

ВЕК ИНФОРМАЦИИ

ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА:
В КООРДИНАТАХ
ИСТОРИЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ

Материалы международной
научно-практической конференции
форума «Дни философии
в Санкт-Петербурге-2017»

Выходит 4 раза в год

С 2014 года статьи включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), доступный по адресу <http://elibrary.ru> (Научная электронная библиотека).

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

199034,

Санкт-Петербург,

В. О., 1-я линия, д. 26

Тел.: (812) 328-3184

E-mail: press@jf.pu.ru

Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При перепечатке ссылка на периодическое издание
«Век информации» обязательна.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»

ISSN 2306-417X

ВЕК ИНФОРМАЦИИ

ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА:
В КООРДИНАТАХ
ИСТОРИЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ

Материалы международной
научно-практической конференции форума
«Дни философии в Санкт-Петербурге–2017»

27–28 октября 2017 г.

2018. № 1

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2018

ББК 76.01

В26

*Печатается по постановлению Редакционно-издательского совета
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета*

Век информации. 2018. № 1. Журналистика XXI века: в координациях
В26 натах исторического времени : матер. междунар. научно-практической конференции, 27–28 октября 2017 г. / ред.-сост. С. Г. Корконосенко, А. Н. Гришанина; отв. ред. С. Г. Корконосенко. — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т; Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2018. — 264 с.

Конференция «Журналистика XXI века» ежегодно организуется в рамках Дней философии в Санкт-Петербурге, материалы печатаются в специальном выпуске периодического издания «Век информации». В 2017 г., в соответствии с общей тематикой Дней философии «Философия до и после революций», конференция была посвящена вопросам функционирования и развития журналистики в контекстах исторического времени. Организаторы стремятся поднять уровень обсуждения до осмысления журналистики как объекта теоретического понимания, места и значения теорий журналистики в системе научного знания.

Конференция организована усилиями кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. Фактические сведения и цитаты даются в редакции авторов.

Для специалистов в области журналистики, философии, политологии, других общественных наук, студентов и аспирантов.

ББК 76.01

Серийное издание «Век информации» зарегистрировано
в Международном центре ISSN 19 декабря 2012 г.
Издатель Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета



© С.-Петерб. гос. ун-т,
Институт «Высш. шк. журн.
и мас. коммуникаций», 2018
© Авторы статей, 2018

SAINT PETERSBURG STATE UNIVERSITY
THE INSTITUTE „SCHOOL OF JOURNALISM
AND MASS COMMUNICATIONS”

ISSN 2306-417X

INFORMATION AGE

JOURNALISM
OF THE XXI CENTURY:
IN THE COORDINATES
OF HISTORICAL TIME

Papers for the conference at the International
scientific-cultural forum Philosophy Days
in St Petersburg–2017

27–28 October 2017

2018. N 1

ST PETERSBURG

2018

*Published by decision of the Editorial advisory board of the Institute
„School of Journalism and Mass Communications”
of St Petersburg State University*

**Information Age. 2018. No 1. Journalism of the XXI century:
In the coordinates of historical time** : Papers for the conference
at the International scientific-cultural forum Philosophy Days in St
Petersburg–2017. Sergey G. Korkonosenko, Anastasiya N. Grishanina
(Eds.). — St Petersburg: St Petersburg State University; School of
Journalism and Mass Communications, 2018. — 264 p.

The conference “Journalism of the XXI century” annually is being organized within the Philosophy Days in St Petersburg; papers are published in special issues of the “Information Age” journal. In 2018, according to the general theme of the Philosophy Days — “Philosophy before & after revolutions” — the discussion had a subtitle “In the coordinates of historical time”. Organizers are eager to raise a level of discussion up to fundamental reflections on the journalism as an object for theoretical understanding and to evaluate journalism theory in a system of sciences.

The session was organized by the Theory of journalism and mass communications Dept of the St Petersburg State University. The authors are responsible for their data being correct.

The book is addressed to experts in journalism, philosophy, political science, and other social studies, for students and post-graduate students.

© 2018 School of Journalism and Mass Communications
of St Petersburg State University
© 2018 Papers authors

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Заливухина А. В.</i> Журналистика и время: историческая память, теория и практика сегодня. Обзор содержания конференции	11
<i>Корконосенко С. Г.</i> Объект теории журналистики: взрывное развитие	16

Понимание времени в науке о журналистике

<i>Бережная М. А.</i> Эстетика времени в телевизионной журналистике	30
<i>Блохин И. Н.</i> Свойства исторического времени в современной публицистике	40
<i>Вакурова Н. В.</i> Реальное и условное время в современном медиaproстранстве	50
<i>Дорожук Е. С.</i> Журналистская коммуникация в контексте ускорения социального времени: прогностический аспект	58
<i>Кириллов В. Л.</i> Журналист как популяризатор исторического знания (по материалам журнала «Огонек» 1987–1990 гг.)	67
<i>Кругликова О. С.</i> Интерпретация событий истории как инструмент политической полемики в современной журналистике (на примере дискуссии вокруг деятельности П. А. Столыпина)	77
<i>Мисонжников Б. Я.</i> Трансцендентальный императив журналистики в свете динамической концепции времени	85
<i>Перевалов В. В.</i> Временной фактор в оценке концепций журналистики ...	94
<i>Сидоров В. А.</i> «Три разные памяти»: журналистика в диалоге с историей ...	101
<i>Шестакова Э. Г.</i> Журналистика в эпоху шоуизации времени	113

Журналист и его время

<i>Арсентьева Г. Л.</i> Версионные сайты радиостанций Татарстана: системный анализ	129
<i>Ашенова С. В.</i> Современная журналистика: блоги, лонгриды, социальные сети — чья возьмет?	136
<i>Байбатьрова Н. М.</i> Историческая память и будущее России в оценке публицистики «третьей волны» русской эмиграции	143

<i>Быков Д. В.</i> Эдвард Марроу: историческая память в обществе и в американской журналистике	149
<i>Васина Е. В.</i> Трансформация исторической памяти в новых медиа	154
<i>Вихрова О. Ю.</i> Особенности представителей поколения Z применительно к образовательному процессу	165
<i>Выровцева Е. В., Балахонова Ю. М.</i> Игра со временем в исторической теледокументалистике	174
<i>Гордеева Е. Ю.</i> Проблемы профессионального медиаобразования на страницах журнала «Журналист»: история и современность	184
<i>Дорофеева А. А.</i> Подкастинг: новое радио в Интернете	192
<i>Кондратская В. Л., Радаева Д. И.</i> Традиционное и новое в создании облика Севастополя	199
<i>Коняева Ю. М.</i> Композиционно-стилистические особенности напоминания о человеке: биографический аспект	205
<i>Ливанова М. В.</i> Вне времени: консервация бренда как медиастратегия региональных государственных газет	215
<i>Малахова А. М.</i> Развитие жанра «история» в современной медиакультуре	223
<i>Марьина Л. П., Чжан Цитун.</i> Историческое время и национальные традиции в журналистике Китая	234
<i>Маслеева В. В., Сосновская А. М.</i> Популяризация культурного наследия Санкт-Петербурга: реконструкция исторических практик в СМИ	243
<i>Мацаков Д. Б.</i> Трансформация способов формирования экологического сознания в документальных телефильмах	251
<i>Потапов Ю. А.</i> Правовая грамотность журналиста: постановка проблемы и пути решения	259

CONTENTS

<i>Zalivukhina A. V.</i> Journalism and time: historical memory, theory and practice today. Presentations of the conference	11
<i>Korkonosenko S. G.</i> The object of the journalism theory: the explosive development	16

Understanding of the time in journalism theory

<i>Berezhnaia M. A.</i> Times aesthetics in TV journalism	30
<i>Blokhin I. N.</i> Properties of historical time in contemporary publicism	40
<i>Vakurova N. V.</i> Real and virtual time in modern media space	50
<i>Doroschuk E. S.</i> Journalistic communication in the context of acceleration of social time: the prognostic aspect	58
<i>Kirillov V. L.</i> A journalist as a popularizer of historical knowledge (by materials of “Ogoniok” in 1987–1990)	67
<i>Kruglikova O. S.</i> Interpretation of the history events as an instrument of political polemics in the media (on the example of the discussion on the activities of Pyotr Stolypin)	77
<i>Misonzhnikov B. Ya.</i> The transcendental imperative of journalism in light of the dynamic concept of time	85
<i>Perevalov V. V.</i> The time factor in the assessment of the concepts of journalism	94
<i>Sidorov V. A.</i> “Three different memories”: journalism in dialogue with history	101
<i>Shestakova E. G.</i> Journalism in the era of show-time	113

Journalist and his times

<i>Arsenteva G. L.</i> Versioned sites of Tatarstan radio stations: system analysis	129
<i>Ashenova S. V.</i> Modern journalism: blogs, longreads, social networks—who will be winner?	136
<i>Baybatyrova N. M.</i> Historical memory and future of Russia in the evaluation of publisizm of the “third wave” Russian emigration	143

<i>Bykov D. V.</i> Edward Murrow: historical memory in the society and in American journalism	149
<i>Vasina O. V.</i> Transformation of historical memory in new media	154
<i>Vikhrova O. Yu.</i> Characteristics of Generation Z related to learning process in higher education	165
<i>Vyrovitseva E. V., Balahonova Yu. M.</i> Gaming with time in historical TV documentary	174
<i>Gordeeva E. Y.</i> The problems of professional media education on the pages of magazine “Journalist”: history and modernity	184
<i>Dorofeeva A. A.</i> Podcasting: a new radio on the Internet	192
<i>Kondratskaya V. L., Radaeva D. I.</i> Traditional and new features in the creation of Sevastopol image	199
<i>Konyaeva Yu. M.</i> Composition and stylistic features of reminder on a person: biography aspect	205
<i>Livanova M. V.</i> Beyond the time: brand preservation as a media strategy of regional official newspapers	215
<i>Malakhova A. M.</i> The development of a story genre in the modern media culture	223
<i>Maryina L. P., Zhang Qitong.</i> Historical time and national traditions in Chinese journalism	234
<i>Masleeva V. V., Sosnovskaya A. M.</i> Popularization of the St Petersburg cultural heritage: the reconstruction of historical practices in the media ...	243
<i>Matsakov D. B.</i> Transformation of ways of forming ecological consciousness in TV documentaries	251
<i>Potapov Y. A.</i> Legal competence of a journalist: the problem and solutions	259

А. В. Заливухина

С.-Петербургский гос. ун-т

ЖУРНАЛИСТИКА И ВРЕМЯ: ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СЕГОДНЯ

Обзор содержания конференции

В статье раскрывается содержание работы научно-практической конференции «Журналистика XXI века: в координатах исторического времени», определяются основные исследуемые направления, а также дается краткий обзор выступлений с комментариями.

Ключевые слова: революция, время, историческая память, опыт, развитие журналистики.

A. V. Zalivukhina

St Petersburg State University

JOURNALISM AND TIME: HISTORICAL MEMORY, THEORY AND PRACTICE TODAY

Presentations of the conference

The article presents the content of scientific and practical conference “Journalism of the XXI century: in the coordinates of historical time”,

defines the main directions of the study and gives a brief overview of the speeches.

Keywords: revolution, time, historical memory and experience, development of journalism.

26–28 октября 2017 г. прошел Международный научно-культурный форум «Дни философии в Санкт-Петербурге» при поддержке Санкт-Петербургского философского общества. В 2017 г., вполне ожидаемо, форум был посвящен революции, во всей многогранности понимания этого слова, и получил общее название «Философия до и после революций». На разных площадках состоялось более 40 конференций, круглых столов, секций, на которых исследователи обсуждали и рассматривали заявленную тему через призму различных отраслей науки.

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» С.-Петербургского государственного университета традиционно стал одной из таких площадок. Под эгидой форума факультет много лет проводит свое мероприятие — научно-практическую конференцию «Журналистика XXI века». Организатор конференции — кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, руководители и ведущие — С. Г. Корконосенко, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, и А. Н. Гришанина, кандидат филологических наук, доцент названной кафедры.

В этом году организаторы конференции предложили строить рассуждения, опираясь на категорию времени. Программа мероприятия включила в себя две секции: «Понимание времени в науке о журналистике» и «Журналист и его время». Стоит отметить, что ежегодно исследователи уделяют внимание не только теории журналистики и методам преподавания, но и практической составляющей профессии. В этот раз названные секции объединили доклады об историческом знании, рефлексии о развитии журналистики и СМИ в определенном контексте времени, об

эволюции научных понятий и подходов к изучению литературного и журналистского творчества, размышления о практическом использовании опыта прошлого, выступления, основанные на сравнительном анализе — что было и что есть сегодня в деятельности журналиста.

Участники конференции размышляли о месте исторической памяти в обществе и профессии, оценили деятельность журналистов как «хранителей» исторического времени, историков своей эпохи, обсудили вопросы ответственности журналистики и журналиста.

Заметим, что в этом году поступило рекордное количество заявок на выступление — 100. Это более чем символично, учитывая столетие Октябрьской революции. В обсуждении вопросов конференции за два дня приняло участие 130 человек, немало было и заочных участников, приславших материалы для публикации, не имея возможности приехать в Петербург. О важности понимания и обсуждения процессов трансформации журналистского знания и самой профессии в контексте времени свидетельствуют не только количество участников, но и богатая география. Тема «Журналистика XXI века: в координатах исторического времени» оказалась актуальной для коллег из Саратова, Москвы, Симферополя, Смоленска, Челябинска, Нижнего Новгорода, Ижевска, Калуги, Самары, Архангельска, Казани, Орла, Ростова-на-Дону, Томска, Твери, Екатеринбургa, а также Казахстана, Латвии, Украины, Белоруссии, Китая.

С. Г. Корконосенко во вступительном слове обратил внимание на «конкурентность» философских взглядов на журналистику, на то, что журналистика не могла и не может рассматриваться однозначно. Сейчас необходимо наблюдать и изучать журналистику в процессе ее трансформаций, причем не только во взаимосвязи со СМИ, но и в других формах и отношениях. Профессор СПбГУ Г. В. Жирков процитировал историка В. О. Ключевского: «История ничему не учит, а только наказывает за незнание уроков». По мнению автора выступления, тезис имеет прямое отношение к журналистике и к осмыслению ее функционирования в разных контекстах исторического времени.

Доклады профессоров СПбГУ В. В. Перхина и В. А. Сидорова заставили аудиторию окунуться в размышления об исторической памяти, о понимании процесса и образа памяти в современном журналистском творчестве. В. А. Сидоров саму журналистику называет «живой памятью». И если история — это наука, систематизированное знание, то память хаотична, или, как говорит профессор, «сбивчива». Это интересное замечание, на наш взгляд, очень точно передает сущность журналистики. Ведь память (одного человека или целого народа) — это всегда вопрос восприятия, а где восприятие — там интерпретация и воспроизведение в каком-то стиле, форме. Все это заложено в самой журналистике, авторском творческом подходе и драматургии.

Дискуссию вызвала презентация исследования профессора Челябинского государственного университета М. В. Загидуллиной о значении будущего времени в современной журналистике («пре-правда»). Идея о том, что уже сегодня в журналистских материалах предвосхищаются события, которые только свершатся в будущем, хорошо проиллюстрирована на примере экономических новостей в широко известной поисковой системе «Яндекс». Масштабное исследование провела М. В. Ливанова (Смоленский госуниверситет). Анализ охватил работы 16 региональных газет за последние пять лет. Рассказывая о новых медиастратегиях государственных региональных изданий, М. В. Ливанова приходит к выводу, что эти издания до сих пор консервируют и продолжают воспроизводить традиции партийно-советской печати. Думается, это наблюдение послужит поводом для дальнейших исследований языка печати, форм подачи информации, а также оценки качества содержания материалов, роли PR-компаний в медиабизнесе и определения характеристик современной аудитории.

Интересные мнения об эволюции фотографии и профессии журналиста-фотографа высказал старший преподаватель ВШЖиМК СПбГУ А. И. Беленький. Он увидел борьбу художественного и документального начал в современной журналистской фотографии. Отклики аудитории вызвали многие выступления, в частности, М. А. Бережной (СПбГУ), Е. В. Выровцевой

(СПб институт ТВ, бизнеса и дизайна), А. М. Бережной (СПбГУ, Русский музей), Г. Л. Тульчинского (ВШЭ-СПб), В. Л. Кириллова (СПбГУ), Н. В. Вакуровой (Московский госуниверситет управления). Корреспондент газеты «Московская правда» Лев Московкин вел трансляцию конференции в «Живом журнале» в Интернете. Оперативное размещение результатов конференции, мнений, которые прозвучали, — это полезный опыт закрепления информации и охвата еще одной коммуникативной площадки, который, возможно, приживется и в дальнейшем будет порождать новое дискуссионное поле, служить подспорьем для новых исследований.

В заключительном слове С. Г. Корконосенко сказал о том, что показателем жизнеспособности современной журналистики как раз и является наша конференция, которая поставила перед участниками и журналистским сообществом многие непростые вопросы. Выступления участников и дискуссия говорят об активном и успешном развитии журналистики, а также развитии самого содержания и формата проводимой конференции. Таким образом, важно понимание необходимости и актуальности проведения подобных встреч.

С. Г. Корконосенко
С.-Петербургский гос. ун-т

ОБЪЕКТ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ: ВЗРЫВНОЕ РАЗВИТИЕ

В связи с перспективами и задачами теории журналистики рассматривается динамика объекта ее интереса — журналистской практики. Автор солидаризируется с теми исследователями, кто считает, что в условиях технологического прогресса наступает расцвет журналистики, хотя многие ее традиционные характеристики претерпевают изменения. Эта динамика заставляет пересмотреть ряд опорных положений в теории.

Ключевые слова: теория журналистики, академическая дисциплина, профессионализм, депрофессионализация.

S. G. Korkonosenko
St Petersburg State University

THE OBJECT OF THE JOURNALISM THEORY: THE EXPLOSIVE DEVELOPMENT

In connection with the perspectives and tasks of the journalism theory the dynamics of its object is being examined, namely the journalism practice. Author joins those researchers who believe that the blossoming of journalism comes thanks to technological progress, though many of its traditional characteristics are changed. This dynamics forces us to reconsider a number of basic representations in theory.

