описаны в работе В.А. Митягиной [50].

Принцип. Понятие «принцип» довольно активно использовалось в работах таких ученых, как А.А. Леонтьев, Л.С. Выготский, М.Р. Львов, А.Е. Супрун, Е.В. Ключев, Т.Г. Винокур, Дж. Остин, Дж.Р. Серль, Г. Грайс, Г. Санс, К.Г. Павлова и другие, которые ввели в научный и практический оборот следующие принципы речевой коммуникации:

- кооперации;
- последовательности;
- предпочитаемой структуры;
- вежливости;
- равной безопасности;
- децентрической направленности;
- адекватности (соответствия) того, что воспринято, тому, что сказано [51].

Кроме этих принципов В.Б. Родос формулирует специальный принцип объективности для аргументирующего субъекта. Этот принцип содержит требование всестороннего рассмотрения анализируемого явления, явного учета всего комплекса имеющихся альтернатив и гипотез, не ограничиваясь только выгодными или желательными для самого субъекта [52].

Постулат. Пионером в формулировании общекоммуникативных постулатов можно считать Г.П. Грайса, который полагает, что именно коммуникативные постулаты связаны со специфическими целями речевого общения. Постулаты другой природы (эстетические, социальные или моральные), по его мнению, должны быть обобщены в применении к таким целям, как воздействие на других людей, управление их поведением и т.п.

Установка. Анализу установок посвящено большое количество отечественных и зарубежных исследований. Прежде всего, это труды

Д.Н. Узнадзе и учеников его школы: И.Т. Бжалавы, А.Т. Богорошвили, В.Г. Норакидзе, А.С. Прангишвили, а также работы П.К. Анохина, Ф.В. Бассина, Н.С. Беритова, Н.В. Михеева, В.Н. Мясищева, С.Л. Рубинштейна, А.Е. Шерозии и пр.; во-вторых, следует назвать имена Г.М. Андреевой, В.Г. Асеева, А.Г. Асмолова, Л.И. Божович, В.А. Ядова и других, много внимания уделивших социальным установкам. Среди зарубежных исследований выделяются работы Д. Брэма, А. Коэна, Д. Кемпбелла, Г. Олпорта, М. Розенберга, М. Смита, Л. Фестингера, Ф. Хайдера, К. Ховланда, С. Шерифа и пр.

Говоря об установках, обычно имеют в виду возникающее в определенных ситуациях неосознаваемое человеком внутреннее побуждение к совершению определенного действия или использованию определенного способа действия. По мнению Э. Гуссерля, «под установкой, вообще говоря, понимается привычно устойчивый стиль волевой жизни с заданностью устремлений, интересов, конечных целей и усилий творчества, общий стиль которого, тем самым, также предопределен» [53. С. 106]. Г. Олпорт определяет установку как «умственное и нервное состояние готовности, возникшее на основании опыта и оказывающее направляющее и динамическое влияние на поведение человека, которое возникает как реакция на все явления и примеры, входящие в сферу его жизнедеятельности» [54. Р. 793].

Несколько иное определение приведено в книге «Психология политической пропаганды»: установка – это сформированная под воздействием пропаганды, воспитания и опыта относительно устойчивая организация знаний, чувств и мотивов, вызывающая соответствующее отношение человека к идейным, политическим и общественным явлениям окружающей его действительности, выражающееся в действии (в широком смысле слова) [55]. Эта устойчивая готовность действовать в конкретных ситуациях определенным образом обозначается с помощью разных понятий: социальная установка, аттитюд, ожидание, намерение, преддиспозиция, диспозиция, информационная модель, схема, доминанта, валентность, функциональная фиксированность, субъективное отношение и другие – всего около трех десятков «псевдонимов».

Правила, которыми руководствуется в данном случае человек, могут быть сформулированы следующим образом: «как в этой ситуации поступают все профессионалы» или «как поступают те, кого я уважаю» и др. Широчайшая сфера такого поведения представляет собой

то, что обычно называется «профессиональные нравы» или «нравы профессиональной среды». Эти общесоциальные и общепрофессиональные стандарты предопределяют многие поступки человека, поскольку содержат в себе определенные требования и ожидания окружающей его среды. Особое значение в системе профессиональных установок имеют нравственные императивы профессионального поведения.

Конвенция. Понятие «конвенция» занимает важное место в теории речевых актов [56–59]. Под конвенцией понимаются принятые в данном обществе (и регламентируемые этим обществом) формы взаимодействия, в том числе и речевого. Большинство коммуникативных актов в той или иной степени регламентированы. Если иметь в виду социальные конвенции, регулирующие инициацию того или иного коммуникативного акта, то удобно рассматривать коммуникантов как членов неких – строгих и нестрогих – социальных иерархий, например: начальник / администратор / работодатель – подчиненный.

Сценарий. Э. Берн ввел в научный оборот понятие «сценарий», используя его как в широком плане для обозначения плана жизни, так и в более узком – для обозначения процессов коммуникации. В частности, в его знаменитой книге «Люди, которые играют в игры» речь идет о том, как научиться анализировать нюансы своего общения и избавиться от поведенческих стереотипов и комплексов, мешающих в повседневной жизни [60].

Кодекс. Л.В. Уманцева, обосновывая правомерность использования понятия «кодекс» для описания правил речевого общения, говорит: «В толковых словарях слово кодекс определяется как свод законов. Уголовный кодекс; совокупность правил, убеждений (перен., книжн.). Моральный кодекс. В речевом общении существуют также свои правила, убеждения, т.е. коммуникативный кодекс». По ее мнению, «основу коммуникативного кодекса составляют такие базовые категории, как коммуникативная (речевая) цель и коммуникативное (речевое) намерение. Коммуниканты должны соблюдать критерий истинности (верность действительности), критерий искренности (верность себе), критерий знания своего родного русского языка, его литературных норм (верность Родине, ее достоянию – русскому языку) и критерий нравственности (верность разуму, сердцу своему) [51].

Формат. В последнее время чрезвычайно популярным стало понятие «формат». По мнению Т.И. Суриковой, это понятие актуализиро-

валось в связи с тем, что такие понятия, как «тип СМИ», «жанр», «стиль», отражавшие системность этого явления, утратили свои позиции. Определенное стечение лингвистических и экстралингвистических причин привело к тому, что в массовой коммуникации *формат* если не вытеснил обозначенные понятия, то, по крайней мере, стал употребляться как их современный, модный, соответствующий языковому вкусу времени синоним. Об этом свидетельствуют контексты его употребления и сочетаемость [61].

Ритуал. И. Ерофеева предлагает использовать для описания структурно-содержательного уровня функционирования медиатекста понятие «ритуал». По ее мнению, медиаритуал выражает связь субъектов (журналиста и потребителя) с системой социальных отношений и ценностей, так как он есть некая сложившаяся традиция или установленный порядок определенного информационно-социального взаимодействия. Учитывая сущностные и функциональные характеристики ритуала, представленные в научном дискурсе, И. Ерофеева формулирует ритуальные компоненты медиатекста, способствующие трансляции ценностей:

- 1) медиатопика, ориентированная на человеческий фактор;
- 2) имидж – способ репрезентации ценностей;
- 3) жанровая специфика как формат распространения ценностей;
- 4) эйдосфера – система образов и живописных форм, способствующих культу определенных ценностей;
- 5) мир символов – культурных кодов;
- 6) пространственно-временной континуум, аккумулирующий ценности;
- 7) аксиологические ресурсы ритуального объединения;
- 8) технология воспроизведения ценностей [62].

Дискурс. Понятие «дискурс» начало использоваться как научный термин в лингвистике. Традиционно лингвистика ограничивалась изучением слова и фразы. Взаимодействие с другими гуманитарными науками (семиотикой, социологией, психологией) вывело лингвистику за пределы фразы, включив в ее предмет новую составляющую – дискурс. Начало этому положила статья американского лингвиста З. Харриса «Анализ дискурса» [63]. При таком подходе фраза является простым высказыванием, а дискурс – сложным высказыванием, состоящим из нескольких фраз [64. С. 240–241]. Сегодня большинство словарей предлагает именно лингвистическое определение дис-

курса как продолжительного и связанного потока проговариваемого или письменного использования языка, содержащего более одного предложения (беседа, нарратив, аргумент, речь) и рассматриваемого в качестве способа взаимодействия слушателей и писателя – автора – спикера. «Оксфордский словарь английского языка» дает универсальное определение дискурса как письменной или разговорной (устной) коммуникации или дискуссии.

Носителями и создателями дискурсивного пространства являются не столько отдельные индивиды, сколько институты, так как они являются основными акторами прецедентных событий, в ходе которых порождаются, изменяются, используются значения каких-либо категорий. Таким образом, институциональный дискурс – это дискурс, реализуемый в общественных институтах, общение в которых является составной частью их организации.

Что касается медиадискурса, то одним из первых понимание текстов масс-медиа как дискурса предложил Т.А. ван Дейк. Он обозначил новостные материалы как новый вид дискурса и настаивал на том, что анализ медиатекстов – это результат специфической социальной практики журналистов по производству смыслов и практики читателей прессы по их интерпретации [65. С. 307].

Паттерн. Понятие «паттерны культуры» впервые возникает в антропологии в работах Р. Бенедикт. Под влиянием гештальтпсихологии и морфологии культуры Шпенглера она критикует традицию акцентирования внимания на отдельных признаках (*traits*), призывая рассматривать культуру как единство и целостность, полностью определяющую свои компоненты [66. Р. 47]. Именно из ее работы Г. Бейтсон заимствует концепцию паттерна. Для Г. Бейтсона понятие «паттерн», которое играет ключевую роль в его глобальном проекте «Экология разума», – это и технический термин, и метод, и эвристический концепт, и сакральные узы, связывающие все живое [67].

В западной литературе наиболее популярным в последние годы стало определение понятия «паттерн» как повторяющегося образца, шаблона, образующего разнообразие готовых вариантов в разных областях человеческой деятельности. В психотерапии «паттерн» используется как категория, характеризующая определенный тип человеческого поведения, копирующего другое поведение. С этой точки зрения, паттерны можно встретить повсюду: утреннее умывание, рукопожатие при встрече, способ есть яблоко, отвечать на телефонные

звонки и т.п. Существует множество различных подходов к классификации паттернов человеческого поведения [68]. В коммуникативистике паттерн определяется как особый тип коммуникативного взаимодействия, имеющего повторяющийся эмоциональный компонент. При этом одни авторы склонны понимать под паттернами коммуникации те или иные приемы риторического воздействия на аудиторию (построение ассоциаций, использование пресуппозиций и т.д.), обязательно находящие выражение в определенных лингвистических конструкциях, а другие – сами эти конструкции, конкретные языковые элементы речи.

На наш взгляд, подобная терминологическая вакханалия нуждается в хоть какой-нибудь систематизации. И в качестве фундаментального понятия, реинкарнациями которого являются все упомянутые выше, является понятие «матрица».

Различные системы текстовой деятельности используют для порождения текста разные матрицы. Так, например, анализируя ситуацию в российской литературе, Дм. Быков говорит о том, что классическая русская литература основывалась на очень жесткой матрице: «Сюжетная схема XIX столетия включает в себя несколько непеременимых узлов. Например, дуэль недочеловека со сверхчеловеком, условно говоря, дуэль лишнего человека со сверхчеловеком. Адюльтер, который является метафорой роковых, трагических отношений с властью, такой своеобразной проекцией ее. Большинство русских романов XIX столетия начинаются в салоне, а заканчиваются на каторге или на войне. Отчасти потому, что нет других локаций. В салоне начинается “Княгиня Лиговская”, пролог такой недописанный к “Герою нашего времени”, и на кавказской войне оказывается Печорин. Или, во всяком случае, на Кавказе, в крепости. На каторге заканчивается фабула большинства романов Достоевского. На каторге оказывается Пьер, который возвращается оттуда в романе “Декабристы”. Каторгой заканчивается и “Воскресение”. Более того, “Фрегат “Паллада” заканчивается каторгой, потому что в салоне заключается пари, что автор совершит кругосветное путешествие, в финале он возвращается из него, встречаясь как раз с ссыльными декабристами. Это такой важный путь русского романа, начатый еще в “Онегине”, который начинается тоже в салоне, а заканчивается, как мы можем судить по реконструкции Дьяконова, отъездом Татьяны с мужем-генералом в Сибирь» [69].

По мысли Быкова, эти сюжетные узлы плюс обязательное путешествие, которое позволяет задать координаты русского мира, сменяются в XX в. совершенно иной матрицей. Это роман об адюльтере, о бегстве с любовником, о смерти прежнего мужа и о рождении мертвого ребенка. То есть такая метафора революции, причем бегству с любовником предшествует инцест, который есть обязательно и в «Тихом Доне», и в «Докторе Живаго», и в «Лолите» – трех главных романах XX в. Ссылаясь на филолога Сергея Оробия, Быков констатирует, что в матрице современного русского романа заданы два основных элемента: война и бегство. Что придет на смену этой матрице – большой вопрос. Ясно одно – «хрустит по швам, трещит действительно очень долгая, очень живучая концепция сверхгосударства, государства-церкви, концепция государства, которое совершенно подменяет человека, которая является замкнутой крепостью, и так далее. Это все гибнет на наших глазах, разлагается, тает уже. Мы видим сегодня неспособность, полную нежизнеспособность этой идеологии просто потому, что она ничего не может предложить, кроме как неизвестно умирать во славу неизвестно чего. Значит, надо выдумывать что-то новое. Вот это как раз сейчас самая занятая задача – попытаться сформулировать национальную утопию» [69].

В сфере риторики много столетий существуют довольно жесткие матрицы организации публичного общения. В статье В.И. Убийко предложена следующая классификация риторических матриц (именуемых автором дискурсами) и соответствующих им форм речевого поведения:

- акционально-прагматический (ключевыми словами являются *дело, делать, строить, спасать*; идет апелляция к деятельности);
- рационально-идеалистический (*честный, бесчестный, понять*; апеллирует к разуму и идеалу);
- иррационально-романтический (ключевые слова – *духовность, вера, православие, покаяние*; апеллирует к духовным архетипам культуры);
- провокационно-эмоциональный (широкий выбор ключевых экспрессивных выражений, апеллирует к эмоциям);
- цинично-прагматичный (апеллирует к деляческой хватке, к цинично-приземленному взгляду на жизнь) и иные [70. С. 102].

М.А. Пильгун, изучая коммуникативное поведение пользователей российского интернета, выделила пять основных коммуникативных матриц (именуемых типами коммуникативного поведения):

1. Информативно-аналитический тип коммуникативного поведения предполагает очень представительное присутствие в интернете. Этот тип присущ совсем молодым людям и предполагает наиболее активную деятельность в сети и создание контента.

2. Коммуникативно-гедонистический тип (35 % среди респондентов 21–26 лет; 45 % среди молодежи 18–20 лет). В рамках этого типа представленность пользователя в соцсетях и блогах менее заметна. С помощью веб-инструментов такие пользователи поддерживают имидж активных «интернет-тусовщиков».

3. Презентативный тип поведения присущ пользователям, которые, как и представители первой группы, уверенно обосновались в интернете. Они имеют аккаунты не менее чем в пяти социальных сетях и не менее чем в трех блогах. Эта группа проявляет определенную активность (отзывы, комментарии). Но главная цель таких пользователей – создание собственного имиджа в интернете и самопрезентация. Важно, что их виртуальный образ может сильно отличаться от реального.

4. Имитационный тип коммуникативного поведения свойствен более старшему поколению: людям 27–34 лет (21 % опрошенных в этой возрастной группе) и тем, кому 35–55 лет (42 %). Число их аккаунтов не очень велико. Они участвуют в форумах, но редко оставляют отзывы или какие-либо комментарии. Эту стратегию пользователи применяют для решения разных коммуникативных задач: получения оперативного ответа или эмоциональной поддержки, замены / имитации офлайн-общения и пр.

5. Потребительский тип поведения наиболее «возрастной» – в этой группе преобладают пользователи 35–55 лет (28 % опрошенных этого возраста) и старше 55 лет (26 %). Они имеют по одному аккаунту в соцсетях и блогах, не участвуют в форумах, но читают комментарии. Представители данного типа активно читают и отслеживают посты, но слабо участвуют в онлайн-взаимодействии [71].

Культура – матрицы – культура: спираль Гегеля?

Завершая анализ культурных, общемедийных и текстовых матриц, определяющих современное медиапроизводство, можно высказать предположение, что все эти матрицы входят в некие системы более высокого уровня, которые имеет смысл именовать коммуникативны-

ми, или медиакультурами. Наблюдения за практикой позволяют выделить три основных типа таких культур: технократическую, сциентистскую и гуманитарную.

В сфере коммуникации технократическая доктрина рассматривает коммуникацию как технологический процесс передачи количественной, точной и измеримой информации и допускает любые формы воздействия на людей, если эти формы приводят к нужному результату. Этот подход сформировался на основе теоретических положений теории информации К. Шеннона и кибернетики Н. Винера. Принципы изучения коммуникации как передачи информации в технических устройствах переносились на принципы изучения социально-политической коммуникации между людьми в социальных науках. В частности, характерной особенностью технократической парадигмы коммуникации является высокий уровень агрессии. Массовая коммуникация, особенно телевидение, пропитана сценами агрессии и насилия.

Сциентизм как доктрина представляет собой систему утверждений, согласно которым научное знание (естественно-математическое и техническое) является абсолютной ценностью, а наука в целом истолковывается как главная сила общественного развития. Что касается коммуникации, то сциентизм опирается на представление о том, что в современных условиях профессионал в сфере коммуникации должен использовать самые современные научные данные из психологии, коммуникативистики, нейропсихологического программирования и других областей знания, помогающих правильно формулировать цели, выбирать способы и оценивать результаты коммуникации. Отсюда интерес к научным исследованиям в сфере коммуникации; готовность организовывать обратную связь с адресатом коммуникации; эксперименты в сфере интегрированных коммуникаций и т.п. Научному исследованию подвергаются процессы духовного потребления, которые рассматриваются как часть более общего процесса «обработки людей людьми». Разрабатываются технологии управления процессом формирования ценностных ориентиров личности, ее установок на определенные духовные ценности.

В каком-то смысле сциентистский подход представляет собой изощренную версию технократизма, но поскольку современная наука доказывает, что человек существенно более сложная система, чем это представляется технократам, и методы работы с человеком должны склоняться к большей вариативности, то иногда сциентизм смыкается с гуманистической, солидаристской моделью коммуникации.

Гуманитарная коммуникативная культура опирается на принципы уважения к человеку, его достоинству, его интересам и потребностям. Из этих принципов вытекает такая фундаментальная особенность гуманитарной коммуникативной культуры, как диалогичность. К сожалению, в современных медиа господствует либо псевдиалог, либо откровенное пренебрежение возможностью поиска согласия.

Вопрос о том, какая коммуникативная культура доминирует сейчас и как будет изменяться ситуация в ближайшем и более отдаленном будущем, имеет не только теоретический характер. Как было сказано выше, есть основания полагать, что человечество лишь вступает в полосу крупнейших преобразований в своей истории. Мы стоим у истоков четвертой промышленной революции, отличительными чертами которой являются скорость, масштабность и системность. В работах К. Шваба, Р. Курцвейла показано, как изменят мир нано- и биотехнологии, наноэнергетика, молекулярная, клеточная и ядерная технологии, нанобиотехнологии, биомиметика, нанобионика, нанотроника, а также другие наноразмерные производства; новая медицина, бытовая техника, виды транспорта и коммуникаций; использование стволовых клеток, инженерия живых тканей и органов, восстановительная хирургия и медицина.

Выводы

Стремясь к реализации определенного нормативно-ценностного порядка, социальные институты используют различные стратегии воздействия на сознание и поведение людей. Любая из этих стратегий включает в свой состав три основных компонента: цель, для достижения которой организуется коммуникационное взаимодействие; средства, использование которых может обеспечить достижение цели; предпочтительные способы оперирования имеющимися средствами. Для достижения стратегической цели воздействия на сознание и поведение людей институциональные структуры используют разнообразные средства и технологии.

Поскольку и базовые, и комплементарные институты нуждаются для реализации своих целей в эффективных механизмах взаимодействия с массовыми аудиториями, в системе социальных институтов все более значительную роль начинают играть коммуникационные институты. Этим понятием обозначается система правил, норм, общественных ожи-

даний, в соответствии с которыми происходит (или должна происходить) коммуникация между различными субъектами. Исследование показало, что в прошлые десятилетия эти нормы и правила носили вероятностный, вариативный характер, предполагавший творческое отношение к их применению. В настоящее время происходит процесс «отвердевания» этих норм и правил, превращения их в жесткие «коммуникационные матрицы». Система коммуникационных институтов имеет сложный, многоуровневый характер. На самом верху пирамиды стоят такие мегаинституты, как масс-медиа, которые обслуживают все общественные процессы. Этажом ниже находятся институты, обеспечивающие коммуникационное обслуживание крупных сфер общественной жизнедеятельности: политической сферы, сферы экономики, социальной и культурной сфер. Следовательно, можно выделить институты политической коммуникации, бизнес-коммуникации, социальной (в узком смысле слова) и культурной коммуникации. Функционируя, эти сферы соприкасаются и взаимодействуют, что приводит к возникновению гибридных коммуникационных институтов. Еще ниже размещаются институты, регулирующие коммуникационные процессы в конкретных отраслях человеческой деятельности. Носителями институционального ценностно-нормативного порядка в медийной сфере являются конкретные редакции, медиахолдинги, телеканалы и радиостанции, интернет-порталы, производственные студии, информационные агентства и т.п. Эти институционализированные группы и объединения пользуются для создания необходимого им контента услугами как профессиональных журналистов, так и любителей.

Базовая коммуникационная матрица, на которую опирается большинство субъектов, управляющих российскими медиа, связана с тезисом об управляемости человека и необходимости управлять им для общего блага. Сторонники такой идеи уверены в том, что существуют высшие и низшие (правильные и неправильные) системы верований или образы жизни, и принадлежность к высшим системам дает право на управление теми, кто исповедует другие ценности или живет по-другому. Эта коммуникативная культура опирается на идею о том, что только некоторые индивиды, обладающие специальными знаниями и особой посвященностью, имеют право провозглашать истину, а все другие должны им внимать. В данной коммуникативной культуре постулируются идеи оправданного насилия, освященного высокими целями.

Комплементарная коммуникативная матрица опирается на тезис о том, что любой взрослый индивид способен самостоятельно отличать добро от зла и, следовательно, в процессе поиска истины никто не может занимать привилегированную позицию. Каждый имеет право на самостоятельный поиск истины и открытое провозглашение результатов этого поиска. В рамках такой коммуникативной культуры разрабатывается проблематика толерантности и ненасилия, диалога и взаимопонимания.

Литература

1. Юрьев А. И. Глобализация как новая форма политической власти. URL: <http://www.political.psychology.spb.ru/doc/globpowr.htm>.
2. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.
3. Речевое воздействие. Теоретическая модель. URL: <http://www.harpia.ru/theory.html>.
4. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М. : Наука, 1990.
5. Паришин П. Б. Речевое воздействие. URL: https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html.
6. Бубнова И. А., Красных В. В. Неопсихолингвистика: аргументы в защиту национально-культурного своеобразия // Вопросы психолингвистики. 2014. № 3 (21). С. 128–135.
7. Власть и бизнес: коммуникационные ресурсы. М. : НИУ ВШЭ, 2011.
8. Этика и политика. М., 2012.
9. Дзялошинский И. М. Современные периодические издания: медиаматрицы как основа концепции // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 5. С. 22–36.
10. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1995.
11. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. М., 1993. Вып. 2.
12. Hamilton W. Institution // Encyclopedia of social sciences. 1932. Vol. VIII.
13. Homans G. S. The sociological relevance of behaviorism // Behavioral sociology. N. Y., 1969.
14. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М. : Начала, 1997.
15. Поланьи К. Великая трансформация: Политические и экономические истоки нашего времени. СПб. : Алетейя, 2002.
16. Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. Новосибирск, 2001.

17. *Иванова Т.* Стратегическая матрица России // Экономические стратегии. 2008. № 1. С. 76–84.
18. *Иванова Т.* Стратегическая матрица России. Главные тенденции в 2009 г. // Экономические стратегии. 2010. № 1–2.
19. *Логинов Е.* Стратегическая матрица развития России в условиях глобальной конкуренции // Экономические стратегии. 2008. № 2. С. 32–37.
20. *Никонов В. А.* Российская матрица. М., 2014.
21. Матрица русской культуры. Миф? Двигатель модернизации? Барьер? М., 2012.
22. *Лепехин В.* Глобальная матрица. Может ли Россия ей противостоять. URL: https://ria.ru/zinoviev_club/20170502/1493496891.html.
23. Новая философская энциклопедия. URL: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH4b379ecd7a2f7c0c5fb64b?p.s=TextQuery>.
24. *Кононенко Б. И.* Культурология в терминах, понятиях, именах : справ. пособие. М., 2001.
25. *Шейн Э.* Организационная культура и лидерство. СПб. : Питер, 2002.
26. *Любавин М. Н.* Архетипическая матрица русской культуры. URL: <http://www.dissercat.com/content/arkhetipicheskaya-matritsa-russkoi-kultury>.
27. *Чибир Е. В., Макарова Е. Е.* Традиционные паттерны российской и европейской культур как базис для дифференциации содержания специальных событий // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 4.
28. *Васильев Л.* Стечение неслучайных обстоятельств. URL: <https://www.hse.ru/news/74654795.html>.
29. *Бердяев Н., Лосский Н.* Русский народ. Богоносец или хам? URL: <https://profilib.com/chtenie/10839/nikolay-berdyaev-russkiy-narod-bogonosets-ili-kham.php>.
30. *Касьянова К.* О русском национальном характере. М., 1994.
31. *Гудков Л. Д.* «Советский человек» в социологии Юрия Левады // Общественные науки и современность. 2007. № 6. С. 16–30.
32. *Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д.* Ключевые идеи русской национальной картины мира. М. : Языки славянской культуры, 2005.
33. *Лебедева Н. М., Татарко А. Н.* Культура как фактор общественного прогресса. М. : Юстицинформ, 2009.
34. *Аузан А. А., Архангельский А. Н., Лунгин П. С., Найшуль В. А.* Культурные факторы модернизации. URL: <http://doc.knigi-x.ru/22kulturologiya/154534-1-doklad-kulturnie-faktori-modernizacii-moskva-sankt-peterburg-avtori-doklada-auzan-rukovodi.php>.
35. *Давыдов И.* История без лат. В защиту русской свободы и русской человечности. URL: <http://carnegie.ru/commentary/66276>.

36. Аннушкин В. И. Третье место. Сохранение и развитие языковой культуры: нормативно-правовой аспект. URL: http://www.russskiymir.ru/russskiymir/ru/derzhava/rm_awards/awards0001.html?print=true.

37. Сиберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М. : Вагриус, 1998.

38. Sparks C., Reading A. Communism, Capitalism and the Mass Media. London : Thousand Oaks ; New Delhi : SAGE Publications, 1998.

39. Медиа и политика в переходный период. Культурная идентичность в эпоху глобализации. М. : Наука, 1998.

40. Халлин Д., Манчини П. Сравнение медийных систем. Три модели медиа и политики. М., 2004.

41. МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М. : МедиаМир, 2013.

42. Oates S. The Neo-Soviet Model of the Media // Europe-Asia Studies. 2007. Vol. 59, № 8, December. P. 1279–1297.

43. De Smaele H. The Applicability of Western Media Models on the Russian Media System // European Journal of Communication. 1999. № 14 (2).

44. Мультимедийная журналистика. М. : ВШЭ, 2017.

45. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010.

46. Goffman E. Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings. Glencoe : The Free Press, 1963.

47. Goffman E. Forms of Talk. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1981.

48. Sacks H. Lectures on Conversation. Oxford, UK ; Cambridge, Mass : Blackwell, 1992.

49. Вацлавик П., Бивин Д., Джексон Д. Психология межличностных коммуникаций. СПб. : Речь, 2000.

50. Митягина В. А. Аксиомы коммуникации в анализе социальных интеракций. URL: <http://grani.vspu.ru/files/publics/1363258246.pdf>.

51. Уманцева Л. В. Коммуникативный кодекс как основа воспитания гражданина. URL: <http://www.t21.rgups.ru/doc2007/8/20.doc>.

52. Родос В. Б. Теория и практика полемики. Томск, 1989.

53. Гуссерль Э. Кризис европейского человечества и философия // Вопросы философии. 1986. № 3.

54. Allport G. W. Attitudes. Handbook of Social Psychology. N. Y., 1939.

55. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М. : Прогресс, 1981.

56. Остин Дж. Как совершать действия при помощи слов? // Остин Дж. Избранное. М., 1999. С. 8–156.

57. Остин Дж. Перформативные высказывания // Три способа пролить чернила. Философские работы. СПб. : Алетейя, 2006. С. 263–281.

58. Серль Дж. Что такое речевой акт? // Философия языка. М. : Едиториал УРСС, 2004. С. 56–74.

59. Стросон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах // Философия языка. М. : Едиториал УРСС, 2004. С. 35–55.

60. Берн Э. Люди, которые играют в игры. URL: <http://www.libros.am/book/read/id/123073/slug/lyudi-kotorye-igrayut-v-igry-2>.

61. Методический семинар «Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ». URL: <http://www.mediascope.ru/node/416>

62. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.). URL: <http://dis.podelise.ru/text/index-72999.html?page=3>.

63. Harris Z. S. Discourse Analysis // Language. 1952. Vol. 28, № 1. P. 1–30.

64. Философия : Энциклопедический словарь. М. : Гардарики, 2004.

65. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М. : Прогресс, 1989.

66. Benedict R. Patterns of culture. Boston : Houghton Mifflin Company, 1959.

67. Тестов Д. Ф. Понятие паттерна (pattern) и коммуникативные основания антропологии Бейтсона. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-patterna-pattern-i-kommunikativnye-osnovaniya-antropologii-beytsona>.

68. Врожденные формы человеческого поведения. URL: <http://anthropology.ru.livejournal.com/47340.html>.

69. Передача «Один» с Дмитрием Быковым. URL: <https://echo.msk.ru/programs/odin/2259600-echo>.

70. Убийко В. И. О типологии политических дискурсов и их прагматической обусловленности // Политический дискурс в России – 4 : материалы рабочего совещания. М., 2000.

71. Пильгун М. А. Основные коммуникативные паттерны в русскоязычной сетевой среде // Вопросы психолингвистики. 2015. Т. 2 (24).

Text as a Resource of Influence on People's Consciousness and Behavior: The Analytical Potential of the Theory of Communication Matrices

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2019. 6. pp. 5–44.

Iosif M. Dzialoshinskiy, Higher School of Economics (Moscow, Russian Federation). E-mail: imd2000@yandex.ru

DOI: 10.17223/26188422/6/1

Keywords: persuasion, communication, communication matrix.

The article analyzes research works devoted to the study of the text as a resource for influencing people's consciousness and behavior. Based on this analysis, the prospects of using the theory of communication matrices to conduct such studies are re-

vealed. The article shows that the problem of the word's influence on human consciousness and behavior interested Socrates, Plato, Aristotle, Cicero, Quintilian. The ideas of these thinkers are still considered the "golden foundation" of the rhetorical approach. In the twentieth century, a modern mass communication system was formed. In this regard, this problem manifested new facets to which traditional rhetoric could no longer answer. After the publication of the works of W. Lippman, G. Lebon, G. Tarde, and Z. Freud, philosophical, sociological, culturological, semiotic, system-structural, theoretical-communicative and other approaches to this problem began to develop. Cognitive (anthropological) linguistics is actively developing, the categorical apparatus of which is constituted by the concepts "language personality", "naive picture of the world", "language picture of the world". There are attempts to answer questions about the goals, means and technologies of influencing people's consciousness and behavior using text, based on the theory of speech influence (I. Sternin and others) and suggestive linguistics (L. Murzin, A. Romanov, I. Cherepanova, and others). Based on the study of existing works, the author comes to the conclusion that, for the development of research in this area, it is advisable to bring linguistics closer to the theory of communication matrices. A concept is presented according to which a person's communicative behavior is determined by a matrix system. This system includes: (1) deep matrices related to the structure of a given society; (2) matrices defining general rules for communicative systems' functioning; (3) matrices that determine the specific parameters of the generated texts. All these matrices, in turn, are included in higher-level systems, which can be called communicative matrices or media cultures. Observations of practice allow us to distinguish three main types of such cultures: technocratic, scientific, and humanitarian. The article proposes a hypothesis that the effectiveness of the text's influence on people's consciousness and behavior is determined by the degree of coincidence of the communicative culture of the subject and the recipient of communication.

References

1. Yur'ev, A.I. (n.d.) *Globalizatsiya kak novaya forma politicheskoy vlasti* [Globalization as a New Form of Political Power]. [Online] Available from: <http://www.political.psychology.spb.ru/doc/globpowr.htm>.
2. Sternin, I.A. (2001). *Vvedenie v rechevoe vozdeystvie* [Introduction to Persuasion]. Voronezh: Istoki.
3. Harpia. ru. (n.d.) *Rechevoe vozdeystvie. Teoreticheskaya model'* [Persuasion. A Theoretical Model]. [Online] Available from: <http://www.harpia.ru/theory.html>.
4. Berezin, F.M. & Tarasov, E.F. (1990) *Rechevoe vozdeystvie v sfere massovoy kommunikatsii* [Persuasion in the Field of Mass Communication]. Moscow: Nauka.
5. Parshin, P.B. (n.d.) *Rechevoe vozdeystvie* [Persuasion]. [Online] Available from: https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDES_TVIE.html.
6. Bubnova, I.A. & Krasnykh, V.V. (2014) Neo-psycholinguistics: Arguments in Defence of Ethnocultural Peculiarities. *Voprosy psikholingvistiki – Journal of Psycholinguistics*. 3 (21). pp. 128–135. (In Russian).

7. Dzyaloshinskiy, I.M. & Pil'gun, M.A. (eds) (2011) *Vlast' i biznes: kommunikatsionnye resursy* [Power and Business: Communication Resources]. Moscow: HSE.
8. Pil'gun, M.A. (ed.) (2012) *Etika i politika* [Ethics and Politics]. Moscow: APK i PPRO.
9. Dzyaloshinskiy, I.M. (2011) Modern Print Media: Media Matrix as a Basis of Concept. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika*. 5. pp. 22–36. (In Russian).
10. Berger, P. & Luckmann, T. (1995) *Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti* [The Social Construction of Reality]. Translated from English by E. Rutkevich. Moscow: Medium.
11. North, D. (1993) *Instituty i ekonomicheskiy rost: istoricheskoe vvedenie* [Institutions and Economic Growth: A Historical Introduction]. Translated from English. *THESIS*. 2.
12. Hamilton, W. (1932) Institution. In: Seligman, E.R.A. (ed.) *The Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol. VIII. London: MacMillan & Co., Ltd.
13. Homans, G.S. (1969) The Sociological Relevance of Behaviorism. In: Bushell, D. & Burgess, R. (eds) *Behavioral Sociology*. N.Y.: Columbia University Press.
14. North, D. (1997) *Instituty, institutsional'nye izmeneniya i funktsionirovaniye ekonomiki* [Institutions, Institutional Changes and Economic Performance]. Translated from English. Moscow: Nachala.
15. Polanyi, K. (2002) *Velikaya transformatsiya: Politicheskie i ekonomicheskie istoki nashego vremeni* [The Great Transformation]. Translated from English. St. Petersburg: Aleteyya.
16. Kirdina, S.G. (2001) *Institutsional'nye matritsy i razvitiye Rossii* [Institutional Matrices and the Development of Russia]. Novosibirsk: Institute of Economic and Industrial Production Organizing, SB RAS.
17. Ivanova, T. (2008) Strategicheskaya matritsa Rossii [The Strategic Matrix of Russia]. *Ekonomicheskie strategii*. 1. pp. 76–84.
18. Ivanova, T. (2010) Strategicheskaya matritsa Rossii. Glavnye tendentsii v 2009 g. [The Strategic Matrix of Russia. The Main Trends in 2009]. *Ekonomicheskie strategii*. 1–2.
19. Loginov, E. (2008) Strategicheskaya matritsa razvitiya Rossii v usloviyakh global'noy konkurentsii [The Strategic Matrix of the Development of Russia in the Context of Global Competition]. *Ekonomicheskie strategii*. 2. pp. 32–37.
20. Nikonov, V.A. (2014) *Rossiyskaya matritsa* [Russian Matrix]. Moscow: Russkoe slovo.
21. Arkhangel'skiy, A. (ed.) (2012) *Matritsa russkoy kul'tury. Mif? Dvigatel' modernizatsii? Bar'er?* [The Matrix of Russian Culture. Myth? Upgrade Engine? Barrier?]. Moscow: Sovet po vneshney i oboronnoy politike.
22. Lepikhin, V. (2017) *Global'naya matritsa. Mozhet li Rossiya ey protivostoyat'* [A Global Matrix. Can Russia Oppose It]. [Online] Available from: https://ria.ru/zinoviev_club/20170502/1493496891.html.

23. Stepin, V.S. (ed.) (2010) Kul'tura [Culture]. In: *Novaya filosofskaya entsiklopediya* [New Philosophical Encyclopedia]. Moscow: Mysl'. [Online] Available from: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH4b379ecd7a2f7c0c5fb64b?p.s=TextQuery>.
24. Kononenko, B.I. (2001) *Kul'turologiya v terminakh, ponyatiyakh, imenakh* [Culture Studies in Terms, Concepts, Names]. Moscow: Izd-vo "Shchit-M".
25. Schein, E. (2002) *Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo* [Organizational Culture and Leadership]. Translated from English. St. Petersburg: Piter.
26. Lyubavin, M.N. (2002) *Arkhetipicheskaya matritsa russkoy kul'tury* [The Archetypal Matrix of Russian Culture]. [Online] Available from: <http://www.disserscat.com/content/arkhetipicheskaya-matritsa-russkoi-kultury>.
27. Chibir, E.V. & Makarova, E.E. (2013) Traditional Patterns of Russian and European Cultures as a Basis of Special Events Content Differentiation. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya – Modern Problems of Science and Education*. 4. (In Russian).
28. Vasil'ev, L. (2013) *Stechenie nesluchaynykh obstoyatel'stv* [Coincidence of Nonrandom Circumstances]. [Online] Available from: <https://www.hse.ru/news/74654795.html>.
29. Berdyaev, N. & Losskiy, N. (2014) *Russkiy narod. Bogonosets ili kham?* [Russian People. God-Bearer or Serf?]. [Online] Available from: <https://profilib.com/chtenie/10839/nikolay-berdyaev-russkiy-narod-bogonosets-ili-kham.php>.
30. Kas'yanova, K. (1994) *O russkom natsional'nom kharaktere* [On the Russian National Character]. Moscow: Institut natsional'noy modeli ekonomiki.
31. Gudkov, L.D. (2007) "Sovetskiy chelovek" v sotsiologii Yuriya Levady ["Soviet Man" in the Sociology of Yuri Levada]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. 6. pp. 16–30.
32. Zaliznyak, A.A., Levontina, I.B. & Shmelev, A.D. (2005) *Klyuchevye idei russkoy natsional'noy kartiny mira* [Key Ideas of the Russian National Picture of the World]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury.
33. Lebedeva, N.M. & Tatarko, A.N. (2009) *Kul'tura kak faktor obshchestvennogo progressa* [Culture as a Factor in Social Progress]. Moscow: Yustitsinform.
34. Auzan, A.A. et al. (2011) *Kul'turnye faktory modernizatsii* [Cultural Factors of Modernization]. [Online] Available from: <http://doc.knigi-x.ru/22kulturologiya/154534-1-doklad-kulturnie-faktori-modernizatsii-moskva-sankt-peterburg-avtori-doklada-auzan-rukovodi.php>.
35. Davydov, I. (2016) *Istoriya bez lat. V zashchitu russkoy svobody i russkoy chelovechnosti* [History Without Armor. In Defense of Russian Freedom and Russian Humanity]. [Online] Available from: <http://carnegie.ru/commentary/66276>.
36. Annushkin, V.I. (2009) *Tret'ye mesto. Sokhranenie i razvitie yazykovoy kul'tury: normativno-pravovoy aspekt* [Third Prize. Preservation and Development of Linguistic Culture: A Regulatory Aspect]. [Online] Available from: http://www.russkiymir.ru/russkiymir/ru/derzhava/rm_awards/awards0001.html?print=true.

37. Siebert, F.S., Peterson, T. & Schramm, W. (1998) *Chetyre teorii pressy* [The Four Theories of the Press]. Translated from English. Moscow: Natsional'nyy institut pressy; izd-vo Vagrius.
38. Sparks, C. & Reading, A. (1998) *Communism, Capitalism and the Mass Media*. London; Thousand Oaks; New Delhi: SAGE Publications.
39. Nauka. (1998) *Media i politika v perekhodnyy period. Kul'turnaya identichnost' v epokhu globalizatsii* [Media and Politics in Transition. Cultural Identity in the Era of Globalization]. Moscow: Nauka.
40. Hallin, D. & Mancini, P. (2004) *Sravnenie mediynykh sistem. Tri modeli media i politiki* [Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics]. Translated from English. Moscow: [s.n.].
41. McQuail, D. (2013) *Zhurnalistika i obshchestvo* [Journalism and Society]. Translated from English. Moscow: MediaMir.
42. Oates, S. (2007) The Neo-Soviet Model of the Media. *Europe-Asia Studies*. 59(8). December. pp. 1279–1297.
43. De Smaele, H. (1999) The Applicability of Western Media Models on the Russian Media System. *European Journal of Communication*. 14 (2).
44. Kachkaeva, A.G. & Shomova, S.A. (eds) (2017) *Mul'timediynaya zhurnalistika* [Multimedia Journalism]. Moscow: HSE.
45. Kachkaeva, A.G. (ed.) (2010) *Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timediynye* [Journalism and Convergence: Why and How Traditional Media Turn into Multimedia]. Moscow: Aspekt-Press.
46. Goffman, E. (1963) *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. Glencoe: The Free Press.
47. Goffman, E. (1981) *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
48. Sacks, H. (1992) *Lectures on Conversation*. Oxford, UK, & Cambridge, Mass.: Blackwell.
49. Watzlawick, P., Beavin, J.H. & Jackson, D. (2000) *Psikhologiya mezhlichnostnykh kommunikatsiy* [Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes]. Translated from English by I. Avidon, P. Rummyantsev. St. Petersburg: Rech'.
50. Mityagina, V.A. (2012) *Aksiomy kommunikatsii v analize sotsial'nykh interaktsiy* [Axioms of Communication in the Analysis of Social Interactions]. [Online] Available from: <http://grani.vspu.ru/files/publics/1363258246.pdf>.
51. Umantseva, L.V. (2007) *Kommunikativnyy kodeks kak osnova vospitaniya grazhdanina* [A Communicative Code as the Basis for the Education of a Citizen]. [Online] Available from: <http://www.t21.rgups.ru/doc2007/8/20.doc>.
52. Rodos, V.B. (1989) *Teoriya i praktika polemiki* [Theory and Practice of Polemic]. Tomsk: Tomsk State University.

53. Gussel', E. (1986) *Krizis evropeyskogo chelovechestva i filosofiya* [The Crisis of European Humanity and Philosophy]. Translated from German. *Voprosy filosofii – Problems of Philosophy*. 3.
54. Allport, G.W. (1939) *Attitudes. Handbook of Social Psychology*. N.Y.: Clark University Press.
55. Voytasik, L. (1981) *Psikhologiya politicheskoy propagandy* [The Psychology of Political Propaganda]. Moscow: Progress.
56. Austin, J. (1999) *Izbrannoe* [Selected Works]. Translated from English. Moscow: Ideya-Press; Dom intellektual'noy knigi. pp. 8–156.
57. Austin, J. (2006) *Tri sposoba proilit' chernila. Filosofskie raboty* [Three Ways of Spilling Ink. Philosophical Works]. Translated from English. St. Petersburg: Aleteya. pp. 263–281.
58. Searle, J. (2004) *Chto takoe rechevoy akt?* [What Is a Speech Act?]. In: Searle, J. (ed.) *Filosofiya yazyka* [The Philosophy of Language]. Translated from English. Moscow: Editorial URSS. pp. 56–74.
59. Strosen, P.F. (2004) *Namerenie i konventsiiya v rechevykh aktakh* [Intention and Convention in Speech Acts]. In: Searle, J. (ed.) *Filosofiya yazyka* [The Philosophy of Language]. Translated from English. Moscow: Editorial URSS. pp. 35–55.
60. Berne, E. (2016) *Lyudi, kotorye igrayut v igry* [What Do You Say After You Say Hello?]. Translated from English by A.I. Fet. [Online] Available from: https://modernproblems.org.ru/attachments/article/291/transl_v2_Berne.pdf.
61. Mediascope.ru. (2009) *Metodicheskiy seminar “Dinamika razvitiya formatov i zhanrov v sovremennykh SMI”* [Methodological Seminar “Dynamics of the Development of Formats and Genres in Modern Media”]. [Online] Available from: <http://www.mediascope.ru/node/416>.
62. Erofeeva, I.V. (2012) *Aksiologiya mediateksta v rossiyskoy kul'ture (reprezentatsiya tsennostey v zhurnalistike nachala XXI v.)* [Axiology of Media Text in Russian Culture (Representation of Values in Journalism at the Beginning of the 21st Century)]. [Online] Available from: <http://dis.podelise.ru/text/index-72999.html?page=3>.
63. Harris, Z.S. (1952) Discourse Analysis. *Language*. 28(1). pp. 1–30.
64. Ivin, A.A. (ed.) (2004) *Filosofiya: Entsiklopedicheskiy slovar'* [Philosophy: An Encyclopedic Dictionary]. Moscow: Gardariki. pp. 240–241.
65. Dijk, T.A. van. (1989) *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Translated from English. Moscow: Progress.
66. Benedict, R. (1959) *Patterns of culture*. Boston: Houghton Mifflin Company.
67. Testov, D.F. (2016) *The Concept of Pattern and the Communicative Bases of Bateson's Anthropology*. [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-patterna-pattern-i-kommunikativnye-osnovaniya-antropologii-beytsona>. (In Russian).

68. Antimantikora. (2005) *Vrozhdennye formy chelovecheskogo povedeniya* [Inborn Forms of Human Behavior]. [Online] Available from: <http://anthropology-ru.livejournal.com/47340.html>.

69. Bykov, D. (2018) *Odin* [Alone]. [Online] Available from: <https://echo.msk.ru/programs/odin/2259600-echo>.

70. Ubiyko, V.I. (2000) O tipologii politicheskikh diskursov i ikh pragmaticheskoy obuslovlennosti [On the Typology of Political Discourses and Their Pragmatic Conditioning]. In: *Politicheskij diskurs v Rossii – 4. Materialy rabocheho soveshchaniya* [Political Discourse in Russia—4. Materials of the Workshop]. Moscow: Institute of Linguistics, RAS.

71. Pil'gun, M.A. (2015) Basic Communication Pattern in Russian Network Environment. *Voprosy psikholingvistiki – Journal of Psycholinguistics*. 2 (24). (In Russian).

УДК 81'27

DOI: 10.17223/26188422/6/2

Н. А. Мишанкина

АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕДИАСРЕДЫ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ (К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ)

В статье рассматривается проблема, связанная с изменением структуры медиасреды и коммуникации в профессиональных сообществах и обусловленная появлением нового коммуникативного пространства. Интернет с его телекоммуникационными технологиями создал условия для трансформации целого ряда дискурсивных областей за счет значительного расширения форм и способов взаимодействия, появления новых дискурсивных практик. Представляется, что их исследование наиболее эффективно может быть осуществлено с применением дискурсивной методологии.

Ключевые слова: медиасреда, профессиональные сообщества, профессиональная коммуникация, интернет-коммуникация, профессиональные интернет-ресурсы.

Изменение медийной среды, ее значительное расширение за счет интернета, послужило катализатором для развития социально значимых коммуникаций, к каковым, без сомнения, может быть отнесена профессиональная коммуникация. Фундаментальная проблема, которая видится нам в этой динамике, связана с изучением форм реального существования и развития дискурсивных областей профессиональных сообществ. Ведь одним из наиболее продуктивных подходов к изучению социальных коммуникаций в последнее время считается дискурсивный, синтезирующий собственно лингвистические, социальные, культурные и исторические аспекты взаимодействия.

Современная лингвистика в движении «от языка к речи», заданном во второй половине XX в., обращается к изучению реальных процессов и форм речевой деятельности в рамках дискурсивного подхода. Однако исследования в этой области показывают, что само понятие дискурса остается достаточно неопределенным (обращение к спектру определений в работе П. Серио в сборнике «Квадратура смысла» позволяет говорить о том, что ситуация не стала яснее) [1. С. 25–27].

Также нельзя признать полностью удовлетворительными попытки выделения и типологизации дискурсивных областей: те, что мы наблюдаем, как правило, проводятся по разным основаниям (ср. дискурс войны vs юридический дискурс vs виртуальный дискурс) и не всегда учитывают все формы коммуникативного поведения как систему дискурсивных практик, а также игнорируют явление поли- и интердискурсивности. Об этой сложности и неоднозначности организации дискурса как поля рассеянных событий писал один из отцов-основателей дискурсивного подхода М. Фуко [2].

Как правило, попытки представления моделей определенных дискурсивных формаций сталкиваются с двумя ключевыми проблемами: 1) сложностью разграничения дискурсов на основании одного параметра, обусловленной разнообразием видов речевой деятельности, и 2) внутренней и внешней динамикой, обусловленной самой природой дискурсивной формации. Это, например, в полной мере относится и к такой, достаточно стабильной и легко определяемой социально дискурсивной институционализированной формации, как профессиональная речевая деятельность. Вместе с тем исследования последних лет позволили выявить формы устойчивых речевых практик, не учтенные в разработанных на текущий момент типологиях дискурсивных областей. К таковым могут быть отнесены: неофициальные формы коммуникации в профессиональных сообществах, например медицинском (О.С. Зубкова, Д.В. Казакова), новые формы междискурсивных взаимодействий, обусловленные как новыми вызовами к профессиональным сообществам со стороны социума, так и параметрами новых коммуникативных областей (интернет, в том числе социальные сети).

Взаимодействие в профессиональных областях, профессиональная коммуникация, всегда было одной из наиболее значимых для общества форм социальной организации и стратификации, многие профессиональные корпорации имеют давнюю историю (медицинская, юридическая) и продолжают развиваться по сей день. В то же время возникают и активно развиваются новые профессии, формируются новые профессиональные объединения, например ИТ. Профессия как деятельность занимает значительную часть жизни каждого члена социума и в количественном, и в содержательном плане. Более того, если человек не включен в профессиональное сообщество, то он как бы «не существует» для общества (ср. пренебрежительное отношение к домохозяйкам). По мнению Е.И. Головановой, «профессиональная

деятельность выступает составной частью культуры этноса, она аккумулирует особенности данной культуры и вместе с тем формирует ее специфику» [3. С. 229].

Научный взгляд на профессиональную коммуникацию связан с множеством параметров этого вида социальной организации: исследуются социальные (корпоративные), психологические, лингвистические, дидактические, собственно профессиональные аспекты. В настоящее время профессиональная коммуникация понимается в научной литературе как система речевых практик в социально-профессиональной области, которая объединяет носителей языка, принадлежащих к профессиональному сообществу, и соответствует требованиям профессионального взаимодействия [3–5]. Исходя из этого определения, стоит признать, что одним из значимым параметров этого типа коммуникации всегда выступала специфика языковых структур. Вариант общенационального языка, используемый в профессиональной коммуникации, имеет в литературе различные наименования: *корпоративный язык / подъязык, профессиональный язык / подъязык, специальный язык / подъязык, язык для специальных целей*. Именно он в первую очередь попадает в поле внимания ученых-лингвистов. Первоначально исследовательские интересы в этой области фокусировались в описании собственно профессиональной части – терминосистем отдельных дисциплин (А.А. Реформатский, В.В. Виноградов, М.В. Лейчик, Л.А. Капанадзе, Т.Л. Канделаки, В.Н. Прохорова, О.В. Фельде и др.). Позже акцент был перенесен на изучение социальных аспектов профессиональных языков (Э.В. Гафиятова, Е.И. Голованова, А.С. Кобыскан, В.П. Коровушкин, Л.З. Подберезкина, М.И. Солнышкина, Т.Н. Хомутова), в литературе они определяются как *социолекты* и рассматриваются как отдельные области социального взаимодействия. Подобная логика наблюдается и в работах зарубежных исследователей (L. Hoffmann, K.D. Baumann, H. Weinrich, H. Fluck, J. Trim и др.).

Тем не менее, область профессиональной коммуникации, как дискурсивное образование, еще редко выступает объектом исследовательского интереса в российской лингвистике и, по преимуществу, осмысливается как новая проблемная область. К наиболее изученным в российской лингвистике можно отнести коммуникацию в медицине и юриспруденции (Л.С. Бейлинсон, Л.А. Борисова, Н.А. Дзараева, О.В. Косоногова, Е.А. Костяшина, Л.А. Нефедова, Э.Ш. Никифорова, Р.А. Рогожникова, К.А. Устинова, Л.С. Шуравина). В то же время ве-

дуются исследования других видов профессиональной коммуникации: экономистов [6], журналистов [7–10], сферы услуг [11], фотографов [12], спортсменов [13], авиаторов [14], инженеров [15], военных [16].

Дискурсивный подход позволяет взглянуть на профессиональную коммуникацию как на систему дискурсивных (речевых) практик, позволяющих реализовать самые разные цели пользователей дискурса. Профессиональная коммуникация может быть ориентирована в разных направлениях: 1) на участников сообщества с целью координирования информационных потоков в рамках профессионального взаимодействия; 2) на социум в целом с целью позиционирования в социальном пространстве. Социальный имидж профессионального сообщества – одна из главных его задач, так как формирование позитивного образа профессии, повышение социального статуса влечет за собой доступ к ресурсам, дает возможность оказывать влияние на общество. Имидж профессии может изменяться с течением времени как результат работы сообщества в этом направлении либо под давлением внешних обстоятельств. Так, в работе немецкого историка С. Шаттенберг «Инженеры Сталина: Жизнь между техникой и террором в 1930-е годы» [17] представлен репрезентативный обзор литературных, кинематографических, газетных источников, отразивших смену идеологического взгляда на профессиональное сообщество инженеров и сформировавших образ нового инженера. Изменения социально-политической реальности, как правило, отражаются в жизни всего общества. Особенно это заметно при смене государственного строя и идеологических ориентиров. Последствия Октябрьской революции 1917 г. ощутимо отразились на всех профессиональных сообществах России: изменились социальный статус, образ профессиональной деятельности для врачей, представителей интеллектуальных профессий, в том числе инженеров. Сюзанна Шаттенберг последовательно показывает трансформации корпоративной символики, этики, традиций инженерного образования и специфики профессиональной деятельности, формируя из обломков технической интеллигенции нового «советского инженера». Значительную роль в этом процессе сыграли средства массовой информации, автор пишет о последовательном уничтожении инженеров старой формации путем создания «дискурса о вредителях» в прессе, литературе и кино. В то же время формируется *инженер нового типа*, над положительным образом которого работают лучшие представители творческой интеллигенции.

Значительное внимание представителям различных видов деятельности всегда уделяла советская журналистика, моделируя ситуацию профессионального равенства, но, вместе с тем, предпочтение отдавалось все же представителям рабочих профессий. Однако старейшие профессиональные корпорации всегда имели место в медийном пространстве, вспомним такие известные теле- и радиoprogramмы, как «Здоровье», «Человек и закон», «Очевидное – невероятное», «Театральные встречи», «Наука и техника», «Писатель у микрофона», «Культура», создающие медийный канал для медиков, юристов, ученых, работников искусства и культуры [18].

Развитие интернет-коммуникаций дает новые возможности для самых разных форм профессионального взаимодействия. Эта область коммуникации оказывает активное влияние и на позиционирование профессиональных сообществ. Современный интернет все более уподобляется реальному социальному пространству: в нем представлены практически все социальные сообщества, имеющие самый разный социальный статус. В работе Р.Н. Абрамова, исследующего социальные аспекты профессиональной коммуникации, в том числе пути получения профессиональной информации, отмечается, что в качестве наиболее распространенного канала профессиональной коммуникации респонденты указывают интернет [15]. Мы можем наблюдать своего рода экспансию профессиональной коммуникации в пространство интернета. С одной стороны, возникают новые формы профессиональной коммуникации – посреднические, существующие на границе профессионального сообщества и остального социума. К таковым можно отнести формы презентации профессионального сообщества в медиасреде, самые разнообразные ресурсы, связанные с позиционированием сообщества в социуме прямым или косвенным образом [19]. С другой стороны, расширяется область публичной коммуникации внутри профессионального сообщества. Увеличивается доля неофициальных профессиональных взаимодействий благодаря ресурсам, предоставляющим возможность неофициальной коммуникации. В этой связи актуализируется проблема описания дискурсивных практик и форм речевого поведения в интернет-коммуникации представителей различных профессиональных сообществ (журналистов, инженеров, медицинских работников, переводчиков, психологов, работников сферы образования, торговли, туризма, юристов, экономистов, экспертов – судебно-медицинских, лингвокриминалистов, тех-

нических – и др.) в аспекте их дискурсивной (полидискурсивной?) природы.

Второй аспект проблемы, на котором сосредоточен фокус исследовательского интереса, – сопоставительный. Языковая специфика интересующих нас профессиональных областей недостаточно изучена в аспекте системы речевых практик в целом, она была частично описана в работах, посвященных различным видам профессиональной коммуникации, но некоторые формы собственно профессиональной (производственная деятельность, работа с клиентами, позиционирование сообщества и отдельных его представителей в социальном (интернет) пространстве – медиатизация профессионального сообщества) и неофициальной профессиональной коммуникации (профессиональные интернет-форумы) не выступали ранее объектом описания, так как занимают позицию, не попадающую в поле институализированных дискурсов.

Третий аспект связан с необходимостью описания дискурсивных практик в области взаимодействия профессиональных дискурсов в новых коммуникативных условиях, так как многие сообщества формируют новые виды профессиональной коммуникации – посреднические, существующие на границе профессионального сообщества и остального социума. К таковым можно отнести формы презентации профессионального сообщества в медиасреде, самые разнообразные ресурсы, связанные с позиционированием сообщества в социуме прямым или косвенным образом.