Keywords: theory of journalism, academic discipline, professionalism, deprofessionalization.

В научном мире не утихают дискуссии о том, есть ли основания причислять журналистскую науку к сообществу академических дисциплин. Казалось бы, сам факт напряженной исследователь-

ской работы на данном направлении, идущей в мире десятилетиями, если не столетиями, снимает актуальность вопроса. С точки зрения официального признания симптоматично, что с некоторых пор дисциплина «Журналистика» появилась в классификаторе конкурсов РФФИ, в разделе «Литературоведение». Однако же вопрос поднимается вновь и вновь.

Вполне предсказуемы суждения редакционных профессионалов, безапелляционно утверждающих, что «журналистика — это не наука, а сфера чистой практики». Правда, вряд ли можно понять автора книги — кандидата наук по специальности «Журналистика», цитирующего в своей книге приведенное высказывание: «Я согласен...» [2, с. 22]. Сложнее обстоит дело с опытными исследователями, которые будто бы впервые задаются «вечными» вопросами. Так, по мнению скандинавских авторов, «выражение “теории журналистики” подразумевает, что изучение журналистики представляет собой научную дисциплину... Однако данное предположение может быть оспорено». Они напоминают, что для признания области исследований научной дисциплиной необходимы два условия: во-первых, ее включение в институты высшего образования, создание ассоциаций исследователей, проведение тематических конференций и т. п., во-вторых, существование определенной академической культуры со своим набором теорий и методологических инструментов. По первому признаку журналистика, похоже, становится научной дисциплиной; по второму складывается более сложная картина, поскольку «исследования журналистики не отмечены специфической и общепринятой академической культурой» [17, р. 2.]. На фоне таких категорических суждений рождаются предложения о формировании заново теории журналистики, например, в русле общей теории систем, чтобы получить «совокупный результат упорядоченных знаний о средствах массовой информации и журналистике» под названием медиалогии [7, с. 8, 11].

Сохраняется ли, однако, у теории журналистики суверенная объектная область? Представляется, что начинать дискуссию о дисциплинарном статусе науки надо именно с этой

коренной проблемы, в то время как другие оценочные мерилы будут до известной степени вторичными по значимости. Совокупным объектом для теории журналистики служит журналистика, взятая в огромном разнообразии своих проявлений, качеств и взаимосвязей. Иная трактовка была бы противостественной или, по меньшей мере, алогичной. Таким образом, нам неизбежно нужно определиться с ответом на вопрос, жива ли сегодня журналистика. Искренние соболезнования, равно как и конъюнктурные спекуляции по поводу заката или кризиса журналистики наполняют текущую научную литературу, не говоря уже о дискуссиях в профессиональной и около-профессиональной среде.

Вот типичный пример такой логики: «В течение многих лет вопрос “Что такое журналистика?” задавали редко... Журналистика — это то, что делают журналисты. Журналистику производят учреждения... Появление Интернета в значительной степени привело к деинституционализации журналистики... Теоретически журналистом... может быть кто угодно» [15, р. 299–301], — заявляют американские профессора. Почти дословно совпадает с ними в своей оценке российский журналист О. Романова: «Посмотрите, как круто почти 500 лет жили журналисты! Они всегда имели два “конца” — продавали и газету, и рекламу в ней. Жили так столетиями, и тут бац — “Конец истории”, Фукуяма и, главное, интернет, и журналистом может чувствовать себя любой, у кого есть твиттер и телефон. Профессия совершенно изменилась. Тут не нужны уже даже никакие ремесленные навыки, не говоря уж о нравственных...» [3].

Как можно заметить, основаниями для постановки летального диагноза становятся два взаимопереплетенных симптома: неудержимая экспансия информационно-коммуникативных технологий и размывание (если не стирание) контуров профессии.

Было бы странно отрицать или принижать влияние технологической революции в медийной сфере. В свою очередь, лишены интеллектуальной новизны пространственные публикации, раскрывающие преимущества мультимедийности, интерактивности, мобильности каналов, по которым ныне циркулируют новости

и комментарии. Это самоочевидные до банальности истины. Другое дело, как расценивать последствия технологических прорывов. Полемизуя с теми, кто сочиняет эпитафии журналистике, выдающийся теоретик сетевого общества М. Кастельс с соавторами заявляют следующее: «динамичная картинка непрерывного и разнообразного “свидетельства” и документирования реальности не очень похожа на кризис журналистики, скорее, наоборот — на взрывное развитие. Наоборот, представляется, что профессия журналиста сегодня живет, чем была когда бы то ни было, с увеличивающимся разнообразием форм и контента, меняющегося с невероятной скоростью... Кризис в журналистике представляется преимущественно кризисом традиционных бизнес-моделей для печатных СМИ и вещательных организаций... Нас гораздо меньше волнует выживание традиционных бизнес-моделей... чем продолжающееся и расширяющееся присутствие журналистики как инструмента выражения общественных интересов» [1, с. 269, 271].

Видеть расцвет вместо отмирания — это не только более оптимистичная позиция, но и точнее соответствующая диалектическому способу научного мышления, с его императивами непрерывной изменчивости и развития. Для исследователей журналистики это еще и аргументация в пользу сохранения объекта их научного интереса. В самом деле, по сути, нас занимает не судьба традиционных бизнес-моделей как относительная частность, а жизнеспособность журналистики в целом — как социального и культурного института, сферы деятельности, средства общественного самопознания, вида духовно-творческой практики и т. д. Попытаемся взвесить шансы журналистики на «выживаемость» по некоторым ключевым параметрам и выявить те знаки изменчивости, которые вызывают к усиленной работе исследовательской мысли.

Согласно типологическому описанию журналистики как деятельности, ее цель заключается в отражении событийной картины мира и объективном анализе социальных проблем с целью их разрешения; объектом служат социальная информация, разнообразные факты социальной действительности [8, с. 159]. Есть ли

основания считать, что цель и объект более не существуют или коренным образом трансформировались? При самом смелом полете фантазии обнаружить такие изменения вряд ли получится, поскольку действительность, разумеется, продолжает порождать события, факты и проблемы, нуждающиеся в отражении и конструктивном к себе отношении.

Затронутая аналитиками тема субъекта деятельности — журналиста и профессионального сообщества — при ближайшем рассмотрении также не располагает к трагическим заключениям. Действительно, границы сообщества журналистов теряют четкость, прежде всего благодаря многочисленности медиа и спонтанности их возникновения и исчезновения. Однако они никогда и не были абсолютно строгими, в отличие, например, от врачей или юристов. Исследователям известно, что по поводу определения журналиста (и, соответственно, журналистики, которую он производит) специалисты дискутируют с давних пор и не пришли к согласию. К примеру, в литературе встречаются такие суждения: «Описание журналиста как “ходячего парадокса”... уже показывает трудность, с которой должна сталкиваться любая попытка определения журналистики» [10, р. 151; 14, р. 117].

Тем не менее невозможно отрицать, что специфическую редакционную работу выполняют журналисты; именно так этих сотрудников называет действующее российское законодательство. Более того, масштабное исследование профессиональной идентичности журналистов, проведенное в России в 2016 г. Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда «Медиа-стандарт», выявило, что они отнюдь не склонны растворяться в аморфной массе пользователей социальных сетей. Из опроса 400 с лишним респондентов — как штатных сотрудников СМИ, так и внештатных — выявились приоритеты в восприятии профессионала. Обратим внимание на некоторые из них. Большинство (81%) согласилось, что журналистом может называться человек, публикующий авторские материалы в СМИ, но не на регулярной основе. Обязательным качеством считается прохождение школы в СМИ, получение знаний от опытных журна-

листов (81%). В то же время пренебрежение профессиональной этикой было оценено как признак, по которому человек не может называться профессиональным журналистом (79%), как и отсутствие интереса к общественным явлениям и проблемам (67%) [6, с. 32-33]. При всей разнородности респондентов и выраженных мнений «своими» признаются люди, которые заняты общим делом и придерживаются принятых в сообществе правил поведения. Вряд ли здесь будет успешно работать метафора «ходячего парадокса».

Для теории, обращающей свой взгляд на субъекта журналистики, приведенные наблюдения представляются весьма значимыми. Участники опроса концентрируют внимание не на формальных признаках (профильное образование, стаж работы, должностной статус и др.), а на «формуле» профессии в ее деятельностном выражении. По этой линии строит свои полемические рассуждения известный американский историк прессы Дж. Нерон. «Так же, как публика — это не народ, журналистика — это не журналисты, — пишет он. — Журналисты — это работники... Журналистика, однако, это -изм, то есть система представлений. Эта система представлений... является исторически сформировавшейся конструкцией, собранием всевозможных идеалов, импульсов и аксиом, в которой есть ощущение неизменности во времени, но которая меняется с каждым поколением... Это дает журналистам этический и риторический ресурс для того, чтобы... проводить различие между низкопробными новостями... и журналистикой, и в последнем случае между хорошей и плохой журналистикой» [13, р. 205].

Может показаться, что автор видел свою задачу в том, чтобы восстановить status quo и на этом поставить точку в напряженных спорах. Однако его размышления приобретают неожиданный прогностический оборот: «Интересный вопрос, будут ли действовать институциональные игроки, которые обладают потенциалом для укрепления журналистики... Есть признаки того, что Google и Facebook решат перенять от медиакомпаний обязанности по ответу на запросы общественности. Это повлекло бы за собой не только включение алгоритмов сокращения

“фейковых новостей”, но и реальный наем очень большого и, по всей видимости, профессионального штата журналистов и редакторов, так же, как когда-то делали вещательные компании» [13, р. 206]. Исследователям предлагается непривычная и даже обескураживающая поначалу логика анализа: журналистика как -изм продолжается, но совсем не обязательно в традиционных медиакомпаниях. Это отнюдь не расхожая идея о причислении любого блогера (модератора сетевого ресурса, автора комментов и лайков, владельца смартфона) к сообществу журналистов. В нашем сознании инерционно существует прочная взаимосвязь между деятельностью журналистов (журналистикой) и устоявшейся инфраструктурой. А что если эта зависимость перестала быть обязательной и нерасторжимой?

Зарубежным специалистам преодолеть инерцию взаимосвязи проще, они с некоторых пор используют понятие медиа, которое, с одной стороны, включает в себя печать, радио и телевидение, с другой стороны, не имеет сколько-нибудь четких семантических очертаний. В России укрепилось (в том числе на законодательном уровне) уникальное для мира понятие средств массовой информации, СМИ, в которых действуют редакции, костяк которых составляют журналисты. Согласно закону, журналистом признается лицо, работающее для зарегистрированного СМИ. По всей видимости, для теоретиков журналистики пришло время разорвать связку журналиста и СМИ, во всяком случае в их каноническом понимании, и рассматривать субъект деятельности в расширившемся, более многообразном и вариативном измерении.

В таком случае еще больший вес приобретают характеристики, относящиеся к содержанию деятельности. Не так важно, размещает ли человек свои произведения в зарегистрированном СМИ или, например, в сетевых каналах, открытых для массового пользования. Важно, насколько его труд соответствует назначению журналистики и принятым в ней стандартам профессионального поведения. Руководитель Свердловской организации Союза журналистов России Д. П. Полянин предлагает такие критерии оценки: «Истинная журналистика представляет

собой более сложное явление, чем устройство или технология. Она прямо связана с мышлением... Журналистика, по большому счету, — это и есть мнения о фактах. Если есть факты, но нет мнений, то нет и людей. Если нет людей, то нет и общества. А если нет общества и общественного интереса, то нет и журналистики» [4, с. 7]. Голландский профессор М. Дизе в интервью с провокационным названием «Смерть журналистики?» признает, что «термин “журналистика” может относиться ко всему и ни к чему одновременно... журналистика — это динамическое понятие: оно и конкретное, и неуловимое». В то же время он отрицает гибель журналистики: «Профессиональные журналисты — это идеальные граждане: они включены в социальную жизнь, способны собирать, обрабатывать и распространять большие объемы сложной информации, и они понимают внутреннее устройство общества (политической системы, экономики и т. д.)... потребность в опытных, всесторонне подготовленных и информированных журналистах всегда будет сохраняться» [12].

Мы снова видим, что -изм преобладает над формальными индикаторами профессионализма, причем в профессиональной идеологии на передовые позиции выдвигается общественное служение, шире понимая — социальность журналистики. Разговор так или иначе строится вокруг профессионализма, утрата которого якобы служит одной из примет отмирания целого социального института. В частности, высказывается мнение, будто бы угрозой ему стал беспощадный рынок: «Исследователи медиа часто описывали развитие журналистики в течение XX века как процесс профессионализации... в [современной] журналистике существует тенденция к депрофессионализации под давлением рынка, и в то же время мы видим, что журналисты пытаются защищать границы и ценности своей профессии» [19, p. 54-55].

Как полагают отечественные авторы, «ускользающий характер профессии выражается в изменениях не мировоззренчески-идеологического, а формально-технологического характера, в большей степени соответствующих понятию “модель специали-

ста» [9, с. 295]. Явную перекличку с данным утверждением мы находим в высказываниях практикующих журналистов. «Изнутри» редакций ответ на запросы рынка выглядит совсем не как утрата границ и ценностей, а как вариации функционального «меню». Послушаем Всеволода Пулю — главного редактора проекта «Российской газеты» «Russia Beyond The Headlines», специалиста по мультимедийным технологиям в СМИ и активного медианалитика, представителя молодого поколения сотрудников СМИ: «И главное изменение, произошедшее с журналистикой за последние 5-10 лет, — это тотальное расширение нашего, журналистского функционала и нашей ответственности. Нельзя больше говорить о том, что журналистика — это только новости, или только трафик, или только рекламные деньги, или только эксклюзивы <...> в сфере нашей ответственности попадают теперь и контент, и его упаковка, и дистрибуция, и монетизация, и способы его потребления меняющейся аудиторией, и юзабилити сайта и... Причем думать об этом должен не только какой-нибудь гендиректор или главный редактор, а каждый сотрудник редакции» [5]. Ясно сказано, что функциональная нагрузка возрастает и ассортимент умений становится разнообразнее, но это — добавления к производственной квалификации, а ни в коей мере не ее разрушение.

Безусловно, функциональная модель сотрудника СМИ должна находиться в фокусе внимания исследователей, равно как и преподавателей университетских кафедр. Вместе с тем не она формирует корпус ключевых теоретических проблем. Для судеб журналистики принципиальной важностью обладает смысловое наполнение понятия общественного служения, поставленное в центр мировоззренческих дискуссий о профессии.

Цитированный выше Дж. Нерон отмечает, что система представлений о журналистике в США вращается вокруг приверженности объективности и общественному служению [13, р. 205]. Это давняя и устойчивая традиция американской теоретической школы, которую она целенаправленно продвигает в международном масштабе. По утверждению современных аналитиков из США, парадигмы, которые были выдвинуты

для изучения журналистики в 1920-х, 1930-х и 1940-х годах, остаются доминирующими в Соединенных Штатах сегодня. «Огромное количество исследований журналистики посвящается Соединенным Штатам, при относительно немногочисленных сравнительных исследованиях, раскрывающих [международные] перспективы и контекст» [11, р. 229]. Однако в зарубежной литературе все настойчивее звучит мысль о том, что канон объективности (нейтральности, отстраненности от предмета освещения) утратил свою актуальность. Вспомним постулат М. ДIZE о профессиональных журналистах как идеальных граждан. Ученый развивает данное положение, адресуясь к наставникам будущих корреспондентов: «Педагоги журналистики должны раз и навсегда решить, является ли журналист нейтральным наблюдателем, посторонним для работы, происходящей в общественной жизни, или участником — человеком, работающим с компонентами сообщества... журналисты должны участвовать в жизни общества, которую они освещают...» [11, р. 332]. Как бы продолжая эту полемику с устаревшими теоретическими заповедями, профессор из Гарварда разъясняет: «Объективность по-прежнему в значительной мере нужна в науке... Но мы восприняли объективность в таких областях, где ее в действительности не должно быть. Например, долгое время журналисты стремились быть объективными. Эта недостижимая цель, и призыв к тому, чтобы сообщение новостей было объективным, не просто ошибочен, но и вводит в серьезное заблуждение» [18]. Собственно, и практика зарубежной прессы резко противоречит красивым теоретическим догматам. Так, анализ публикаций западных медиа о конфликте на Арабском Востоке приводит шведского исследователя к ясному выводу: «Отстаивать существование абсолютной объективности — это утопическая мечта... Медиа являются инструментом войны» [16, р. 116].

Как идеи об отказе от поклонения идолу объективности соотносятся с настроениями практиков журналистики, в частности в России? Выяснить это помогает проект группы ЦИРКОН, на который мы ссылались ранее (табл. 1).

Таблица 1

**Российские журналисты
о профессиональных ролях журналиста
[составлено нами по: 6, с. 43–44]**

Профессиональные роли	%
Журналистика просвещения	
Информатор, «навигатор»	66
Комментатор, аналитик	65
Модератор диалога	58
Генератор идей	45
Транслятор мнений	38
Организатор	32
Журналистика соучастия	
Помощник, консультант	39
Критик, обличитель	32
Контролер	29
Журналистика влияния	
Просветитель	30
Воспитатель, наставник	15
Идеолог, пропагандист	9
Лоббист	1
Другие	
Летописец, историк	19
Развлекатель, шоумен	10

Роль бесстрастного летописца привлекает лишь 19% опрошенных, тогда как группа ролей под знаком просвещения явно преобладает в структуре приоритетов, и в ней высокие позиции занимают статусы комментатора, аналитика, модератора диалога, генератора идей. В основной массе участники опроса не склонны оказывать прямое давление на сознание и поведение общественности (группы соучастия и влияния), но они явным образом ощущают себя «идеальными гражданами», обеспокоенными состоя-

нием дел в социуме и готовыми погружаться в противоборство взглядов и мнений. Хотя и не исключено, что на словах многие из них ритуально заявляют об объективности как атрибуте журналистики.

Конечно, теоретико-концептуальные разногласия не снимаются ссылкой на примеры из практики или искусной полемической аргументацией. Вряд ли можно ожидать, что концепция нейтральности и отстраненности прессы, глубоко внедренная в научную среду, вскоре выйдет из употребления как не несущая в себе достаточного объяснительного потенциала. Однако мы сейчас как раз и занимаемся поиском проблемных узлов, распутывать которые предстоит современной теории журналистики, и прежде всего нас интересуют векторы развития отечественной науки. Думается, есть серьезные основания утверждать, что объект ее деятельности, с одной стороны, в своих сущностных чертах сохраняется в профессиональной и социальной реальности, с другой стороны, приобретает новые свойства и формы, появление которых порождает мощные стимулы к теоретическому познанию.

Литература

1. *Кастельс М., Паркс М., ван дер Хаак Б.* Будущее журналистики: сетевая журналистика / пер. В. Гатова // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург, 2016.

2. *Колесниченко А. В.* Настольная книга журналиста: учеб. пособие. М., 2013. URL: https://docviewer.yandex.ru/view/0/?*=yvln3ZbtDrg6tkw15ECRaJOplx7InVybcI6Imh0dHA6Ly93d3cubmV3c21hbi50c3UucnUvd3AtY29udGVudC91cGxvYWRzLzlwMTUvMTEvS29sZXNuaWN0ZW5rb18tX05hc3RvbG5heWFfa25pZ2Ffemh1cm5hbGlzdGEucGRmlwidG10bGUiOiJLb2xlc25pY2hlbmtvXy1fMfzdG9sbmF5YV9rbmlnYV96aHVybmfSaXN0YS5wZGYiLCJ1aWQioiIwliwieXUioiI5NTg4M-j1wNjAxNDkzODgwMTMyliwibm9pZnJhbWUiOnRydWUInRzJjoxNDk0NjAyMDQ4OTU0fQ%3D%3D&page=22&lang=ru.

3. «Люди от телевизора начинают физиологически меняться». Расшифровка беседы Кирилла Набутова и Ольги Романовой // Meduza. 2015. 2 нояб. URL:

<https://meduza.io/feature/2015/11/02/lyudi-ot-televizora-nachinayut-fiziologicheski-menyatsya>.

4. Полянин Д. П. Некоторые размышления по поводу очередного юбилея журфака // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2016. Вып. 19.

5. Правила журналистов: Всеволод Пуля // ЖурДом. 2015. 19 окт. URL: <http://jourdom.ru/news/77696>.

6. Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. М., 2017.

7. Суходолов А. П., Рачков М. П. К созданию теории средств массовой информации: постановка задачи // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 1. DOI: 10.17150/2308-6203. 2016. 5(1). 6-13.

8. Тулунов В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. Воронеж, 2000.

9. Хубецова З. Ф. Политическая журналистика современной России: эволюция профессиональной идеологии vs модернизация комплекса квалификационных требований // Век информации. 2017. № 1. Философия в СПбГУ. Журналистика XXI века: профессиональная идеология для ускользающей профессии / ред.-сост. А. Н. Гришанина, С. Г. Корконосенко; отв. ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2017.

10. *Carpentier N. Journalism, media, and democracy // Reclaiming the media. Communication rights and democratic media roles / ed. by B. Cammaerts, N. Carpentier. Bristol (UK); Chicago (USA), 2007.*

11. *Global journalism education in the 21st century: Challenges and innovations / ed. by R. S. Goodman, E. Steyn. Austin, 2017.*

12. Interview with Mark Deuze, professor of Media Studies // University of Amsterdam. 2016. 2 August. URL: <http://www.uva.nl/en/news-events/news/uva-in-the-spotlight/prof.-mark-deuze/prof.mark-deuze.html>.

13. *Nerone J. What's new about truth // Russian Journal of Communication. 2017. Vol. 9, no 2. DOI: 10.1080/19409419.2017.1323179.*

14. *Nordenstreng K. The journalist: A walking paradox // The democratization of communication / ed. by Ph. Lee. Cardiff, 1995.*

15. *Russial J., Laufer P., Wasko J. Journalism in crisis? // Javnost — The Public. 2015. No 22 (4). DOI: 10.1080/13183222.2015.1091618.*

16. *Simons G. "Good" battles and "bad" battles: A comparative analysis of Western media coverage of the battles of Mosul and Aleppo // Tractus Aevorum. 2016. No 3 (2), Fall/Winter.*

17. *Steensen S., Ahva L.* Theories of journalism in a digital age // *Journalism Practice*. 2015. Vol. 9, no 1. DOI: 10.1080/17512786.2014.928454.

18. *Weinberger D.* Transparency: The new objectivity // *KMWorld*. 2009. No 18(8). URL: <http://www.kmworld.com/Articles/Column/David-Weinberger/Transparency-the-new-objectivity-55785.aspx>.

19. *Witschge T., Nygren G.* Journalism: A profession under pressure? // *Journal of Media Business Studies*. 2009. No 6(1). DOI: 10.1080/16522354.2009.11073478.

ПОНИМАНИЕ ВРЕМЕНИ В НАУКЕ О ЖУРНАЛИСТИКЕ

М. А. Бережная
С.-Петербургский гос. ун-т

ЭСТЕТИКА ВРЕМЕНИ В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Телевизионная журналистика способна не только транслировать эстетику текущего времени, но имеет возможность создавать его эмоциональный образ и формировать эстетические идеалы, как прошлого и настоящего, так и будущего. Эстетизация социального времени в тележурналистике рассматривается в технико-технологических и содержательно-стилистических аспектах формирования проблемного поля, которое включает в себя актуальность эстетической палитры, ее соотношенность с реальной действительностью, а также социальную функциональность профессиональных эстетических практик.

Ключевые слова: эстетика времени, социальное время, эстетика журналистики.

M. A. Berezhaia

St Petersburg State University

TIMES AESTHETICS IN TV JOURNALISM

TV journalism is able not only to broadcast the aesthetics of the current times, but it has the opportunity to create its emotional image and form aesthetic ideals, both of the past, of the present, and of the future. The aesthetization of social times in TV journalism is considered in technical and technological as well as in content-stylistic aspects of the formation of the problem field which includes the relevance of the aesthetic palette to the current times, and the social functionality of professional aesthetic practices.

Keywords: aesthetics of times, social times, aesthetics of journalism.

Опосредованность коммуникации, которая усугубляется по мере совершенствования виртуальных способов общения человека с реальным миром, приводит к необходимости изучения тех медиапрактик, которые воздействуют на восприятие людьми социальной реальности. Современная информационно перенасыщенная медиасреда определяет эмоциональную, чувственную, то есть эстетическую первооснову такого восприятия. Как отмечает А. П. Валицкая, человек, живущий в мире вторичных символических форм, беззащитен перед их обаянием, поскольку подобен второй арфе, которая резонирует в ответ на аккорд, звучащий в первой. В этом мире «пространство и время перестают быть созерцаниями и становятся понятиями» [4, с. 9]. Речь здесь, безусловно, идет не столько о физическом ощущении измеряемого времени как переживании длящегося мига, а о времени социальном, о той связи человеческого сознания с внешним миром, «которая помогает нам с той или иной мерой полноты объяснять себе процессы, происходящие в природе и обществе, и ориентироваться в них» [15, с. 16].

В понимании и формировании представлений о социальном времени огромную роль играет журналистика, которая, суще-

ствуя в текущем времени, способна его запечатлевать, сохранять и оживлять для будущих поколений. В. С. Байдина указывает, что в СМИ время фиксируется, визуализируется и эстетизируется при помощи языковых средств конкретного канала коммуникации [2, с. 12]. Эстетические категории как аппарат встраиваются в особую систему координат: соотносительность журналистики с эстетикой текущего времени рассматривается в координатах злободневности, в которых осмысливаются их взаимосвязь и взаимовлияние, выявляются адекватные времени эстетические характеристики и формы журналистских произведений. При этом Т. М. Шатунова определяет современные СМИ как универсальное средство «эстетизации социальной реальности», превращающее события общественной жизни в шоу, в артефакт, что, несомненно, формирует новое проблемное пространство для философского осмысления [19, с. 58-59]. Таким образом, стоит говорить не просто об эстетизации объекта и анализировать применяемый в журналистике спектр соответствующих выразительных средств, но представлять себе проблемное поле подобного исследования, что особенно актуально в аспекте существующих практик и тенденций в телевизионной журналистике.

С самого появления ТВ исследователи отмечали его способность показать образ настоящего, вызвать переживание, синхронное с реально совершающимся событием и, более того, синхронизировать экранную и внеэкранную реальность, даже если они не совпадают по времени: феномен simultaneity телевизионной программы определяет ее включенность в контекст текущей жизни, в актуальное, настоящее время [13; 17, с. 27-28]. Симультанность отличает ТВ от кино, которое заведомо представляет зрителю законченное, завершившееся действие, подтвержденное уже самим фактом показа материала на экране. А. А. Гук отмечает специфическую организацию пространственно-временного строения (хронотопа) экранного видеобраза, определяет его как особый тип художественной реальности, для которого характерна континуальная целостность аудиовизуальной репрезентации действительности. «Укрепившийся на этой эстетической базе творческий метод длительного наблюдения

позволяет целостно отображать реальность и одновременно моделировать ее на экране, создавая композицию, наделенную своеобразными эстетическими качествами» [5, с. 27]. Это, по сути, означает, что тележурналистика не только обладает естественной злободневностью, но и создает, конструирует ее как в смысловых аспектах, так и в эстетических.

Аспекты эстетизации времени могут иметь как технико-технологическую, так и содержательно-стилистическую природу.

Технико-технологические аспекты включают в себя исследование технически обусловленных выразительных возможностей журналистики, характерных для определенного временного периода (темпорального спектра выразительных возможностей). В этот спектр включаются не только качество телевизионной «картинки», которое, конечно менялось с момента начала использования видеокамеры и продолжает совершенствоваться особенно с переходом на цифровое вещание, но и информационная насыщенность кадра, приемы съемки и монтажа, динамика смены кадров, использование любительского видео, ретро и комбинированные съемки и т. д. При этом возникает ассоциативная связь определенных технологических и стилистических компонентов журналистских произведений с историческими периодами, социальным временем. Например, материал, снятый статичной камерой, что было характерно для практики ТВ 70-х, сегодня будет идентифицироваться с тем временным периодом и выглядеть архаично в насыщенной динамике нынешнего многокамерного зрелища. Достаточно сопоставить съемки оркестрового исполнения в современных музыкальных программах или трансляции торжественных парадов в памятные исторические даты с кадрами аналогичных событий 70-х годов.

Очевидная ассоциация социального времени со способом фиксации реальности в определенный исторический период позволяет использовать и воспроизводить темпоральные выразительные возможности для стилизации или эстетической имитации. Реальность начала XX века запечатлена в черно-белом изображении и стилистике хроники или в той стилистике, которая ассоциируется у современного зрителя с хроникальными кадрами,

эстетически созвучными определенному времени. Историческая теледокументалистика активно использует в одном ряду документальные кадры тех лет и, к примеру, кадры художественных лент Эйзенштейна, выполненные с использованием той же технологии: художественное кино приобретает в современном контексте дополнительное качество документальной аутентичности.

Можно заметить, что новые технологии поначалу дают новые выразительные возможности, которые проходят период проб и освоения актуального языка, а в дальнейшем начинают применяться в конкретных ситуациях, условиях, закрепляются в разных стилистических нишах, получают смысловое наполнение, интерпретации, а впоследствии находят использование и в стилизации.

Интересен в этом отношении феномен любительского видео, которое используется в телевизионных программах наряду с профессиональными кадрами, становясь частью единого телевизионного текста. В совокупности любительское видео сегодня представляет собой сравнительно новый сегмент телевизионного видеоконтента, который качественно отличается от общего изобразительного ряда современного ТВ. Для него характерны низкое разрешение, неправильная цветопередача, дрожание и рывки камеры при съемке, съемка на ходу, длинные кадры, злоупотребление наездами, отъездами, панорамированием, отсутствие центра кадра, запись звука на встроенный микрофон, отсутствие выразительных крупных планов, чередования планов, немонтажная съемка, спонтанный закадровый комментарий — все то, что поставили бы в вину профессиональной бригаде. Вместе с тем именно такое видео оказывается востребованным в случае неожиданных и важных событий, так как именно благодаря операторам-любителям удается зачастую зафиксировать ключевые и характерные моменты текущего времени.

В процессе внедрения любительских кадров в телеконтент такое видео приобрело дополнительную стилистическую окраску и смыслы: оно воспринимается как аутентичное и трактуется как один из маркеров демократизации в тележурналистике [21]. Од-

нако все в большей степени любительские кадры начинают выполнять роль дополнительной краски в палитре выразительных средств ТВ и приобретают эстетическую функцию. Как отмечает Д. Рашкофф, эстетика любительской камеры используется в полицейских сериалах американского ТВ, имитирующих реалистичность документального кино, поскольку американские зрители ждут от телевизионной драмы сознательного правдоподobia [12, с. 68].

В стилистических (вербальных, аудиовизуальных) аспектах заключается соотношенность, созвучность эстетики журналистики с эмоциональной атмосферой социального времени. Строгость, правильность, статичность, позитивность, пафос определяли эстетику советского телеэкрана, которая сменилась эстетикой бунта, стихии, импровизации, живой жизни в перестроечный период. Потом пришел период эстетики агрессии, борьбы и страдания в «лихие 90-е». К началу века все постепенно «отформатировалось»: живую жизнь заменил гламур, борьбу — карнавал, страдание обратилось товаром, а агрессия стала одной из основных качественных характеристик телевизионной эстетики, несмотря на то, что исследователи отмечают растущую потребность зрителей в «социальном оптимизме» [19;12].

В новогодние праздники 2008 г. Пятый канал поставил в эфир легендарные программы Ленинградского телевидения, будоражившие умы современников в период перестройки, описанные сегодня во многих учебниках по журналистике («Телекурьер», «600 секунд», «Пятое колесо»), — и некогда яркие, живые, увлекательные, острые сюжеты выглядели архаично и банально в новом времени, однако очень точно передавали дух и стиль ушедшей эпохи. Но происходит и обратное — приближение времени благодаря созданию эстетического переживания. В одном из выпусков программы Льва Новоженова «Старый телевизор» («Первый канал, 1997-2001) прозвучали фрагменты из советского радиопередавания «Реконструкция железнодорожного транспорта», который вышел в эфир на московском радио в августе 1931 г. (режиссер В. С. Гейман). Запись проводилась во время Всесоюзного съезда железнодорожников, и современные зрители услышали голоса делега-

тов, в которых были и восторг, и чудовищное волнение, и страх, соединенный с экстазом в момент приветствия «товарищу Сталину». Такого не было в других радиофильмах и отрепетированных репортажах того времени, которые создавались по законам сюжетно-игровой драматургии, и конечно, в кинематографе тех лет. Как отмечает А. А. Шерель, «этот хроникальный материал, фиксированный на пленку, был использован в качестве документа» [20, с. 42]. Однако и в сюжетно-игровых материалах находит отражение образ времени, представляемый как темпоральный эстетический идеал. Так, в проекте «Намедни» Л. Парфенов умело использует эстетические контрапункты публикаций СМИ прошлого и настоящего: ретроспективная презентация феноменов советского времени, подаваемая в современном, к тому же авторском, стилистическом обрамлении, создает особый иронический и в то же время ностальгический контекст, в котором ушедшее невосвратимо, а потому мило и немного забавно.

Смысловые аспекты эстетизации социального времени проявляются в трактовке понятий (прекрасное, комическое, безобразное и т. п.), ценностей, феноменов текущей действительности, а также в создании смыслов посредством использования определенных эстетических приемов и журналистских практик.

Стилистика инфотейнмента пришла в телевизионную журналистику как способ привлечь аудиторию к актуальным событиям и темам: «Главное, чтобы люди смотрели, чтобы это было им нужно... Вопрос лишь в том, чтобы уметь увлекательно подать материал» [16, с. 118]. Однако со временем баланс информации и развлечения стал меняться в телевизионном контенте, развлекательные компоненты определили движение от документального к художественному, что проявилось не только в использовании игровых методов, реконструкции реальности в документальных жанрах, но и в инсценировке документальных ситуаций, использовании «подсадных» героев в репортажах и ток-шоу; появились и получили признание и развитие новые «пограничные» тележанры — докудрама, докусoup. Как указывает А. А. Новикова, к персонажам ситкомов, драмеди, телевизионных игр, реалити-шоу и ток-шоу полностью применимо отношение, подобное

тому, которое существует к героям «мыльной оперы»: не важно, «действительно ли рассказываемая история происходила с этим человеком или она придумана, документальный персонаж сейчас перед глазами зрителей, самостоятельный или начинающий актер, натурщик» [10, с. 83].

Не менее интересные трансформации происходили и со стилистикой трэша (программы «Чистосердечное признание», «Русские сенсации», «Максимум» — НТВ), который пришел в практику российской тележурналистики в русле идеи ее самосохранения, уставшей от собственной бесполезности для общества. Это явление интерпретировалось как «посттравматический синдром» журналистики, когда, «чтобы не позволить трагедии разложить себя изнутри, ты отделяешься шуткой» [11]. При этом Н. Картозия, директор прайм-вещания НТВ, определяя стилистику программы «Максимум» как «кровавый ералаш», подчеркивал развлекательный компонент такой эстетики [1], а А. Качкаева говорила, что философия трэша — это «абсурдность, эпатаж, чернуха, шокирующие подробности, неподдельный интерес к человеческим инстинктам» [7]. Е. А. Манскова констатирует: «то, что телевидение проделало с трэшем, — явление уникальное. Современный документализм в стиле трэш существует не как форма протеста или попытка поиска поля современности, а лишь как развлечение. Телевидение изменило функциональную направленность стиля» [8].

Такая трансформация определенно укладывается в эстетические тенденции социального времени, которые отмечают философы и культурологи: «Возвышенное заменено удивительным, трагическое — парадоксальным. “Приручение” безобразного посредством эстетизации привело к размыванию его отличительных признаков. Центральное место заняло комическое в форме иронизма. Кроме того, категориальный статус приобрели понятия, традиционно бытовавшие за пределами эстетики: отвращение, абсурд, жестокость, насилие, шок, энтропия, хаос и др.» [9, с. 7].