В качестве базовой методологии в нашем исследовании предлагается дискурсивный подход, позволяющий охарактеризовать исследуемые объекты с точки зрения их коммуникативного позиционирования и цели, структуры, жанрового своеобразия, языковой специфики. Основой методологических установок анализа дискурса является последовательно констатируемая взаимозависимость языковых параметров текста (высказывания) и социальных условий (начиная от интенций говорящего, ситуации текстопорождения, социальной области, в рамках которой она осуществляется), а также системы ценностей и мировоззренческих установок, определяемых на настоящем этапе развития профессионального сообщества. Такой подход был предложен ранее в работах М. Фуко [2], представителями французской школы анализа дискурса [1], критическом дискурс-анализе [20], в исследовательских проектах Т. ван Дейка [21] и реализован по пре-

имуществу на материале научной, политической, рекламной коммуникации и т.п. Применение его к области профессиональной коммуникации предполагает корректировку системы методических приемов. В этом случае исследовательская процедура представляет собой поэтапный анализ, включающий в качестве приемов социолингвистические (характеристика среды коммуникации, конситуации, социальных ролей участников коммуникативного акта) и собственно лингвистические методы (текстологический, структурно-семантический, стилистический анализ), а также анализ социального контекста и системы мировоззренческих установок.

Современные исследования интернета позволяют утверждать, что его виртуальное пространство оценивается и маркируется пользователями, в первую очередь, как пространство социальное, в котором формируются социально значимые топосы, реализующие различные варианты существующих форм коммуникативного взаимодействия. Условно их можно разбить на четыре класса:

- 1) коммуникационные – сайты, предоставляющие почтовые ресурсы, чаты, форумы;
- 2) информационные – сайты, порталы, на которых размещен любой информационный контент (от новостных лент до интернет-магазинов);
- 3) развлекательные – сайты, размещающие в сети игры, музыкальные ресурсы и т.п.;
- 4) инструментальные – поисковые сайты, сайты, предлагающие софт [22].

Дискурсивная специфика интернет-коммуникации во многом связана с техническими параметрами ее реализации. Во-первых, парадоксальность хронотопа, состоящая в различии пространственно-временной локализации, обусловлена положением коммуникантов в компьютерной коммуникации, не предполагающим непосредственный контакт. За счет этого коммуникант одновременно изолирован и включен в коммуникацию. Во-вторых, отсутствие непосредственного контакта приводит к редукции параметров естественной коммуникации, переводя ее вербально-визуальный регистр. Редуцированные параметры восполняются за счет опоры на разнообразные семиотические ресурсы. В-третьих, невозможность непосредственного наблюдения коммуниканта дает ему, в свою очередь, возможность изменять собственные коммуникативные параметры, моделировать свой образ,

опираясь на различные семиотические и текстовые ресурсы интернета. Это определяет еще один специфический дискурсивный параметр – принципиальную интертекстуальность и интердискурсивность этой области [23].

Рассмотренные дискурсивные параметры обуславливают, в свою очередь, параметризацию социальных коммуникаций на их основе. Рассмотрим их с точки зрения модели, представленной в работе М.М. Лукиной, И.Д. Фомичевой [24. С. 8–10]. Итак, социальные коммуникации в интернете могут быть охарактеризованы как социальные, реализующиеся для общества в целом, глобальные – не ограниченные пространственно, технически опосредованные, публичные, как адресные, так и рассеянные, политематические, полижанровые, полифункциональные, горизонтальные, неполяризованные в аспекте распределения ролей.

В рамки этой модели укладываются различные способы представления в интернет-среде профессиональных сообществ:

1. Информационно-справочные ресурсы: «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>), Бесплатный фармакологический справочник онлайн (<http://www.spravocnikpolekarstvam.ru>), «Онлайн доктор» (<https://onlinedoctor.ru>), GEOLIB.NET Справочник по геологии (<http://www.geolib.net>) и др.

2. Порталы / сайты корпораций.

3. Сайты отдельных персон, представляющих профессиональные корпорации: А. Курпатов (<http://www.kurpatov.ru>), А. Мясников (<https://drmyasnikov.ru/>), адвокат А.И. Устюгов (<http://ustugov.tom.ru>) и др.

4. Отдельные публикации на информационных порталах, посвященные профессиональным событиям: «Томич создал кулинарный сайт с рецептами от шеф-поваров» (<https://news.vtomske.ru/article/158640-tomich-sozdal-kulinarnyi-sait-s-receptami-ot-shef-povarov>).

5. Профессиональные форумы: Форум машиностроителей (<http://www.i-mash.ru/forum>), Строительный форум (<http://stroitelniportal.ru/forum>), Коневодство (<https://www.agroxxi.ru/forum/f61>), Форум сантехников (www.santehniki.com).

6. Профессиональные чаты.

7. Сообщества в социальных сетях. Например, при поиске сообществ в социальной сети «ВКонтакте» на запрос «инженер» мы получили выдачу 10 132 сообществ (Чудеса инженерной мысли / Наука / 909 241; Я у бати инженер! / Юмор / 385 962; Чудеса инженерии 2.0 /

Открытая группа / 253 007; Студент Инженер / Образование / 105 446; Сообщество инженеров / Строительство, ремонт / 41 706) [25].

Предметом обсуждения в рамках такой профессиональной коммуникации в интернет-среде становится самая разная проблематика:

- решение собственно профессиональных вопросов, обмен профессиональной информацией;
- имидж и работа с клиентами за счет позиционирования в социальном пространстве корпораций или их отдельных представителей;
- неформальная профессиональная коммуникация;
- коммуникация вне профессиональных тем.

Например, на Форуме машиностроителей наряду с сугубо специальными темами («Редуктор с двумя выходными валами», «Технология обработки поверхности стальной детали и назначение», «САПР Сварка для Компас», «Термообработка плиты для спайки пластика») обсуждаются и менее специализированные задачи: «Как крепим елку?», «Как доказать начальству что инженер достоин большего?», «В Европе отменили сопромат? :-)), «Вакансии и предложения о работе», «Инженеры в кино».

Строительный форум предлагает для обсуждения профессиональные темы («Видео ремонта в Томске», «Замена труб», «Все о фундаменте и не только»), а также темы, связанные с бизнесом («Дополнительный доход строителей») и имиджем отдельных представителей сообщества («Черный список строителей в Томске»).

Форум коневодов посвящен обсуждению как общих вопросов по содержанию и разведению лошадей, так и очень частных («Как выкормить жеребенка?», «Как отучить лошадей от нехороших привычек?»). Вместе с тем здесь же размещены темы, связанные с мероприятиями презентационного характера («Новогодние конные представления», «Эксклюзивное интервью с исполнительницей номера “Леди Совершенство” Орловой Е.О.», «Ежегодная международная выставка Equiros 2015 Москва. Авторская статья о ситуации с коневодством и видеообзор») и отзывам («Наталья Андрейченко похвалила конный номер по мотивам фильма “Мэри Поппинс, до свидания!”»).

Подводя итоги, можно говорить о том, что:

1) появление новой коммуникативной среды повлекло за собой трансформацию традиционных форм включенности профессиональных сообществ в медийное пространство;

2) исследование форм и способов вхождения профессиональных сообществ в медиaprостранство может быть реализовано на основе многокомпонентной модели, включающей:

– описание системы дискурсивных практик (в том числе речевых) интернет-коммуникации, объединяющих профессиональное сообщество;

– системное описание лингвистической специфики профессиональной коммуникации в интернет-среде;

– характеристику жанрового состава и составление типологии текстов профессиональной коммуникации в интернет-среде;

– описание системы ценностей и мировоззренческих установок (корпоративные ценности, идеология), отраженных в текстах представителей профессиональных сообществ в интернет-коммуникации;

– описание динамических процессов, происходящих в рамках профессионального языка в интернет-коммуникации.

Литература

1. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса : пер. с фр. и португ. / общ. ред. и вступ. ст. П. Серио ; предисл. Ю. С. Степанова. М., 1999. 416 с.
2. Фуко М. Археология знания / пер. с фр. М. Б. Раковой, А. Ю. Серебрянниковой ; вступ. ст. А. С. Колесникова. СПб., 2004. 416 с.
3. Голованова Е. И. Категория профессионального деятеля: Формирование. Развитие. Статус в языке. Челябинск, 2004. 330 с.
4. Голованова Е. И. Профессиональный дискурс, субдискурс, жанр профессиональной коммуникации: соотношение понятий // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 1 (292), вып. 73. С. 32–35.
5. Голованова Е. И. Типология единиц профессиональной коммуникации: когнитивно-прагматический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 9. С. 25–28.
6. Куликова О. В. Дискурсивно-прагматические характеристики профессиональной коммуникации (на примере экономического дискурса) // Вестник МГЛУ. 2013. Вып. 8 (668). С. 9–24.
7. Голованова Е. И. Языковая игра в профессиональной коммуникации // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2017. № 2. С. 39–52.
8. Рачков М. П. К портрету журналиста Дмитрия Киселёва // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 1. С. 99–104.

9. Вайрах Ю. В., Гилева А. М. Профессионализмы как языковой факт журналистского дискурса // Постулат. 2016. № 6 (8). С. 13.
10. Попова М. А. Профессиональная языковая личность журналиста в свете лингвориторического подхода // Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. науч.-практ. конф. Воронеж, 2017. С. 168–170.
11. Антипова Е. А. Профессиональная коммуникация сферы услуг (на примере сопоставления торговли и образования) // Lingua mobilis. 2011. № 6 (32). С. 47–50.
12. Голованова Е. И. Отражение профессионального восприятия мира в устной коммуникации фотографов // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 24 (239). С. 208–211.
13. Габдуллина А. Х. Японизмы в профессиональной коммуникации спортсменов // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 37 (328). С. 77–79.
14. Мельникова М. А. Интернет-коммуникация в профессиональных авиационных сообществах // Научный вестник МГТУ ГА. 2015. № 215. С. 127–132.
15. Абрамов Р. Н. Профессиональные коммуникации российских инженерно-технических специалистов: эмпирический анализ // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2016. Т. 16, № 3. С. 586–597.
16. Гараева Л. М., Баклашова Т. А. Реализация дихотомии «свой» – «чужой» в профессиональной коммуникации посредством инвективных номинаций (на примере русского и английского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 7–1 (61). С. 70–72.
17. Шаттенберг С. Инженеры Сталина: Жизнь между техникой и террором в 1930-е годы // Портал «ВикиЧтение». URL: <https://history.wikireading.ru/260788> (дата обращения: 12.11.2018).
18. Музей телевидения и радио в Интернете. URL: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=10515&pg=1.
19. Загидуллина М. В. Возрастание роли PR-компетенций в условиях медиатизации социума // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 13 (395). С. 76–80.
20. Филипс Л. Дж., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков, 2004. 336 с.
21. Дейк Т. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации : пер. с англ. М., 2013. 337 с.
22. Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России (функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты). URL: <http://planeta.gramota.ru/gnt.html>.
23. Мишанкина Н. А. Социальные нормы в Интернет-коммуникации: социолингвистический аспект // Гуманитарная информатика. 2013. № 7. С. 72–78.

24. Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие. М., 2005. 87 с.
25. Мишанкина Н. А., Скрипченко Н. В. Трансформация современной медиасреды в аспекте включенности профессиональных сообществ // Журналистика регионов: дискурсы и медиапрактики : материалы Междунар. науч.-практ. онлайн-конференции (22 ноября 2018 г., г. Томск). М., 2019. С. 35–39.

Mass Media Content and Professional Communities' Interaction Aspects (The Problem Statement)

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2019. 6. pp. 45–59.

Natalia A. Mishankina, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: mna@tpu.ru

DOI: 10.17223/26188422/6/2

Keywords: mass media content, professional communities, professional communication, Internet communication, professional Internet resources.

The article is devoted to the problem of changes in the structure of the media environment and communication in professional communities in connection with the emergence of a new communicative space. The change in the media content and its significant expansion through the Internet have catalyzed the development of socially significant communications. This fundamental problem is associated with the study of forms of real existence and the development of discursive areas. As a rule, attempts to present models of certain discursive formations encounter two difficulties: (1) the differentiation of discourses and (2) the dynamics due to the nature of the discursive formation. Recent studies have revealed the forms of professional communities' sustainable speech practices. These may include forms of communication informal, new forms of interdiscursive interactions caused by challenges to professional communities from society, and the parameters of new communication areas (the Internet, including social network services). Professional communication goes in different directions: (1) targets community members to coordinate information flows within the framework of professional interaction; (2) targets society as a whole to take up a position in the social space. At present, there is an expansion of professional communication in the Internet: on the one hand, new forms of professional communication, called intermediary, are emerging. They exist on the border of the professional community and the rest of society, for example, presentation forms of the professional community in the media content, the most diverse resources related to the positioning of the community in society in a direct or indirect way. On the other hand, the field of public communication within the professional community is expanding. The number of informal professional interactions is increasing thanks to resources providing the opportunity for informal communication. The author takes the discursive approach as the basic methodology, which allows characterizing the objects under study in terms of their communicative positioning and purpose, structure, genre originality, linguistic specificity. In this case, the analysis procedure is a step-by-step analysis, which includes sociolinguistic methods (characterization of the communication environment, con-situation, and social roles of participants in a

communicative act) and proper linguistic methods (textual, structural-semantic, stylistic analysis), analysis of the social context and the system of worldviews. Thus, the study of the forms and methods of entering professional communities into the media space can be implemented on the basis of a multicomponent model, including the description of the system of professional community's Internet communication discursive practices; a systematic description of the linguistic specifics of professional communication on the Internet; characterization of the genre composition and compilation of text typology; description of the value system and worldviews (corporate values, ideology); description of the dynamic processes occurring within the framework of a professional language in Internet communication.

References

1. Seriot, P. (ed.) (1999) *Kvadratura smysla: Frantsuzskaya shkola analiza diskursa* [The Quadrature of Meaning: The French School of Discourse Analysis]. Translated from French and Portuguese. Moscow: Progress.
2. Foucault, M. (2004) *Arkheologiya znaniya* [The Archeology of Knowledge]. Translated from French by M.B. Rakova, A.Yu. Serebryannikova. St. Petersburg: Gumanitarnaya akademiya.
3. Golovanova, E.I. (2004) *Kategoriya professional'nogo deyatelya: Formirovanie. Razvitiye. Status v yazyke* [The Category of a Professional Agent: Formation. Development. Status in the Language]. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University.
4. Golovanova, E.I. (2013) Professional'nyy diskurs, subdiskurs, zhanr professional'noy kommunikatsii: sootnoshenie ponyatiy [Professional Discourse, Sub-Discourse, Genre of Professional Communication: Correlation of Concepts]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie – Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art Criticism*. 1 (292):73. pp. 32–35.
5. Golovanova, E.I. (2008) Tipologiya edinit professional'noy kommunikatsii: kognitivno-pragmaticheskiy aspekt [Typology of Units of Professional Communication: A Cognitive-Pragmatic Aspect]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 9. pp. 25–28.
6. Kulikova, O.V. (2013) Discursive and Pragmatic Characteristics of Professional Communication (On the Basis of Economic Discourse). *Vestnik MGLU*. 8 (668). pp. 9–24. (In Russian).
7. Golovanova, E.I. (2017) Language Game in Professional Communication. *Ural'skiy filologicheskiiy vestnik. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa – Ural Journal of Philology*. 2. pp. 39–52. (In Russian).
8. Rachkov, M.P. (2014) For the Portrait of Journalist Dmitry Kiselyov. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 1. pp. 99–104. (In Russian).
9. Vayrakh, Yu.V. & Gileva, A.M. (2016) Professionalism as a Linguistic Fact of Journalistic Discourse. *Postulat*. 6 (8). p. 13. (In Russian).

10. Popova, M.A. (2017) [Professional Language Personality of a Journalist in the Light of the Linguistic Approach]. *Kommunikatsiya v sovremennom mire* [Communication in the Modern World]. Proceedings of the All-Russian Conference. Voronezh: Voronezh State University. pp. 168–170. (In Russian).
11. Antipova, E.A. (2011) Professional Communication in Service Sphere (Comparing Trade and Education). *Lingua mobilis*. 6 (32). pp. 47–50. (In Russian).
12. Golovanova, E.I. (2011) Otrazhenie professional'nogo vospriyatiya mira v ustnoy kommunikatsii fotoagrafov [Reflection of the Professional Perception of the World in the Oral Communication of Photographers]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 24 (239). pp. 208–211.
13. Gabdullina, A.Kh. (2013) Japanese Borrowings in Professional Communication of Sportsmen. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 37 (328). pp. 77–79. (In Russian).
14. Mel'nikova, M.A. (2015) Internet Communication in Professional Aviation Communities. *Nauchnyy vestnik MGTU GA – Civil Aviation High Technologies*. 215. pp. 127–132. (In Russian).
15. Abramov, R.N. (2016) Professional Communications of Russian Technical and Engineering Specialists: Empirical Analysis. *Vestnik RUDN. Seriya: Sotsiologiya – RUDN Journal of Sociology*. 16 (3). pp. 586–597. (In Russian).
16. Garaeva, L.M. & Baklashova, T.A. (2016) Realization of Dichotomy “One’s Own” - “Somebody Else’s” in Professional Communication Through Invective Nominations (By the Example of Russian and English). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*. 7–1 (61). pp. 70–72. (In Russian).
17. Shattenberg, S. (2018) *Inzheneriy Stalina: Zhizn' mezhdru tekhnikoy i terrorom v 1930-e gody* [Stalin’s Engineers: Life Between Technology and Terror in the 1930s]. [Online] Available from: <https://history.wikireading.ru/260788>.
18. *Museum of Television and Radio on the Internet*. [Online] Available from: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=10515&pg=1. (In Russian).
19. Zagidullina, M.V. (2016) Increasing Role of PR-Competences in the Mediatized Society. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 13 (395). pp. 76–80. (In Russian).
20. Phillips, L. & Jorgensen, M. (2004) *Diskurs-analiz. Teoriya i metod* [Discourse Analysis As Theory and Method]. Kharkov: Izd. Gum. tsentra.
21. Dijk, T. van. (2013) *Diskurs i vlast'. Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse, Power and Representation]. Translated from English. Moscow: Librokom.
22. Trofimova, G.N. (2009) *Yazykovoy vkus internet-epokhi v Rossii (funktsionirovanie russkogo yazyka v Internetе: kontseptual'no-sushchnostnye dominanty)* [The Language Taste of the Internet Era in Russia (The Functioning of the Russian Language

- on the Internet: Conceptually Essential Dominants)]. Moscow: RUDN. [Online] Available from: <http://planeta.gramota.ru/gnt.html>.
23. Mishankina, N.A. (2013) Social Norms in the Internet-Communication: Sociolinguistic Aspect. *Gumanitarnaya informatika – Humanitarian Informatics*. 7. pp. 72–78. (In Russian).
24. Lukina, M.M. & Fomicheva, I.D. (2005) *SMI v prostranstve Interneta* [Media on the Internet]. Moscow: MSU Faculty of Journalism.
25. Mishankina, N.A. & Skripchenko, N.V. (2019) [Transformation of the Modern Media Environment in Terms of Professional Communities' Inclusion]. *Zhurnalistika regionov: diskursy i mediapraktiki* [Journalism of the Regions: Discourses and Media Practices]. Proceedings of the International Online Conference. Tomsk. 22 November 2018. Tomsk. Moscow: Rusayns. pp. 35–39. (In Russian).

УДК 070

DOI: 10.17223/26188422/6/3

Г. И. Щербакова

ГОРДИЕВЫ УЗЛЫ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ СПОРТИВНОЙ ПРЕССЫ

В статье анализируется современное состояние профессиональной этики в российской журналистике в таком популярном ее секторе, как спортивная журналистика. Классифицированы часто встречающиеся этические нарушения, проведен анализ материалов спортивной онлайн- и оффлайн-прессы, прослежено влияние политических и экономических факторов на стиль работы спортивных журналистов, а также изучено влияние прессы на поведение любителей спорта.

Ключевые слова: спортивная журналистика, профессиональная этика журналиста, просветительские и воспитательные функции прессы.

Проблемы современной российской журналистики, к которой общество высказывает немало претензий, наверное, легче изучать по отдельным тематическим направлениям, где можно наиболее отчетливо увидеть и проанализировать влияние как политических и экономических требований, так и внутренние законы развития профессии, соотнесенной с законом распространения информации. Спорту сегодня в России уделяется большое внимание правительства, он включен как важная составляющая в программу развития страны, о чем делаются заявления с самой высокой трибуны. Важная роль спорта в социуме, политике и бизнесе обусловили большое внимание прессы, которая всегда пользовалась особой симпатией аудитории и имела высокие тиражи как в мире, так и в России. Такой статус спортивной журналистики предполагает сознательное отношение к своей миссии, профессиональное достоинство и соблюдение норм журналистской этики, которые очень часто нарушаются преднамеренно [1–4].

Для исследования нами отобраны материалы в российской прессе (онлайн- и оффлайн-вариантах) за первые три недели ноября 2019 г. За два праздничных дня автором просмотрены все публикации в основных спортивных изданиях, за оставшиеся две с половиной неде-

ли – отобранные методом случайной выборки. Всего было проанализировано около 150 публикаций в основных медиа, специализирующихся на спортивной тематике или имеющих специальные отделы по спорту: «Спорт-экспресс», Sports.ru, Championat.com, Newsru.com, Sportsdaily.ru и т.д.

Первое, самое заметное и часто встречающееся нарушение журналистской этики, – это нарушение норм литературного языка, которое искажает картину действительности и рождает недоверие к сообщению. Язык – это основной способ коммуникации в медиа, поэтому отклонение от литературных норм осознается всеми: среди читателей много образованных людей с привитыми со школьных лет нормами литературной речи. И если даже эти нормы в обычной жизни соблюдаются не всеми, то от медиа на сознательном и бессознательном уровнях ожидают именно литературного языка. Однако налицо тенденция нарочитого их нарушения, поскольку считается, что этот прием обязательно привлечет внимание, неважно какое.

В первую очередь речь идет о заголовках сообщений. Здесь можно встретить просторечия и другую грубую, сниженную лексику. Ср.: *«Реактивный коротышка разорвал всех на ЧМ. В него не верила даже мать, а Джинобили считал толстым»*; *«Безумный матч в Уфе: белорус-гигант отмутузил русского форварда, а “Салават” разнес “Динамо” 9:1!»*; *«“В каком мире мы живем?!” – за рубежом недовольны, что техничная Трусова уделала артистичную Хонду»*¹; *«Потрясающий удар ногой в голову! Бедолага рухнул на сетку, как мешок с опилками»* и т.д.

Если текстовые СМИ избегают нецензурных выражений, то в прямых репортажах аудиовизуальных медиа то и дело случаются «оговорочки», которые не всегда встречают отпор со стороны руководителей медиа или коллег по журналистскому цеху. В 2001 г. главный редактор «Эха Москвы» А. Венедиктов уволил ведущего ночного эфира А. Лаэртского за мат во время передачи «Монморанси», хоть редакция и завалили просьбами о «помиловании штрафника» [5].

Другие редакторы подобной принципиальностью не отличаются. Самый последний пример – это употребление матерного слова в прямом репортаже с соревнований по фигурному катанию 9 ноября

¹ В данном случае наблюдается распространенный прием, когда лексическую девиацию используют в цитате, тем самым автор как бы дистанцируется от нарушения нормы, оставляя его на совести героя, которого сам же и выбрал.

2019 г. комментатором «Первого канала» олимпийским чемпионом А. Ягудиным. Эта «дважды оговорка» встретила самое широкое обсуждение в Сети, но про реакцию руководства канала ничего не известно. Вездесущие болельщики отметили, что, во-первых, неприличное выражение, употребленное дважды, не было контекстуально связано с повествованием об искусстве катания на льду и относилось к чему-то другому (значит, ведущий занимался чем-то еще, помимо репортажа); во-вторых, они припомнили, что подобный случай – это рецидив того, что произошло так же в прямом эфире с тем же комментатором и на том же канале примерно полтора года назад. И это не только осталось без последствий, но даже было вознесено на уровень гражданского поступка, о чем свидетельствует реакция коллег по цеху. Речь тогда шла об ограничении в праве представительства национальной сборной на Олимпийских играх в Пхенчхане 2018 г. И коллеги сделали из некрасивого поступка комментатора патриотически окрашенный инфоповод: *«Олимпийский чемпион Алексей Ягудин оставил матерное послание МОК»* (newsru.com. 24 янв. 2018 г.). Возможно, у «Первого канала» найдется уклончивое объяснение, что ведущий не является штатным сотрудником, так как еще в 2013 г. Роскомнадзор разъяснил, что в ситуациях, «которые можно приравнять к непремодерируемым трансляциям в “прямом эфире”, предусмотренные законом санкции могут применяться только в отношении журналистов». «Третьи лица в такой ситуации могут понести персональную ответственность», – подчеркивало ведомство. Также в службе уточнили, что «использование матерной лексики гостями эфира не будет вменяться в вину СМИ. При этом, если речь идет об obscene комментариях к публикациям в интернете, Роскомнадзор будет требовать удаления или редактирования таких записей» [6]. Насколько постоянного ведущего, занятого в нескольких телепрограммах, можно отнести к гостям эфира, судить трудно до тех пор, как не станут известны детали договорных отношений А. Ягудина с телеканалом. Но так как никто этих сведений пока запрашивать не собирается, в силу, вероятно, согласия с высказываниями, то и можно предположить, что причина в их «патриотическом» контексте.

Произошедшие нарушения и отсутствие их осуждения со стороны медиа следует истолковать так, что степень тяжести речевого проступка зависит от адресата высказывания и мотивов. Эта опасная тенденция ситуативности речевых норм приводит к неуважению к норме и праву как объектам, требующим непрерываемого соблюдения.

Широкий охват аудитории, особенно молодежной, возможность смотреть соревнования из-за рубежа онлайн, зачастую без перевода, способствуют проникновению специфической спортивной и технической терминологии в среду российской публики, где молодежь всегда отзывчива на новое. И это новое она активно внедряет в речь, не занимая себя поисками русских синонимов, а перенимая англоязычные слова и выражения, от которых по законам русского словообразования рождаются слова-кентавры с иностранной корневой основой и русскими приставками и суффиксами. Таких слов очень много; сначала они встречались в чатах болельщиков, но, став более-менее привычными, перешагнули на страницы комментариев в онлайн-изданиях, а затем и в газетный текст. Это явление настолько быстро прогрессирует, что, оторвавшись на полгода от вышеупомянутой среды, можно стать *неадекватом* из-за расширения лексикона болельщиков. Недавняя информационная битва любителей фигурного катания вокруг соперничества фигуристок Е. Медведевой и А. Загитовой породила «партийные клички» – *медвеботы* и *загитботы*, а по мере добавления новых победителей к ним в последние полмесяца добавились *костоботы* (фанаты А. Косторной).

Развитие технологий телекоммуникаций породило термин «стрим» (*stream*), от которого пошло много новых слов, перекочевавших из молодежного сленга на рекламные щиты. Примером являются билборды «Мегафона» *стримь, шерь, сторь!*, что в переводе на нормальный русский означает «передавай, делись, рассказывай», но последнее, по мнению рекламодателей, звучит *олдскульно*, т.е. старомодно.

Подобным образом стало популярным слово «хейтер», производное от *hate*, т.е. ненависть. Экспрессивный посыл слова «ненавистник» значительно сильнее, чем у слова «противник», но иностранный аналог позволяет как бы стыдливо камуфлировать злую энергию слова, с одной стороны, а с другой – еще сильнее проводит линии раздела между приверженцами разных спортивных группировок. От него произошли такие словесные новообразования, как *хейтерить*, *хейтерный*, *захейтить* и пр.

Еще одной тенденцией стало употребление слов, имеющих **мили-таристский** окрас, обозначающих всяческую бытовую и военную агрессию. Самым частым свидетельством накала спортивной борьбы и ее итога – победы – стал глагол *рвать* и его производные – *рви* и *порвать*. Шокирующий контраст производит заголовок «Алена Ко-

сторная “порвала всех” на Гран-При Японии», относящийся к 16-летней девочке-дюймовочке (рост 150 см), представшей в короткой программе на ледовом состязании в образе ангела, что подтверждала не только музыка, но и костюм с вышитыми крыльями. Этот пример в «Российском диалоге» от 23 ноября 2019 г. наиболее контрастно и карикатурно показывает изменения в экспрессивной окраске слов, обозначающих победу. «Рвать» используется вместо «красиво выиграть», «показать гармоничное исполнение», «продемонстрировать высший класс мастерства» и множества других синонимичных оборотов, делающих акцент не на силе, злости и ненависти к противнику, а на честном соревновании, соблюдении правил, преимуществе таланта и мастерства.

Язык спортивной прессы и групп, посвященных спорту, в социальных сетях отражает уровень мышления болельщиков и спортивных фанатов. Отличием современности стало преобладание фанатского движения над болельщиками. Их отличия – в организованности одних и неорганизованности других, в наличии ядра, программы, совместных акций, форм одежды и правил поведения в фанатском движении. Фанатское движение самоорганизовалось вскоре после перестройки и стало формой объединения молодых людей среднего и юношеского возраста, испытывающих потребность в команде единомышленников в условиях распада прежних общественных организаций. На примере известных фан-клубов можно отметить их общие черты, такие как поддержка команд или спортсменов-кумиров в ходе выступлений, привлечение внимания к соревнованиям, формирование моды на спортивные бренды и спортивную атрибутику и пр. Фандвижение нам интересно своей ролью ньюсмейкера, акции которого привлекают большое внимание журналистов. Недаром именно активность поведения отмечает Ф. Погорелов, социолог, главный редактор петербургского радио «Зенит»: «Болельщик – это все-таки отстраненное наблюдение, а фанат – это участвующее наблюдение, если говорить в социологической терминологии. Ключевое представление заключается в том, что для фаната... *на войне* (выделено нами. – Г.Щ.), как известно, все средства хороши. Болельщик просто болеет, он сопереживает, а фанат действует» [7].