Тем не менее одновременно отмечается проникновение в журналистские произведения рекламной эстетики, восходящей к архетипическим сюжетам и жанрам массовой культуры (мело-

драма, детектив, фэнтэзи и т. д.). На этой основе получает распространение практика создания историй «со счастливым концом», красивыми картинками и позитивными героями [6], формирующих образ действительности, которая «должна быть», соотношенный с представлениями об идеале, соответствующем социальному времени. Эстетические смыслы журналистики зависят от актуальных темпоральных интерпретаций: то, что смешно или трагично сегодня, завтра перестает быть смешным или трагичным, а восприятие метафор и символов меняется в сиюминутном социальном и политическом контексте.

Телевизионная журналистика способна не только транслировать эстетику текущего времени, но имеет возможность создавать его эмоциональный образ, а также формировать эстетические идеалы, как прошлого и настоящего, так и будущего. При этом проблемное поле исследования в данной области включает в себя аспекты эстетической палитры журналистики, ее актуальности, достоверности и социальной функциональности эстетических профессиональных практик.

Литература

1. *Афанасьева Е.* Профессия-репортер как образ жизни. Интервью с А. Хрековым, Н. Картозия и Л. Парфеновым // Радио «Эхо Москвы». Программа «Телехранитель». 2006. 5 ноября. URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/tv/47304/>.
2. *Байдина В. С.* Образ социального времени в телевизионном пространстве: автореф. дис. ... канд. филол. н. СПб., 2013.
3. *Бережная М. А.* Любительское видео на эфирном телеканале // Медиаскоп. 2014. Вып. 1. URL: <http://mediascope.ru/node/1507>.
4. *Валицкая А. П.* Эстетика и этика: стратегии понимания // Эстетика и этика в изменяющемся мире: сб. статей / отв. ред. О. Р. Демидова. СПб.: Астерион, 2009. С. 6-14.
5. *Гук А. А.* Эстетические особенности видео как творческо-коммуникативной деятельности: автореф. дис. ... докт. филол. н. М., 2010.
6. *Кармалова Е. Ю.* Мифопоэтические и жанровые коды в телекоммуникации: реклама и «развлекательная» тележурналистика: автореф. дис. ... докт. филол. н. СПб., 2009.

7. Качкаева А. Г. Телевидение трэша. Интервью с Д. Дондуреем и О. Маховской // Радио «Свобода». Программа «Смотрим телевизор». 2005. 19 дек. URL: <http://www.svoboda.org/programs/tv/2005/tv.121905.asp>.

8. Манскова Е. А. Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп. 2009. Вып. 1. URL: <http://mediascope.ru/node/280> — 0420900082\0006.

9. Маньковская Н. Б. Трансформации эстетической парадигмы // Эстетика на переломе культурных традиций / отв. ред. Н. Б. Маньковская. М.: РАН, Институт философии, 2002. С. 5-24.

10. Новицова А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013.

11. Потапова Е. Дядя Степа // Нов. газета. 2006. 9 ноября.

12. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М.: Ультра. Культура, 2003.

13. Российское телевидение между спросом и предложением / под ред. А. Г. Качкаевой, И. В. Кирии. М.: Элиткомстар, 2007.

14. Саппак В. С. Телевидение и мы. Четыре беседы. М.: Искусство, 1988.

15. Северинов Б. С. Социальное время и перспектива. Новосибирск: Наука, 2000.

16. Телевидение: режиссура реальности / сост. Д. Дондурей. М.: Искусство кино, 2007.

17. Телевизионная журналистика: учебник / редкол.: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский. М.: Изд-во МГУ; Высшая школа, 2002.

18. Чирков М. Г. Ценности демократии в телевизионном политическом вещании (на опыте информационного обеспечения избирательных кампаний): автореф. дис. ... канд. полит. н. СПб., 2002.

19. Шатунова Т. М. Эстетика социального (эстетическое начало в процессе идентификации современного человека): учеб. пособие. Казань: Казан. ун-т, 2012.

20. Шерель А. А. Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию. Очерки. М.: Прогресс-Традиция, 2004.

21. Amateur images and global news / ed. by K. Anden-Papandopulos, M. Pantti. Bristol, UK; Chicago, USA, Intellect, 2011.

И. Н. Блохин

С.-Петербургский гос. ун-т

СВОЙСТВА ИСТОРИЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

В статье обосновываются понятия хроноидентичности и хроноцентризма, на базе которых рассматриваются явления темпоральности и вариативности времени. Определяются свойства циклического и линейного времени, лежащие в основе анализа публицистических произведений.

Ключевые слова: журналистика, хроноцентризм, современность, идентичность.

I. N. Blokhin

St Petersburg State University

PROPERTIES OF HISTORICAL TIME IN CONTEMPORARY PUBLICISM

The article substantiates the concepts of chronoidentity and chronocentrism, on the base which the phenomena of temporality and variability in time are considered. The author defines the properties of cyclic and linear time, that underlies the analysis of publicistic works.

Keywords: journalism, chronocentrism, modernity, identity.

Феномен исторического времени как времени человеческого бытия содержит целый комплекс внутренних противоречий. Они проявляются как парадокс одновременного сосуществования обществ, групп и индивидов, находящихся в разных эпохах, движущихся во времени с разной скоростью, по-разному понимающих и осмысливающих время. Объяснению парадокса может способствовать использование понятия «идентичность» в применении

к историческому времени. Ощущение принадлежности человека к историческому времени можно обозначить как идентичность времени, или хроноидентичность [4, с. 195–198]. Хроноидентичностью обусловлен хроноцентризм, представляющий собой систему взглядов, в которых другие эпохи и времена рассматриваются через призму личностных установок и ценностных ориентаций. Установки и ориентации понимаются человеком как современные или принимаются за таковые под воздействием внешних факторов — социального окружения, господствующих идеологий, медиапространства и др.

Хроноидентичность участвует в конструировании коммуникаций и служит одним из условий коммуникативной совместимости. Например, для «человека Запада» (ориентирующегося на Запад, понимающего современность как западное явление и принимающего западную цивилизацию в качестве современной) время измеряемо и дифференцировано, пунктуальность является положительным качеством, ценится скорость принятия решений. Для «человека Востока» гораздо большей ценностью обладает обусловленный традицией ритуализм действия, независимо от скорости принятия решения. Так, в деловой коммуникации внимание к идентичности времени служит основой успешного переговорного процесса: например, в Германии сделка заключается быстро, а в Саудовской Аравии потребуются терпение (часто бывает так, что решение принято заранее, а важен сам ритуал подписания договора). В смысле исторического времени успешность коммуникации означает соотнесение хроноидентичностей и достижение согласия по поводу хроноцентризма акторов коммуникации.

Для журналиста одним из условий эффективной коммуникации является авторское преодоление собственного хроноцентризма. Но при этом журналист не может не идентифицировать прошлое в соответствии с собственными ценностями и мировоззрением. Последствие такого противоречия (его можно обозначить как одну из граней конфликта между субъективным и объективным) состоит в том, что история в восприятии общественного сознания такова, какой ее представляют публике современники, пре-

жде всего журналисты, которые и занимаются толкованием истории для широких масс (на индивидуальном уровне в этот процесс вмешиваются семья, образование, религия и другие социальные институты). Другое следствие проистекает из самой природы журналистики, потому что представить событие во времени в актуальном поле невозможно без опоры на современность.

Ключевые проблемы исторического времени, которые возникают в процессе коммуникации, можно обозначить: 1) как вопрос определяющего хроноидентичность «своего» времени — идеального для личности времени в истории и соответствующего ему образа будущего; 2) как вопрос «современности»; 3) как вопрос «своего» времени в условиях интенсификации темпоральности и перспектив сингулярности. Темпоральность (временная сущность явлений, порожденная динамикой их движения) в антропологическом смысле противостоит системному миропониманию, основанному на постоянстве координат человеческого существования. Темпоральные основания существования проявляются в том, что человек существует в мире непрерывных изменений, а смыслом его существования становится приспособление к переменам.

Темпоральность как характеристика скорости течения времени имеет выражение в эффекте ускорения, отмеченном Б. Ф. Поршневым: «человеческая история представляет собой прогрессивно ускоряющийся процесс и вне этого понятия быть не может» [14, с. 21]. Экспоненциальный рост накопления изменений предполагает наличие сингулярности — предельного значения, наблюдаемого в экономике, финансовой сфере, развитии технологий, демографии и т. д. Примером экспоненциального роста может служить увеличение населения нашей планеты в два раза за последние 50 лет. Следовательно, минимум в два раза должны были увеличиться и объемы производимой информации. На самом деле показатели увеличения объемов информации гораздо выше, так как в данный период времени резко возросли технологические возможности доступа людей к информационному производству. В качестве гипотетического предположения существует идея о технологической сингулярно-

сти как моменте несоответствия темпов технического прогресса и человеческого понимания, моменте, когда человек перестанет успевать за техническим прогрессом и станет его тормозом. Вероятно, этот момент станет точкой отсчета приспособления человека к изменившимся условиям его существования с помощью биотехнологий и интеграции с техникой.

Реакция человека на темпоральность точно такая же, как и в ситуациях межкультурных коммуникаций, — и здесь, и там мы имеем дело с культурным шоком. Можно выделить, по крайней мере, три способа существования в состоянии ускорения: 1) сопротивление темпу как саботаж и абсолютизация «медленного» времени, выражающаяся в ритуализме, приверженности привычным практикам; 2) адаптация как регламентация времени, которая заключается в саморегулировании и выборе приоритетов; 3) коллаборационизм как согласие и подчинение темпоральности (находит свое выражение, в числе прочего, в практике самомедиатизации).

Ускорение темпов развития общества дополняется проблемой умножения вариативности человеческого бытия. Физик Хью Эверетт в своей интерпретации квантовой механики выдвинул положение о наблюдателе как неотъемлемой части наблюдаемого: «Есть, однако, представление в терминах *суперпозиции*, каждый элемент которой содержит определенное состояние наблюдателя и соответствующее состояние системы. Таким образом, с каждым последующим наблюдением (или взаимодействием) наблюдатель “ветвится” во множество различных состояний. Каждая ветвь представляет собой иной результат измерения и *соответствующего* собственного состояния системы объекта. <...> С точки зрения теории все элементы суперпозиции (все “ветви”) являются “действительными”, ни один не более “реален” чем остальные» [20]. Умножающаяся вариативность приводит к тому, что человек относится к собственной идентичности (включая хроноидентичность) как к объекту игры, формируется самосознание актера, время от времени (или даже постоянно) замещающееся самосознанием персонажей (в форме суперпозиций или ветвей), которых он играет.

Л. Г. Ионин рассматривает «игры с вариантами» в контексте идентификации. Он описывает явление деидентификации, которое проявляется в «утрате биографии»: «утрата идентификации проявляется как потеря человеком способности вести себя так, чтобы реакция внешнего мира соответствовала его намерениям и ожиданиям. <...> Формально индивидуальная человеческая биография характеризуется соотношением прошлого и будущего или, если говорить конкретнее, соотношением пройденного жизненного пути и перспективных жизненных планов. Но в субъективном восприятии самого индивида не прошлое, а именно планируемое, ожидаемое и предвидимое будущее обеспечивает единство и целостность его биографии и, следовательно, прочность и долговременность его идентификаций» [11, с. 267–268.]. Непланируемое, неожиданное и принципиально непредвидимое будущее разрушает единство и целостность биографии и, следовательно, прочность и долговременность идентификаций.

«Плотность» нынешнего исторического времени со сменой приоритетов идеологий, мировоззренческих координат, «картин мира» в перспективе отдельной человеческой жизни имеет результатом дробление структуры личности, разрушение ее биографической целостности. Отказ от идеалов, равно как и признание их относительности, приводит к разочарованию, цинизму, духовному опустошению и переоценке собственных поступков. Примером подобной переоценки может служить высказывание главного режиссера театра им. Ленинского комсомола Марка Захарова о сожжении своего партийного билета в прямом телевизионном эфире: «это был дурацкий, спонтанный поступок, о котором горько сожалею. Акт сожжения краснокожей книжицы носил форму необузданной и абсолютно излишней театральности» [8].

Примером социальной деидентификации (коллективной утраты биографии) являются события 1917 г. Опора на прошлое, освященное монархической традицией и ритуалом, была разрушена в феврале через соблазнение настоящим, дискредитацию институтов традиции — монархии, религии, семьи. И победить

соблазн настоящего в октябре смогли только большевики, предложившие народу образ будущего. Нечто подобное — коллективную утрату биографии — наше общество переживало в 1990-е годы, в настоящее время ее испытывает американское общество, радикально переосмысливая события собственной истории с хроноцентристских позиций политкорректности.

Темпоральность и вариативность являются условиями, обостряющими проблемы отношения к свойствам времени и описания его как цикличного или линейного. В различных философских и научных теориях существуют подходы к описанию свойств времени со своей терминологией. Концепция циклического времени базируется на преемственности традиции, апелляции к вечности как единству прошлого и будущего. Линейное время перформативно, оно основано на действии (акте, акции) в настоящем. Философское обоснование свойств времени находим у Аристотеля («всегда» и «теперь») [1, с. 146–155], Канта («вневременное бытие» и «практический разум») [12, с. 292–305], Гуссерля («очевидность» и «непосредственность») [10, с. 27–37], Хайдеггера (бесконечное «бытие-вообще», «бытие возможности» и конечное «вот-бытие», «бытие-к-смерти», «бытие присутствия») [18, с. 159–166]. Проблему свойств времени в социологическом аспекте исследовали Зигмунт Бауман («тяжелая» и «легкая» современность) [3, с. 125–131] и Энтони Гидденс (современность как равновесие и постсовременность как распад системности) [9, с. 173–174]. В лингвокультурологии и искусствознании разрабатываются свои определения подобных свойств: «вечное» и «мимоидущее» время у Л. А. Черной [19, с. 21], модели «потока времени» и «пути» у Н. Д. Арутюновой [2, с. 53], «время действия» (эпика) и «время субъекта» (драма) у Яна Мукаржовского [13, с. 410–420].

Свойства времени как показатели авторской хроноидентичности являются органичным атрибутом публицистики. Рассмотрим произведения Д. Л. Быкова и А. А. Проханова, которые посвящены разным поводам, имеющим отношение к историческим событиям. Выбраны три случая, побудившие авторов к высказываниям, — фильм «Матильда», Бессмертный полк и Ельцин-центр.

«Матильда»

Д. Л. Быков: «Да, наследник был влюблен в балерину. Да, балерина была женщина незаурядная. Да, она вошла в историю как минимум дважды — сначала привлекла внимание царевича, потом с балкона ее особняка выступал Ленин. Что порочит императора в фильме о его первой любви, особенно если учесть, что он тогда и женат не был? И что самое печальное — фильм, о котором столько шумят, почти наверняка разочарует и гонителей своих, и защитников. <...> Учитель — крепкий (и то не всегда) ремесленник, а попросту говоря, конъюнктурщик... чувства истории у него нет и что историю эту он подчиняет все той же моде... решительно все в современной отечественной культуре — да и только ли в культуре? — настолько второсортно, что и жить, и убивать, и умирать за это прежде всего стыдно» [5]. У Быкова в данном фрагменте мы находим свойства «модели пути» (Матильда — часть биографии императора), «бытие-к-смерти» («умирать за это»), практический разум (даются рациональные объяснения).

А. А. Проханов: «Это удар по всему русскому, по обездоленной русскости, которая после 1991 года не находит себе места в российском обществе. Она не находит себе места в литературе, где исчезли великие деревенщики Распутин, Белов, Абрамов. Не находит места в музыке, в которой исчезла русская песня, русский романс, симфонии великих Прокофьева и Свиридова. <...> Господин Учитель принадлежит к той когорте, которая в начале XX века демонизировала романовский централизм, изгрызла обветшалый ствол русской государственности и повалила его. Она же — умная, разрушительная, беспощадная — привела к падению монархии. Она же, эта сила, через 70 лет накинута на дряхлеющий советский централизм, и, как бобры перегрызают ствол дерева, так она перегрызла древо советской империи, и оно рухнуло. Теперь эта сила грызет своими желтыми сильными зубами древо путинского централизма, обрекая его на падение» [15]. У Проханова везде присутствует модель потока времени, неразрывности, преемственности и непрерывности истории, его бытие вневременно.

Коммуникативная несовместимость здесь неизбежна, потому что спор идет в разных плоскостях — с одной стороны в плоскости

рационального, обусловленной финансами, кинопрокатом, свободой творчества как ширмой для освоения бюджетных средств. С другой стороны — плоскость религиозного, сакрального. Этот спор изначально бессмыслен и бесполезен. Есть два способа решения подобных проблем: первый — где каждый имеет право на высказывание и несет за него ответственность, второй — путь нормативного запрещения дискуссий на темы, затрагивающие чувства какой-либо общности. Оба автора, хотя каждый по-своему, ведут линии своих размышлений к современности — «второсортной» (у Быкова) и преимущественно централистской (у Проханова).

Бессмертный полк

Д. Л. Быков: «Союзников ищет кремлевский обком. Варя свою дикую кашу, он хочет сегодня единым полком представить историю нашу. Вы в общем отряде, России сыны! Вы движетесь к новым Пальмирам отрядом одной бесконечной войны со всем окружающим миром» [6].

А. А. Проханов: «Это шествие напоминало огромный крестный ход. Портреты фронтовиков, их бессчетные вереницы были похожи на драгоценные иконы, от которых исходило сияние. <...> Эти фронтовики шли по Москве, обращаясь к нам, ныне живущим. “Вы — победители!.. Мы и вы — великий народ, непобедимый и вечный. Нам вменено судьбой принимать на себя удары тьмы. Вставать навстречу этой тьме. Гнать эту тьму с земли, возвращать на землю свет”» [16].

Здесь обнаруживается противоречие между «мимоидущим» и «вечным» временем. Чувство истории Быкова не позволяет ему идентифицировать себя с народом в широком смысле — вместе с предками и потомками. Бессмертный полк для него — рациональная политическая технология. Для Проханова — напротив, чувство истории, обостренное и эмоционально окрашенное, объединяет прошлое, настоящее и будущее. История вновь обращена в современность через «новые Пальмиры» у Быкова и «гонение тьмы» у Проханова.

Ельцин-центр

Д. Л. Быков: «При Ельцине не было ощущения тошного бесилия, полной безнадежности, совершенной нашей отстранен-

ности от управления страной и собственной судьбой. Напротив, многим казалось, что их собственная жизнь, да и судьба страны зависят от их воли, способностей и сил. Ельцин почему-то не внушал чувство, что все мы ничтожества перед ликом государства. <...> Главное же — мне кажется, что судить о каждом правлении следует с некоторой исторической дистанции» [7].

А. А. Проханов: «Цель этого центра — реабилитировать в сознании русского народа 90-е годы, назвать их великими годами русской истории. <...> Россия потеряла треть своих территорий... Россия потеряла великую армию... Россия лишилась великой сталинской техносферы. <...> В России не родилось 7 миллионов людей... Цвет русской молодежи пошел в бандиты, и они перестреляли друг друга... из танков был расстрелян российский парламент... Российская демократия исчезла навсегда, так и не родившись. В 1996-м совершилась первая грандиозная фальсификация выборов... Развязана первая чеченская война, которая была войной гражданской. <...> Русская, советская культура перестала существовать. <...> Появился тот уровень социальной несправедливости, который обрекает строй на катастрофу, на крах» [17].

В отношении Ельцин-центра способы высказываний авторов меняются на противоположные. Быков впадает в экзистенциальную модальность — «ощущение», «казалось», «почему-то», «кажется». Для него отход от ельцинизма — личная драма. У Проханова ельцинизм, несмотря на эпичность описания, подвергается рациональной аргументированной (по пунктам), не оставляющей сомнений критике, сквозь которую прорываются контуры идеала его исторического времени («великая сталинская», «русская, советская»). Различие в идеалах чрезвычайно усложняет коммуникацию: с одной стороны — собственная жизнь и судьба страны зависят от личных «воли, способностей и сил»; с другой — идеал как социальная справедливость, без которой приходит обреченность на катастрофу. Данный случай в наибольшей степени демонстрирует различие авторских хроноидентичностей, обусловленное пониманием исторического времени как драмы субъекта (у Быкова) и как эпики действия (у Проханова).

Литература

1. *Аристотель*. Физика // *Аристотель*. Соч. В 4-х т. Т. 3. М.: Мысль, 1981.
2. *Арутюнова Н. Д.* Время: модели и метафоры // *Логический анализ языка. Язык и время* / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, Т. Е. Янко. М.: Индрик, 1997.
3. *Бауман З.* Текущая современность / пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008.
4. *Блохин И. Н.* Личность в пространстве массовой коммуникации: начала ролевого анализа. СПб.: SCIENTIA, 2016.
5. *Быков Д. Л.* Без Матильды // *Панорама ТВ*. 2017. 16 февр. URL: vk.com/newspanoramatv.
6. *Быков Д. Л.* Бессмертный полк, бессменный волк // *Собеседник.ru*. 2016. 10 мая. URL: <https://sobesednik.ru/dmitriy-bykov/20160510-dmitriy-bykov-bessmertnyu-polk-bessmennyy-volk>.
7. *Быков Д. Л.* Десять лет без Ельцина // *Собеседник.ru*. 2017. 22 апреля. URL: <https://sobesednik.ru/dmitriy-bykov/20170422-dmitriy-bykov-desyat-let-bez-elcina>.
8. *Ванденко А.* Марк Захаров: кровопускание по-русски // *Рос. газета — Федеральный выпуск*. 2013. 13 окт.
9. *Гидденс Э.* Последствия современности / пер. с англ. М.: Праксис, 2011.
10. *Гуссерль Э.* Картезианские медитации / пер. с нем. В. И. Молчанова. М.: Академический Проект, 2010.
11. *Ионин Л. Г.* Социология культуры: учеб. пособие для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.
12. *Кант И.* Основы метафизики нравственности // *Кант И.* Соч. в шести томах. Т. 4, Ч. 1. М.: Мысль, 1965.
13. *Мукаржовский Я.* Время и кино / пер. с чеш. В. А. Каменской // *Мукаржовский Я.* Исследования по эстетике и теории искусства / пер. с чеш.; сост. и коммент. Ю. М. Лотмана и О. М. Малевича. М.: Искусство, 1994.
14. *Поршнев Б. Ф.* О начале человеческой истории. (Проблемы палеопсихологии) / под ред. Б. А. Диденко. М.: «ФЭРИ-В», 2006.
15. *Проханов А. А.* «Матильда» как поле боя // *Завтра*. 2017. 19 сент. URL: http://zavtra.ru/blogs/matil_da_kak_pole_boya.
16. *Проханов А. А.* Победа как скорость света // *Изв.* 2015. 11 мая. URL: <https://iz.ru/news/586385>.
17. *Проханов А. А.* Хрустальный гроб СССР. К открытию «Ельцин-центра» // *ЦентрАзия*. 2015. 4 дек. URL: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1449204420>.

18. Хайдеггер М. Прологомены к истории понятия времени. Томск: Водолей, 1998.

19. Черная Л. А. «Мимойдущее» время Древней Руси // Знаки времени в славянской культуре: от барокко до авангарда: сб. ст. / отв. ред. Л. А. Софронова. М.: Институт славяноведения РАН, 2009.

20. Эверетт Х. Формулировка квантовой механики через «соотнесенные состояния». URL: http://temporology.bio.msu.ru/RREPORTS/everett_formulirovka.pdf.

Н. В. Вакурова

Гос. ун-т управления, Москва

РЕАЛЬНОЕ И УСЛОВНОЕ ВРЕМЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Статья посвящена значению категории времени в журналистике. Автор рассматривает понятия реального и условного времени с точки зрения формируемых на их основе содержательных и жанрообразующих признаков журналистского контента в СМИ. Особое внимание уделяется понятию хронотопа и его роли в создании журналистского нарратива в современном медиапространстве.

Ключевые слова: время, журналистский контент, медиапространство, нарратив, пространственно-временные признаки жанра, хронотоп.

N. V. Vakurova

State University of Management, Moscow

REAL AND VIRTUAL TIME IN MODERN MEDIA SPACE

The article discusses the importance of the category of time in journalism. The author examines concepts of real and virtual time on the basis of which the genre features of journalistic content in the media

are formed. Special attention is paid to the notion of the chronotope and its role in the creation of journalistic narrative in the modern media space.

Keywords: time, journalistic content, media, narrative, spatial-temporal characteristics of the genre, chronotope.

Наука о журналистике может и должна быть представлена не только в феноменологическом или типологическом описании, но и в формализованном виде. Доступность доказательной формализации служит критерием зрелости науки. Категории времени и пространства как основополагающие характеристики журналистского произведения дают возможность выявить формализуемые (поддающиеся счету и количественному анализу) признаки контента СМИ, будь то печатные тексты, теле- или радиопередачи. Это важно еще и потому, что при традиционном изучении журналистики возникает контаминация понятий и терминологии. Использование характеристик времени и пространства при анализе журналистского контента является перспективным с точки зрения внедрения в методику медиаисследований методов количественного анализа [4]. Необходимо также различать время в журналистике и время в СМИ. Время в журналистике — многозначный феномен, соотносящийся со всеми этапами журналистского авторского творчества. Время в СМИ чаще всего связано с такими понятиями, как периодичность, оперативность, интерактивность и прямой эфир, где функционирование медиаканалов непосредственно связано с конкретными временными реалиями.

Что касается понимания времени в социальном, философском и общечеловеческом плане, то это понятие очень многозначно и используется по-разному. Время как физическая категория в масштабах существования человека непрерывно и однонаправлено. С точки зрения человеческого восприятия время дискретно и измеримо. Искусство возникло как потребность запечатления времени (Остановись, мгновение!). Андре Базен в книге «Что та-

кое кино?» писал о мумификации времени в кинематографе [1]. Помимо реального времени существует условное (внутреннее) время, которое можно подразделить на время автора и время читателя (зрителя) [3]. Для журналистики и публицистики особенно важно, что в их произведениях создается образ времени с помощью деталей того или иного времени.

Категория времени в литературе и журналистике имеет жанровое значение [7]. М. М. Бахтин писал о романном хронотопе как жанрообразующей характеристике текста [2]. Например, хронотоп дороги маркирует приключенческий роман с путешествием, хронотоп встречи обозначает любовный роман, хронотоп порога — философский роман-осмысление. На телевидении в формате ток-шоу используется хронотоп гостиной, где фигура ведущего соотносится с образом хозяина (хозяйки) салона (пример — салон Анны Павловны Шерер в «Войне и мире» Л.Н.Толстого).

К понятию условного времени добавляется виртуальное время как реальное время, прожитое человеком в иллюзорном мире. Данная категория обозначает условное время человека, на которое он тратит реальное время.

Важно обратить внимание и на такое понятие, как внутреннее время произведения, которое соотносится с историческим временем описываемых в тексте или представленных на экране событий. Как стало очевидным за последние два-три года, большинство телевизионных сериалов, особенно на Первом канале, воспроизводят события и реалии советского периода. Некоторые критики объясняют это усилившейся ностальгией по советскому прошлому, однако есть и еще одна причина: легче рассказывать об уже завершённом периоде, нежели о том, что в данный момент происходит на наших глазах; к тому же утверждение «большое видится на расстоянии» еще никто не отменял. Эта же причина лежит в основе нехватки сценариев о проблемах современности как в игровом, так и в документальном кинематографе. Похожая ситуация в литературе. В результате именно журналистика ведет летопись современности, причем теперь и в цифровой среде. В связи с ускорением темпа жизни меняется и архитектура жур-

налистских произведений [6]. В результате исследования темпа и ритма монтажа в телерепортаже выяснилось, что темп увеличился с 8-10 кадров в минуту в начале 80-х гг. до 15-20 в настоящее время.

Журналистика не только отражает время, но и играет преадаптивную роль управления будущим. Если обычно говорят «какое время — такая и журналистика», то можно сказать, что какая журналистика, такое и время. Журналистика в любом случае выполняет задачу социальной адаптации, тиражируя образцы поведения. Таким образом, моделируется будущее согласно антропному принципу в синергетике С. П. Курдюмова. Именно по этой причине можно наблюдать борьбу за журналистику и модели ее преподавания.

В описании времени мы отталкиваемся от его физического понимания. В пространственно-временных пределах человека физическое время предстает абсолютно неизменной категорией. В общем смысле время всегда условно и связано с искривлениями пространства или девальвацией на ранних стадиях существования Вселенной. Генетическое время живого организма связано с прохождением жизненных циклов и такими процессами, как апоптоз клеток или сокращение хромосомных теломер. Как было показано Г. С. Нечитайло, в невесомости на космической орбите процесс старения тормозится.

Примеров условности времени много. Целью настоящей статьи является описание условности такого рода, которая связана с отражением окружающего мира в мозгу человека.

Высшая нервная деятельность теплокровных животных (ВНД) — уникальный феномен, эволюционно построенный из системы анализаторов — зрительного, слухового, обонятельного, вкусового, тактильного. Каждый из них обеспечивает определенный канал коммуникации. При утрате одного из пяти каналов его функцию в какой-то степени перенимают оставшиеся. Формирование пяти анализаторов в мозгу человека происходит во время постнатального развития. Если орган чувства выключен, место его анализатора в мозгу будет занято другими функциями. Нейрогенез теплокровных строится на основе исключения. Не-

посредственно после появления человека на свет формируется огромное количество синапсов (межнейронных связей), после чего происходит ликвидация неработающих синапсов и нейронов. Исключение составляет врожденное заболевание аутизмом.

Анализаторы формируются в процессе нейrogenеза. Если представить мозг человека как компьютер, его мощность по порядку величины сопоставима с совокупной мощностью действующих на Земле суперкомпьютеров, а эффективность на несколько порядков выше. Соответственно имеется обширная база формирования виртуальной реальности, которая никогда не используется в полной мере. Каждый анализатор строится по-своему, их морфология и функция практически не изучены. Исследователи склонны описывать не анализатор, а прикладное отражение его деятельности. Например, в СССР теорией цвета занимались Н. Д. Ньюберг и И. С. Файнберг для целей цветного кино, полиграфии, производства деколей для фарфора и текстильной промышленности. Теория цвета — чистая условность, не существующая вне восприятия зрительным анализатором электромагнитного излучения в очень узком диапазоне 400–700 нанометров.

Аналогичным образом у человека развит пространственно-временной анализатор, нашедший отражение в системе хронотопов А. А. Ухтомского и М. М. Бахтина. В отличие от других теплокровных у человека есть феномен прошлого, настоящего и будущего, феномен дифференциации свершенного и незавершенного действия, также феномен недостижимого идеала, к которому следует стремиться. Из особенностей человека, формируемых в составе виртуальной реальности, строится наше условное время.

Виртуальная реальность у филогенетически разных этносов строится различно, но у всех видов человека она в значительной степени замещает перманентный стресс с чрезвычайно высокой гибелью, имманентный для дикой природы. Условно говоря, человек сам себе создает проблемы и считает себя низменным существом, хотя это совершенно не соответствует действительности. Человеческие системы высоко эффективны на уровне технологического механизма.

Анализатор мозга не является механизмом, это система с творческой генерацией виртуальной реальности и потому может рассматриваться как инструмент биотехнологии. Прямое изучение деятельности пространственно-временного анализатора мозга невозможно, и мы не знаем, заключена причина в недостаточном развитии науки или это в принципе недостижимо. Теория пространственно-временного анализатора в схеме Ухтомского-Бахтина построена на изучении жанрово-сюжетной структуры художественной литературы и некритично перенесена на экранную и журналистскую продукцию, где условное время может приобретать намного более динамичный характер.

Очевидно, условность времени значительно меняется на наших глазах с эволюцией по поколениям X, Y, Z и значительно отличается по направлениям творческой деятельности или у разных страт и этнических групп населения. Для человека, занятого в науке, неделя или даже месяц не является критическим сроком. Журналист живет одним днем, и час для него может быть критичным. Содержательное общение между ними затруднено или невозможно. Большинство социально активных людей время воспринимается по-разному для случаев свершенного или незавершенного действия. Одинаковый по восприятию этап либо оказывается очень коротким, либо растягивается на значительное время, иногда на всю жизнь, если имеется непреодолимое препятствие для завершения действия.

Новое поколение россиян выросло под постоянным самоконтролем видео- и фотосъемки. Возможность «возвращения» времени, воплощенного в электронной форме, кардинально меняет его условность. Восприятие пространства-времени окончательно теряет физическую последовательность и приобретает многослойную параллельность благодаря инверсии. В радикальном варианте у человека теряется ощущение необратимости биологической смерти, ведь в записях он останется жить. Новый человек поколения Z привыкает жить под прицелом объектива, будто он постоянно находится в свете софитов на котурнах, и у него теряется чувство самосохранения. Человек не отдает себе отчет, что без него к его записям может никто не вернуться. Доходит

до того, что с отсутствием фиксации условно исчезает время. Это похоже на то, как в поколении X актер жил только на сцене или съемочной площадке, все остальное, включая бытовые проблемы, уходило на второй план. Аналогичный эффект условности времени развивается в мозгу управленцев, политиков и манипуляторов. В связи с развитием в мире так называемых ювенальных технологий появились дети-манипуляторы, которые действуют по-разному и в разное время, когда у них появляется или исчезает возможность манипулирования.

В настоящее время практически вся человеческая жизнь проходит «за стеклом». Соответственно появились технологии избегания фиксации места нахождения человека и его действий, из которых ни одна не может считаться надежной. Однако время, в течение которого человек чувствует свое приватное пространство защищенным от внешнего контроля, воспринимается особым образом условности. В связи с ускорением условного времени развивается дефицит моделей виртуальной реальности, которыми искусство, политехнологии и журналистика могут удовлетворить запрос массового сознания. Модели сюжетов перемещаются в обратном направлении, то есть заимствуются из литературного или экранного продукта, попадая в конце цепочки в топовые новости. Получается будущее, которое было давно и детально описано.

Для mainstream media характерна инверсия условного времени. Например, в качестве последствий фактора 9/11 медиа США описали развитие ксенофобии в североамериканском обществе, следствием которой на самом деле были атаки самолетов на башни-близнецы. В прошлом впервые было замечено, что лондонская газета сообщила о смене власти в Петербурге за день до убийства императора Павла Первого. В наше время инверсии причины и следствия стали распространенной практикой и используются в качестве инструмента информационной войны. Также в наборе подобных инструментов присутствует метод субъективного толкования исторических фактов и событий, что свидетельствует о восприятии исторических реалий как аргумента в политических дискуссиях и информационном противоборстве [5]. К этому же

методу относится использование различных (иногда диаметрально противоположных) оценок исторических деятелей, связанных с тем или иным периодом, — например, Петра Первого, Ленина, Сталина или Хрущева. Для журналистики персонализация истории особенно важна, так как, существуя в координатах исторического времени, средства массовой информации формируют на основе оценки прошлого отношение к настоящему. Стереотипы массового сознания в таком случае могут рассматриваться как результат осмысления категории времени в журналистике и распространения представлений об истории и эволюции человека и общества в современной медиасреде.

Таким образом, время, как реальное, так и условное, является содержательной основой и способом создания журналистского контента. Категория времени, наряду с пространственными характеристиками, выполняет жанрообразующую функцию и определяет характеристики направлений и форматов, приобретающих новые черты в современных условиях медиаконвергенции.

Л и т е р а т у р а

1. *Базен А.* Что такое кино? М.: Искусство, 1972.
2. *Бахтин М. М.* Проблемы поэтики Достоевского. М.: Искусство, 1979.
3. *Богомолов Ю. А.* Проблемы художественного времени на телевидении. М.: Искусство, 1977.
4. *Вакурова Н. В.* Пространственно-временная организация телевизионных передач: дис. ... канд. филол. наук. М.: Ф-т журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 1981.
5. *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2016.
6. *Муратов С. А.* Телевидение в поисках телевидения. Хроники авторских наблюдений. М: Изд-во Моск. ун-та, 2009.
7. *Шкловский В.* Тетива. О несходстве сходного. М.: Советский писатель, 1970.