Действия фанатов, как показывает пресса, часто бывают жестокими, категоричными, и не только по отношению к спортивному сопернику, особенно в случаях, когда кумир фанатов оказывается не на вы-

соте. Только в ноябре 2019 г. медиа сообщили о нескольких вопиющих случаях, когда фанаты оскорбляли спортсменов. Один из них касается футбольной игры сборных России и Сан-Марино в рамках отборочного турнира ЧЕ–2020. На протяжении двух последних матчей капитану национальной сборной А. Дзюбе не удалось забить ни одного гола, что вызвало не просто разочарование, а возмущение болельщиков, перешедшее в оскорбления футболиста прямо во время матча. Зачинщиками скандала, вероятно, были болельщики московского «Спартака», не простившие форварду перехода в «Зенит». СМИ сообщили о недовольстве тренера Ст. Черчесова поведением фанатов, но, в свою очередь, сами подали эту информацию провокативным образом, подразумевая не разрешение, а нагнетание конфликта: «Дзюбу оскорбили. Как он ответит?» (Спорт-экспресс. 21 нояб. 2019).

Еще один пример некорректного поведения болельщиков, которому журналисты не дали никакой принципиальной оценки, касается поражения российского боксера С. Ковалева, проигравшего в поединке мексиканцу С. Альваресу и потерявшего чемпионский пояс в полутяжелом весе 6 ноября 2019 г. Болельщики заподозрили его в договорном характере встречи и обрушили на спортсмена шквал оскорблений в социальных сетях. Спортивные СМИ нейтрально и безоценочно изложили оскорбления болельщиков, а затем и позицию обиженного спортсмена, стойко бившегося 11 (!) раундов, но все-таки проигравшего. Получается, современная журналистика порой предпочитает скандальные новости, которые и подогревают негативные настроения болельщиков. Другие репортажи создают у болельщиков завышенные ожидания результатов от спортсменов, воспитывая отнюдь не любителей спорта, а потребителей, готовых за свои потраченные деньги и время всегда получать только победу. Такой подход, кроме социального инфантилизма, формирует еще и повышенное ожесточение, опасное для социума.

Порой напряжение в ходе просмотра спортивных поединков действительно выливается в такие противоправные действия, как драки болельщиков, о которых часто и с удовольствием сообщают СМИ, а также в грубые антиобщественные выходки, подобные расистским выкрикам во время футбольного матча Румыния – Швеция, когда оскорблениям подвергся темнокожий форвард шведов. Эта неприглядная история также не получила достойной оценки в СМИ, но тут уже стали появляться сообщения о контрмерах со стороны спортсме-

нов. Так, например, легендарный игрок испанской «Барселоны» и английского «Манчестер-Сити» Яя Туре предложил игрокам в подобных случаях покидать поле, чтобы заставить ФИФА и УЕФА решить, кто для них важнее, спортсмены или болельщики. Таким образом, латентное, но постоянное возбуждение болельщиков журналистами ради привлечения внимания аудитории оборачивается извращением самой идеи спорта как развития не только физической силы человека, но и возвышения его духа через преодоление себя, своего страха, боли и усталости.

Часто и руководство СМИ ограничивает интенции комментатора высказывать просветительские идеи, сосредоточиваясь на фактической стороне события или делая уступку «хайпу» и всевозможным скандальным заголовкам. Приметой этой тенденции стала история с увольнением популярного канадского телеведущего Дона Черри, который в национальный праздник Дня памяти павших в вооруженных конфликтах посетовал, что иммигранты, поселившиеся в Канаде, не почтили вниманием этот праздник. В ответ тысячи зрителей обвинили его в расизме и потребовали увольнения, что и последовало. Комментатор сделал публичное заявление, что ценит свободу слова и свое право на нее выше любой престижной работы и не хочет превращаться в «прирученного робота» [8]. Таким образом, можно признать, что двусторонняя коммуникация между медиа и реципиентами существует, но она не всегда есть залог свободы слова, так как потребитель – болельщик – диктует правила.

О влиянии болельщиков на спортсменов и тренеров свидетельствует недавняя история в российском фигурном катании, когда под давлением любителей этого вида спорта тренер сменил музыку в уже готовой программе фигуристки Е. Туктамышевой. Она сначала подготовила прокат под музыку, предложенную зарубежным хореографом, но по решению своего тренера А.Н. Мишина от нее отказалась и заменила на более простую и «понятную публике». Публика благодаря интернету сравнила программы с одними и теми же техническими элементами, но выполненными под разные музыкальные композиции, и подняла «восстание в Сети», отмечая неестественность движений спортсменки под «неродную» музыку. Пользователи одной социальной сети собирались даже писать петицию тренеру с просьбой вернуть музыку, что в конце концов и произошло. Фанаты праздновали это как свою победу, а тренер сделал вывод о компетентности бо-

лельщиков: «Уровень знаний среди болельщиков очень высок, они трезво могут оценивать прокаты наших спортсменов» [9].

О том, как сплетаются интересы бизнеса, болельщиков и отчасти самих спортсменов, говорится не очень много: в одних видах спорта, давно ступивших на коммерческую стезю, например в футболе и боксе, не скрывают суммы гонораров и призовых, и СМИ это широко обсуждают; в других, не столь массово зрелищных, как биатлон, велоспорт или фигурное катание, об этом меньше информации, но и здесь постепенно положение меняется. Некоторые издания еще летом предоставили трибуну спортсменам, которые начали говорить о том, что их трудовые затраты и риск здоровью не пропорционально оплачиваются сравнительно, например, с футболом. Пока трудно точно установить связь между первыми несмелыми заявлениями спортсменов (например, интервью Е. Туктамышевой от 1 августа 2019 г. «Газете.ру») и подготовкой своеобразной революции в фигурном катании, предпринятой Международным союзом конькобежного спорта (ISU), относительно перевода итоговых годовых показательных выступлений в формат, подобный вручению «Оскара» в кинематографе.

За разработку проекта первой церемонии в 2020 г. взялся известный спортивный агент Ари Закарян. В своем интервью он продемонстрировал «упущенные» спортсменами и спортивными организациями финансовые возможности на примере знаменитого японского фигуриста: «Мне как бизнесмену очень хочется, чтобы Юдзуру Ханю катался максимально долго. Когда Юдзуру прилетает в Россию на этап Гран-при, то, по моим данным, около пяти тысяч японских фанатов прилетают следом за ним из Японии. Эти люди бронируют отели, покупают билеты, нанимают за свои деньги переводчиков на почасовую оплату... Никакой другой японский спортсмен такой коммерческой популярностью у болельщиков не пользуется и никогда не пользовался. Это, собственно, и есть ответ на вопрос... Поэтому очень желаю Юдзуру Ханю здоровья и процветания. На это молятся все шоу-менеджеры мира» [10]. Далее он развивает мысль о том, что проведение подобных мероприятий не только повысит популярность фигурного катания и благосостояние спортсменов, но и даст толчок ряду промышленных отраслей, специализирующихся на обслуживании этого спорта: швейной и фэшн-индустрии, производству спортивной амуниции, спортивного питания и пр., тогда как сейчас это находится в руках ремесленников и дилетантов.

Следуя этой логике, можно понять, что фигурное катание становится удобным видом спорта для развития бизнеса, потому что собирает тысячи людей в одном месте и в одно время, как в боксе, футболе, хоккее и т.д. Это удобное мероприятия и для освещения в медиа, и для продвижения рекламы любой новой продукции, связанной и напрямую, и косвенно со спортом. Можно предположить, что ждет спорт в случае развития данного сюжета: еще большая коммерциализация, стандартизация и унификация программ для удобства сопоставления, маргинализация творческого поиска и всякого «неформата», замедление технического развития, преобладание сенсаций вместо истинных рекордов, т.е. все то, что можно наблюдать в голливудском кинематографе и шоу-бизнесе, и, к сожалению, это также будет способствовать профанации общественной миссии СМИ.

Срастание спорта с бизнесом губительно для многих гуманитарно ориентированных проектов, какими были и до некоторой степени остаются Олимпийские игры, хотя серия скандалов последних лет, вынесенных СМИ из кабинетных глубин на поверхность, говорит о значительной доле коррупционной составляющей в действиях Международного олимпийского комитета. В журналистском расследовании, проведенном С. Бавли, главой редакционного совета издания «Спорт день за днем», относительно деятельности президента МОК Томаса Баха и опубликованном под выразительным заголовком «Деньги правят миром. Отчего сдрейфил Бах?», выявлено, что «благодаря программе партнерства, разработанной Хуаном Антонио Самаранчем, МОК еще в прошлом веке начал сотрудничество с мощными концернами – производителями спортивной одежды и многого другого, активно продвигая их продукцию не только в профессиональной спортивной среде, но и потребителям всего мира. Но это не энергоносители, это кроссовки, спортивная одежда, футболки всех видов, а также велосипеды, роликовые коньки, сани, доски для серфинга... Этот перечень бесконечен. А мы (т.е. Россия. – Г.Щ.) чужие на этом празднике жизни. Не отсюда ли и проблемы?» [11]. Законы глобализации, обусловленные бизнесом, уже на наших глазах вторгаются в «святая святых» спорта и диктуют медиа новые форматы освещения спортивных событий.

Объединенное воздействие политики и бизнеса, на наш взгляд, усугубляется сменой цивилизационных циклов, на рубеже которой мы находимся, о чем свидетельствует истощенность многих вдох-

новляющих ранее человечество идей и концепций. Эта тема была затронута в беседе известного публициста Д. Быкова с психологом Л. Щегловым, высказавшим предположение о наступлении нового средневековья или «темных времен с преобладанием господства иррациональных и разрушительных начал» [12]. Добавим, что если сделать обзор доминирующей тематики кинематографа, то они уже наступили...

Итак, язык спортивных трибун, ранее табуированный в СМИ, приходит в медиа. Он стал распространенным способом коммуникации спортивной прессы и групп в социальных сетях, посвященных спорту, что не только отражает уровень мышления болельщиков и спортивных фанатов, но и уровень настроений всего нашего общества. Латентные ментальные тенденции визуализируются как в языке, так и в поведении болельщиков, что проявляется не просто в некорректном отношении к судьям, спортсменам, несогласным зрителям, правилам общественного порядка, но и нередко выливается на улицы городов, оборачивается хулиганством и актами вандализма. Повышенное ожесточение, подогреваемое СМИ, перешедшими на панибратские отношения с читателями, вступает в противоречие с просветительскими задачами медиа и несет в себе значительные социальные риски. Выходом здесь может быть как создание гильдии спортивной журналистики, так и выработка общих правил, регулирующих нормы спортивной журналистики.

Литература

1. *Алексеев К. А., Ильченко С. Н.* Основы спортивной журналистики. М. : Аспект Пресс, 2016. 240 с.
2. Международные стандарты профессиональной этики журналистов / сост. А. В. Байчик, Ю. В. Курышева, С. Б. Никонов. СПб. : СПбГУ, 2012. 102 с.
3. Профессиональная этика журналиста : док. и справ. материалы / сост. Ю. В. Казаков. М. : Галерея, 2002. 440 с.
4. *Шостак М. И.* Репортер: профессионализм и этика. М. : РИП-холдинг, 2001. 165 с.
5. Закрытие программы «Монморанси». Хроника событий. URL: http://laer-tsky.com/pub/mnm_2001.htm.
6. Роскомнадзор разъяснил ответственность за мат в прямом эфире // Lenta.ru. 2013. 25 апр. URL: <https://lenta.ru/news/2013/04/25/swearontheair/>.

7. Фанайлова Е. Фанаты и болельщики: интервью // Радио Свобода. 2009. 19 июля. URL: <https://www.svoboda.org/a/1780248.html>.
8. Черри – об увольнении: не хочу превратиться в робота, чтобы сохранить работу // Championat.com. 2019. 12 нояб. URL: https://www.championat.com/hockey/news-3897531-cherri---ob-uvolnenii-ne-hochu-prevratitsja-v-robota-chtoby-sohranit-rabotu.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews.
9. Туктамышева предложила брать пример с НБА // Sports.ru. 2019. 3 нояб. URL: <https://www.sports.ru/figure-skating/1079793629.html>.
10. Закарян – о двукратном олимпийском чемпионе Ханю: «На него молятся все шоу-менеджеры мира» // Спорт-экспресс. 2019. 28 окт. URL: <https://www.sport-express.ru/figure-skating/news/zakaryan-o-dvukratnom-olimpiyskom-chempione-hanyu-na-nego-molyatsya-vse-shou-menedzhery-mira-1604005/>.
11. Бавли С. Отчего сдрейфил Бах. Деньги правят миром // Спорт. День за днем. 2019. 14 окт. URL: <https://www.sportsdaily.ru/articles/otchego-sdrejfil-bax-dengi-pravyat-mirom>.
12. Быков Д. Психолог Лев Щеглов: Этот век будет похуже XX // Собеседник. 2018. 16 февр. URL: <https://sobesednik.ru/dmitriy-bykov/20180216-psiholog-lev-sheglov-etot-vek-budet-pohuzhe-hh/>.

The Gordian Knots of the Contemporary Russian Sports Press

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2019. 6. pp. 60–72.

Galina I. Shcherbakova, Togliatti State University (Togliatti, Russian Federation).

E-mail: sherbakova-galin@yandex.ru

DOI: 10.17223/26188422/6/3

Keywords: sports journalism, professional ethics of journalist, educational and cultural functions of press.

The article examines the current state of professional ethics in Russian journalism in such a popular sector as sports journalism, classifies common ethical violations, analyzes the materials of on-line and off-line sports press, traces the influence of political and economic factors on the style of sports journalists' work, and also studies the influence of the press on sports fans' behavior. In the author's opinion, despite all the attention paid to sports today, sports journalism does not always adhere to the principles of professionalism and responsibility; it has a variety of cases of ethics violations: Firstly, it is disregard for the norms of the standard language, including the use of vernacular and other forms of low, coarse words. This distorts the picture of reality and creates distrust to the message. Secondly, it is the use of obscene words. Thirdly, it is the widespread use of centaur words with a foreign root system and Russian prefixes and suffixes. Fourthly, it is the use of a militaristic style, which hides aggression. It is noted that the language of sports stands, previously tabooed in the media, comes to the press. It has become a common way of communication between sports press and social media

groups dedicated to the sport. This not only reflects the level of fans' thinking, but also the level of our entire society's sentiment. Latent mental tendencies are visualized in both fans' language and their behavior: incorrect attitude to judges, athletes, dissenting spectators, and rules of public order; hooliganism and acts of vandalism. Increased anger, fueled by the media that switched to fraternal relations with readers, contradicts the educational and cultural functions of the media and carries significant social risks. The solution can be both the creation of the Guild of Sports Journalism and the development of general rules governing the norms of sports journalism.

References

1. Alekseev, K.A. & Il'chenko, S.N. (2016) *Osnovy sportivnoy zhurnalistiki* [Fundamentals of Sports Journalism]. Moscow: Aspekt Press.
2. Baychik, A.V. et al. (2012) *Mezhdunarodnye standarty professional'noy etiki zhurnalistov* [International Standards of Journalists' Professional Ethics]. St. Petersburg: St. Petersburg State University.
3. Kazakov, Yu.V. (2002) *Professional'naya etika zhurnalista: dokum. i sprav. mater.* [The Journalist's Professional Ethics: Documents and References]. Moscow: Galeriya.
4. Shostak, M.I. (2001) *Reporter: professionalizm i etika* [A Reporter: Professionalism and Ethics]. Moscow: RIP-kholding.
5. Laertsky.com. (2001) *Zakrytie programmy "Monmoransi". Khronika sobytij* [Closing the Montmorency Program. Chronicle of Events]. [Online] Available from: http://laertsky.com/pub/mnm_2001.htm.
6. Lenta.ru. (2013) *Roskomnadzor raz'yasnil otvetstvennost' za mat v pryamom efire* [Roskomnadzor Clarified the Responsibility for Swear Words on the Air]. 25 April. [Online] Available from: <https://lenta.ru/news/2013/04/25/swearontheair/>.
7. Fanaylova, E. (2009) *Fanaty i bolel'shchiki: interv'yu* [Fans and Spectators: An Interview]. *Radio Svoboda*. 19 July. [Online] Available from: <https://www.svoboda.org/a/1780248.html>.
8. Championat.com. (2019) *Cherri – ob uvol'nenii: ne khochu prevratit'sya v robota, chtoby sokhranit' rabotu* [Cherry on Dismissal: If I Have to Turn into a Tame Robot to Keep My Job, I Don't Think People Would like That]. 12 November. [Online] Available from: https://www.championat.com/hockey/news-3897531-cherri---ob-uvoenii-ne-hochu-prevratitsja-v-robota-chtoby-sohranit-rabotu.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews.
9. Sports.ru. (2019) *Tuktamysheva predlozhila brat' primer s NBA* [Tuktamysheva Proposed to Follow the Example of the NBA]. 3 November. [Online] Available from: <https://www.sports.ru/figure-skating/1079793629.html>.
10. Sport-ekspress. (2019) *Zakaryan – o dvukratnom olimpiyskom chempione Khanyu: "Na nego molyatsya vse shou-menedzhery mira"* [Zakaryan on the Twice Olympic

- Champion Hanyu: “ All World Show Managers Are Praying to Yuzuru Hanyu”]. 28 October. [Online] Available from: <https://www.sport-express.ru/figure-skating/news/zakaryan-o-dvukratnom-olimpiyskom-chempione-hanyu-na-nego-molyatsya-vse-shou-menedzhery-mira-1604005/>.
11. Bavli, S. (2019) Otchego sdreyfil Bakh. Den'gi pravyat mirom [Why Bach Backed Down. Money Rules the World]. *Sport. Den' za dnem*. 14 October. [Online] Available from: <https://www.sportsdaily.ru/articles/otchego-sdrejfil-bax-dengi-pravyat-mirom>.
 12. Bykov, D. (2018) Psikholog Lev Shcheglov: Etot vek budet pokhuzhe XX [Psychologist Lev Scheglov: This Century Will Be Worse Than the 20th]. *Sobesednik*. [Online] Available from: <https://sobesednik.ru/dmitriy-bykov/20180216-psiholog-lev-sheglov-etot-vek-budet-pohuzhe-hh>.

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И МЕДИАПЕДАГОГИКА

UDC 378.1

DOI: 10.17223/26188422/6/4

V. A. Vershinin, I. Yu. Myasnikov

Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

E-mail: virshinin@gmail.com; bit.magazine@gmail.com

TEACHING DIGITAL PUBLICATION DESIGN AND DEVELOPMENT SKILLS TO RUSSIAN JOURNALISM STUDENTS: STUDENT-DEVELOPED IPAD MAGAZINE AS AN EDUCATIONAL TOOL

The paper presents the experience of refashioning education in press modeling and design by including theoretical sessions and applied training in digital publication development. In terms of empirical data, the paper draws on two digital publication experiments carried out at Tomsk State University. These applications became the first course project digital publications designed and produced by Russian university students. Building on these examples, the paper discusses technology and tools for digital publication development in the course project framework, training necessary to prepare students for such projects, and their relevance for Russian university programs in media and journalism.

Keywords: media education, project-based education, digital publishing, press modeling, multimedia journalism.

Education in the sphere of media and communication is ripe for modernization, both in terms of values it translates and in terms of technologies and platforms it uses and teaches and methods it employs. Last years' crisis in Russian media evolves against the background of technological advances of the global media market, with corporations readily embracing new software platforms, and with digital publications, together with media developed for mobile devices, gaining instant popularity and familiarity of web-based media.

However, Russian national higher education standards are very slow to embrace these developments. This emphasizes the importance of experimental educational forms and techniques in familiarizing students majoring

in journalism with the new platforms. This paper draws on the outcomes of an experiment carried out in Tomsk State University (Tomsk, Russia) with groups of students majoring in media design several years ago. The experiment was set up to evaluate the possibility of introducing digital publishing elements to journalism curricula and to assess its educational potential.

Discussion

Digital platform educational potential has been at the center of discussions among mass media scholars with theoretical interests and educators alike. Major changes in the educational process are introduced even when the student interacts with the new media simply as a consumer [1, 2]. In her analysis of iPad-assisted inclusive education (she draws her examples from a creative writing course), Rebecca Sullivan highlights the importance of broad range of software and platform options in group creative skills education [3]. Using new media as a creativity boosting tool (as it is understood at the Institute of Creative Technologies, De Montfort University) can add at least three new educational practice areas, namely, Creative Computing, Interactive Arts, and Media, Networks and Collaboration [4], provided the disciplinary approach to research and research-based educational practices is maintained.

Journalism methods and genres are transformed thanks to the broad range of opportunities provided by the new media; this process constitutes a research subfield of its own. In her study of the process of media convergence as an industrial reality and an epistemological phenomenon, Elaine Yuan highlights the trend among the new media users (in other words, among consumers of the products current media students will have to supply with content) to use multiple platforms for news consumption [5]. Yuan's observations are echoed by many other researchers. According to Hsiang Iris Chyi and Monica Chadha, more people in the United States now own wireless devices compared to before [6].

Other researchers working in the field (one example is Henry Jenkins' *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* [7]) leave no doubt that research into new platforms, such as iPad, offers not only new packaging for "old style" journalism, but is also a key to a new understanding of the changing role of journalism in the digital era. It is therefore all the more important to involve students into creative activities clustered around the development of digital publications for iPad. Creation of digital publications of programs in media development by the students on these programs is one such creative practice that is becoming increasingly popular.

Student Digital Publishing Projects in Journalism Education

Student-developed digital magazines were becoming a popular format in many US schools and departments educating journalists in 2011–2015. The pioneer of this format was *The OR Magazine*, produced for iPad since 2011 by University of Oregon’s School of Journalism and Communication students. It features several installments every year and is available as an application; the magazine, however, is not on the App Store’s Newsstand.

The OR Magazine is out every spring, after the students complete a ten-week course in digital publishing and its content is selected by Professor Ed Madison. Its main themes are nature, culture and the people of Oregon. One of the students describes their work as follows: “We were given full freedom to contribute to the evolution of journalism, making our ability to design something innovative truly invaluable” [8]. Adobe Digital Publishing is the main software platform used for the project.

University of Missouri’s student-designed *Vox* magazine launched its iPad version in 2012. The digital version is based on the printed edition and includes all the key stories from it, but it also features material from the magazine’s blog and website. The content is mainly focused on urban lifestyle, cultural events and personal stories. *Vox* has a weekly iPad version; some 10,000 copies of the print edition are also distributed every week. Furthermore, the magazine’s website attracts about twice as many unique users a week. *Vox* is available on campus and in the city of Columbia. “Students pitch the content, under the guidance of iPad editor Amanda Dahling; produce the stories; and design and edit the issue, using Mag+ iPad production software. I hope that this experience gives them a better understanding of the potential for magazines on new platforms, as well as hands-on knowledge of producing an iPad edition,” says Kristin Kellogg, adjunct professor at the University of Missouri [9]. The magazine uses Mag+ software and is available on Apple’s Newsstand.

The iPad edition of *Ball Bearings*, an online magazine designed and edited by the students of Ball State University, Indiana, already counts impressive eleven issues. The original online magazine was launched in 2006, and its iPad version followed in the fall of 2012. *Ball Bearings* focuses on the research in and the practice of digital storytelling and online journalism. Each issue offers about 15 modestly-sized pieces heavily loaded with visual and interactive elements. What distinguishes it from other student magazines is its relatively high volume of commercial advertising. Both

the website and iPad editions have won multiple awards making *Ball Bearings* the most successful student digital publishing project with an important off-campus audience. The magazine uses Adobe Digital Publishing as its core software solution.

Vox and *Ball Bearings* were launched at and are still produced by the respective schools of journalism but have already become successful and independent media with full-time editorial teams. In both cases, the iPad version is much younger than the original format, printed and online, respectively. However, *The OR Magazine* was launched as an iPad magazine not supported by a printed version or a website. Created as a course project for students of digital publishing, it has its every next issue produced by a new team of students.

One feature shared by all of the student projects in question is their capacity to spin off of campus and carry on their own as non-campus media covering cultural events, personal stories, city and even regional events reaching out not only to the on-campus community but also to a wider audience off campus. Free of the limitations set by the materiality of the printed publication, they are able to address and appeal to any audience: domestic readers in other areas of the country, international readers, finally, other students working on their own digital media projects. This connection helps journalism schools across the world share their experience in the field of digital publishing and digital storytelling. At the same time, digital publications have to compete in order to capture and retain their readers.

Methods and Tools

Our work draws on two main methods: integrated publication modeling and experimental publishing. The Serial Publication Modeling and Design Laboratory at Tomsk State University (TSU) Department of Journalism has been extensively testing the application of experimental methods in publishing modeling, making use of integrated modeling methodology [10], layout and visual modeling, and editorial design, as suggested by Stanislav Galkin [11], Mario Garcia [12], Yolanda Zapatera [13], and Francesco Franchi [14]. Many of research projects in regional newspaper and magazine modeling and follow up, whether funded through outside contracts or initiated at the department, were experimental.

Press modeling experiments fall into several categories [15]. The classification below is based on integrated modeling methodology, specifically

on the matrix module [16], used to define and carry out applied tasks in regional newspaper and magazine modeling and design. Experimental press modeling is classified as follows:

1. Integrated publication modeling tasks experiments.
2. Experiments focusing on one or several levels of integrated modeling.
3. Tests and trials at project implementation stage [17].

Drawing on application of experimental methods in sociology and taking into consideration specific stages and fundamental principles of media projects, three types of press modeling experiments can be suggested: full scale real experiment, mental experiment and real quasi-experiment [18].

Experimental projects in publication modeling are characterized by:

- experiment type based on the project designer's involvement in publication production: *mental experiment* (for example, project proposals), *full scale real experiment* (project market launch) and *real quasi-experiment* (model);

- experiment type based on the modeled project scope: *integrated* or *component* (here the specific level within which the experiment is carried out should be specified);

- *search* and *control* experiments, possibly comprising different stages of a real full scale experiment. While in the former the researcher sets out to merely search out for new forms of visual communication, the latter requires testing the forms that are in most demand in an experimental (pilot) issue;

- *experimental format*. Pilot publication or a follow up issue, and publication scope: one issue or a series;

- *experiment status* defines whether the experimental task is carried out as a commercial or as a self-initiated research project [19].

In this classification, the two projects discussed in this paper, a popular science publication *Green Mars* and a TSU Department of Journalism digital publication *Ten Points*, fall under the same categories.

Experiment type:

1. *Full scale real experiment*. The project scope included a comprehensive development of the digital publication and its market launch on the App Store.

2. *Integrated experiment*. Using the method of integrated modeling, the publication team developed all levels of the publication model: type, theme, genre, layout and visuals.

3. *Search experiment*. The project is different from the preceding publications as digital publishing forms of visual communication, page naviga-

tion and content formats are not as conventionalized as in printed or web publications. Therefore, every new digital publishing project involves search for new approaches which are still to be tested.

Experiment format: *pilot issue*. We have produced two digital publications that can be continued with more *follow up issues* by new cohorts of students.

Experiment status: *self-initiated educational projects*. Original ideas as well as production for both publications came from self-organized student groups. Both publications were produced as course projects.

Many of the experiments' results are still being updated: the number of App Store downloads, user geography, the influence of project media coverage on the number of users, interdependence of publication themes, scope and its popularity among other digital publications. The applications keep receiving new user rankings and reviews via purpose-built Apple services.

One of the most interesting questions the authors asked themselves before the projects were started was: to what extent are students with minimal knowledge in digital publishing able to create a digital publication? Obviously, this question could only be answered after the projects were completed. Judging from our experience, the semester-long course entitled Multimedia Publications Design with its 36 class hours is too short to give students comprehensive knowledge on theories of and practical tools for the development of digital publications. The projects in question were carried out outside of the standard curriculum and clearly demonstrated that it is during the development of a comprehensive publishing project that a great deal of practical skills is learned. One of the reasons for this is students' focus on the end product that will engage a wide audience instead of merely being graded by a class instructor.

Another important challenge that the teams faced during the projects was the fact that producing a digital publication involves an immense amount of theoretical knowledge combined with practical mastery of programming tools. Digital publications are perhaps the most challenging type of student project as they require experience in almost every subfield of journalism and publishing:

- publication modeling;
- printed publication design and layout setting;
- typography and lettering;
- writing, editing and proofreading;
- visual journalism: information graphics and photojournalism;

- video and audio editing;
- animation;
- web design and programming to support interactivity.

To be sure, many issues had to be addressed as they arose and new software had to be tested, mastered and explained on the go to ensure the successful completion of the experiment. As over 80 % [20] of all digital publications were created with Adobe Digital Publishing Suite, we strove to use the industry standard in order to make the skills the students acquire as relevant as possible for their future employment on the media market.

In order to produce an iPad publication using Adobe InDesign and Adobe Digital Publishing Suite, the project team should be familiar with at least the following digital publishing tools:

- fundamentals of computer layout design and typography;
- Object States as the most popular digital publishing tool since it is used to create most of the digital publication's integral elements, such as slideshows, pop-up captions, interactive graphics and other;
- scrollable frame;
- image sequence;
- creating and managing hyperlinks;
- panorama;
- adding video and audio content created with other software;
- adding web content (created with other Adobe products, such as: Muse, Dreamweaver, Edge Animate, etc.).

Along with theoretical knowledge of journalism and publishing outlined above, practical mastery of these tools is an essential part of training in digital publishing.