Е. С. Дорошук

Казанский (Приволжский) федеральный ун-т

**ЖУРНАЛИСТСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ
В КОНТЕКСТЕ УСКОРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ:
ПРОГНОСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Автор рассматривает особенности журналистской коммуникации в ускоряющемся мире, изучая феномен ускорения социального времени. При этом выделяются особенности решения журналистом задач по гармонизации социальных отношений, сохранению социальной памяти и прогнозированию будущего через социальное проектирование.

Ключевые слова: социальное время, журналистика, ускорение, новые медиа, журналистская коммуникация.

E. S. Doroschuk

Kazan (Volga region) Federal University

**JOURNALISTIC COMMUNICATION IN THE CONTEXT
OF ACCELERATION OF SOCIAL TIME:
THE PROGNOSTIC ASPECT**

The author considers peculiarities of the journalistic communication in a fast paced world, studying the phenomenon of social acceleration of time. There are some features of the journalist's functioning for the harmonization of social relations, maintaining social memory and predicting the future via social projecting.

Keywords: social time, journalism, acceleration, new media, journalism communication.

В современном мире социальное время представляется как время человеческого бытия. Мартин Хайдеггер определял бы-

тие как присутствие через время [14, с. 81-82]. Способность чувствовать время философы считают одной из важнейших черт личности. В этом заключаются и знание прошлого, и понимание настоящего, а также умение видеть будущее. «Время течет в нас, и мы существуем во времени» [5, с. 59]. Как подчеркивает В. П. Демидов, общество придает времени новый модус на основе выработки различных концептуальных положений [7].

И время становится социальным, что можно определить как коллективное перцептуальное время, как универсалию культуры, «содержание которой лежит в основе концептуального времени, конституирующегося в феномене истории как осознанной процессуальности социальной жизни» [10, с. 9]. Следовательно, социальное время всегда тесно связано с развитием общества, его историей, культурой, мировоззренческими установками социума. В контексте изучаемой проблемы важно обратить внимание на целый ряд свойств социального времени, выделяемых исследователями, среди которых:

— *однонаправленность* — все события как бы нанизаны на стрелу времени, ведущую из прошлого через настоящее в будущее, это придает социальному времени линейный характер;

— *ритмичность* — наличие определенной конфигурации с равномерным чередованием, ритмы социального времени накладываются друг на друга: эпоха, период и т. д.;

— *цикличность* — культура, так же как и другие системы, пульсирует, формируя определенные циклы [12, с. 174]. Цикличность времени предполагает какую-то законченность процесса или явления, а затем его повторяемость через определенный промежуток времени;

— *структурированность* — наличие точек отсчета, имеющих условный характер;

— *периодичность* — периодом социального времени называется такой временной отрезок, в течение которого основные параметры социальной реальности общества на определенном этапе его исторического развития являются неизменными, или изменения в социальной структуре общества очень незначитель-

ные и не влияют на основные черты, присущие социуму в ту или иную историческую эпоху;

— *неравномерность* — различия разных периодов развития, темпов течения социального времени, ускорение или замедление процессов [7].

Широко известны слова Геродота о том, что каждый человек стоит у дверей собственной судьбы и каждому человеку хотелось бы разрешить загадку будущего, проникнуть в будущее не только свое собственное, но и своей страны, увидеть, как будет устроена жизнь спустя годы. Размышления о будущем не чужды и современным мыслителям, они приобретают форму социального прогноза, приближая социальные системы к совершенству в бесконечном течении времени.

Социальный прогноз строится исходя из связи социального предвидения и повседневной практики, в рамках которой учитываются действующие тенденции развития и долгосрочные социальные факторы. В основе таких прогнозов лежат анализ и оценка различных текущих процессов и явлений с позиций будущего, что сказывается в деятельности людей желанием устранить препятствия и способствовать развитию тех или иных процессов. И здесь важно, насколько верно познано и оценено прошлое и настоящее, в каком контексте рассматриваются исторические события и отражаются действующие социальные законы и закономерности.

Поэтому объективное представление о будущем в социальном времени прямо зависит от того, насколько умело объясняется настоящее. Еще у А. Герцена мы встречаем мысль о том, что «мало знать станцию, к которой мы едем, надо определить и которую версту по пути к ней мы проделываем и какие рытвины и мосты именно на этой версте». Анализ реальных общественных процессов — одна из задач журналистики, которая, как считает О. Д. Волкогонова, состоит из способности постичь всю сложность социальных реалий сегодняшнего момента, а также выделить основные тенденции предстоящего развития и познать его законы [5, с. 51].

Современный человек живет в условиях ускорения времени, прежде всего социального времени. Как известно, эффект уско-

рения времени открыт еще Пифагором. В современном понимании скорость течения времени увязывают с количеством реально новой (не рутинной) информации: чем больше, тем быстрее. Этим определяется развитие нелинейного мира, когда время и инвариантный за цикл объем информации уплотнены до предела. П. Вирильо говорит, например, об исчезновении времени и пространства в современности и замене их скоростью, которая объединяет хронос и топос. Он отмечает, что скорость действует, как наркотик, и требует дальнейшего своего увеличения [2].

По мнению Н. Р. Саенко и В. С. Хрустовой, ускорение социального времени связано с увеличением количества и интенсификацией событий [11, с. 175]. Это в условиях дуализма социальных форм и уникальной жизни индивида находит, по мнению Г. Зиммеля, выражение в существовании традиций и инноваций [8]. Отражение традиций и поддержка инновационного пути развития во многих случаях — основа формирования информационной политики изданий в современном медиапространстве. На эти процессы также оказывает влияние состояние социокультурных трансформаций, которым подвергается вся медиасфера как часть культурного пространства.

Социокультурные трансформации как следствие ускорения социального времени вызывают к жизни свойства мобильности, без которых не может быть самого ускорения. В глобализованном мире мобильность, по мнению В. В. Буряк, и скорость культуры — это два фундирующих принципа формирования современного общества [1, с. 351]. И. А. Филина подчеркивает, что за последние сто лет человечество во много крат увеличило скорости общения и скорости получения информации, наряду с другими скоростями [13, с. 17]. Но именно эти два вида скоростей сыграли немаловажную роль в современном представлении о профессии журналиста и его задачах. Следует отметить возможности журналиста и журналистики по усилению скоростей времени.

Во-первых, журналист усиливает скорость социального времени за счет повышения трансляционности событий — возрастания количества медиапродуктов самого разного качества,

«нишевизации» медиаканалов, что, в свою очередь, приводит к сжатию информационного времени, лежащего в основе медиапроизводства. И как следствие — невозможность при потреблении информации охватить все информационное пространство, стремление к мозаичному восприятию мира и порождению собственных траекторий удовлетворения информационных потребностей. Обеспечиваются эти процессы со стороны журналиста увеличением объема медиапродуктивной деятельности на основе ускорения социального времени. Такое нарастающее развитие производства медиапродуктов — следствие технологической революции, приведшей к сетевой переориентации медийных процессов, дигитализации и универсализации журналистской деятельности.

Во-вторых, журналист становится активным субъектом процессов нарастания сетевых интегрированных коммуникаций — медиакоммуникаций — с распространением коммуникативных продуктов как продуктов универсальных (имеющих тенденции к применению в различных отраслях деятельности). Основанием для нарастания медиакоммуникаций в сетевом контексте является, в том числе, увеличение скорости социальных процессов, социального времени в целом и, как следствие — увеличение скорости социального роста журналиста как индивида [11]. В связи с этим социальный рост журналиста может быть охарактеризован как качественный скачок, прежде всего в личностном развитии, приводящий к многомерности и разносторонности во взглядах на окружающую действительность, понимании личностных и социальных интересов с целью создания социальной картины жизни. Журналисту с траекторией социального роста свойственно глубокое погружение в проблемное поле жизни, высокая степень ответственности за результат своей деятельности. В режиме ускорения социальных процессов, однако, это является признаком авторской журналистики, которую считают наследницей и продолжательницей журналистики событий, все более и более переходящей в разряд искусственного интеллекта. Агрегаторы новостей, получившие широкое применение в системе СМИ, по прогнозам исследователей, постепенно вытеснят жур-

налиста из сферы событийных массовых медиапродуктов, которые будут производиться роботами. Поэтому журналистика как профессия должна быть трансформирована в принципиально иное профессиональное пространство, ориентированное на личностное отражение окружающей действительности с дополнительными элементами, создающими жизненную среду, комфортную для деятельности. Это потребует, в свою очередь, трансформации жизненного мира профессии журналиста, с одной стороны — объединяющего традиционные формы журналистики и инновационные площадки (например, информальные платформы, конвергирующие функции разных коммуникационных каналов — рекламы, новостей, аналитики и т. д.), с другой стороны — создающего на основе сетевых коммуникаций уникальные продукты, основанные на авторском представлении окружающей действительности.

В-третьих, исходя из того, что скорость рассматривается как самостоятельный феномен культуры, не связанный с передвижением в пространстве, механизм его воздействия на журналиста может быть описан таким образом. Изменяющийся мир заставляет журналиста и журналистику в целом адаптироваться к нему, этот процесс постоянен и непрерывен. Особенно важно, что он протекает в русле виртуального общения, создающего иллюзию, по словам Н. Р. Саенко и В. С. Хрустовой, «неограниченного доказательства существования человека как отдельной сущности» [11, с. 176]. Журналист ускоряется для того, чтобы быть в ритме социального времени, чувствовать его и успеть выразить в череде медиатекстов, используя технические возможности новых медиа. Таким образом, техника и доступные технологии становятся катализатором различных видов коммуникаций, по отношению к которым журналист является и организатором, и участником. На первое место по востребованности качественных характеристик у журналиста выходят умение ускоряться, придавать своей деятельности «высокую эффективность в короткие сроки» [11, с. 177].

Сверхоперативность деятельности журналиста вследствие ускорения становится основой и ценностью его профессиональной компетентности, которая в совокупности с интенсификацией восприя-

тия окружающей действительности позволяет включать в понятие результативности журналистской коммуникации такие параметры как скорость социального роста и достижение успеха. Ускорение требует от журналиста гибкого ума и молодости впечатлений, поэтому нынешнее время — это время молодой журналистики с ранним обретением опыта и повышенной интенсивностью действий, готовностью к восприятию и созданию постоянных инноваций.

Вследствие этого на современном этапе в условиях ускорения социальных процессов журналистика может считаться своеобразным фундаментом, базой социального прогнозирования, сама она при этом содержит в себе модели и проекты социального развития. Социальное проектирование в условиях ускорения социальных процессов рассматривается как один из эффективных способов решения многих социальных проблем путем введения их в механизм социальных проектов. Как подчеркивает, например, М. А. Кутузов, в условиях социального проектирования приоритетом становится выработка новых знаний, которых еще ни у кого нет. Автор-журналист, рассматривая новые социальные технологии как форматы управления развитием, высказывает полную убежденность в том, что применение этих форматов возможно и эффективно только в рамках социальных проектов, чем задаются пространственные и векторные рамки социального развития [9, с. 45].

Являясь медийной реальностью социального проектирования, журналистика выступает своеобразным инструментом социального ориентирования, а конструируемая в медиaprостранстве модель социального развития — основой для познания будущих общественных явлений, будущей жизни, то есть социального прогнозирования.

Такова своеобразная цель средств массовой информации, которая сформировалась в последние годы под воздействием философии постмодернизма. Журналистика в данном контексте — это своеобразное пространство социального перформанса, который, по словам Ф. Джеймсона, является диалогичной формой для воспроизводства зрелищ и «спектаклей» как основы поиска новых смыслов в том, что осмыслено и понято [16]. Социальное проектирование как форма социального перформанса обеспечивается

ускоряющимися медиа как диалог в социальном времени, открытый и свободный. При этом медиа (включая журналистику) формируют, по словам Т. И. Власовой, основу жизни и производства смыслов в современном мире, культурные ценности [3].

Следует подчеркнуть, что важнейшим элементом истории культуры и культурных ценностей выступает память, которая является транслятором ценностей и смыслов от поколения к поколению. При этом журналистика может быть охарактеризована как обобщенная коллективная память социума, транслирующая разнообразные социальные и личностные смыслы. В. Н. Ярская называет это антропологической рефлексией времени или темпоральностью, выделяя движущие силы политики памяти [4]: прежде всего государственная власть, гражданские объединения, массовая культура, распространенная в обществе, а также медиа (средства массовой информации) и их системный характер, в котором отражаются ценностные и культурные смыслы.

Для журналиста в связи с этим важно понимать — как осуществляются практики, связанные с памятью, в каких социальных и культурных нормах, какие из них приняты сегодня. Механизмы порождения смыслов, связанных с включенностью в социальные практики, отражающие временные (ресурсные) характеристики (какая составляющая ресурса — социального времени — затрачивается), непосредственно влияют на социальное взаимодействие, ускоряя или замедляя социальное время. Это влияние В. Н. Ярская связывает с влиянием времени в качестве социальных смыслов и культурных кодов социальной жизни, при котором происходят инверсия, конструирование памяти и извлечение социальных фактов в настоящее [15, с. 12].

Описанный механизм в журналистике проявляется в процессе влияния на внимание человека при помощи потока входящих сообщений, что может приводить, по мнению Х. Рос и У. Шеерман, к внезапным разрывам в сознании (включая и коллективное сознание) [17]. Для сохранения идентичности в ходе современной человеческой истории при ускорении всех форм социальной жизни и индивидуализации социальной памяти через включенность в современные информационные сети важной становится задача жур-

налиста по структурированию социальной памяти и социального времени через интенсификацию повествования как основы журналистского текста [6]. Задача, решаемая при этом журналистом, заключается в наделении времени социальным смыслом путем оценивания так или иначе различных фактов прошлого и настоящего, что помогает гармонизировать социальное пространство, прогнозировать пути его дальнейшего развития. Смысловой единицей при этом выступает журналистский текст — медиатекст, позволяющий позиционировать события и факты в социальном пространстве и времени, порождая их под воздействием динамики их особенного движения.

Таким образом, журналистская коммуникация, являясь производной от мира профессии журналиста, с одной стороны, находится под воздействием процессов ускорения социального времени, с другой — сама является способной к ускорению и влиянию на уплотнение времени. Это качество обеспечивает ей формирование нового знания в формате социального проектирования и возможности влияния на социальную память. В этом проявляется прогностическая функция журналистики в условиях ускорения социального времени.

Литература

1. Буряк В. В. Динамика культуры в эпоху глобализации: ноосферный контекст. Симферополь: ДИАИПИ, 2011.
2. Вирильо П. Машина зрения. СПб.: Наука, 2004.
3. Власова Т. И. Постмодернизм как завершение культурного проекта модерна. URL: http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/1182/1/Vlasova_post-modernizm.pdf.
4. Власть времени: социальные границы памяти / под ред. В. Н. Ярской, Е. Р. Ярской-Смирновой. М.: Центр социальной политики и гендерных исследований, 2011.
5. Волкогонова О. Д. Приоткрывая завесу времени: О социальном предвидении будущего. М.: Политиздат, 1989.
6. Востоков В. В. Коммуникативный, когнитивный и эмотивный аспекты темпоральных значений в структуре текста // Филологический портал (Языкознание) 2006. URL: http://www.filologdirect.narod.ru/sra/sra_2006_44.html.

7. Демидов В. П. Социальное время: некоторые свойства // Вестн. Бурят. гос. ун-та. 2010. № 3.
8. Зиммель Г. Проблема исторического времени // Зиммель Г. Избранное: в 2-х т. Т. 1. М.: Юрист, 1996.
9. Кутузов М. А. Больше экспертов — хороших и разных // В Центре притяжения. Центральный федеральный округ. 2009. Июнь. Спецвыпуск № 2(7).
10. Новейший философский словарь. 2-е изд. / сост. и гл. науч. ред. А. А. Грицанов. Минск: Интерпрессервис; Книжный дом, 2001.
11. Саенко Н. Р., Хрустова В. С. Бытие человека в условиях ускорения социокультурной динамики // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 2(40): в 2-х ч. Ч. II.
12. Соколов Е. Г. Сглаженная аритмия // Социальная аналитика ритма: сб. матер. конф. / редкол. выпуска: Д. У. Орлов, К. С. Пигров, А. К. Секацкий. СПб.: Изд-во С-Петербург. Филос. общества, 2001.
13. Филлина И. А. Трансформация культуры чувств в век скоростей // Актуальні проблеми духовності: збірка праць. Кривий Ріг: І.В.І., 2007. Вип. 8.
14. Хайдеггер М. Бытие и время. М.: Ad Marginem, 1997.
15. Ярская В. Н. Инверсия времени как механизм памяти в контексте культуры // Власть времени: социальные границы памяти.
16. Jameson F. Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism. London, New York: Verso, 2009.
17. Rosa H., Scheuerman W. High speed society: social acceleration, power and modernity. University Park: Pennsylvania State University Press, 2009.

В. Л. Кириллов

С.-Петербургский гос. ун-т

ЖУРНАЛИСТ КАК ПОПУЛЯРИЗАТОР ИСТОРИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЖУРНАЛА «ОГОНЕК» 1987–1990 гг.)

В статье рассматриваются взгляды советских журналистов эпохи перестройки на проблему освещения в СМИ исторических сю-

жетов, а именно на значение и роль исторической проблематики в перестроечной публицистике. В качестве типичного примера автор анализирует публикации журнала «Огонек» 1987–1990 гг. Автор приходит к выводу, что журналисты этого времени имели представление об общественной значимости исторического знания, допускали политическую ангажированность исторических публикаций и безапелляционность суждений.

Ключевые слова: историческая журналистика, историческая публицистика, перестройка, «Огонек».

V. L. Kirillov

St Petersburg State University

A JOURNALIST AS A POPULARIZER OF HISTORICAL KNOWLEDGE (BY MATERIALS OF “OGONIOK” IN 1987–1990)

The article examines Soviet journalists' view during perestroika period on the coverage of historical subjects, such as significance and function of historical events in the perestroika publications. As a typical example, the author analyzes articles in “Ogoniok” magazine in 1987–1990. The author comes to conclusion that the journalists of that period had an idea of public significance of historical knowledge, in articles on the history they showed political bias and categorical judgments.