Digital Publication Experiments

In late 2013, we were able to initiate the creation of the first Russian student-designed digital publication made available to a wide audience. The Department of Journalism editing and publishing cluster served as the project hub. The students were offered to create a publication for the Russian National Student Olympiad in Publishing to take place in Izhevsk. While that year's contest theme was environment, TSU students found a fresh angle for the topic and decided to cover Martian colonization with a view to call readers' attention to environmental issues on Earth by way of describing the challenges of terraforming and human colonization on Mars.

The digital format received further significance as a greener mode of publishing, saving paper and respecting space: one can download much more publications on a tablet than acquire in print. This is how we set about working on the *Green Mars* experiment.

At the same time the work was underway to create a digital magazine of the Department of Journalism. The magazine was envisioned as a group course project for the Multimedia Publication Design course and the students came up with the concept of a digital publication entitled *Ten Points*.

Experiment Outcomes

Structurally, *Green Mars* is designed in accordance with current digital magazine standards: it has an interactive cover page, the contents page is hyperlinked, and there are twelve texts of different volume discussing the terraforming and colonization of Mars as well as some related topics such as space travel, food in space, and an overview of earlier press on spatial colonization. Apart from text and static images, the publication features interactive information graphics, videos and photo galleries.

It took the project team two months to successfully complete the project. Using the method of integrated modeling, the project involved analysis and design to optimize the publication's format, structure and genre, as well as to understand what audience it should target. The method of integrated modeling proved an efficient tool for the task and was demonstrated to be well suited for the digital format.

Between 2014 and 2018, the publication was installed on over 2,500 iPad tablets mainly in Russia, Ukraine, Belarus, Germany, Estonia, Kazakhstan, and the USA. Furthermore, it was favorably ranked by users and received a number of positive reviews on the App Store. However, it was the very fact that such a publication was created that attracted the most attention: it was covered by 17 websites and newspapers in the city alone. In addition, it was featured on two TV channels and in 20 national media. Media attention drove further installs and widened its audience. *Green Mars* install statistics from the App Store demonstrates that the number of installs peaked when the publication was covered in the media.

Ten Points has an animated cover page, numerous multimedia materials, such as animated photos, slideshows, videos, interactive and animated graphics of various types, panoramic photos with pop-up captions, and a 180-degree scrollable panoramic shot, as well as 23 texts of different volume under 10 rubrics.

The making of *Ten Points* took over six months. It started as a course project and was finally completed by a self-organized group of students in May 2014. So far, it has been installed on iPad over 500 times with user geography covering 17 different countries with most users located in Russia, the USA, Poland, Ukraine, and Kazakhstan. Although *Ten Points* was discussed in several publications on regional and university websites as well as in a news story on one of the city's TV channels, media coverage has not had a significant impact on the number of installs. In July 2014, the magazine was featured on Adobe Digital Publishing Showcase Gallery drawing user interest from a number of countries.

The student course project in digital format overcomes many limitations frequently associated with the printed format. A digital publication is not limited in terms of print run, number of pages, printing options and printing quality. And there is a wealth of multimedia content to add, reviving what first looks like a traditional magazine with animated graphics, interactive elements, video and audio content. At the same time, the page layout remains close to that of the printed publication; it is here that screen position can add variety. Depending on the screen orientation, a horizontal or a vertical layout can be used.

Both *Green Mars* and *Ten Points* cannot be classified as magazines proper: in structure, scope and irregular issue they resemble what has been recently called a mook [14]: a hybrid format between a magazine and a book. This brings together the project as creative journalist collaboration, on the one hand, and as a publishing project (a single issue, a unique application), on the other. There is no certainty that either of the projects will be followed up with new issues; the other unresolved problem lies in the fact that the developer team only owns Adobe license for producing digital publications as one-off applications rather than the newsstand license covering several installments in a series or several independent publications.

For the students in digital publishing, the main goal is to learn how to make the navigation inside the new kind of media intuitive and accessible to any user, independent of their experience level. Equally important is constructing a transparent publication architecture that would ensure that no element is missed by the reader and that most of the publication's information is accessed and consumed. In order to maximize the functionality of a digital publication, it is crucially important to understand user behavior. The new format sets the challenge of learning how to manage user attention on the tablet screen (with previous experience only in printed or web formats) not only to students but also to instructors and researchers.

Conclusion

Had the students created *Green Mars* as a traditional print publication, the chances of it reaching out to a worldwide audience of twenty-five hundred users would have been very slim. Had it indeed been the case, the publication would have followed the fate of its many printed predecessors with a run of several copies. TSU Higher School of Journalism's *Ten Points* has been the first Russian digital student magazine for iPad available on the App Store.

Two experiments discussed in this paper demonstrate the efficiency of digital circulation for publications aimed at small dispersed audiences and designed for digital devices in the new digital format. Growing mobile devices sales increase the number of potential digital users by several hundred millions every year while software continues to open great new opportunities in journalism, publishing and educational projects in these areas.

Digital publishing became an integral part of contemporary journalism generating an increasing demand for media professionals. The demand for developers of tablet- and smartphone-oriented publications and content grows every year. Unfortunately, Russian university departments and schools of journalism offer virtually no training programs in this area. This is in part due to a slowdown in general media evolution in the country, which was especially notable in 2014. Slow digital media development is only a reflection of the general situation with respective market segment performance way below current global trends. Furthermore, Russian national educational standards are largely outdated in comparison with the practices of contemporary journalism and do not include courses in digital journalism.

In 2019, the heyday of tablet magazines already ends, and the number of tablet magazines constantly declines. Many big titles, e.g., *Newsweek* and *Wired* shrink their interactivities, and *National Geographic* even replaced its famous full-interactive tablet magazine with pdf-replica. The mobile media and its linear storytelling gained first place in digital journalism [21]. However, students' tablet magazine projects are still a powerful educational tool that fosters editorial and multimedia skills still required for modern graduated journalists. And these projects are still emerging in the Higher School of Journalism at Tomsk State University. The course on digital publication design and development has been in the curriculum for four years and now it is ready to be replaced with the course on designing the editorial experience of new kinds of modern media.

References

1. Ahmad, P. & Brogan, M. (2012) Scholarly Use of E-Books in a Virtual Academic Environment: A Case Study. *Australian Academic & Research Libraries*. 43:3. pp. 189–213. DOI: 10.1080/00048623.2012.10722277
2. Sharman, A. (2014) Roving Librarian: The Suitability of Tablets in Providing Personalized Help Outside of the Traditional Library. *New Review of Academic Librarianship*. 20:2. pp. 185–203. DOI: 10.1080/13614533.2014.914959
3. Sullivan, R. (2013) The Tablet Inscribed: Inclusive Writing Instruction With the iPad. *College Teaching*. 61:1. pp. 1–2. DOI: 10.1080/87567555.2012.700339
4. Hugill, A. (2013) Introduction: transdisciplinary learning for digital creative practice. *Digital Creativity*. 24:3. pp. 165–167. DOI: 10.1080/14626268.2013.814546
5. Yuan, E. (2011) News consumption across multiple media platforms, *Information, Communication & Society*. 14:7. pp. 998–1016. DOI: 10.1080/1369118X.2010.549235
6. Chyi, H. I. & Chadha, M. (2011) News on New Devices: Examining Multiplatform News Consumption in the Digital Age. Paper for the *12th International Symposium on Online Journalism*. 1–2 April 2011. Austin, Texas.
7. Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
8. Shaffer, A. & Bussell, H. (2013) Editor's Note. *OR magazine*. Outdoor Issue. Vol. 3.
9. Girsdanski, G. (2012) *Vox Magazine App Integrates Print and Digital Content in a Format Optimized for Tablet Viewing*. [Online] Available from: <http://journalism.missouri.edu/2012/12/magazine-journalism-students-create-new-ipad-app-using-industry-standard-program>.
10. Myasnikov, Yu.N. & Myasnikov, I.Yu. (2013) Matrix-Based Complex Modeling of Periodicals as Focused Project Management Technique. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 3 (23). pp. 107–115. (In Russian).
11. Galkin, S.I. (2007) *Tekhnika i tekhnologiya SMI: Khudozhestvennoe konstruirovanie gazety i zhurnala* [Technique and Technology of the Media: Artistic Design of a Newspaper and Magazine]. Moscow: Aspekt-Press.
12. Garcia, M. (2002) *Pure Design*. Miller Media.
13. Zappaterra, Y. (2002) *Editorial Design: For Print and Electronic Media*. Rockport Publishers.
14. Franchi, F. (2013) *Designing News. Changing the World of Editorial Design and Information Graphics*. Die Gestalten.
15. Tulupov, V.V. et al. (2006) *Tekhnika i tekhnologiya SMI: pechat, radio, televidenie, Internet* [Technique and Technology of the Media: Printed Press, Radio, Television, Internet]. St Petersburg: Izdatel'stvo Mikhaylova V.A.

16. Myasnikov, Yu.N. (2012) Contract Newspapers and Magazines Modelling and Projecting Flowchart as a Tool of Project Contents and Project Development Resources Determination. *Vestnik Tomkogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Vestnik Tomkogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 2 (14). pp. 131–144. (In Russian).
17. Vershinin, V.A. (2013) The Use of Experimental Method in Print Media Modelling. *Vestnik Tomkogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 6 (26). pp. 101–109. (In Russian).
18. Yadov, V.A. (2000) *Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya. Opisanie, ob'yasnenie, ponimanie sotsialnoy real'nosti* [Sociological Research Strategy. Description, Explanation, Understanding of Social Reality]. Moscow: Dobrosvet.
19. Vershinin, V.A. (2013) Vozmozhnosti adaptatsii metoda eksperimenta k modelirovaniu pressy regiona. *Vestnik Tomkogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 3 (23). pp. 98–106. (In Russian).
20. Adobe Digital Publishing (2013) Lates DPS stats growth in circulation and readership; .folio file format to be offered under free licenses. <http://blogs.adobe.com/digitalpublishing/2013/12/readership-metrics-open-folio-format.html>.
21. Garcia, M. (2019) *The Story*. Vol. II: Storytelling. Thane & Prose.

Обучение дизайну цифровых изданий: студенческий проект iPad-журнала как инструмент образования

В. А. Вершинин, И. Ю. Мясников

Ключевые слова: медиаобразование, проектное обучение, учебный медиапроект, цифровой паблишинг, моделирование прессы, дизайн СМИ.

В статье рассматривается опыт включения теоретических и практических занятий по созданию цифровых изданий в процесс обучения моделированию и дизайну прессы. Сегодня цифровой паблишинг стал небольшой, но неотъемлемой частью общемировой практики журналистики. И с каждым годом возрастает потребность в специалистах, способных выпускать издания для новых типов электронных устройств в новых медийных форматах, создавать необходимый для данных проектов контент. Однако подготовка таких специалистов на протяжении последних лет практически отсутствовала в программах российских факультетов журналистики.

В качестве эмпирического материала статьи рассматриваются два эксперимента по выпуску цифровых изданий на факультете журналистики Томского государственного университета: издание о проблемах терраформирования «Зеленый Марс» и журнал факультета журналистики «10 пунктов». В свое время эти издания стали первыми учебными издательскими проектами для планшетов, разработанными и выпущенными студентами российских вузов в сервисе *Apple App Store*. На примере указанных приложений рассматриваются технология и инструменты создания цифрового издания в учебном процессе, подготовка студентов к работе над подобными проектами, их необходимость для развития медиаобразо-

вания в России. На основе этих данных были предложены рекомендации по разработке подобных изданий и включению цифрового паблишинга в образовательный процесс на факультете журналистики.

Эксперимент показал, что цифровые издания открыли новые возможности перед СМИ и инициативными издательскими проектами за счет исключения расходов на полиграфию и расширения аудитории за счет электронных каналов распространения. Это говорит об эффективности распространения изданий для малых аудиторных групп при условии распространения соответствующих электронных устройств и формата цифровых изданий. Введение элементов моделирования цифровых изданий в учебную программу, например, в виде курса по дизайну мультимедиа с выпуском экспериментального издания, стало рациональным решением на данном этапе развития цифровых медиа. Но вектор развития новых медиа требует дальнейшего преобразования курсов по их разработке в контексте развития идей дизайна читательского опыта и новых форматов цифровых изданий.

УДК 378.1

DOI: 10.17223/26188422/6/5

О. Д. Журавель, Н. Б. Симонова, Е. А. Шафферт

ФОРМИРОВАНИЕ АКТУАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ У СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ: ГУМАНИТАРНЫЙ БЛОК

Статья посвящена вопросам преподавания ряда дисциплин, обеспечивающих общую гуманитарную и общепрофессиональную подготовку журналиста. Предлагаются методики, основанные на использовании разных способов визуализации контента, в частности, презентация контента с помощью цифровых инструментов. Обсуждаются интерактивные методы освоения учебного материала. Новаторские технологии рассматриваются как эффективное средство формирования компетенций, необходимых в профессиональной подготовке журналиста.

Ключевые слова: журналистское образование, гуманитарный блок, интерактивные формы, цифровые инструменты, компетентностный подход.

Проблемы современного журналистского образования активно обсуждаются исследователями (см., напр.: [1, 2]). Это обусловлено системными изменениями в медиасреде и в СМИ, вызовами медиаиндустрии. Параллельно происходит процесс радикальной трансформации методов и принципов вузовской подготовки, в том числе журналистов, в России. Анализ опыта журналистского образования и современных требований к нему позволяет говорить о том, что в настоящее время качественная подготовка журналистов может осуществляться только при условии, что в учебном плане присутствует, во-первых, четыре больших блока предметов:

- курсы, обеспечивающие общую гуманитарную подготовку (история литературы и журналистики, политическая история, история культуры и др.);

- курсы, связанные с теорией коммуникации, политологией, психологией аудитории (механизмы коммуникативного воздействия СМИ, психология медиа, социология медиа и др.);

- курсы, задачей которых является освоение студентами новых жанров журналистики, форм медиакоммуникаций, новых способов

получения, обработки и анализа данных (журналистика больших данных, использование контента социальных медиа, основы веб-аналитики, использование искусственного интеллекта, алгоритмов машинного анализа текстов, звука и изображений);

– технико-технологические курсы (цифровые инструменты медиа, AR/VR медиа, визуализация контента, GIF-анимации, интерактивный контент (тесты, игры, опросы, карты, таймлайны и др.).

Во-вторых, студенты проходят учебные и производственные практики на реальных медийных площадках, имеют возможность реализовывать собственные медиапроекты в течение всех лет обучения. В-третьих, в рамках и практических и теоретических курсов происходит работа над формированием компетенций ставшего уже классическим квартета 4К (критическое мышление, креативность, коммуникация и кооперация).

В том, что касается пересмотра и трансформации методик преподавания, необходимо учитывать, что в вузы пришли представители так называемых поколений X и Z, у большинства из которых наличествует «визуальное мышление» (Р. Арнхейм), т.е. мышление посредством визуальных операций, которое тяготеет к нелинейности миромоделирования. В его русле визуальные образы не иллюстративны, а являются конечным проявлением самого мышления и одним из важных культурогенных инструментов миромоделирования [3].

Таким образом, использование в учебном процессе разных форм и способов визуализации контента позволяет, с одной стороны, сделать процесс обучения более эффективным, с другой – сформировать необходимые именно студенту-журналисту компетенции по презентации контента с помощью цифровых инструментов.

Курс *«История зарубежной журналистики»* призван на основе фактического материала и теоретических разработок сформировать у студентов представления об исторических закономерностях, специфических национальных и региональных особенностях развития западноевропейской и американской журналистики, СМИ других регионов. Основное внимание при изучении данного курса сосредоточено на рассмотрении этапов становления и развития европейских (британских, итальянских, французских, германских) и американских средств массовой информации, выделяются общие тенденции и специфики их развития. В данном курсе национальные системы СМИ рассматриваются как единое целое во взаимоотношениях с политической, экономиче-

ской и социальной системами стран, анализируются внешне- и внутри-системные связи. Сравнительный анализ позволяет сформировать целостное представление о закономерностях в развитии систем национальных СМИ и глобального информационного пространства.

В результате освоения курса «История зарубежной журналистики» студент должен обладать следующими компетенциями: «способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей» (ОПК-2); «способность ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности» (ОПК-5) в соответствии с госстандартом «3+». В соответствии с госстандартом «3++» студент обязан «учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования» (ОПК-5).

Новым форматом систематизации полученных по истории зарубежной журналистики знаний стала проектная работа над созданием таймлайна.

Этапы работы над таймлайном (итоговая работа по «Истории зарубежной журналистики») представлены следующим образом:

Первый этап (аудиторная работа): формирование групп по 3–4 человека, выбор одной из предложенных тем:

1. Технологии получения и распространения информации.
2. СМИ и государство: законодательство, цензура, судебные дела, внезаконодательное регулирование.
3. Политика и СМИ (взаимовлияние: СМИ – на решения, политическую ситуацию и пр., политической ситуации – на развитие национальной медиасистемы (войны, революции и др.).
4. Количественные характеристики (тиражи, периодичность, численность изданий).
5. Эволюция типов СМИ, жанров журналистики.
6. Экономика СМИ (эволюция форм собственности, финансирования и пр.).
7. Развитие рекламы.
8. Институализация профессии журналиста (формирование профессиональных норм, организаций, объединений, союзов и др.).

Второй этап (аудиторная, самостоятельная работа). В рамках каждой темы рассматривается развитие журналистики в США, Франции, Германии, Великобритании и в Италии в Новое и Новейшее время. Команда строго формулирует критерии анализа по теме (например, характеризуем количественные показатели СМИ четырех стран с периодичностью каждые 20 (50) лет по следующим параметрам: пресса – объем, тираж, периодичность, радио и телевидение – количество станций частных / государственных / общественных и пр., часов вещания, рекламные бюджеты и т.д.).

Эти два этапа подразумевают, что студенты смогут, выбрав наиболее интересную для них тему, организовать эффективную работу в группе, распределить обязанности и функции, спланировать время, установить дедлайны для внутренних этапов работы и контролировать их прохождение.

Третий этап. Изучение исследовательской литературы и источников, обработка данных для таймлайна.

Используя доступные источники информации, участники команды, распределив между собой материал по странам / хронологическому принципу / более узким тематическим группам, готовят данные для создания таймлайна. Группа заполняет таблицу, что позволит сформировать четкую структура таймлайна, выявить наиболее значимые моменты, синхронизировать информацию по странам. Формат представления информации следующий: тексты, графики из Excel, фото, видео, анимация, аудио и т.д. Иллюстративный ряд должен быть связан с темой. Информация, относящаяся к разным странам, маркируется в проекте разным цветом. Важным критерием оценки прохождения этого этапа становится критическое отношение к источникам и литературе, умение выделить важную информацию / концепции / данные и т.д., что позволит на последнем этапе сделать адекватные выводы, сформировать и представить объективную картину развития медиа в разных странах.

Четвертый этап (самостоятельная работа). Оформление таймлайна, подготовка аналитической записки по теме.

Пятый этап (аудиторная работа). Заключительным этапом является презентация проекта в форме доклада, основой которого является аналитическая записка по теме, а иллюстративной частью – таймлайн.

Такой формат работы позволяет собрать «пазл» из тех знаний, которые были получены студентами в процессе изучения истории зару-

бежных медиасистем, учитывая национальные особенности политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, сопоставить в хронологическом порядке события, происходившие в этой сфере, вписать их в общественно-политический, экономический, культурный контекст, выявить общие тенденции и национальные особенности в развитии СМИ разных стран, акцентировать внимание студентов на закономерностях в развитии глобального информационного пространства. С другой стороны, это позволяет освоить новые цифровые технологии визуализации знаний.

Создание сложных комплексных таймлайнов предваряется своего рода подготовительной работой: еще в третьем семестре, в курсе *«История западных цивилизаций»*, студенты осваивают этот инструмент для представления линейной последовательности событий, ограниченных одной страной и небольшим периодом. Примерами подобных таймлайнов могут являться проекты «Жизнь Луи Пастера» или «Парижская коммуна», создаваемые студентами в рамках изучения темы «История Франции XIX в.». Важным этапом реализации этого простого медийного проекта является его представление: студенту нужно грамотно разделить информацию, выложенную в таймлайне, и текст, который произносится вслух при его презентации, они не должны дублировать друг друга.

Еще одной регулярной формой работы в рамках практического курса «Истории западных цивилизаций» является подготовка макетов обложек журналов, отражающих повестку дня и культурные особенности изучаемого периода. Для выполнения этого задания студенту предстоит решить несколько задач:

- 1) выбрать современный журнал, концепция и оформление которого станут прототипом для выдуманного студентом;

- 2) подобрать ряд фактов, соответствующих как изучаемой теме, так и выбранному прототипу. Допустим, если речь идет об истории Великобритании XIX в., то героем номера может стать реальный мужчина или женщина той эпохи, а тематика статей номера должна быть организована вокруг этой фигуры и исторических условий периода;

- 3) оформить обложку, ориентируясь на современный прототип: разместить на ней изображение героя, название издания, дату выхода, а также заголовки ключевых тем и материалов номера;

4) в заключение студент готовит «Письмо редактора», представляющее читателям героя номера и рассказывающее содержание ключевых материалов. Так, героем выдуманного журнала *Vogue* о Великобритании XIX в. стала юная королева Виктория, статьи журнала освещали свадебные моды и традиции того периода, а также правила поведения знатной невесты в обществе и с женихом.

Подобное задание позволяет не только самостоятельно изучить интересный для самого студента исторический аспект с разных сторон, от персоналий до отдельных фрагментов истории повседневности, важной, но редко освещаемой в учебниках, но и закрепить понимание таких тем, как «концепция периодического издания», «повестка дня» и «дизайн периодического издания». Также у бакалавров появляется дополнительная возможность практиковать свои навыки работы в *Photoshop* и *Coreldraw*, приобретенные в предыдущем семестре.

Завершается курс «Истории западных цивилизаций» читательской конференцией «Проекты рая», названной так по следам сборника утопий XIX в. Задачей конференции является подведение итогов Нового времени, реальных и идейных. Студенты делятся на группы, каждая из них читает выбранный текст одной из утопий сборника [4] и представляет мультимедийные читательские дневники – путевые заметки посетителя утопической страны. Студентам предстоит осмыслить, какие мечты авторов-утопистов воплотились в реальной жизни, а какие так и остались проектами. Этот опыт хорош как практика осмысления многомерного взаимодействия текста и реальности, также знакомство с утопиями позволяет им более глубоко воспринимать материалы курса истории литературы.

В Федеральном государственном образовательном стандарте 3+ дисциплина «**История отечественной литературы**» относится к базовой части первого блока, изучение курса направлено на формирование способности ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной литературы и журналистики, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности (ОПК-4). В соответствии с ФГОС 3++ данный курс направлен на формирование общепрофессиональных компетенций, на развитие «способности использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и/или медиапродуктов, и/или коммуникационных продуктов» (ОПК-3). Литературоцентризм, характерный для отечественной культуры прошлых веков, не

позволяет снизить важность изучения лучших текстов словесности, созданных писателями, а также их писательского и журналистского опыта в ходе профессиональной подготовки журналистов. В Новосибирском государственном университете в курсе отечественной словесности XX в. (5–6-й семестр, бакалавриат по направлению подготовки «Журналистика») литературные явления рассматриваются в широком культурном контексте, выявляются мотивы, мифологемы, общие для эстетического, литературного и публицистического дискурсов.

На лекциях в разделе, посвященном писателям начала XX в., в чьем творчестве нашли отражение реалистические тенденции, специальное внимание уделяется публицистическим текстам, вкладу писателей в формирование художественно-публицистических жанров, подчеркивается связь с журналистикой. В художественном методе прозы этого времени (рассказы А. Чехова, М. Горького, А. Куприна, Л. Андреева) отмечаются общие черты с журналистскими приемами: опора на факты, стремление к объективности, отказ от «морального расследования»; личный опыт писателей, отразившийся в ряде произведений, сравнивается с журналистским методом «включенного наблюдения». В конце изучения данного периода студентам предлагается выполнить творческое задание. Они должны выбрать любое произведение, основанное на событиях или явлениях, имевших место в жизни того или иного писателя, однако посмотреть на фабульную основу глазами журналиста (репортера, новостника). В итоге создается медийный продукт, журналистский текст любого выбранного студентом жанра: это могут быть репортаж, интервью, подборка новостей, редакторская колонка или аналитическая статья, по возможности указывается издание, где мог быть опубликован данный материал. При выполнении задания студенты учатся отличать художественный стиль от стиля журналистских жанров, осознают значение художественного вымысла в беллетристике и недопустимость его в медийных текстах, развивают навыки креативного письма. Работы оцениваются по 10-балльной системе (при изучении курса используется рейтинговая система накопления баллов), где учитываются точность и глубина понимания содержания «исходного» произведения писателя, соответствие творческой работы указанному журналистскому жанру, речевые и стилистические особенности, а также оригинальность идеи.

Так, например, на основе рассказа И.А. Бунина «Захар Воробьев» студентом написан материал «В первый день Спаса почетный житель

Осиновых дворов упал замертво, не дойдя до своего дома» с лидом «Предположительно, Захар скончался от сердечного приступа». Понимание того, насколько лирическая медитативная новелла Бунина отличается от репортажа, выразилось в материале с заголовком «Как Алексея Малютина приговорили к казни за убийство гимназистки», лид: «Алексея Малютина приговорили к смертной казни за убийство гимназистки Оли Мещерской. Судебное заседание прошло 12 апреля в день похорон девушки» (по рассказу «Легкое дыхание»). По сути дела, при создании журналистских текстов происходит перекодирование художественного текста на медийный, вырабатывается чувство стиля.

Репортаж «специального корреспондента журнала «Нива» Шавинского» «Шпион» создан под впечатлением от рассказа А.И. Куприна «Штабс-капитан Рыбников» и был представлен в форме оригинал-макета с верхним колонтитулом журнала «Нива» (1905. № 3) с указанием страниц публикации. По мотивам другого рассказа того же писателя «Дознание» написано интервью «Солдат или человек? О том, что происходит сейчас в армии с моральными принципами. Как молодых людей приучают к жестокости по отношению к своему же товарищу, оступившемуся в чем-то. Об этом мы спросили подпоручика Козловского – человека, который на службе в полку совсем недавно, но уже не справился с эмоциональным напряжением и устроил драку».

Актуальная для России начала XX в. социальная проблема, впервые художественно освоенная А.И. Куприным в повести «Яма», побудила написать репортаж «Из детства – в Яму; из рублевого – в полтинничное» с пространным лидом «Старейшие публичные дома Ямской слободы (или по-простому Ямы) переживают не лучшее время. Прибыль и репутация каждого падает быстрее, чем работники успевают к этому приспособиться. Больше всех пострадал некогда популярный дом Анны Марковны. С наступлением этого года ее заведение из рублевого превратилось в копейное, что повлекло массовую текучку кадров».

Студенты обращаются и к произведениям, основанным на мифологических источниках. Автор критической заметки, написанной на основе повести Л. Андреева, затронул философско-нравственные проблемы: «Иуда Искариот – предатель или жертва? Почему Иуда предал Христа? Возможны ли ложь во спасение и убийство во благо? Ответить на эти непростые вопросы попытался Леонид Андреев в повести “Иуда Искариот”». Работа другого студента начинается сло-

вами «Любит ли деньги Иисус, как заполучить Сатану в отцы, и парадоксальное предательство из-за любви. Человек, имя которого стало нарицательным для обозначения предателей, Иуда Искарот рассказал, почему не считает себя таковым, и за сколько можно продать Иисуса».

В конце практического занятия, посвященного творчеству И.А. Бунина, каждому студенту предлагается анонимно задать один вопрос писателю, написав его на листе бумаги. На следующем занятии выбирается два человека: один – на роль интервьюера, другой, из числа желающих, – на роль самого писателя. От второго студента требуется не столько артистично представить писателя, сколько точно ответить на вопросы, учитывая проблематику его произведений, биографию писателя. Интервью, взятое у «Бунина» в 2018 и в 2019 учебных годах, показало высокий интерес к творчеству писателя, актуальность многих затронутых им вопросов и позволило студентам отработать навыки этого журналистского жанра.

В конце курса отечественной литературы XX в. проводится итоговая пресс-конференция, посвященная современному литературному процессу. На этом, как и на других занятиях, используется проектная групповая работа. Преподаватель предлагает несколько тем, отражающих современную литературу, например: «Русский постмодернизм. В. Пелевин: поиск художественной формы или обретение смыслов?», «Неотрадиционализм в русской литературе: романы Евгения Водолазкина (“Лавр”, “Авиатор”))», «“Дом, в котором...” Мариам Петросян: эксперимент или откровение?», «“Женский почерк” в современной русской литературе. Споры о правомерности гендерного подхода к литературе: Л. Петрушевская, Т. Толстая, Л. Улицкая, Марина Степнова. Гузель Яхина», «Феномен Е. Гришковца», «Романы Михаила Шишкина» и др. Всего предлагается не больше 9–10 актуальных тем.

Студенты разбиваются на команды, назначаются главный редактор, научный консультант, ответственный за теоретическую разработку проблемы, дизайнер, исполнители, готовятся проекты. На конференции в мае 2019 г. присутствовали самые разнообразные форматы. Так, команда, представляющая «женский почерк» в литературе, использовала форму читательской конференции и «круглого стола», куда были приглашены «журналист» и «литературный критик», отвечавшие на вопросы читателей. Евгению Гришковцу была посвящена радиопередача с заранее записанными аудио, творчество М. Шишки-

на представлялось мультимедийной презентацией, импровизированным интервью с самим «Шишкиным» и драматической инсценировкой эпизода из романа «Письмовник». Основное содержание сложной культовой книги М. Петросян «Дом, в котором...» было раскрыто благодаря сочетанию мультимедийной композиции с аналитическими комментариями, цитацией фрагментов и музыкальным сопровождением в исполнении самих студентов. Экспертный совет из числа преподавателей выставлял оценки, в которых учитывались глубина разработки материала, форма подачи материала и журналистская составляющая.

Итак, применение методов командной групповой работы, развитие коммуникационных навыков, использование различных способов визуализации, цифровых технологий позволяют перевести процесс обучения от малоэффективного пассивного восприятия информации к активной деятельности по ее освоению и практическому применению и в итоге достичь не только расширения эрудиции студентов в области гуманитарного знания, но и сформировать навыки, необходимые в профессии журналиста.

Литература

1. Тулупов В. В. О вузовском журналистском образовании // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2016. Т. 22. С. 7–13.
2. Борщева Н. Н. Модель универсального журналиста, или стратегия журналистского образования в условиях конвергенции СМИ // Поволжский педагогический вестник. 2018. Т. 6, № 1 (18). С. 82–86.
3. Тенхунен П. Ю., Елисеева Ю. А. Особенности восприятия учебной информации современными студентами: потенциал визуальной концептуализации // Интеграция образования. 2015. Т. 19, № 4. С. 28–34.
4. Утопия XIX века. Проекты рая. М., 2019. 608 с.

Development of Competencies Required from Student Journalists: The Humanities

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2019. 6. pp. 86–96.

Olga D. Zhuravel, Natalia B. Simonova, Evgenia A. Shaffert, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: olga_zhuravel@mail.ru / sdnd@mail.ru / shaffert@academ.org

DOI: 10.17223/26188422/6/5

Keywords: journalism education, humanities, interactive forms, digital tools, competency-based education.

The article discusses the current issues of teaching several disciplines that provide humanitarian and general professional training for journalists. The authors propose

approaches based on the use of various data visualization methods in the educational process, in particular, digital presentation tools. They also analyze in detail the project work on creating a timeline as a new format intended for knowledge systematization. This format is successfully used in courses on the history of foreign journalism and the history of Western civilizations. It helps students not only summarize and organize a vast amount of information, but also learn how to put into practice the knowledge of content visualization techniques. Moreover, the authors share the experience of introduction of new approaches into the education process such as teamwork on the design of covers for digital magazines, which reflect the agenda and cultural features of the studied period (the History of Western Civilizations course), digital readers' journal and so on. These approaches are aimed to develop historical thinking, increase erudition in the field of cultural history and improve an aesthetic taste. They make it possible not only to study varied historical aspects from different angles (from personalities to particular fragments of everyday history), but also to deepen the understanding of such topics as the concept of a periodical publication, the agenda and the design of a periodical. Furthermore, bachelors have an additional opportunity to practice their skills in Photoshop and CorelDraw. The article describes interactive teaching strategies applied in the course of Russian literature, which are based on the development of communication skills and work in editorial boards, and other approaches, including interviews and press conferences; multimedia applications intended for generalization and presentation of materials that are created by students for their team projects. Working with literary texts, students also practice their knowledge of the theory of journalism: to complete a number of tasks, students should demonstrate their understanding of the main features of journalistic genres, distinguish journalistic writing and literary style and reinforce the skills of creative writing. The authors use all approaches, strategies and technologies described in the article in teaching at Novosibirsk State University. The authors believe that innovative technologies, on the one hand, enable to make the learning process more productive and, on the other hand, allow successful developing of the "4C competencies" (critical thinking, creativity, communication and cooperation skills).

References

1. Tulupov, V.V. (2016) On Higher Journalism Education. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury – Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in Education, Science and Culture*. 22. pp. 7–13. (In Russian).
2. Borshcheva, N.N. (20018) The Universal Journalist, or The Strategy of Journalistic Education in the Conditions of Media Convergence. *Povolzhskiy pedagogicheskii vestnik*. 6:1(18). pp. 82–86. (In Russian).
3. Tenkhunen, P.Yu. & Eliseeva, Yu.A. (2015) Features of Perception of Educational Information by Modern Students: Potential of Visual Conceptualisation. *Integratsiya obrazovaniya – Integration of Education*. 19(4). pp. 28–34. (In Russian).
4. AST. (2019) *Utopiya XIX veka. Proekty raya* [Utopia of the 19th Century. Paradise Designs]. Moscow: AST.

ИСТОРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 81.114

DOI: 10.17223/26188422/6/6

Н. М. Байбатырова

ТЕМА ЧИСТОТЫ РУССКОГО ЯЗЫКА И СОХРАНЕНИЯ ЯЗЫКОВОГО НАСЛЕДИЯ В ПУБЛИЦИСТИКЕ АВТОРОВ «ТРЕТЬЕЙ ВОЛНЫ» РУССКОЙ ЭМИГРАЦИИ

В статье анализируется научно-публицистическое творчество авторов русского зарубежья, которые писали о чистоте русского языка в покинутом СССР и о проблемах сохранения языкового наследия. Представители «третьей волны» русской эмиграции подчеркивали, что русский язык является культурно-историческим фундаментом нации, поэтому важно сохранить его чистоту. Писатели, публицисты и журналисты понимали, что процессы, происходящие в русско-советской лексике и грамматике, могут существенно пошатнуть культурно-исторический фундамент нации.

Ключевые слова: языковое наследие, русский язык, авторы-эмигранты, чистота языка, публицистика.

В СССР русский язык был основным и единственным языком межнационального общения. Безусловно, за десятилетия коммунистического режима в языке происходили изменения как на уровне лексики, так и в синтаксическом плане. Общественные деятели, писатели, публицисты, издатели и журналисты, покинувшие Советскую Россию во второй половине XX в., с интересом обсуждали и высказывали свою позицию относительно проблем влияния коммунистической идеологии на русский язык. Многие с сожалением отмечали необратимые процессы превращения живого языка в застывшую, полную советских штампов речь.

Подавляющее большинство представителей творческой интеллигенции «третьей волны» русской эмиграции оказались за рубежом по собственной воле, что отличало их от предшествующих эмигрантских потоков. Однако многие покинувшие СССР после 1970-х гг. писатели, публицисты и журналисты испытывали на родине те или иные формы политического давления, некоторые пережили политическое

преследование и травлю. Изначально они не имели целью сохранение русской культуры и русского языка за рубежом и собственное возвращение в Россию. Необходимо отметить, что среди выехавших на новое место жительства за рубеж было много представителей еврейского этноса. Именно поэтому «третью волну» эмиграции часто называют «еврейской», «этнической». В позднесоветский и постсоветский периоды в русской эмиграции, центром которой в 1980–1990-х гг. стали Нью-Йорк и Израиль, авторы, не стесняясь, высказывались в адрес покинутой страны и бывших соотечественников. Они осваивали новые методы и приемы публицистического и литературно-критического творчества, зачастую оттачивая сатирический слог в изданиях, посвященных политике, экономике, социальной сфере покинутой страны.

Одной из волнующих русское зарубежье тем была проблема трансформации русского языка в Советском государстве. Представители русского зарубежья второй половины XX в. знали ситуацию с изменениями в русском языке изнутри. Родившиеся, получившие образование и социализировавшиеся в Советском Союзе публицисты и журналисты-эмигранты до выезда за рубеж не имели представления об иной социально-политической и культурной реальности. Покинув СССР в 1970–1980-х гг., В.П. Аксенов, В.Н. Войнович, А.И. Солженицын, А.Д. Синявский, А.А. Зиновьев, С.Д. Довлатов, одиозный писатель, политик и публицист Э. Лимонов, П.Л. Вайль и А.А. Генис, М.Н. Эпштейн могли свободно высказываться о негативных явлениях в русском языке в условиях социалистического режима в СССР.

Авторы русской эмиграции сосредоточили свое внимание на анализе и осмыслении влияния общественно-политического строя на русский язык. Попытки лингвистических исследований помогали прогнозировать дальнейшие пути развития страны, аргументированно оценивать перспективы ее национального возрождения. В силу многих причин авторы русского зарубежья не могли быть совершенно беспристрастны при оценке исторических событий прошлого.

Характерной чертой публицистических текстов представителей русского зарубежья на тему сохранения чистоты русского языка было то, что авторами-диссидентами, эмигрировавшими из Советской России во второй половине XX в., высказывались нестереотипные, уникальные и смелые суждения о роли языка в политике и истории государства. Одной из главных особенностей публицистики русского за-

рубежья 1970–1990-х гг. является ее акцент на исторической документальности.

Тотальное клиширование русского языка для представителей интеллигенции стало предметом для многочисленных публикаций. Уставшие от штампов, они первоначально распространяли самиздатские странички на родине, а затем стали печататься в русскоязычных изданиях за рубежом. «Сдвиги и перемены, происшедшие после революции в русском языке, так велики и значительны, что заставляют думать об особом советском изводе русского языка», – заявлял в публицистической книге «Основы советской цивилизации» известный писатель, издатель и публицист Андрей Донатович Синявский [1. С. 273]. В главе «Советский язык» автор описывал процесс смены государственно-юридической терминологии после Октябрьской революции, когда в обиход прочно вошли словосочетания «диктатура пролетариата», «советская власть», «совет рабочих и крестьянских депутатов». Он проанализировал лексические новообразования, появившиеся в отдельные десятилетия советского периода. Коммунистические лозунги А.Д. Синявский соотносил с символическими закликаниями, а особые эпитеты («рабочий» или «рабоче-крестьянский», «революционный», «социалистический», «коммунистический», «государственный») – с политическим госзаказом. Отдельно им были исследованы феномен советских аббревиатур и навязчивая тенденция к переименованию имен собственных по правилам советской номенклатуры. «В стремлении советской власти все переименовывать есть что-то иррациональное, какая-то внутренняя неполноценность. Как если бы государство спешило названиями подменить действительность», – заключал автор «Основ советской цивилизации» [1. С. 278]. А.Д. Синявский полагал, что «язык улиц» стал давить на русскую литературную речь. При этом огромную роль сыграл советский быт, грубый и упрощенный, заставляющий человека приспосабливаться к новому языку. И даже многие советские руководители, по утверждению автора, не могли словами выразить свою мысль, потому что «безграмотны, грубы и примитивны».

Одна из известных и уважаемых фигур «третьей волны» русской эмиграции, писатель, публицист и общественный деятель Александр Исаевич Солженицын неоднократно высказывал свое мнение о роли и судьбе русского языка в мировой культуре, анализировал причины и последствия глобальных перемен, происходящих в языке в послере-

волюционный период. Еще до вынужденной эмиграции, в 1965 г. в «Литературной газете» вышло в свет эссе А.И. Солженицына под названием «Не обычай дегтем щи белить, на то сметана» [2]. Позднее эта публикация появилась в 1975 г. на английском языке в журнале *Russian Literature Triquarterly* («Русская литература за три четверти года»), она была напечатана в американском издательстве русскоязычной литературы «Ардис». Материал был написан в форме полемиического отклика на статью академика В.В. Виноградова. А.И. Солженицын высказывался в защиту исконно русской лексики, считая, что «главная порча русской письменной речи – мы сами, каждое наше перо, когда оно поспешно, когда оно скользит слишком незатрудненно» [2. С. 10]. С тревогой и болью он отмечал, что язык деградирует: «Так в убыстренный век разговорный словарный запас общества становится (не считая терминов) клином, сужающимся во времени. Это тревожно. Нам бы суметь обернуть клин, перекинуть узкую часть назад, а вперед он пусть расширяется» [2. С. 12]. Автор подчеркивал, что процессы развития национального языка не должны происходить стихийно и бесконтрольно, надо подвергать их разумному анализу: А.И. Солженицын стал автором уникального «Русского словаря языкового расширения» [3], в котором были собраны и истолкованы выпавшие и исчезающие из употребления лексические единицы.

Фундаментальный труд супругов Андрея и Татьяны Фесенко «Русский язык при Советах» [4] был посвящен исследованию трансформации русского языка после Октябрьской революции 1917 г. и содержал обширный иллюстративный материал. В данной работе были представлены образцы живой речи, цитаты из советской прессы, а также из широко известных произведений советской литературы. Авторы книги изучали такие явления в языке советской эпохи, как бюрократизация и политические штампы, советизмы, введение элементов революционной лексики в географические названия, блатные элементы советского языка. Отдельная глава была посвящена орфографическим, грамматическим, лексико-семантическим и фонетическим особенностям русского языка советского периода. А. Фесенко и Т. Фесенко были уверены, что язык «стремится к избавлению себя от паразитарных элементов» [4. С. 199]. Они писали: «Засорение языка параллельно сопровождается и обеднением его, а именно выпадением из речевого и литературного обихода целых лексических рядов, являющихся не только самодовлеющими, но и дающими часто материал

для иносказания, образного языка поэзии, сублимирующей в себе язык обыденной прозы. Здесь можно упомянуть почти полное исчезновение таких лексических комплексов, как религиозный, мифологический и многие другие» [4. С. 204].

Обнищание русского литературного языка и превращение его в идеологический инструмент и продукт агитпропа – одна из тем обсуждения в эмигрантской прессе второй половины XX в. Так, в эмигрантском журнале «Беседа» автор Николай Алексеев сопоставлял лексику западной и советской рекламы. Он констатировал: «При этом советская “реклама идей” превосходит свободой обращения с материалом западную рекламу вещей. Абсолютно абсурдное заявление типа “Ленин и сейчас живет всех живых” или “Ленин – самый человечный человек” возможно именно в царстве полых людей» [5. С. 86–87]. Как отмечал Н. Алексеев, любое словесное отклонение от лингвистического стандарта рассматривается как политическая ошибка, а то и как преступление.

В публицистической книге «Потерянный рай. Эмиграция: Попытка автопортрета» [6] тандем авторов русского зарубежья Петр Вайль и Александр Генис сатирически высмеивают клишированность и официоз в русском языке советского периода. «Самые невинные обороты – “добрая традиция”, “с заботой о людях”, “щедрый гектар”, “истинное лицо”, “быстрые секунды”, “в порядке самокритики” и даже “большое чувство” – звучат как “ом мане падме хум” тибетских монахов: смысл утерян, но значительность осталась», – описывают они ситуацию с тотальной диктатурой, которая проявляется в СССР на уровне языка [6. С. 66]. П. Вайль и А. Генис поднимают такую важную тему, как языковая цензура. Они утверждают, что полностью исчезла словесная оппозиция, а она крайне необходима русскому языку. Однако естественным ответным шагом стали многочисленные анекдоты, частушки, блатные песни не самого лучшего качества. Процесс их внедрения в народ стал лавинообразен и неостановим.

Вместе с тем советские официальные журналы и газеты «забрали», по утверждению авторов, лучшие лексемы русского языка: «Имея возможность их тиражировать, идеология наводнила хорошими словами страну. Газеты, радио, лозунги, ораторы твердили: Родина, честь, патриот, совесть, демократия, свобода. Идеология – это слова. А слова заняты» [6. С. 68]. П. Вайль и А. Генис с грустью рассуждали о том, что русский язык, на котором написана величайшая в мире ли-

тература, становится мертвым и нежизнеспособным. Молодые люди в СССР протестуют и намеренно бравировать жаргонизмами, демонстрируя неуважение к идеологизированным словам, которые когда-то были предельно нейтральными. «Тотальное огрубление языка – неплодотворно, как неплодотворен цинизм. Но как цинизм держит круговую оборону, разрушая подступающие фальшивые ценности, так сознательное стилевое снижение успешно противостоит натиску осточертевших клише» [6. С. 71].

Такие процессы приводят, по убеждению авторов, к созданию «квазиязыка». При этом слово не только утрачивает свой обычный и первоначальный смысл, но и вообще низводится до некой интонации, которая выражает человеческие эмоции и чувства. Речь физиологизируется, т.е. принимает облик набора одних нечленораздельных звуков и отдельных слов. «Знаменитые, воспетые поэтами и прозаиками московские, киевские, одесские, рижские кухонные разговоры... Российское свободное слово, прежде чем уйти в эмиграцию, прошло проверку в небольшом промежутке между пли той и помойным ведром», – так вспоминали о функционировании русского языка П. Вайль и А. Генис [6. С. 170].

Авторы-эмигранты «третьей волны» особое внимание уделяли вопросам чистоты русского языка, который спустя несколько десятилетий коммунистического режима нес на себе несомненный отпечаток советской системы. Они изучали и критиковали язык, являющийся детищем XX в. «Целиком национализированный государством, советский язык насаждается и культивируется коммунистами как универсальный заменитель русского языка. Он постепенно проникает во все сферы духовной деятельности человека – литературу, искусство, науку. Семантика этого языка отражает не социальную реальность, а идейное мифотворчество; она выявляет не объективные общественные процессы и явления, а коммунистическое мировоззрение в его наложении на действительность», – отмечал в 1985 г. израильский и американский историк, социолог и политолог Илья Григорьевич Земцов [7. С. 7]. Он эмигрировал из СССР в 1973 г. сначала в Израиль, а затем в США.

Научно-публицистический труд И. Земцова «Советский политический язык» [7] был оформлен в виде словаря, где собраны слова и словосочетания непосредственно политической и философской сфер («антикоммунизм», «аполитичность», «дружба народов», «дально-

видная политика», «исторические решения», «ленинский», «бесмертный» и др.). Также автором фиксировались и объяснялись слова и словосочетания, характеризующие различные реалии советской действительности («очередь», «жилплощадь», «давать»); охватывающие советскую производственную систему и экономические отношения в СССР («бригада коммунистического труда», «постоянно действующее производственное совещание», «штурмовщина», «шефство», «вахта»). Анализировались традиционно русские лексемы оценочного характера, получившие пропагандистский оттенок в советском языке («пресловутый», «животворный», «отчаянный»).

И. Земцов исследовал психологические ловушки, которые таил лексикон русского языка советского периода. В работе подчеркивалась бедность оборотов, шаблонность фраз, искажение пропорций и контуров действительности средствами языка. Автор отмечал, что советский язык достиг уровня, позволяющего заменить процесс познания лозунгом, марксистской догмой: «Вперед, навстречу коммунизму!», «Слава партии!», «Все – на коммунистический субботник!». Вместе с тем автор был уверен, что русский язык есть уникальный культурный, цивилизационный феномен, который призван объединять и консолидировать народы.

Как было отмечено выше, «третью волну» русской эмиграции часто именовали «этнической», поскольку после 1970-х гг. из СССР устремился поток выезжающих по еврейским визам. Многие отправлялись в Израиль, другие оседали в США, Европе. Проблема забвения русского языка у представителей эмигрировавшего еврейского этноса обозначена в материале Бориса Орлова «Не те вы учили алфавиты...» [8], опубликованном в журнале «Время и мы» в 1975 г. Он писал об абсорбции (поглощении, всасывании) и разрушении старых связей у бывших советских, русскоязычных граждан еврейской национальности. «Не стоит напоминать, что речь идет только об определенном поколении, ибо уже наши дети поражают больше успехами в забвении русской речи и русской культуры, чем в познаниях еврейской истории и литературы», – с сожалением писал Б. Орлов [8. С. 129]. Он попытался проанализировать соотношение этнических культурных доминант и влияние русского языка и русской культуры на еврейских эмигрантов, подчеркивая раздвоенность души русско-еврейского интеллигента.

Другой представитель «третьей волны» русской эмиграции – Михаил Наумович Эпштейн, покинувший родину на закате советской

эпохи, в 1990 г., является нашим современником. Энциклопедические знания в области лингвистики и других научных дисциплинах позволили выпускнику филфака МГУ стать известным в сфере лингвистики и литературоведения, философии и культурологии, журналистики и публицистики. Автор исследовал советскую идеологию и философию послесталинского периода. Особенно ценным являются логико-лингвистическое изучение языка советской идеологии, а также отражение в речи культуры советской повседневности.

Следует подчеркнуть, что появление негативно-оценочного понятия «совок» приписывают М.Н. Эпштейну. Слово возникло на страницах философско-мифологического очерка о советском социуме «Великая Сось» [9]. Книгу не опубликовали в России, она увидела свет в Нью-Йорке в 1994 г. «Характерно, что слово “совок” в массовом употреблении приобрело то презрительное и даже издевательское значение, которое в моей книге даже не подразумевалось», – объяснял автор [10]. «Совками» он назвал в «Великой Соси» людей-трудяг, занятых добыванием пищи для себя и вышесидящих. М.Н. Эпштейн активно использовал в очерке паронимы и каламбуры. Автор проводит в «Великой Соси» окказиональный словотворческий эксперимент. Само понятие «сось» выводит читателя на идею о тотемических основах и метафорических смыслах тоталитарного общества. М.Н. Эпштейн рассматривает значения слов: *сось* – находиться в странном состоянии между жизнью и смертью, жить как будто во сне, впадать в дремотное состояние вследствие усталости или опьянения; *сось* – предлагать и навязывать другим то, чего они не просят; *сось* – вмешиваться в чужие дела; *сось* – учить всех, как нужно жить, в том числе и сось с (непрощеными) советами. Необходимо отметить, что в настоящее время М.Н. Эпштейн продолжает активно трудиться в направлении изучения философии и культуры постсоветской России.

Таким образом, авторы русского зарубежья второй половины XX в. были озабочены проблемами сохранения чистоты и уникальности русского языка. Филологи и публицисты-эмигранты с интересом исследовали процессы, происходившие в системе русского языка в условиях Советского государства. Они с сожалением писали о фактах искажения языка посредством массового внедрения советских канцеляризмов, бюрократизмов, констатировали обнищание исконно русского пласта лексики. Представители «третьей волны» русской эми-

грации критиковали нормализованный язык, где за основу, за норму брались слова и обороты, пользовавшиеся распространением в партийной пропаганде и политической агитации, они осуждали язык партийно-газетных штампов. Многие авторы русского зарубежья предлагали конкретные меры по развитию и сохранению русского языка, а также видели свою миссию в расширении культурного пространства русского языка.

Литература

1. Синявский А. Д. Основы советской цивилизации. М., 2002. 461 с.
2. Солженицын А. И. Не обычай дегтем щи белить, на то сметана // Публицистика : в 3 т. Т. 2: Общественные заявления, письма, интервью. Ярославль, 1996. С. 7–12.
3. Русский словарь языкового расширения / сост. А. И. Солженицын. 3-е изд. М., 2000. 280 с.
4. Фесенко А., Фесенко Т. Русский язык при Советах. Нью-Йорк, 1955. 224 с.
5. Алексеев Н. Между агитпромом и рекламой // Беседа. 1988. № 7. С. 80–100.
6. Вайль П., Генис А. Потерянный рай. Эмиграция: Попытка автопортрета. Москва ; Иерусалим, 1983. 217 с.
7. Земцов И. Советский политический язык. Лондон, 1985. 431 с.
8. Орлов Б. Не те вы учили алфавиты... // Время и мы. 1975. № 1. С. 127–138.
9. Эпштейн М. Великая Сось. Философско-мифологический очерк. Нью-Йорк, 1994. 177 с.
10. Дар слова: Проективный лексикон русского языка. URL: <http://www.emory.edu/INTELNET/dar118.html> (дата обращения: 18.09.2019).

The Theme of the Purity of the Russian Language and the Preservation of the Language Heritage in the “Third Wave” of Russian Emigration Authors’ Opinion Journalism

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2019. 6. pp. 97–107.

Nailya M. Baybatyrova, Astrakhan State University (Astrakhan, Russian Federation).

E-mail: aulova83@mail.ru

DOI: 10.17223/26188422/6/6

Keywords: linguistic heritage, Russian language, emigrant authors, purity of language, journalism.

The article is devoted to the analysis of the scientific and journalistic creativity of the authors of the Russian diaspora who wrote about the purity of the Russian language in the abandoned USSR and about the problems of preserving the language heritage. Representatives of the “third wave” of Russian emigration stressed that the Russian language is the cultural and historical foundation of the nation, so it is important to preserve its purity. Writers and journalists realized that the processes taking place in the Russian-Soviet vocabulary and grammar could significantly shake

the cultural and historical foundation of the nation. In the USSR, Russian was the main and only language of the interethnic communication of the Soviet people. Over the course of the decades of the USSR's existence, there had certainly been changes at the vocabulary level, as well as in the syntax. Public figures, writers, opinion journalists, publishers and journalists who left Soviet Russia in the second half of the 20th century eagerly discussed and expressed their position on the problems of the communist ideology's influence on the Russian language. Many regretted the irreversible processes of transformation of the living language into a frozen speech full of Soviet clichés. Journalists claimed that the literary opposition had completely disappeared, and it was extremely necessary for the Russian language. However, the natural response to the process was numerous jokes, chastooshkas, criminals' songs of low quality. The "third wave" of Russian emigration was often called "ethnic", since, after the 1970s, a stream of people leaving for Jewish visas rushed from the USSR. They wrote about the absorption and the destruction of old ties with former Soviet Russian-speaking citizens of Jewish nationality. The authors of the Russian abroad of the second half of the 20th century were concerned with the problems of preserving the purity and uniqueness of the Russian language. Emigrant philologists and opinion journalists studied with interest the processes that took place in the Russian language system under the conditions of the Soviet state. They wrote with regret about the facts of distorting the language through the mass introduction of Soviet clericalism, bureaucracy, and noted the impoverishment of the primordial Russian layer of the vocabulary. Many authors of the Russian abroad proposed concrete measures for the development and preservation of the Russian language, and also saw their mission in expanding the cultural space of the Russian language.

References

1. Sinyavskiy, A.D. (2002) *Osnovy sovetskoy tsivilizatsii* [Fundamentals of Soviet Civilization]. Moscow: Agraf.
2. Solzhenitsyn, A.I. (1996) *Publitsistika: v 3-kh t.* [Opinion Journalism: In 3 Vols]. Vol. 2. Yaroslavl: Verkhne-volzhscoe kn. izd-vo. pp. 7–12.
3. Solzhenitsyn, A.I. (2000) *Russkiy slovar' yazykovogo rasshireniya* [Russian Dictionary of Language Extension]. 3rd ed. Moscow: Russkiy put'.
4. Fesenko, A. & Fesenko, T. (1955) *Russkiy yazyk pri Sovetakh* [Russian Language During the Soviets]. N.Y.: [s.n.].
5. Alekseev, N. (1988) *Mezhdru agitpromom i reklamoy* [Between Agitprom and Advertising]. *Beseda*. 7. pp. 80–100.
6. Vayl, P. & Genis, A. (1983) *Poteryanny ray* [Paradise Lost]. Jerusalem: Moskva-Ierusalim.
7. Zemtsov, I. (1985) *Sovetskiy politicheskii yazyk* [Soviet Political Language]. London: Overseas Publications Interchange Ltd.

8. Orlov, B. (1975) Ne te vy uchili alfavit... [You Learned Wrong Alphabets . . .]. *Vremya i my*. 1. pp. 127–138.
9. Epstein, M. (1994) *Velikaya Sov'. Filosofsko-mifologicheskii ocherk* [Great Sov'. A Philosophical-Mythological Essay]. N.Y.: Slovo.
10. Dar slova. (2005) *Proektivnyy leksikon russkogo yazyka* [Projective Vocabulary of the Russian Language]. [Online] Available from: <http://www.emory.edu/INTEL-NET/dar118.html>. (Accessed: 18.09.2019).

УДК 070:93/94

DOI: 10.17223/26188422/6/7

И. А. Сурнина

КРЕСТЬЯНСКИЙ ВОПРОС И ПУТИ ЕГО РЕШЕНИЯ В ЗЕРКАЛЕ ДЕЛОВОЙ ПРЕССЫ РУБЕЖА 50–60-х гг. XIX в.

В статье впервые продемонстрировано, что специализированные газеты и журналы середины XIX в. принимали непосредственное участие в полемике по решению крестьянского вопроса. На основании сравнительного анализа публикаций основных деловых изданий эпохи («Экономический указатель», «Экономист», «Вестник промышленности», «Акционер», «Промышленный листок», «Производитель и промышленник» и др.) показано, что деловая пресса отстаивала свои позиции, не боясь современных авторитетов революционно-демократического направления. Так, журнал И.В. Вернадского «Экономический указатель» активно полемизировал с «Современником» Н.А. Некрасова и в частности с Н.Г. Чернышевским, который поддерживал общинное устройство крестьянских земель после проведения реформы. Приведенные в статье данные свидетельствуют, что крестьянский вопрос во второй половине 1850-х гг. не оставил равнодушным никого, его решение было первостепенным для мыслящего общества того времени.

Ключевые слова: крепостное право, крестьяне, свободный труд, община, частная собственность, деловая пресса, Манифест 1861 г.

Исследования деловой прессы в контексте Крестьянской реформы 1861 г.

В настоящее время научная литература о деловой прессе XIX в. немногочисленна и содержит лишь фрагментарный анализ некоторых газет и журналов. Например, в труде А.И. Аكوпова «Отечественные специальные журналы» [1] отсутствует экономический раздел (рассмотрены лишь журналы в области естествознания, техники, медицины и сельского хозяйства). Исторический аспект на основе обширного эмпирического материала представлен в диссертации А.В. Еременко «Деловая пресса в России: история, типология, моделирование издания» [2], но возникновение деловой прессы в работе сомнительно отнесено к концу XIX в. Что касается истоков формирования деловой

печати, исследования по данному вопросу практически отсутствуют. Исключением являются труды А.В. Предтеченского [3] и А.И. Аكوпова [4]. Развитие журналистики первой половины XIX в. рассмотрено В.В. Тихоновым [5], Л.Б. Генкиным [6] и А.Ю. Горчаковой [7].