Keywords: historical journalism, historical publications, perestroika, “Ogoniok”.

Проблема интереса перестроечной прессы к исторической тематике нередко привлекала внимание исследователей в последние три десятилетия. Контекст обращения к этому сюжету мог быть различным: от анализа научной и политической составляющих в том процессе [см., напр.: 1] и конкретных исто-

рических тем, затронутых перестроечными публикациями [см., напр.: 9], до исследований в области непосредственно истории журналистики и периодической печати [см., напр.: 12, с. 85–95; 5]. Объектом изучения становились и конкретные издания, среди которых часто отмечают журнал «Огонек» [см., напр.: 4], что неудивительно — в разгар перестройки он занимал лидирующее место среди журналов по числу подписчиков (4 млн в 1990 г.) и выделялся читателями как «самый интересный журнал», по данным социологических опросов в 1989 и 1991 гг. [2, с. 18; 10, с. 39; 11, с. 51].

При рассмотрении тематического содержания исторических публикаций и их жанрового разнообразия исследователи, однако, редко ставили вопрос о самооценке публицистов-историков, их собственной рефлексии на тему места и роли истории в их журналистской деятельности. В чем состоит функция исторических сюжетов на страницах газет и журналов, в чем особенность «исторической миссии» журналиста?.. Попробуем ответить на эти вопросы, рассмотрев материалы журнала «Огонек» 1987–1990 гг. Выбор периода анализа объясняется тем, что в сравнении с данным диапазоном лет, в ходе которых заметно проявилась динамика изменений традиционного взгляда на историю, статьи «Огонька» за 1985–1986 и 1991 гг. не отличались концептуальной яркостью в освещении исторических сюжетов.

Одними из наиболее востребованных и регулярных тем журнала, уводящих читателя из современности в прошлое, были история отечественной литературы (1987. № 37. С. 12–15; 1988. № 15. С. 5–7; 1989. № 10. С. 9–12; 1990. № 6. С. 14–16 и др.) и история культурного наследия — в частности, вопросы сохранения материальных памятников культуры в СССР (1987. № 27. С. 19; 1987. № 38. С. 22–23; 1988. № 13. С. 30–31; 1988. № 17. С. 4–6 и др.). Данный историко-культурный уклон отражал интересы редакции. Согласно воспоминаниям главного редактора В. А. Коротича, публикация подборки стихов Н. С. Гумилева была его первым желанием после назначения на новую должность в 1986 г. [7, с. 26–27]. Примечательно, что заведующий отделом культуры «Огонька»

В. П. Енишерлов перешел впоследствии на позицию главного редактора историко-культурного журнала «Наше наследие» (вместе с ним ушли и несколько журналистов, которых ответственный секретарь редакции «Огонька» В. В. Глозов называл «русофильски настроенными литераторами») [7, с. 7; 3, с. 19].

Безотносительно к «Огоньку» о недостатках доперестроечной советской культурной политики Коротич писал следующее: «В школе нас знакомили с перечерканной родной историей, выборочно упоминали о слоях культуры. Когда я редактировал в Киеве журнал иностранной литературы („Всесвіт“. — В. К.), мне было запрещено печатать Сартра и Беллоу, обсуждать живопись Дали и музыку Хиндемита. Считалось, что наш народ может прекрасно обойтись без всяких там Стравинских, Кандинских и Набоковых» [8, с. 67]. Неудивительно, что наметившиеся в «Огоньке» тенденции, интересы членов его редакции и общественный запрос на «запрещенную» ранее культуру способствовали развитию историко-культурной тематики журнала. Об этом открыто говорилось и на его страницах: «...совершенно ненормально, когда на книжных полках незаконно пустовали места для книг Пастернака, Гумилева и других. Все это должно было публиковаться», — декларировал свою позицию главный редактор в 1987 г. (1987. № 25. С. 2)

Но знаковыми и заметными были, безусловно, темы политической истории. Под них создавались специальные исторические рубрики: так, в 1987 г. регулярной была рубрика «1917–1987», посвященная юбилею Октября. Под заголовком рубрики, впрочем, почти не встречались банальные апологетические пересказы революционных событий. Самая первая публикация — интервью с академиком И. И. Минцем — затрагивала тему необходимости перестройки исторической науки. По словам Минца, в то время можно было говорить «о снижении активности нашей отечественной науки в разработке назревших проблем истории Октября и гражданской войны» (1987. № 1. С. 3).

В дальнейшем, и особенно во второй половине 1987 г., главной исторической темой «Огонька» (часто именно в рамках названной юбилейной рубрики) стала судьба забытых деятелей

коммунистической партии, попавших под репрессии в сталинские годы. «Почти все они одного года смерти. О многих мало кто и что знает. А знать первостроителей социалистического государства, их жизненный путь надо — путь кремнистый, через огонь, бездорожье и котлованы», — писал Н. Быков в статье «По праву памяти» о большевике В. В. Оболенском (Н. Осинском) (1987. № 24. С. 6). Именно под тезис о необходимости памяти — можно сказать, под культ памяти — подводились многие биографические очерки и материалы. «Память об ушедших — вечная эстафета человечности. Никто не должен исчезнуть бесследно... Даже о геростратах надо помнить в назидание поколениям. А уж о людях добрых — в особенности», — говорилось в статье «Память» Ю. Гальперина (1987. № 11. С. 3).

Гуманистический пафос возвращения имен сопровождал биографические очерки 1987–1989 гг. о репрессированных большевиках, а также — чем далее, тем более — о представителях других социалистических партий. Но к 1990 г., по мере перехода, по выражению Е. Д. Гординой, к периоду «отрицания социализма» [4, с. 4, 57 и др.], биографии революционеров становятся и источником для других жанров. Например, в статье о большевике Гаврииле Ильиче Мясникове (ошибочно названном Ивановичем), участнике расстрела великого князя Михаила Александровича, вступившего в конфликт с Лениным по вопросу о свободе печати, можно заметить некоторый оттенок сатиры. Сам автор Б. Беленкин во вступлении рассуждал: «Жанр биографии имеет свои каноны. <...> Истории „пламенных революционеров“, неугодных Сталину и им уничтоженных, однотипны. Сегодня жанр всех таких биографий — трагедия. И образы героев жанр трактует одинаково. Спотыкается он лишь в том случае, когда реальное „житие“ героя категорически не пишется в сложившиеся трафареты» (1990. № 21. С. 18).

Тем не менее в целом биографический жанр «Огонька» достаточно последовательно следовал «трафаретам», и его публицисты остро реагировали на иную точку зрения. В качестве примера можно привести полемическую заметку Л. Овруцкого «Не бросая тени на живых и не отнимая чести у мертвых» — своеобразный ответ на отзыв Ю. Максимова в «Литературной газете» об опубликованных

ранее в «Огоньке» воспоминаниях вдовы Н. И. Бухарина. Максимов обращал внимание на сложность истории Бухарина, необходимость многосторонней оценки, «большого внимания, большей серьезности». Овруцкий же крайне эмоционально, с помощью множества метафор, передергиваний и практически обвинений Максимова в сталинизме оценивал его позицию, завершая статью призывом «избавить Клию от касаний, оставляющих на ее хитоне сальные пятна» и риторическим вопросом: «научимся ли мы когда-нибудь вести спор о самых острых проблемах с достоинством, подобающим гражданам своего отечества» (1988. № 17. С. 7, 29–30). Остается неясным, почему же автор не заметил, что подобные призывы и упреки были легко применимы и к нему самому...

С 1989 г. заметна тенденция очевидной политизации и актуализации новейшей истории, особенно в форме исторической аргументации. Яркими примерами такого подхода были статьи В. В. Костикова, рассматривавшие тот или иной сюжет истории XX века в контексте актуальной политической проблемы: так, идея противодействия и критики современной номенклатуры раскрывалась им через историю становления номенклатуры советской, в первую очередь при Сталине в 1920-е гг. («Блеск и нищета номенклатуры»), проблема свободы печати — через историю цензуры и запретов свободы слова от революции до современности («Время оттаявших слов»), идея парламентаризма и демократической альтернативы — через соответствующие исторические сюжеты («Сапоги из шагреновой кожи») (1989. № 1. С. 12–15; 1989. № 22. С. 4–6; 1989. № 32. С. 12–16). Этот принцип нашел последователей: статья «Черная сотня» Р. Петрова и А. Черного предварялась отрывком из интервью лидера движения «Память» И. Сычева, очевидным образом намекая на актуальность экскурса в историю; Ю. Феофанов, сумбурно обращаясь к истории в свете итогов работы первого Съезда народных депутатов, тем не менее назвал свою публикацию «Принципы и лица. Текущий момент в свете исторических аналогий» (1990. № 20. С. 12–15; 1990. № 29. С. 4–5).

«Некоторые литераторы и публицисты обращаются к исторической теме отнюдь не ради самой истории, а для обоснования своих концепций, к истории, собственно (да и к литературе),

никакого отношения не имеющих», — констатировал проблему Н. Гульбинский в статье «Восхождение к „Краткому курсу“» (1989. № 23. С. 24). Объектом его критики были авторы журнала «Наш современник», позволявшие ряд противоречивых замечаний в адрес Троцкого, Бухарина и других соратников Ленина (в середине 1989 г. в журнале «Огонек» ленинская гвардия оценивалась пока еще положительно). Оппоненты Гульбинского, по его мнению, склонны к политической ангажированности в духе «Краткого курса» — отсюда и название статьи. «Когда-то один известный философ писал, что история — это не карьер, где добываются камни цитат, которыми потом проламываются черепа противников», — заключал автор (1989. № 23. С. 25), но, как и в случае с упомянутым выше Овруцким, он, возможно, не замечал, что в «восхождении к „Краткому курсу“» столь же успешно можно было обвинить и его самого.

«Огонек» старался создать атмосферу плюрализма и присутствия разносторонних мнений и оценок. Большую роль в этом играли письма читателей, в которых встречались как положительные оценки, так и неприятие исторической публицистики журнала. В ряде случаев редакция публиковала и обстоятельные статьи, мнение авторов которых шло вразрез с последовательной линией «Огонька». Например, в статье «Истина или уступка моде?» историк В. Миллер разбирал множество фактических неточностей, допущенных Костиковым в публикации «Сапоги из шагреновой кожи», делая вывод, что Костиков стоял на «кадетской» позиции отрицания Октябрьской революции, хотя прямо этого и не провозглашал. Но гораздо интереснее, как представляется, не политическая, а научная оценка исторической публицистики со стороны Миллера: недостатки статьи Костикова, по его мнению, были характерны в те годы «для многих публикаций, написанных в жанре „в кроссовках по истории“» (1989. № 36. С. 7).

Профессиональные историки вообще редко были авторами «Огонька»: Е. Д. Гордина, проанализировав исторические публикации журнала за 1989 г., писала о 13% историков-авторов и 66% публицистов (остальные — деятели культуры и других отраслей науки, очевидцы событий и др.) [4, с. 55]. Важнее, конечно, не число

представителей исторической науки, а отношение журналистов к этой науке. Нередко оно было благожелательным: «Историки сегодня, как никогда, пожалуй, интенсивно восстанавливают недавнее наше прошлое. Как реставраторы, они слой за слоем снимают напластования лжи с событий, фактов, явлений» (1988. № 17. С. 20). Но порой эта оценка могла быть и критичной: в интервью с бывшим редактором «Военно-исторического журнала» Н. Г. Павленко, например, не один раз поднимался вопрос о фальсификации исторических событий в прошлом. Павленко отметил, что главную роль в фальсификации истории играла система политического руководства, а также историки, «превращенные системой в службистов или даже в лакеев»; вместе с тем он указал на положительную роль историков А. Самсонова, Ю. Афанасьева и других, вставших «на путь выкорчевывания сталинизма из нашей исторической науки» (1989. № 25. С. 8). Вопрос о ценности исторической науки был, по сути, политическим: фальсифицированной «сталинской» и «брежневской» науке противопоставлялась «антисталинская», настоящая наука.

На этом фоне не подвергавшимся сомнению источником исторического знания чаще становилась художественная литература; на это, возможно, косвенно влиял и историко-культурный уклон авторов «Огонька». В редакционном предисловии к статьям о поэме А. Твардовского «По праву памяти» и фильме Т. Абуладзе «Покаяние» отмечалось, что именно «литература и искусство внесли и вносят немалый вклад в объективную оценку исторического пути». Л. Аннинский, обращаясь к автору романа «Дети Арбата» А. Рыбакову, отмечал, что предпочитает, «чтобы о Сталине была сказана такая правда, как у Вас». В рецензии на книгу Ю. Борева «Сталиниада» говорилось, что в авангарде «художественных произведений и исследований» «всей правды» о том, что с нами было, идут «книги Солженицына, Гроссмана, Шаламова, Домбровского» (1987. № 8. С. 6; 1987. № 27. С. 26; 1990. № 29. С. 31). Как можно заметить, «художественная правда» приравнивалась к «объективной», исторической правде и воспринималась скорее даже «правдивее», чем собственно история в научном понимании.

Подробно этот вопрос был разобран Н. Ивановой в статье «От „врагов народа“ — к „врагам нации“?». Указав на важность

изучения исторических проблем («для понимания проблем современности производится необходимый исторический анализ — иначе диагноз будет поставлен неверно, только по внешним симптомам»), автор приходила к выводу, что раскрывать историческую правду — задача главным образом публицистики: «Публицистика в этом движении сначала чуть запоздала — проза и кино вышли первыми. Но сегодня именно она, публицистика, активно занялась делом — фактами, документами, осознанием причинно-следственных связей. Именно этим и ценна сегодня ее работа» (1988. № 36. С. 18). Проза и кино (то есть литература и культура в целом) обратились к истории первыми, вслед за ними анализ истории начала проводить публицистика, — но о месте в этом процессе исторической науки в статье не говорилось, поскольку научный подход к истории не представлялся в контексте статьи общественно значимым.

Идея передовой роли журналистики в анализе исторических проблем, особенно в сравнении с исторической наукой, встречалась и в других источниках этого времени. Во введении составленного по материалам прессы 1987 г. дайджеста «Страницы истории» (затем переизданного в виде сборника «История без „белых пятен“») составители отмечали, что историческая наука «в целом медленно и тяжело выходит из длительного периода застоя, приверженности изжившим себя догмам, схемам и стереотипам», в то время как публикации на историческую тематику в прессе — «при всех недостатках, фрагментарности и научной неравноценности» — «имеют огромное значение для восстановления исторической правды и справедливости» [6, с. 5]. Таким образом, тезис о высокой значимости исторической журналистики («для восстановления исторической правды») встречался и за пределами журнальных публикаций.

«Перестройка всех нас сделала историками», — такую фразу вскользь бросил Костиков в журнале «Огонек» (1989. № 7. С. 9). «Ведь историками стали все!» — то ли с грустью, то ли с иронией писали впоследствии историки Г. А. Бордюгов и В. А. Козлов: «Драматурги пишут исторические эссе, а кинорежиссеры делятся своими мыслями о злых гениях русской истории. <...> Все уже все

знают, все всё понимают и ко всему прикладывают политический аршин» [1, с. 3]. Но кроме деятелей искусства в первую очередь в этом процессе во второй половине 1980-х — начале 1990-х гг. отметились именно журналисты. Как было показано выше, взгляд на журналиста как не просто популяризатора разработанного кем-то иным исторического знания, но как в первую очередь автора, носителя «правдивого», истинного знания можно проследить по материалам журнала «Огонек». Для этого взгляда нередко были характерны политическая ангажированность, представление об общественной значимости (практически миссии) исторического знания, а также порой безапелляционность суждений, острая реакция на чужую точку зрения. Вопрос о том, осталось ли подобное восприятие фактом эпохи перестройки или же оно продолжает влиять на историческую журналистику и публицистику современной России и по сей день, остается открытым.

Литература

1. *Бордюгов Г. А., Козлов В. А.* История и конъюнктура: субъективные заметки об истории советского общества. М., 1992.
2. *Вачнадзе Г. Н.* Секреты прессы при Горбачеве и Ельцине. М., 1992.
3. *Глотов В. В.* «Огонек»-nostalgia: проигравшие победители. М., 1998.
4. *Гордина Е. Д.* Проблемы отечественной истории на страницах массового журнала «Огонек» 1987–1991 гг. Тематический анализ: дис. ... канд. ист. н. Н. Новгород, 2004.
5. *Денисов Ю. П.* Профессиональная историческая периодика в условиях трансформации коммуникативного пространства российской исторической науки на рубеже XX–XXI вв. // Омск. науч. вестн. 2011. № 3. С. 9–13.
6. История без «белых пятен»: Дайджест прессы. 1987, 1988. Л., 1990.
7. *Коротич В.* Двадцать лет спустя. М., 2008.
8. *Коротич В. А.* От первого лица. Харьков; М., 2000.
9. *Кутузов А. В.* Осада Ленинграда в зеркале информационной войны // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Серия 2. История. 2008. № 4. Ч. 1. С. 70–75.
10. *Никитина В.* Год за годом: 1989 г. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 1997. № 4. С. 38–39.
11. *Никитина В.* Год за годом: 1991 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 1997. № 6. С. 46–51.

12. Ущиповский С. Н., Кругликова О. С. Российская историческая журналистика: учеб.-метод. пособие. СПб., 2012.

О. С. Кругликова
С.-Петербургский гос. ун-т

**ИНТЕРПРЕТАЦИЯ СОБЫТИЙ ИСТОРИИ
КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПОЛЕМИКИ
В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ
(НА ПРИМЕРЕ ДИСКУССИИ
ВОКРУГ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ П. А. СТОЛЫПИНА)**

В статье рассматривается интерпретация образа П. А. Столыпина в отечественных СМИ накануне президентских выборов 2012 г. Диалог об истории в СМИ в это время стал частью политической полемики, так как в информационном поле произошла подмена предмета дискуссии: через обсуждение деятельности Столыпина реально оценивалась позиция действующего премьер-министра В. В. Путина.

Ключевые слова: политическая полемика, П. А. Столыпин, история в СМИ.