Особенности газет XIX в. и их развитие исследованы в ряде изданий. В труде Б.И. Есина «Русская дореволюционная газета. 1702–1917 гг. Краткий очерк» [8] представлена история газетного дела в России со времени выхода «Ведомостей» (1702) до начала XX в. Выявлены общие тенденции и закономерности развития газет и некоторые типологические особенности русской дореволюционной печати. Однако, каким образом на страницах деловой прессы разрабатывался проект крестьянской реформы, в труде не говорится. В другой работе Б.И. Есина «Русская газета и газетное дело в России. Задачи и теоретико-методологические принципы изучения» [9] проанализированы общие вопросы изучения газет и газетного дела, взаимодействие газета – правительство – капитал, экономическая несвобода прессы, типология русской журналистики.

Специальных работ, посвященных истории деловой журналистики России предреформенного периода, пока нет. Частично проанализированы лишь некоторые деловые периодические издания: «Журнал для акционеров» и «Биржевые ведомости» К. Трубникова [10–12], «Посредник» П. Усова [13], «Вестник промышленности» и «Акционер» Ф. Чицова [14], «Экономический указатель» И. Вернадского [15–17]. Однако ни в одной из ранее вышедших работ отдельно не были рассмотрены предложения по отмене крепостного права, опубликованные в деловых изданиях рубежа 50–60-х гг. XIX в.

Крестьянский вопрос и его обсуждение в прессе

Крымская война 1853–1856 гг. показала, что крепостническое Российское государство оказалось политическим, военным и экономическим банкротом. Она со всей очевидностью продемонстрировала российскому правительству, что экономическая отсталость ведет к политической и военной уязвимости. Оставаясь в середине XIX в. крепостным государством, Россия не могла конкурировать с мировыми державами. Новый император Александр II уже в первый год своего правления приступил к решению крестьянского вопроса. Его рескрипт от 20 ноября 1857 г. на имя виленского губернатора

В.И. Назимова дал «главные основания» для разработки проектов реформы о ликвидации крепостного права и означал переход к гласному обсуждению данного вопроса.

В 1857 г., по свидетельству Д.А. Милютина, военного историка, военного министра в 1861–1881 гг., в обществе «господствующий разговор – об устройстве помещичьих крестьян <...> По рукам ходят частные проекты, которые большею частью вращаются в одних общих идеях, но ищут разрешения, кажется, искренне и благонамеренно <...> Говорят, что есть большой комитет, для рассмотрения этого вопроса» [18. С. 133].

С 1858 г. начали создаваться губернские комитеты по улучшению быта помещичьих крестьян. В них разрабатывались условия отмены крепостного права (определение надела, повинностей как за усадьбу, так и за полевой надел и предела вотчинной власти [19. С. 95]): выкуп был обязательным, а главным предметом спора стало освобождение крестьян без земли или с землей. При освобождении крестьян с землей возникал вопрос об общине (сохранить ее или же оказаться): «Свирепые страсти, которые бушевали в первое время, как будто бы приутихли, но они сосредоточились и работают втихомолку... Вопрос о земле есть корень раздора...» [18. С. 271].

Губернские комитеты закончили свою работу в начале 1859 г., значительная часть проектов претерпела изменения в Редакционных комиссиях по крестьянскому делу, которые начали работать 4 марта 1859 г. По результатам их работы составили 37 докладов для решения крестьянского вопроса.

Поскольку решение крестьянского вопроса являлось первостепенным, правительством с 16 февраля 1858 г. разрешалось обсуждение в прессе вопросов отмены крепостного права, естественно, поэтому многие статьи так или иначе касались этой злободневной проблемы. Большинство периодических изданий (например, «Современник» Н.А. Некрасова, «Русское слово» Г.Е. Благосветлова, «Время» братьев Достоевских) в данный период принимали участие в дискуссии по вопросу об отмене крепостного права; обсуждались возможные варианты освобождения крестьян: с землей, выкупленной государством, проект отмены крепостного права без выкупных платежей и т.д. Не осталась в стороне и деловая печать.

Журнально-газетная полемика накануне крестьянской реформы

Журнал И.В. Вернадского «Экономический указатель» (1857–1861) вступил в полемику уже в 1857 г., и в вопросе отмены крепостного права в нем отвергалась идея общинного устройства [20, 21]. В специальной рубрике «Крестьянский вопрос» печатались мнения по поводу проведения реформы или обсуждались различные материалы по теме, опубликованные в других периодических органах. Именно материалы о реформе и общинном землеустройстве были одними из самых ярких и животрепещущих на страницах «Экономического указателя». Журнал стал единственным среди подобных деловых периодических изданий, которые активно принимали участие в споре о способе освобождения крестьян – с общиной или без [22. С. 220–226].

И.В. Вернадский в журнале не просто говорил о реформировании крепостного права, а настаивал на его полной отмене: «Мы видели, что освобождение крестьян везде вело за собою порядок и благоденствие; видели, как быстро двигает свободный труд образование народов; видели, какую материальную силу придает им образование... надеемся, что и наше дорогое отечество он (свободный труд. – *И.С.*) приведет к тем же благоприятным результатам» (Экономический указатель (далее ЭУ). 1857. № 62. С. 205).

Уже в 1857 г. в третьем номере журнала в небольшой заметке читателям объяснялось, что такое община и как она действует: казна отводила участок земли в распоряжение общины какого-либо селения, и та уже делила землю между своими членами в различные промежутки времени: в одних местах – каждый год, в других – через три, в третьих – по ревизиям. Деление осуществлялось по количеству наличных душ мужского пола в каждом семействе, на основании этого же распределялись и подати. Отмечалось, что крестьяне, работавшие на указанной земле, являлись государственными, но никакого права на нее не имели (не могли ни продать ее, ни подарить, ни обменять).

В «Экономическом указателе» говорилось о минусах общины. И.В. Вернадский полагал, что она сковывает личную инициативу крестьянина. Но такая позиция была не у всех периодических изданий конца 50-х гг. XIX в. Так, «Современник» Н.А. Некрасова (1846–1866), ведущий демократический журнал того времени, или славянофильские издания А.И. Кошелева выступали, напротив, в защиту общины, но по разным причинам.

Н.Г. Чернышевский, ведущий критик «Современника», отстаивал идею освобождения крестьян с общиной [23. С. 19–34]. При этом анализируя первые номера «Экономического указателя», Н.Г. Чернышевский дал весьма высокую оценку многим статьям журнала И.В. Вернадского: «такие исследования будут всегда читаться с интересом, и только они могут действительно быть полезны делу распространения здравых научных понятий» [24. Т. 4. С. 713].

Тем не менее между двумя журналами завязалась полемика. В «Письме редактору» за подписью К. А. (возможно, Арсеньев Константин Константинович [25. С. 11]), опубликованном в № 21 «Экономического указателя» за 1857 г., отмечено, что журналу «брошен вызов» «Современником». Действительно, в № 5 последнего за тот же год в «Заметках о журналах» напечатан разбор статьи Д.М. Струкова «Сельское хозяйство» из № 5, 7, 9 и 10 «Экономического указателя» (Современник. 1857. Т. 63. № 5. С. 121–135). Причиной подробного разбора материала стали вопросы об общинном пользовании землей. В «Современнике» обращалось внимание на односторонность и пристрастность автора «Экономического указателя», говорилось о его «фрутинной» позиции в отношении общины. Критик «Современника» относил Д.М. Струкова к представителям «старой экономической школы» и призывал «Экономический указатель» «или признать или опровергнуть научным образом» положения, составляющие сущность его замечаний:

1) принцип общинного устройства не может быть признан несовместимым с успехами сельского хозяйства;

2) по достижении государством известной степени экономического развития, определяемой сильным развитием торговли и устройством улучшенных путей сообщения (пароходства и железных дорог), общинное пользование землею представляется единственным средством избавить огромное большинство земледельческого населения от бедствий, соединенных с батрачеством и нищетою, необходимым следствием батрачества;

3) Англия и Франция уже вступили в данный период;

4) в предыдущее время, когда законы конкуренции не были столь ощутимы, мнимые неудобства общинного пользования землей искупались выгодой общинного пользования для благосостояния земледельцев;

5) в настоящий момент благо государства, а вместе с ним и благо большинства земледельческого населения требуют сохранения общинного пользования землей;

б) все возражения против общинного пользования землей не касаются его принципа, а относятся только к одному из способов этого пользования, а именно – ежегодному переделу земель, и легко устраняются.

Естественно, И.В. Вернадский и его сотрудники не могли не отреагировать на данные замечания, в частности, К. А. писал: «Положения эти (которые высказывал “Современник”. – *И.С.*) по большей части устарели». В Англии, например, партия хартистов¹ составляет гордость людей, чуждых интересам своего отечества; во Франции идеи преобразования, если и сохранили несколько большее значение, то «огромная масса народа так живо сознала их несвоевременность, что бросилась в совершенно противоположную крайность, лишь бы только избежать их губительного брожения» (ЭУ. 1857. № 21. С. 474). Таким образом, подытожил К. А., аргументы «Современника» ничего в себе не содержат и опровергаются историческими доводами. Дан ответ и на замечания «Современника», в которых доказывалась ложность мысли, что «община убивает энергию в человеке» (ЭУ. 1857. № 21. С. 473). Ссылаясь на учения Ф.-Д. Мориса², Э. Кабе³, Ф. Бастиа⁴ и других, автор письма подчеркнул преимущества свободного труда.

В журнале И.В. Вернадского указывалось и на сочувствие «Современника» славянофилам, что он, подобно им, хочет для России какого-то особого пути развития, совершенно отличного от других народов, причем предлагаемые «Современником» способы общинного устройства смогут применяться в стране «в весьма далеком будущем»: «...зачем же в таком случае заводить спор, не имеющий для нас ни малейшего жизненного интереса» (ЭУ. 1857. № 21. С. 476), – задавался вопросом К. А. Всем было понятно, что речь шла о пореформенной России и ее судьбах, поэтому откладывать решение такого важного вопроса надолго считалось неприемлемым.

¹ Народная партия, требовавшая изменения конституции.

² Фредерик-Денисон Морис (1805–1882) – английский общественный деятель и социальный реформатор, один из основателей рабочих союзов, вождь христианского социализма.

³ Этьенн Кабе (1788–1856) – французский коммунист, основные идеи которого изложены в романе «Путешествие в Икарию», вышедшем в 1839 г.

⁴ Фредерик Бастиа (1801–1850) – французский экономист, приверженец мнения, что частная собственность является принципом прогресса и жизни.

В последующих номерах к полемике присоединился и сам И.В. Вернадский. В статье «О поземельной собственности (критику “Современника”»)» (№ 22, 25, 27, 29) он настаивал, что «именно земля-то и невыгодна для общего пользования <...> только из разделов выходят у нас смышленные купцы, сметливые фабриканты, бойкие промышленники; и далее: только освободившись от таких условий общины, русский человек расширяет размеры своего хозяйства, берет подряды, изобретает промыслы и т.п.» (ЭУ. 1857. № 22. С. 506). Он считал, что община сковывает инициативу крестьян. Здесь же он, обращаясь к сотрудникам «Современника», просил доказать утверждения, что Запад стремится к общинной собственности земли, тогда как во Франции лучшие участки из-за злоупотребления администрации перешли в частное владение из общинного.

Говоря далее о минусах общинного устройства, И.В. Вернадский приводил 16 пунктов отрицательного воздействия общины, которые тормозят экономическое развитие всей страны в целом. Среди них такие:

1) в общине не все пользуются одинаково своими землями, не все их и возделывают одинаково (ЭУ. 1857. № 24. С. 545–546), не всем дается одинаковое количество земель (последнее зависит от состава семей, рабочих сил и других хозяйственных отношений);

2) в общине возможно батрачество и нищенство, а также фермерство;

3) землевладелец при общинном хозяйстве сохраняется, это сама община, «мир, имеющий свой доход, свои издержки»;

4) общинное хозяйство весьма редко сможет достичь общего дохода, который указан в «Современнике», а вот участок собственника может достигнуть бесконечной ценности (ЭУ. 1857. № 22. С. 508).

Из всего вышесказанного напрашивается вывод, что в «Экономическом указателе» ключевым недостатком общины считались несвобода и невозможность развития частной собственности, а также то, что община отнимает право хозяйственной инициативы у частного лица (оно принадлежало общине), умаляет интерес к своим делам и начинаниям, препятствует накоплению капиталов (ЭУ. 1857. № 29. С. 682, 683). Принцип общинного пользования, по мнению И. В. Вернадского, несовместим с успехами сельского хозяйства, так как при нем не может быть прогресса.

И.В. Вернадский недоумевал, почему в «Современнике» так настойчиво отстаивалась община: «Ему (“Современнику”. – И.С.)

<...> кажется, еще и в мысль не пришло, что при его системе большая часть власти помещика заменяется властью общины и – очень часто – властью одного или нескольких расторопных членов общества» (ЭУ. 1859. № 130. С. 604).

Н.Г. Чернышевский, безусловно, защищал права крестьян на землю и свободу и, говоря об общине, в первую очередь видел в ней ячейку социализма. Естественно, в условиях цензуры он не мог в полемике прямо заявить об этом. В освобождении крестьян с землей его больше беспокоили выкупные платежи; он полагал, что выкуп земли крестьянами у помещиков юридически необоснован, крестьян следует освобождать с землей без выкупной платы [24. Т. 5. С. 720]. Н.Г. Чернышевский жестко и категорично доказывал, что помещики требуют высокой цены за выкуп земель, чтобы не только крестьянин платил за наделенную землю, но и за свою свободу, ведь помещик лишался права владения крестьянином. Разоблачая грабительский характер готовившейся реформы, он на основе ознакомления с правительственным проектом реформы к концу 1859 г. пришел к убеждению о возможности решения крестьянского вопроса только революционным путем в результате крестьянского восстания, поэтому с конца 1859 г. игнорировал в печати ход подготовки реформы.

В отношении чересполосного владения землей в «Экономическом указателе» говорилось, что «крестьяне неохотно удобряют земли, выделенные им общиной, так как земля у них постоянно делится, и делается это пред каждым озимым посевом происходит дележ, то и не стоит к земле прилагать особенной заботы, а лучше труды и деньги, например, от продажи навоза употребить на наем земли у неимущих, которые не в состоянии своей земли обработать и засеять» (ЭУ. 1857. № 51. С. 1158).

С «Экономическим указателем» в этом отношении была солидарна позиция газеты М.Я. Киттары «Промышленный листок» (1858–1859). Так, среди всех зол, останавливающих успехи крестьян, названы чересполосное владение ими земель и передел, т.е. отсутствие личной собственности. Крестьянин не заинтересован в удобрении земли, в должной ее обработке, зная, что «при следующем наделе участок его перейдет другому, и труды пропадут», – писал А. Кикин в «Очерке сельско-хозяйственной и мануфактурной промышленности» (Промышленный листок (далее – ПЛ). 1858. № 2. С. 6). «Промышленный листок» также отрицал общинное устройство, видя его «невыгоды» с

экономической точки зрения. Подробного разбора «невыгод» в № 7 газеты А. Корсак не приводит, однако делает вывод, что община «нисколько не препятствует богатому угнетать бедного и не ставит последнего в положение независимое» (ПЛ. 1858. № 7. С. 25).

С марта 1858 г. славянофил А.И. Кошелев начал издавать как приложение к «Русской беседе» журнал «Сельское благоустройство» (1858–1859), посвященный ходу подготовки крестьянской реформы. Журнал выступал за освобождение крестьян с землей («крестьянин без земли, как рыба без воды», считал А.И. Кошелев) и за сохранение общины: славянофилов пугала ситуация, когда огромное количество безземельных крестьян будет бродяжничать по России. И.В. Вернадский также вступил в полемику с А.И. Кошелевым (ЭУ. 1857. № 50. С. 1178–1182). Он писал: «Нет, господа общинники “Сельского благоустройства”!.. Община отжила свой век вместе с помещичьим правом: по указанию Великого Вождя нашего мы видим время, когда крепостное право должно окончиться, и не полагаем, чтоб эта крепость могла остаться в форме общинного порядка» (ЭУ. 1858. № 101. С. 1016).

Являясь представителем либеральной экономической школы, И.В. Вернадский считал, что каких-либо особых усилий для ликвидации общины принимать не нужно, так как развитие капиталистических отношений само приведет к распаду общинных отношений в деревне, что и произошло в западных странах: «Община в ее обязательной форме рушится сама собой, когда перегниют ее узы от действия личного развития и просвещения» (ЭУ. 1858. № 101. С. 1016).

В журнале И.В. Вернадского отмечалось, что «Беседа» (имеется в виду журнал А.И. Кошелева «Русская беседа», выходивший с 1856 по 1860 г.) в первую очередь заботится о помещиках, но, увы, не о крестьянах; в «Экономическом указателе» приводились расчеты и доводы, доказывавшие, что право собирать с крестьян оброк несправедливо, так как в среднем плата составит 350 рублей на душу без земли, а такой стоимости никогда не было ни в каких губерниях даже на крестьян с землей.

С мая 1859 г. крестьянский вопрос отдельно начал освещаться в приложении к журналу – в «Экономисте» (приложение к «Экономическому указателю», выходило с 1858 по 1865 г.). Тем не менее материалы продолжали присутствовать и на страницах основного журнала (ЭУ. 1859. № 128. С. 542–552). Одним из таких материалов является

статья И.В. Вернадского «Туман в крестьянском деле», где он выступал с открытым призывом: «Не прикрепляйте его (человека. – И.С.) к земле, дайте ему широкую волю, и – артельные узы добровольных братств покроют Россию для ее блага, в недрах своих неся лучшее обеспечение лица – хорошо вознаграждаемый, производительный труд» (ЭУ. 1859. № 131. С. 617). Таким образом, из статьи следует, что залогом хорошей производительности является, по И.В. Вернадскому, именно свободный труд.

Что касается «Экономиста», в статье «Усадебная земля» Н. Дельфина отмечалось, что при составлении проекта об устройстве и улучшении быта помещичьих крестьян «...вменяется в обязанность <...> иметь в виду: при сохранении права собственности помещикам на всю землю, оставить крестьянам их усадебную оседлость и обеспечение исправной уплаты крестьянами государственных и земских повинностей и денежных сборов» (Экономист (далее – Э). 1859. Т. 2. Кн. 1. С. 64). Статья весьма полезна, потому что именно в ней разбирался «способ оценки» усадебной оседлости крестьян, за что крестьяне должны были заплатить. При рассмотрении этого вопроса Н. Дельфин имел в виду лишь имения, занятые хлебопашеством, так как именно в них крестьяне несли барщину. Отмечалось, что крестьянская усадебная земля не имела никакого значения для дохода помещика, и все, что крестьянин мог с нее получить, – годовая пропорция различных овощей, постного масла, пеньки – выручит на покупку дегтя и глиняной посуды (Э. 1859. Т. 2. Кн. 1. С. 64).

Замечено, что помещики никогда не выдавали крепостным «без вознаграждения» лес на всю крестьянскую постройку. Те покупали его для строительства или у своего помещика, или «на стороне», если же помещик помогал крестьянину, то помощь его была весьма несущественна. Учитывать нужно и то, что постройки крестьян обветшали за время пользования и ценность их значительно снизилась. Кроме всего прочего, невозможно рассчитать, сколько уже уплатили крестьяне «разных денежных и натуральных государственных повинностей и земских сборов» (Э. 1859. Т. 2. Кн. 1. С. 65). Отмечалось в статье и то, что крестьяне платят за «большую дворню». Автор убеждал читателя, что если все это рассчитать по справедливости, то, по всей вероятности, «большинство помещиков останется в долгу у крестьян» (Э. 1859. Т. 2. Кн. 1. С. 65). Таким образом, непонятно, как взыскивать с крестьян за подобные «вспомоществования» и лучше, по мнению

автора статьи, не вдаваться в эти расчеты и оставить крестьянские строения в полном их владении, как неприкосновенную их собственность. Что же касается земли усадебной, ее справедливее оценить так: «Выгоны – как луга, равного с ними достоинства, а все остальное – как пахотную незаселенную землю, полагая стоимость их по ныне существующим местным ценам» (Э. 1859. Т. 2. Кн. 1. С. 67).

Также, по мнению Н. Дельфина, необходимо позволить крестьянам свободно заниматься трудом: «Не дать крестьянскому труду полной свободы и препятствовать передвижению, значит убивать промышленную жизнь вместе с частною и общественною деятельностью, восстать против основных экономических законов и естественных побуждений человека, посягать на государственные интересы и исказить благотворительную мысль правительства об улучшении быта крестьян» (Э. 1859. Т. 2. Кн. 1. С. 68).

В «Сельском благоустройстве» этот вопрос также вызывал озабоченность. А.И. Кошелев настаивал на том, что все выплаты крестьян должны быть зафиксированы в Положении (Сельское благоустройство. 1859. № 6. С. 141, 202–206, 222).

Важными в этом отношении являются «уравнительные для всех крестьян» предложения Н.П. Данилова, автора «Экономиста»:

- 1) оценить крестьянскую работу как по качеству, так и по количеству;
- 2) обеспечить исправность работ крестьян «порукой мира»;
- 3) установить «для неисправного мира законные взыскивания»;
- 4) обязать крестьян, чтобы все «урочные работы помещику производились ими тогда и там, когда и где будет указано от владельца» (Э. 1859. Т. 2. Кн. 3. С. 31).

Н.П. Данилов настаивал, что отработки должны быть именно урочными, иначе никакой разницы не будет между «поденной работой» и «прежней барщиной».

Разработка темы продолжилась в статье Н. Дельфина «О выкупе крестьянских участков» (Э. 1859. Т. 2. Кн. 3. С. 40). Однако чтобы труд каждого крестьянина все же считался свободным, Н. Дельфин предлагает губернским комитетам определить следующее:

- 1) число рабочих дней в году (конных мужских, пеших мужских и женских, как летних, так и зимних);
- 2) ценность рабочего дня (конного и пешего летом и зимой);
- 3) число рабочих часов зимой и летом для конных и пеших работников;

4) работы, которые крестьяне отрабатывают на помещика, ограничивать их только полевыми и гуменными;

5) число верст в оба конца для подвод, назначаемых к перевозке для сбыта сельских произведений, причем за излишнее пространство постановить особую плату поверстно с пуда или с четверти;

6) назначение на определенные работы производить не от помещика, а от общины, к которой принадлежит крестьянин;

7) позволить крестьянину вместо себя посылать на работу своего наемника;

8) ежедневно, после рабочего дня помещик должен выдавать квитанцию, в которой подробно объяснено, какое количество часов и каких рабочих было у него с указанием числа и заработной суммы.

Все постановления при этом должны основываться на местных данных. Даниловым дана и рекомендация, поскольку выплаты будут производиться крестьянами постепенно, обложить все сумму процентной ставкой в размере не более шести процентов. Таким образом, после расчетов получалось, что помещик «менее, чем через [восемь] лет получит всю выкупную сумму с надлежащими процентами» (Э. 1859. Т. 2. Кн. 3. С. 44).

О том, что «Экономический указатель», как и его приложение «Экономист», единственными приняли участие в решении крестьянского вопроса, свидетельствует содержание других экономических газет и журналов, выходящих в период дискуссии. Но это не значит, что проблемы крестьян и их решение оставались в стороне от них.

Журнал «Вестник промышленности» Ф.В. Чижова (1858–1861), в первую очередь, рассматривал освобождение крестьян как ликвидацию принудительного крепостного труда на фабриках и заводах и последующее создание рынка наемного труда. В России в то время эксплуатация крепостных крестьян и рабочих людей дошла до предела, возможности дальнейшего роста и совершенствования многих предприятий были полностью исчерпаны. Социально-экономическая база для развития свободного предпринимательства во всех сферах экономики оставалась узкой и недостаточной: крепостничество сдерживало развитие рынка рабочей силы, способствовало сохранению натурального хозяйства, препятствовало естественному развитию деловой активности крестьян, особенно в сфере товарного земледелия и животноводства [26. С. 44].

В «Вестнике промышленности» уже в первом номере отстаивалось право крестьян свободно распоряжаться собственной рабочей силой:

«Эта отвратительная ненаемность рабочих, куда ни повернись, везде страшная помеха. Слава Богу, нам сулят скорое от нее избавление», – опубликовано в первом номере журнала за 1858 г. Уничтожение крепостного права – важнейшее приобретение отечественной промышленности, потому что свободный труд – неперемнное условие каждого промышленного дела» (Вестник промышленности (далее – ВП). 1858. № 1. С. 18–19).

Объективно в статье сделан вывод, что наемный рабочий в разных отраслях промышленности давал в два, три, а иногда и в четыре раза больше продукции, чем крепостной. Поэтому и отвергался подневольный труд, который был невыгоден в экономическом отношении. Крепостничество тормозило процесс превращения рабочей силы в товар, а это является основой процесса капиталистических отношений (ВП. 1861. № 2. С. 116).

Обращалось внимание в журнале и на устаревшие феодальные нормы законодательства и права. Оброчный крестьянин, нанявшись на фабрику, продолжал оставаться несвободным, зависел от помещика и вынужденно отдавал ему часть своего заработка в виде оброка. Ф.В. Чижев, редактор «Вестника промышленности», еще со времен студенчества ратовал за принципы гражданского равенства [17], и в 1861 г. он высказал их в отношении крестьян: «...целое народонаселение (крестьяне. – И.С.), участь которого решается, не имеет ни права голоса, ни своих представителей» (ВП. 1860. № 7. С. 5). С освобождением крестьян от крепостничества надежды Ф.В. Чижева на гражданское равенство могли осуществиться.

В «Вестнике промышленности» имелся штат иностранных корреспондентов: в США, Англии, Италии, Австрии и т.д. Они активно поддерживали проведение реформы в России и выступали за отмену крепостного права. Иностранные корреспонденты «Вестника промышленности» также уделяли внимание решению крестьянского вопроса. Так, А. Гуровский в статье «Промышленность и торговля в Соединенных Штатах» отмечал: «Сама по себе промышленность не дружится ни с рабством, ни с застоём <...> Защитники крепостного труда <...> сами делают крепостными поставщиками произведений для своих господ и властелинов промышленных...» (ВП. 1858. № 1. С. 35–36). В одном из писем к Ф.В. Чижев А. Гуровский писал: «Я жду с нетерпением <...> освобождения крестьян. <...> Освобождение экономическое, нравственное, социальное и умственное всего

русского народа усовершенствуется единственно освобождением крестьян» [27. Л. 7].

Английский корреспондент журнала Г.П. Каменский также признавал неотъемлемым признаком успешного развития промышленности именно свободный труд. В этом плане Ф.В. Чижев был с ним солидарен, поэтому еще до выхода в свет первого номера журнала они активно обсуждали многие оттенки данной проблемы в переписке: рабство в Англии, постепенное освобождение от него, отношение между землевладельцами и фермерами, происхождение и развитие рабочего класса, формирование законов для бедного населения, благотворное влияние свободной торговли на рабочий класс, формирование клубов и ассоциаций для защиты и отстаивания его прав. Все названные темы излагались Г. П. Каменским в пространной статье «Рабочий народ в Англии», опубликованной в нескольких номерах «Вестника промышленности» (№ 10–11 за 1859 г., № 8–9 за 1860 г.). В подтверждение того, что человеческий труд должен быть непременно свободным, Г.П. Каменский привел слова Адама Смита: «Собственность, которую представляет для каждого человека его труд, как первоначальное основание всякого рода собственности <...> должна быть неприкосновенна» (ВП. 1860. № 8. С. 97). Г.П. Каменский отмечал, что освобождение рабочего народа в Англии произошло в XIV в., и с тех пор «вмешательство правительства и законодательства, старавшихся препятствовать его развитию», признается за нелепость (ВП. 1860. № 8. С. 97).

Положение рабочего класса в странах Запада (Франция, Италия, Бельгия, Австрия) широко освещалось в журнале на протяжении всего времени его выхода. Приведенные нами примеры демонстрируют, что в материалах иностранных корреспондентов «Вестника промышленности» из Англии, Италии неоднократно отстаивался вольнонаемный труд и подчеркивались его преимущества.

Авторы «Вестника промышленности» решительно возражали сторонникам крепостного права (представителям власти, печатным изданиям и т.д.), считавшим, что патриархальность отношений между помещиками и крестьянами гораздо лучше свободы. Журнал предназначался для зарождающейся буржуазии, поэтому отмена крепостного права рассматривалась в нем как основное условие развития капиталистической промышленности. При этом важно отметить, что обсуждение условий освобождения крестьян, например, наделение их зем-

лей, в его задачу не входило. Но Ф.В. Чижев мог полагать, что земля свободному наемному рабочему не нужна.

На страницах «Промышленного листка» М.Я. Киттары крестьянский вопрос хоть и не был ключевым, но рассматривался с нескольких сторон. Например, помимо прочего указывалось, что крепостной труд мешал развитию промышленности, вызывая нехватку наемных рабочих, так как крестьяне были прикреплены к помещику. Эта позиция близка к идеям Ф.В. Чижева. Так, в «Письме с Урала. III» П. Крапивина указано, что «теория давно уже отвергла» обязательный труд, как наименее «благоприятствующий промышленной деятельности» и что «вопрос о свободном труде разрешен фактически почти всеми европейскими правительствами, а с нынешним новым годом (материал опубликован в 1858 г. – *И.С.*) положено и у нас в отечестве начало новому порядку отношений между землевладельцами и рабочим сословием» (ПЛ. 1858. № 45. С. 177). Преимущества вольного труда неоспоримы: двух или трех обязанных работников легко заменит один вольный при условии увеличения заработной платы, что сделало бы труд рабочих гораздо более производительным. Обращалось внимание и на нравственную сторону вопроса: низкие зарплаты, назначения на несвойственные работы, невнимание к хозяйственным и семейным нуждам рабочих, которые порождали в них уклончивость от работы, и от трудной в частности, вело к подкупам командных лиц. Следствием являлось неповиновение рабочих, их стремление к обману и побегам. Вывод Крапивина делает один – преимущества свободного труда вне сомнения.

В «Замечаниях о существенных интересах русских землевладельцев: помещиков и крестьян» А. Тучков писал: «Общинное владение землею обеспечивает, до некоторой степени народонаселение в первой его потребности, т.е. в хлебе; но в то же время и препятствует развитию сельского хозяйства в отношении к возделыванию земли, к ее удобрению, к травосеянию или к изменению трехпольной системы, следов[ательно] надо ожидать в будущем еще больших неурожаев, чем мы теперь их имеем. Теперь же неурожаи бывают каждые 7 лет» (ПЛ. 1858. № 60. С. 237).

Тему продолжил А. Корсак, он писал: «Что касается до земли, то первое условие для того, чтоб она в руках владельца была не бесплодна, – это обеспечение и уверенность в праве собственности и неприкосновенность его. Шаткость и ненадежность этого права есть

главное препятствие ко всевозможным улучшениям...» (ПЛ. 1858. № 60. С. 237).

Несмотря на присутствие в газете статей по общинному устройству, М.Я. Киттары, в отличие от В.И. Вернадского, в полемике с другими изданиями не участвовал и как редактор ограничился лишь публикацией нескольких статей на эту тему.

В другой деловой газете «Производитель и промышленник» Н. Лебедева (1859–1861) крестьянский вопрос практически не рассматривался. Это не входило в ее цели и задачи (она была создана, чтобы связать продавца и покупателя). Но, тем не менее, в материале «Земледелие в нашем отечестве» говорилось о бедственном положении крестьян: высокая смертность от голода (нехватка хлеба в связи с его экспортом), гибель скота, которого нечем кормить зимой (на корм идет даже солома с крестьянских изб). Автор заключал, что крепостное право, «напрасно поглощающее столько непроизводительного труда, в высшей степени губительно, как для материального благосостояния всей страны, так и для самого земледелия» (Производитель и промышленник (далее – ПиП). 1860. № 31. С. 121).

Деловая пресса и Манифест 1861 г.

Высочайший манифест, по которому крестьяне выходили из крепостной зависимости, издан 19 февраля 1861 г. (ЭУ. 1861. № 228. С. 224–227). В столицах его прочитали в последний день перед Великим постом, в Прощеное воскресенье – 5 марта: «Манифест был прочитан с амвона священниками во всех церквях обеих столиц» [26. С. 64]. Д.А. Милютин вспоминал, что этот день «сделался великою историческою эрой для русского народа. В Петербурге ожидали этого дня с различными чувствами: иные – с восторженной радостью, другие – с каким-то страхом, а третьи – с затаенной злобой» [28. С. 62–63].

Манифест 19 февраля 1861 г. был напечатан в № 10 «Производителя и промышленника» от 18 марта 1861 г. (ПиП. 1861. № 10. С. 37–38). Позднее, в № 12 приводилась оценка реформы: день отмены крепостного права назван светлым и радостным: «отныне новая счастливая жизнь» будет в России (ПиП. 1861. № 12. С. 45).

И.В. Вернадский опубликовал документ в № 228 «Экономического указателя» от 9/21 марта 1861 г. и сопроводил его радостным комментарием: «Величайшее событие и величайший день недели без сомне-

ния – уничтожение крепостной зависимости двадцати трех миллионного населения России» (ЭУ. 1861. № 228. С. 241). В № 230 напечатана заметка «Прощеный день», где отмечено, что нужно еще много труда, т.е. наблюдение за исполнением закона, защита его от попыток самоуправства и притеснения, отмечалась необходимость в освещении крестьянского вопроса, а печать должна была стать «хранительницей и объяснительницей живой идеи, положенной правительством» (ЭУ. 1861. № 230. С. 244). В «Экономисте», приложенном к № 229 «Экономического указателя», было напечатано «Общее положение о крестьянах, вышедших из крепостной зависимости», а к № 230 и 231 основного журнала «Экономист» вышел с «Положением о выкупе крестьянами, вышедшими из крепостной зависимости их усадебной оседлости и о содействии правительства к приобретению самими крестьянами в собственность полевых угодий» и др. При этом важно отметить, что какого-либо подробного разбора реформы на страницах «Экономического указателя» не было. Не указывались ни плюсы, ни минусы Положения, хотя реформа проведена не совсем так, как желалось И.В. Вернадскому:

- 1) община сохранилась;
- 2) за помещиками сохранялась собственность на все принадлежавшие им земли, но они обязаны были предоставить в пользование крестьянам «усадебную оседлость» и полевой надел;
- 3) за использование надельной земли крестьяне должны были отбывать барщину или платить оброк и не имели права отказа от нее в течение девяти лет;
- 4) крестьянам предоставлялось право выкупа усадьбы и по согласованию с помещиком – полевого надела, до осуществления этого они именовались временнообязанными.

В «Вестнике промышленности» материала, посвященного обнародованию манифеста 19 февраля 1861 г., не было, он появился в его приложении – газете «Акционер» (Акционер (далее – А). 1861. № 10. С. 37). В нем напечатана передовица «Москва, 10 февраля», вышедшая накануне крестьянской реформы, когда общество беспокоилось, дождутся ли, наконец, манифеста, сопровождается эпиграфом (строками из поэмы Адама Мицкевича «Дзяды», переведенными Г. Вронченко):

*Тихо всюду, глухо всюду;
Быть тут худу, быть тут худу!*

Несмотря на то что материалы по решению крестьянского вопроса было разрешено правительством публиковать, все же Главному управлению цензуры эпиграф не понравился, и оно постановило: «Обратить внимание цензора, что в настоящее время не следовало бы начинать таким эпиграфом статью» [29].

В «Акционере» передавалось ликование народа по случаю проведенной реформы: «Все мы друг друга поздравляли в этот день, все мы видели эти кучки народа, собравшиеся то там, то здесь на Дворцовой площади, вокруг кого-нибудь из грамотных людей, – студента, купца или чиновника, читавших вслух манифест, возвещающий русскому народу, что отныне крепостное право на крестьян, водворенных в помещичьих имениях, и на дворовых людей, отменяется навсегда». Приводились слова из манифеста: «Осени себя крестным знаменем, православный народ, и призови с нами Божие благословение на твой свободный труд, залог твоего домашнего благополучия и блага общественного». В газете отмечалось, насколько велико государственное и общественное преобразование: в силу нового положения крепостные люди получали полные права свободных сельских обывателей (А. 1861. № 10. С. 37).

Необходимо отметить, что после объявления манифеста в «Акционере» появились статьи о влиянии реформы на разные отрасли экономики. Это продолжило начатую политику редакции: отмечалось прямое воздействие реформы на торговлю («наш внутренний рынок должен изменить свой характер с решением крестьянского вопроса, потребители явятся другие и более надежные, одни должны сократить свое потребление, другие же начинают расширять его...») (А. 1862. № 14, 15. С. 106). Крестьянин получит возможность продавать товары без опеки помещика и торговать в своей околице не только без его на то согласия, но и без его контроля (А. 1863. № 28, 29. С. 116).

После отмены крепостного права изменилось и положение рабочих: они могли наниматься самостоятельно и совершенно свободно, а «не быть отдаваемы в наем своими господами» (А. 1861. № 21. С. 81). В этой связи возникла необходимость изменения отношений между работником и работодателем, упрощения и облегчения зависимости рабочих от полиции, т.е. наделения их самостоятельностью, например, выдача паспортов – независимо от желания помещика.

Несмотря на то что крепостное право отменили в 1861 г., судьба крестьян продолжала волновать общество и спустя несколько лет.

В «Экономисте» важным считался вопрос «переселения крестьян в многоземельные губернии и те края, которые вновь приобретены правительством для русской колонизации» (Э. 1862. Т. 5. Кн. 5–6. С. 30). Автор статьи, подписанной «—ин», подчеркивал, что данная тема совершенно не освещалась в литературе и переселенцы не владели никакой информацией. Например, население Енисейской губернии совершенно не было осведомлено, имело ли оно право переселяться на Амур, ничего не знало ни о местных ценах, ни об условиях проживания, ни о запасах, которые необходимо взять с собой в дорогу. При этом в статье с горечью отмечалось, что в Англии и Германии основаны общества для помощи будущим переселенцам, налажен выпуск газет, изданы руководства (инструкции), предупреждавшие их о трудностях и потребностях на общей почве, однако в России ничего подобного нет.

В «Промышленном листке» и тема малоземелья крестьянства также затронута. В одном из материалов газеты отмечалось, что в «некоторых губерниях народонаселение достигло уже такой густоты, что положение крестьян делается затруднительным, по малоземельности» (ПЛ. 1858. № 60. С. 237). Обнадеживали в решении данной проблемы меры, принимаемые правительством: переселение в малонаселенные губернии (Самарскую и Ставропольскую). Однако и здесь каких-либо инструкций крестьянам-переселенцам не давалось.

В «Промышленной газете» В.Я. Швиттау, которая стала выходить много позднее (1865–1867), отмечалось, что после отмены крепостного права изменился юридический статус домашней прислуги (из бывших крестьян). При этом в большинстве случаев положение ее бывает несчастным «у тех господ, у коих преобладает необразованность и дикость нрава или же не достает чувства справедливости и участия к ближнему» (Промышленная газета. 1865. № 17. С. 129). Именно господа, нанимая слуг, должны обеспечивать их права. Но чтобы не возникло со стороны прислуги аморального поведения (например, пьянства), во многих европейских государствах зафиксировали их права и обязанности в особых положениях, по которым хозяева обязались кормить своих слуг, заботиться об их здоровье, не быть жестокими. Нравственное поведение прислуги зафиксировано в особых книжках, которые выдавались при их найме на работу. Таким образом, законодательно выставлены «границы произволу» с обеих сторон (Там же. С. 129–131).

Но не во всех статьях выражалось сожаление по поводу положения крестьян. Были и такие, где русский крестьянин упрекался в «страшной беспечности», «лености» и даже «безнравственности». Так, в № 9 «Народного богатства» за 1863 г. (газета выпускалась под руководством И.П. Балабина в 1862–1865 гг.) помещено письмо одного помещика из Подолии, который сообщал о безмерной лени крестьян: голодая, те не соглашались зимой рубить в лесу дрова с оплатой по 75 копеек за сажень, а когда с них потребовали подати, взялись за эту работу по 40 копеек. На такие обвинения последовал ответ Е. Кор-ко: крестьянин, обрета свободу, не обрел ответственность, ведь ранее его заставляли работать и платить, а сейчас он сам решает: выйти ли ему в поле или остаться на печи. Неприспособленность крестьянина к самостоятельной жизни – последствия крепостного права (Народное богатство. 1863. № 12. С. 48).

* * *

Из приведенных нами примеров напрашивается вывод, что тема отмены крепостного права на рубеже 1850–1860 гг. была самой важной и широко обсуждалась в прессе, даже в специальных изданиях, даже после проведения реформы. Особенно важным решение крестьянского вопроса являлось для деловой элиты страны (промышленников, заводчиков, фабрикантов), ведь, как демонстрировалось на страницах экономических газет и журналов, отмена крепостного права даровала крестьянину право свободно распоряжаться своим трудом, что повысило бы приток работников на фабрики, заводы, мануфактуры и создало бы рынок вольнонаемного труда.

Литература

1. *Акопов А. И.* Отечественные специальные журналы. М., 1986.
2. *Еременко А. В.* Деловая пресса в России: история, типология, моделирование издания : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2006.
3. *Предтеченский А. В.* Экономические журналы первой четверти XIX в. // *Общественная мысль в России XIX в. Труды ЛОИИ АН СССР.* Вып. 16. Л., 1986.
4. *Акопов А. И.* Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск, 1985.
5. *Тихонов В. В.* Официальные журналы второй половины 20–50-х годов XIX в. («Журнал мануфактур и торговли», «Горный журнал», «Журнал министерства государственных имуществ» и «Журнал министерства внутренних дел») как

- источник изучения истории русской промышленности // Проблемы источниковедения. 1959. Т. VII.
6. Генкин Л. Б. Общественно-политическая программа русской буржуазии в годы первой революционной ситуации (1859–1861) по материалам журнала «Вестник промышленности» // Проблемы социально-экономической истории России. М., 1971.
 7. Горчакова А. Ю. У истоков отечественной экономической периодики: краткий обзор // История финансов и учета. URL: http://finbiz.spb.ru/download/2_2014/gorchak.pdf (дата обращения: 13.11.2019). Загл. с экрана.
 8. Есин Б. И. Русская дореволюционная газета. 1702–1917 гг. Краткий очерк. М., 1971.
 9. Есин Б. И. Русская газета и газетное дело в России. Задачи и теоретико-методологические принципы изучения. М., 1988.
 10. Есин. Б. И. История деловой прессы России 1702–1917. Материалы к спецкурсу. М., 2005.
 11. Есин Б. И. Путешествие в прошлое (газетный мир XIX века). М., 1983.
 12. Силантьев К. В. Информационно-издательский комплекс К.В. Трубникова в условиях капитализации журналистики второй половины XIX века : дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013.
 13. Ключковская Л. А. Русский журналист – деловой партнер Ю. Рейтера (К истории издания газеты «Посредник промышленности и торговли» П.С. Усова) // Медиаскоп. 2008. № 2. (дата обращения: 13.11.2019). Загл. с экрана.
 14. Симонова И. А. Федор Чижов. М., 2002.
 15. Михайлик Н. К. Экономические взгляды и научно-просветительская деятельность И. В. Вернадского, 1821–1884 гг. : дис. ... канд. экон. наук. М., 2003.
 16. Ретинецкий С. А. Формирование идеологии российского либерализма в ходе обсуждения крестьянского вопроса публицистикой 1856–1860 гг. : дис. ... канд. ист. наук. М., 2009.
 17. Лапина Г. С. Мария Николаевна Вернадская – идеолог свободного труда // Медиаскоп. 2014. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1593> (дата обращения: 13.11.2019). Загл. с экрана.
 18. Воспоминания генерал-фельдмаршала графа Дмитрия Алексеевича Милютина. 1856–1860 / под. ред. Л. Г. Захаровой. М., 2004.
 19. Зайончковский П. А. Отмена крепостного права в России. М., 1968.
 20. Сурнина И. А. «Экономический указатель» (1857–1861) – деловое издание И.В. Вернадского. М., 2016.
 21. Сурнина И. А. Деловые издания И. В. Вернадского (1857–1865). М., 2017.
 22. Сурнина И. А. Крестьянский вопрос на страницах «Экономического указателя» (1857–1861) И. В. Вернадского // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия : Филология. Журналистика. 2017. Т. 17, № 2. С. 220–226.

23. Самарин Ю. Ф. О поземельном общинном владении // Сельское благоустройство. 1858. № 1.
24. Чернышевский Н. Г. Полн. собр. соч. : в 15 т. М., 1939–1951.
25. Масанов И. Ф. Словарь псевдонимов русских писателей, ученых и общественных деятелей: В 4 т. Т. 2. М., 1957.
26. Предприниматели и предпринимательство в России от истоков до начала XX в. М., 1997.
27. Письмо А. Гуровского к Ф В. Чижову // НИОР РГБ. Ф. 332. Карт. 22. Ед. хр. 30.
28. Воспоминания генерал-фельдмаршала графа Дмитрия Алексеевича Милютина. 1860–1862 / под. ред. Л.Г. Захаровой. М., 1999.
29. О замечании цензору за пропуск в газете «Акционер» № 6 в качестве эпиграфа к передовой статье стихотворения А. Мицкевича пессимистического характера. 19 февраля – 3 марта 1861 г. // РГИА. Ф. 772. Оп. 1. Ч. 2. Ед. хр. 5623.

The Peasant Question and Ways to Solve It in the Business Press of the 1850s–1860s

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2019. 6. pp. 108–132.

Irina A. Surnina, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russian Federation),

E-mail: isurnina1983@mail.ru

DOI: 10.17223/26188422/6/7

Keywords: serfdom, peasants, free labor, community, private property, business press, 1861 manifesto.

The article first demonstrates that specialized (economic) newspapers and journals of the mid-19th century directly participated in the debate on solving the peasant question in the Russian Empire. They zealously defended their position and were not afraid of the then revolutionary democratic authorities. For example, I.V. Vernadsky's journal *Ekonomicheskii Ukazatel'* (1857–1861) “fought” with N.A. Nekrasov's *Sovremennik* and, in particular, with N.G. Chernyshevsky, who supported the communal system of peasant lands after the reform. Vernadsky and his colleagues did not understand and did not accept this position. In their opinion, the communal system suppressed competition between peasants, which prevented the development of economic relations in the countryside; it also “killed” private property and the ability to engage in free activities. According to Vernadsky, free labor was a necessary engine of progress. In this regard, Vernadsky's journal was supported by other business periodicals. F.V. Chizhov's *Vestnik Promyshlennosti* (1858–1861), intended for the developing Russian bourgeoisie, considered the abolition of serfdom from the standpoint of free peasant labor. The huge “army” of the liberated population could, at its discretion, manage its power. This would form a wage labor market, and the competition that would arise would significantly increase productivity in the industrial sector of the Russian economy. Chizhov did not consider the issue of community in his edition, for he believed that a working peasant did not need land. M.Ya. Kittara's newspaper *Promyshlennyi Listok* (1858–1859) did not actively debate on the issue of the communal system; however, in this

issue, it was in solidarity with Vernadsky's *Ekonomicheskiiy Ukazatel'*. Both believed that the "evil" of the communal system, which hindered the peasants' success, was their strip ownership of land and lack of personal property. In another business newspaper, N. Lebedev's *Proizvoditel' i Promyshlennik* (1859–1861), the peasant question was hardly touched upon (there are only several materials devoted to the peasants' plight). The data presented in the article indicate that the peasant question did not leave anyone indifferent in the second half of the 1850s, its solution was paramount for the thinking society of the time.

References

1. Akopov, A.I. (1986) *Otechestvennye spetsial'nye zhurnaly* [Domestic special journals]. Rostov-on-Don: Rostov State University.
2. Eremenko, A.V. (2006) *Delovaya pressa v Rossii: istoriya, tipologiya, modelirovanie izdaniya* [Business Press in Russia: History, Typology, Publication Modeling]. Abstract of Philology Cand. Diss. Rostov-on-Don.
3. Predtechenskiy, A.V. (1986) *Ekonomicheskie zhurnaly pervoy chetverti XIX v.* [Economic Journals of the First Quarter of the 19th Century]. *Obshchestvennaya mysl' v Rossii XIX v. Trudy LOI AN SSSR*. 16.
4. Akopov, A.I. (1985) *Metodika tipologicheskogo issledovaniya periodicheskikh izdaniy* [Methodology for the Typological Study of Periodicals]. Irkutsk: Irkutsk State University.
5. Tikhonov, V.V. (1959) *Ofitsial'nye zhurnaly vtoroy poloviny 20–50-kh godov XIX v.* ("Zhurnal manufaktur i trgovli", "Gornyy zhurnal", "Zhurnal ministerstva gosudarstvennykh imushchestv" i "Zhurnal ministerstva vnutrennikh del") kak istochnik izucheniya istorii russkoy promyshlennosti [Official Journals of the Second Half of the 1820s–1850s (Zhurnal Manufaktur i Torgovli, Gornyy Zhurnal, Zhurnal Ministerstva Gosudarstvennykh Imushchestv i Zhurnal Ministerstva Vnutrennikh Del) as a Source for Studying the History of Russian Industry]. In: *Problemy istochnikovedeniya* [Problems of Source Studies]. Vol. VII. Moscow: [s.n.].
6. Genkin, L.B. (1971) *Obshchestvenno-politicheskaya programma russkoy burzhuzii v gody pervoy revolyutsionnoy situatsii (1859–1861) po materialam zhurnala "Vestnik promyshlennosti"* [The Socio-Political Program of the Russian Bourgeoisie During the Years of the First Revolutionary Situation (1859–1861) Based on the Materials of the Journal Vestnik Promyshlennosti]. In: Ivanov, L.M. (ed.) *Problemy sotsial'no-ekonomicheskoy istorii Rossii* [Problems of the Socio-Economic History of Russia]. Moscow: Nauka.
7. Gorchakova, A.Yu. (2014) *U istokov otechestvennoy ekonomicheskoy periodiki: kratkiy obzor* [At the Origins of Domestic Economic Periodicals: A Brief Review]. [Online] Available from: http://finbiz.spb.ru/download/2_2014/gorchak.pdf. (Accessed: 13.11.2019).
8. Esin, B.I. (1971) *Russkaya dorevolutsionnaya gazeta. 1702–1917 gg. Kratkiy ocherk* [Russian Pre-Revolutionary Newspaper. 1702–1917. A Short Essay]. Moscow: Moscow State University.

9. Esin, B.I. (1988) *Russkaya gazeta i gazetnoe delo v Rossii. Zadachi i teoretiko-metodologicheskie printsipy izucheniya* [Russian Newspaper and Newspaper Business in Russia. Tasks and Theoretical and Methodological Principles of Study]. Moscow: Moscow State University.
10. Esin, B.I. (2005) *Istoriya delovoy pressy Rossii 1702–1917. Materialy k spetskursu* [History of the Business Press of Russia, 1702–1917. Materials for the Special Course]. Moscow: MSU Faculty of Journalism.
11. Esin, B.I. (1983) *Puteshestvie v proshloe (gazetnyy mir XIX veka)* [Journey into the Past (Newspaper World of the 19th Century)]. Moscow: Moscow State University.
12. Silant'ev, K.V. (2013) *Informatsionno-izdatel'skiy kompleks K. V. Trubnikova v usloviyakh kapitalizatsii zhurnalistiki vtoroy poloviny XIX veka* [Information and Publishing Complex of K.V. Trubnikov in the Capitalization of Journalism in the Second Half of the 19th Century]. Philology Cand. Diss. St. Petersburg.
13. Klyuchkovskaya, L.A. (2008) The Russian Journalist – J. Reuter's Business Partner (Towards the History of 'The Industry and Trade Broker', P.S. Usov's Newspaper). *Mediascope – Mediascope*. 2. (In Russian).
14. Simonova, I.A. (2002) *Fedor Chizhov*. Moscow: Molodaya gvardiya. (In Russian).
15. Mikhaylik, N.K. (2003) *Ekonomicheskie vzglyady i nauchno-prosvetitel'skaya deyatel'nost' I. V. Vernadskogo, 1821–1884 gg.* [Economic Views and Scientific and Educational Activities of I.V. Vernadsky, 1821–1884]. Economics Cand. Diss. Moscow.
16. Repinetskiy, S.A. (2009) *Formirovanie ideologii rossiyskogo liberalizma v khode obsuzhdeniya krest'yanskogo voprosa publitsistikoy 1856–1860 gg.* [Formation of the Ideology of Russian Liberalism in the Discussion of the Peasant Issue by Journalism in 1856–1860]. History Cand. Diss. Moscow.
17. Lapshina, G.S. (2014) Maria Vernadskaya – Ideologist of Free Labour. *Mediascope – Mediascope*. 3. [Online] Available from: <http://www.mediascope.ru/1593>. (Accessed: 13.11.2019).
18. Zakharova, L.G. (2004) *Vospominaniya general-fel'dmarshala grafa Dmitriya Alekseevicha Milyutina. 1856–1860* [Memoirs of Field Marshal Count Dmitry Alekseevich Milyutin. 1856–1860]. Moscow: ROSSPEN.
19. Zayonchkovskiy, P.A. (1968) *Otmena krepostnogo prava v Rossii* [The Abolition of Serfdom in Russia]. Moscow: Prosveshchenie.
20. Surnina, I.A. (2016) *“Ekonomicheskiy ukazatel'” (1857–1861) – delovoe izdanie I.V. Vernadskogo* [Ekonomicheskiy Ukazatel' (1857–1861): A Business Edition by I.V. Vernadsky]. Moscow: MSU Faculty of Journalism.
21. Surnina, I.A. (2017) *Delovye izdaniya I. V. Vernadskogo (1857–1865)* [Business Editions of I.V. Vernadsky (1857–1865)]. Moscow: Flinta.
22. Surnina, I.A. (2017) The Peasant Question on the Pages of Ekonomicheskiy Ukazatel' (1857–1861) of I.V. Vernadsky. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika – Izv. Saratov Univ. (N. s.), Ser. Philology*.

- Journalism*. 17(2). pp. 220–226. (In Russian). DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-2-220-226
23. Samarin, Yu.F. (1858) O pozemel'nom obshchinnom vladenii [On Land Communal Ownership]. *Sel'skoe blagoustroystvo*. 1.
 24. Chernyshevskiy, N.G. (1939–1951) *Poln. sobr. soch. V 15 t.* [Complete Works: In 15 vols]. Vols 4–5. Moscow: Goslitizdat.
 25. Masanov, I.F. (1957) *Slovar' psevdonimov russkikh pisateley, uchenykh i obshchestvennykh deyateley: V 4 t.* [Dictionary of Pseudonyms of Russian Writers, Scientists and Public Figures: In 4 Vols]. Vol. 2. Moscow: Vsesoyuz. kn. palata.
 26. Sorokin, A.K. (ed.) (1997) *Predprinimateli i predprinimatel'stvo v Rossii ot istokov do nachala XX veka* [Entrepreneurs and Entrepreneurship in Russia from the Origin to the Early 20th Century]. Moscow: ROSSPEN.
 27. Manuscript Department of the Russian State Library. Fund 332. Box 22. Item 30. *Pis'mo A. Gurovskogo k F. V. Chizhovu* [A Letter from A. Gurovsky to F.V. Chizhov].
 28. Zakharova, L.G. (ed.) (1999) *Vospominaniya general-fel'dmarshala grafa Dmitriya Alekseevicha Milyutina. 1860–1862* [Memoirs of Field Marshal Count Dmitry Alekseevich Milyutin. 1860–1862]. Moscow: Trite: Rossiyskiy arkhiv.
 29. Russian State Historical Archive. Fund 772. List 1. Pt. 2. Item 5623. *O zamechanii tsenzoru za propusk v gazete "Aktzioner" № 6 v kachestve epigrafa k peredovoy stat'e stikhotvoreniya A. Mitskevicha pessimisticheskogo kharaktera. 19 fevralya–3 marta 1861 g.* [On the Criticism of the Censor for the Permission to Publish the Poem by A. Mitskevich of a Pessimistic Nature as an Epigraph to the Editorial in the Aktzioner Newspaper (No. 6). 19 February – 3 March 1861].

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

БАЙБАТЫРОВА Наиля Мунировна – канд. филол. наук, доцент кафедры теории и истории журналистики Астраханского государственного университета.
E-mail: aulova83@mail.ru

ВЕРШИНИН Василий Александрович – канд. филол. наук, ст. преподаватель кафедры новых медиа, фотожурналистики и медиадизайна Томского государственного университета.
E-mail: virshinin@gmail.com

ДЗЯЛОШИНСКИЙ Иосиф Михайлович – д-р филол. наук, профессор департамента медиа Высшей школы экономики (г. Москва).
E-mail: imd2000@yandex.ru

ЖУРАВЕЛЬ Ольга Дмитриевна – д-р филол. наук, профессор кафедры теории и истории журналистики Новосибирского государственного университета.
E-mail: olga_zhuravel@mail.ru

МИШАНКИНА Наталья Александровна – д-р филол. наук, профессор кафедры телерадиожурналистики Томского государственного университета.
E-mail: mna@tpu.ru

МЯСНИКОВ Илья Юрьевич – канд. филол. наук, зав. кафедрой новых медиа, фотожурналистики и медиадизайна, декан факультета журналистики Томского государственного университета.
E-mail: bit.magazine@gmail.com

СИМОНОВА Наталья Борисовна – канд. истор. наук, доцент кафедры теории и истории журналистики Новосибирского государственного университета.
E-mail: sdnd@mail.ru

СУРНИНА Ирина Александровна – канд. филол. наук, доцент кафедры истории русской литературы и журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.
E-mail: isurnina1983@mail.ru

ШАФФЕРТ Евгения Александровна – ассистент кафедры массовых коммуникаций Новосибирского государственного университета.
E-mail: shaffert@academ.org

ЩЕРБАКОВА Галина Ивановна – д-р филол. наук, профессор кафедры журналистики Тольяттинского государственного университета.
E-mail: sherbakova-galin@yandex.ru

От редакции

Научный журнал «Вопросы журналистики» выходит с периодичностью два раза в год.

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации ПИ № ФС77–76394 от 26 июля 2019 г.), ему присвоен международный стандартный номер сериального издания (ISSN 2618–8422).

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

Научный журнал

ВОПРОСЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

Russian Journal of Media Studies

2019. № 6

Редактор Н.А. Афанасьева
Редактор-переводчик В.В. Кашпур
Оригинал-макет А.И. Лелююр
Дизайн обложки В.А. Вершинина

Подписано в печать 25.12.2019 г. Формат 60×84 ¹/₁₆.

Печ. л. 8,5; усл. печ. л. 7,9.

Бумага для офисной техники. Цена свободная.

Тираж 500 экз. Заказ № 4190.

Дата выхода в свет 17 января 2020 г.

Журнал отпечатан на полиграфическом оборудовании
Издательского Дома Томского государственного университета
634050, г. Томск, Ленина, 36
Телефон 8+(382-2)–52-98-49