O. S. Kruglikova
St Petersburg State University

**INTERPRETATION OF THE HISTORY EVENTS
AS AN INSTRUMENT OF POLITICAL POLEMICS
IN THE MEDIA (ON THE EXAMPLE OF THE DISCUSSION
ON THE ACTIVITIES OF PYOTR STOLYPIN)**

The article considers the interpretation of Pyotr Stolypin's image in the media on the eve of the presidential elections of 2012. The discussion in the media on the history now became a part of the

political controversy. A curious replacement of the subject of the discussion took place in media at that time: under the guise of analyzing Stolypin's reforms, in fact the activities of the incumbent Prime Minister Vladimir Putin were discussed and criticized.

Keywords: political polemics, Pyotr Stolypin, history events in media.

Историческая тематика в журналистике всегда была неотъемлемой частью политического дискурса. В современных СМИ события прошлого зачастую интерпретируются в соответствии с актуальными задачами политической пропаганды, стоящими перед теми или иными политическими силами, и потому становятся предметом яростной полемики. Одним из наиболее ярких примеров подобного утилитарного отношения к осмыслению исторического опыта может служить широкая дискуссия в прессе, развернувшаяся на рубеже 2011–2012 гг. по поводу государственной деятельности и личности премьер-министра П. А. Столыпина. Политическая обстановка, в которой разворачивалась полемика, обострялась неуклонным приближением президентских выборов, на которых основным кандидатом был В. В. Путин, занимавший в тот момент пост премьер-министра.

В ходе опроса «Имя России» (в объективности которого, отметим, многие выражали сомнение) Столыпин был назван одним из главных претендентов на роль личности, олицетворяющей русскую нацию, и уступил первенство с незначительным перевесом только святому благоверному князю Александру Невскому [3]. Такое широкое признание государственных заслуг просвещенного консерватора, а также совпадение основного вектора его политической программы с обнародованной на партийном съезде 2009 г. программой «Единой России», провозгласившей себя наследницей идеологии русского консерватизма, делали Столыпина вполне приемлемым историческим ориентиром для будущего лидера страны.

В сентябре 2011 г. Русская служба ВВС, ссылаясь на мнение аналитиков, констатировала, что Путин осознанно «стремит-

ся ассоциировать себя со Столыпиным», используя позитивный имидж предшественника для усиления собственных позиций. Стоит отметить, что аналитики, на которых ссылается ВВС (в их числе был, например, президент фонда «Петербургская политика» Михаил Виноградов) имели достаточно оснований для подобных умозаключений — В. В. Путин не только неоднократно высказывался о своем уважении к громадным и недооцененным заслугам Столыпина [1], но и отмечал, что опыт Столыпинских реформ остается по-прежнему актуальным для России [12]. Актуальной оказалась и своеобразная линия поведения, некогда избранная Столыпиным и добавлявшая ему популярности. Петру Аркадьевичу были свойственны умышленно провокативные по содержанию, несколько резкие по форме, но эффективные высказывания по актуальным политическим вопросам (в духе знаменитого «Не запугаете!»), а также подчеркнутая мужественность образа — Столыпин неоднократно вызывал восторг публики, решаясь лично участвовать в рискованных мероприятиях: поднимался в воздух на одном из первых аэропланов, спускался в шахты и рудники, мог без охраны зайти в самую гущу митингующей толпы и обезоружить нападавшего, бросив царственным жестом ему на руки свое пальто. Путин явно и в этом стремился подражать историческому ориентиру, повторяя ту же, совершенно не характерную для политической культуры России линию поведения — под прицелами телекамер скакал на лошади, кормил барсов, сплавлялся по речным порогам и взмывал в воздух со стерхами. Однако важно отметить, что все эти «рифмующиеся» созвучия политического имиджа в рассматриваемый период отступали на второй план. Высказывания, личные подвиги, даже аграрная реформа Столыпина в 2011 г. были основательно подзабыты, зато в массовом историческом сознании остался главный стереотип: Столыпин — это сильный, харизматичный и эффективный премьер при слабом, колеблющемся, не имеющем реальной власти царе. В этом статусе он удивительно органично встраивался в предвыборную кампанию 2011–2012 гг.

В 2012 г. исполнялось 150 лет со дня рождения Столыпина. Дата, казалось бы, не вполне круглая, а «конкурировали» с него

за внимание властей и публики такие масштабные юбилеи как четырехсотлетие русской смуты, двухсотлетие Отечественной войны 1812 г., трехсотлетний юбилей столичного статуса имперского Петербурга, двухсотлетие А. И. Герцена и т. д. Однако эти события получили весьма умеренное освещение и остались по преимуществу уделом академического сообщества, в то время как юбилей Столыпина удостоился всенародного празднования с широчайшей географией и разносторонней финансовой и административной поддержкой. В 2011 г. создается Организационный комитет по подготовке и проведению празднования 150-летия со дня рождения П. А. Столыпина, во главе которого встает сам премьер-министр. Анонсируется широчайшая программа мероприятий, включавшая помимо конференций, выставок, выпуска серебряной монеты, почтовой марки и серии юбилейных изданий также установку у Белого дома памятника Столыпину, на разработку и производство которого премьер-министр предложил добровольно скинуться членам правительства [13].

Н. С. Михалков на заседании оргкомитета высказал предложение о создании общества духовных наследников Столыпина [8]. Параллельно с этим началась и информационная кампания. Именно Михалков взял на себя миссию представить широкой публике детали государственной деятельности и биографии Столыпина, вернее, официальную версию их трактовки. Режиссер уже неоднократно обращался к трагической судьбе николаевского премьера, в том числе презентуя его деятельность на проекте «Имя России». Теперь же снятый Михалковым документальный фильм «Столыпин. Выстрел в Россию» был показан в вечерний прайм-тайм на канале «Россия». Необходимо отметить, что фильм представлял собой достаточно глубокую и разностороннюю проработку исторического материала, связанного с деятельностью Столыпина, однако отличался публицистичностью, некоторой эмоциональностью в подаче материала и слишком очевидно акцентировал некоторые аллюзии исторического прошлого. Что вызвало предсказуемый шквал критики со стороны оппозиционных изданий. В мае 2012 г. Владимир Надеин в статье «Зачем Михалкову понадобился Столыпин?» иронически описывал этот

творческий прием: «Сначала легкими намеками, потом все более уверенными касаниями кисти Михалков проявлял рядом с бородою и размашистыми усами Петра Аркадьевича моложавый, без единой морщинки, облик Владимира Владимировича. Наверное, это тоже волшебство искусства, но, что бы приятного ни говорил Михалков про Столыпина, всякий раз возникало ощущение, что это уж точно про Путина» [9].

Был достигнут интересный эффект — произошло как бы смещение «центра тяжести» публицистического диалога из современности в историю: публицисты дискутировали о Столыпине, хотя подразумевали Путина, и в этом отношении образ николаевского премьера был полезен премьеру нынешнему. Столыпин как бы принял на себя удар язвительной критики оппозиции, подставляя себя вместо истинного объекта, на который этот критический пафос направлялся авторами. Уже упоминавшийся Владимир Надеин продолжил разговор о Столыпине на портале «Ежедневный журнал», обращаясь к известной фразе, когда-то произнесенной премьером: «Дайте государству 20 лет покоя внутреннего и внешнего, и вы не узнаете нынешней России». «То есть вы только дайте, а там все вам будет — и пенсии, и хоккей, и демократия. Только не лезьте вы в управление страной. Недолго, каких-нибудь жалких 20 лет. <...> Дайте мне двадцать лет! Дайте восемь, дайте двенадцать, дайте двадцать! И вы не узнаете!» [10].

На страницах «Новой газеты» одна за другой выходили публикации об исторической роли Столыпина. В некоторых Петра Аркадьевича сурово критиковали, предметы критики угадать нетрудно. Например, статья Дениса Драгунского обозначала их уже в названии, публикация называлась «Вагон в галстук», а статья Александра Янова «В преддверии памятника» настойчиво позиционировала Столыпина как «идеального силовика», оканчиваясь феерическим выводом о том, что «тот наследник чекистов, кто заказал памятник Столыпину в центре Москвы», тем самым «принародно, на весь белый свет, саморазоблачился!» [14].

К дискуссии вскоре присоединился и другой фланг оппозиции — в критике Столыпина публицисты «Новой газеты» ока-

зались солидарны с коммунистами. Михаил Кечинов на портале «Коммунисты Столицы» вопрошал: «Почему же нынешняя власть так воспеваает Столыпина? Ведь его деятельность на посту премьер-министра не отличалась особыми успехами. Провал реформ Столыпина признавали даже его современники и сподвижники. Ответ напрашивается один. Для российской власти, обслуживающей интересы крупного капитала, образ Столыпина является источником вдохновения и примером последовательной борьбы с собственным народом, удушения протестных настроений в массах, уничтожения оппозиции всеми возможными способами: от имитации демократических реформ до прямого силового воздействия на непокорные массы» [4]. Желание в любом случае критиковать Столыпина приводило к любопытным казусам: если коммунисты обличали Столыпина в создании азефовщины, то «Новая газета» обвиняла его же в том, что он не смог азефовщине достойно противостоять.

Параллельно наметился еще один вариант подхода к проблеме — Столыпина не критиковать, а хвалить, тем самым показывая, сколь безнадежны попытки Путина с ним сравниться. Этот прием использовался в опубликованной в «Новой газете» статье доктора исторических наук Михаила Давыдова «Теорема Столыпина». Возмущаясь «точечной приватизацией Столыпина нынешними властями», автор восклицает: «Достаточно показать масштаб этой абсолютно бесстрашной личности, который укрупнялся сообразно уровню решаемых задач, чтобы продемонстрировать меру адекватности претензий Кремля на духовное родство с нею...» [2]. В этом же духе высказывалась русская служба ВВС, в одной из публикаций констатируя, что «Путину недостает реформаторской смелости Столыпина» [5], а в другой приводя высказывание политолога А. Воробьева «Нельзя считать Путина Столыпиным нашего времени. У Столыпина были программа, цели и, главное, успехи в реформах» [6].

В целом анализ полемики, развернувшейся вокруг деятельности Столыпина, заставляет прийти к неутешительным выводам: благородное на первый взгляд дело увековечения исторической памяти на практике обернулось политическими манипуляция-

ми с оной. Обе стороны спора, в сущности, не вышли за пределы расхожего набора стереотипов, и без того успешно функционировавших в массовом сознании: либералы напирала на вагон и галстук, а государственники — на двадцать лет покоя и Великую Россию, при этом обе стороны периодически восклицали «Не запугаете!» в адрес друг друга. Системной, взвешенной серьезной популяризацией исторического знания это, конечно, не назовешь. Разумеется, отчасти это обусловлено самим образом Столыпина — ведь главное дело жизни Петра Аркадьевича, аграрная реформа, не была завершена. Прервавшись на середине, реформа оставила историков с многочисленными «если бы», давая равное число аргументов как тем, кто хотел доказать, что реформа имела блестящий результат, так и тем, кто утверждал, что реформа провалилась. Для целей политической пропаганды банальное перетасовывание существующих стереотипов оказалось эффективнее, чем серьезное целостное понимание сложных и неоднозначных процессов исторического прошлого.

Любопытное развитие этот сюжет получил в ходе «прямой линии» с президентом в 2017 г. Многих удивило, что президент не вполне поддержал позитивную оценку Столыпина, данную обратившимся на «прямую линию» жителем Приморья, напомнив всем о чрезмерной суровости премьера, о смертной казни, вагоне и галстуке [11]. Такая «смена вех» не осталась незамеченной. В новой трактовке оказывалось, что «Петр Аркадьевич при всех его заслугах — политик именно из прошлого века» [7].

Можно предположить несколько причин такой корректировки позиции относительно исторического персонажа. Во-первых, любой образ, используемый в политическом пиаре, имеет свой жизненный цикл — пропагандистский потенциал образа Столыпина за пять-шесть лет его активного использования оказался исчерпанным, потребовались новые идеи. Во-вторых, с позиций президентского статуса премьер, конкурировавший за власть с главой государства, оказался не вполне гармоничным историческим ориентиром. Настала очередь новых ориентиров и новых памятников.

18 ноября 2018 г. в Крыму на месте Малого Ливадийского дворца В. В. Путин открыл памятник Александру III. В речи, про-

изнесенной на торжественной церемонии, глава государства недвусмысленно акцентировал именно те стороны деятельности увековечиваемого монарха, которые максимально созвучны декларируемой политике нынешнего правительства. Он отметил среди заслуг Александра III миротворчество, основанное не на готовности к уступкам, а на уверенной демонстрации непоколебимой твердости политической позиции и мощной военной силы, следовательно, стремление к всесторонней модернизации и перевооружению армии, курс на развитие национальной промышленности (заметим в скобках, что именно при Александре III последовательно проводился такой экономический курс, который заставлял иностранных производителей отказываться от ввоза своих товаров в Россию в пользу строительства здесь филиалов, то есть локализации производства), а также приоритет национальной самобытности в культуре и искусстве. Ассоциации напрашивались сами собой и явно были запланированы оратором. Вероятно, это обращение к памяти монарха-миротворца неслучайно, и в ближайшее время можно будет наблюдать развитие этого сюжета.

Литература

1. Владимир Путин: при Столыпине Россия была первой в мире по темпам экономического роста // Столетие. Информационно-аналитическое издание фонда исторической перспективы. 2011. 16 ноября. URL: http://www.stoletie.ru/na_pervuiu_polosu/vladimir_putin_pri_stolypine_rossija_byla_pervoj_v_mire_po_temпам_ekonomicheskogo_rosta_2011-11-16.htm.

2. Давыдов М. Теорема Столыпина // Новая газ. 2012. 6 июля. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2012/07/06/50453-teorema-stolypina>.

3. И словес ваших не послушаем... Подведены итоги конкурса «Имя России» // Lenta.ru. 2008. 29 дек. URL: <https://lenta.ru/articles/2008/12/29/name/>.

4. Кечин М. Герои эпохи демократов. Петр Столыпин // Коммунисты столицы. 2011. 10 авг. URL: <http://comstol.info/2011/08/obshhestvo/1973/>.

5. Кречетников А. Никита Михалков призвал Путина брать пример со Столыпина // Русская служба BBC. 2012. 13 апр. URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2012/04/120413_russia_mikhalkov_stolypin.

6. *Кречетников А.* Путин предложил министрам скинуться на памятник Столыпину // Русская служба BBC. 2011. 13 июля. URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2011/07/110713_russia_putin_stolypin.
7. *Мамаев Ф.* Почему Путин изменил отношение к Столыпину? // История России. Главный исторический портал страны. 2017. 16 июня. URL: <https://histrf.ru/biblioteka/book/pochiemu-putin-izmenil-otnosheniie-k-stolypinu>.
8. *Михалков Н. С.* Россия Столыпина: вчера и сегодня // Рос. газ. 2011. 29 июля. URL: <https://rg.ru/2011/07/29/stolypin.html>.
9. *Надеин В.* Зачем понадобился Столыпин Михалкову? // Dailysmi.net. URL: <http://www.dailysmi.net/news/106534/>.
10. *Надеин В.* Столыпин, Путин, Михалков // Демократическое сетевое общество. 2012. 21 мая. URL: <http://demset.org/f/showthread.php?p=7861>.
11. Прямая линия с Владимиром Путиным 2017. Полная версия // 1 канал. 2017. 15 июня. URL: <https://www.1tv.ru/shows/vystupleniya-prezidenta-rossii/pryamaya-liniya-2017/pryamaya-liniya-s-vladimirom-putinyim-2017-polnaya-versiya>.
12. Путин: опыт реформ Столыпина по-прежнему актуален // Росбалт. 2011. 17 сент. URL: <http://www.rosbalt.ru/main/2011/09/17/891028.html>.
13. Путин предложил министрам скинуться на памятник Столыпину // Lenta.ru. 2011. 13 июля. URL: <https://lenta.ru/news/2011/07/13/stolypin/>.
14. *Янов А.* Столыпин: в преддверии памятника // Новая газ. 2012. 20 июля. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2012/07/20/50671-stolypin-v-preddverii-pamyatnika>.

Б. Я. Мисонжников
С.-Петербургский гос. ун-т

ТРАНСЦЕНДЕНТАЛЬНЫЙ ИМПЕРАТИВ ЖУРНАЛИСТИКИ В СВЕТЕ ДИНАМИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ВРЕМЕНИ

В статье рассматриваются категория времени и ее интерпретация в философии схоластов и представителей классической и неклассической научной школы. В рамках схоластики создается уникальный фундамент, на котором зиждется дальнейшая разработка временных факторов для построения модели, адаптиро-

ванной к прагматическим операциям. В частности, речь идет о динамической концепции времени, которая может коррелировать с временным фактором в континууме произведения словесности, в том числе и публицистического.

Ключевые слова: время, схоластика, трансцендентальная философия, метафизика, публицистика.

B. Ya. Misonzhnikov

St Petersburg State University

THE TRANSCENDENTAL IMPERATIVE OF JOURNALISM IN LIGHT OF THE DYNAMIC CONCEPT OF TIME

The article considers the category of time and its interpretation in the philosophy of the scholastics and representatives of classical and non-classical scientific school. In the framework of scholasticism a unique foundation is created on which the further developing of time factors is based for building a model adapted to the pragmatic operations. In particular, we are talking about a dynamic conception of time, which can be correlated with the time factor in the continuum of literary works, including publicism.

Keywords: time, scholasticism, transcendental philosophy, metaphysics, journalism.

К ренессансному периоду в европейской культуре произошла довольно быстрая девальвация схоластических философских ценностей, и неосхоластика стала приобретать негативный смысл не только в плане научного познания, но и в сфере широкого онтологического истолкования. По сути, неосхоластика явилась реакцией на реформаторские процессы. Она стала подвергаться критике со стороны представителей нарождающихся философских течений, и в ней видели только теолого-догмати-

ческие тенденции, которые, мол, препятствовали всему новому и отличались полной оторванностью от жизни. К сожалению, сторонники критицизма не учитывали достижений в рационалистической методологии и в решении многих проблем в области формальной логики, которых достигли схоласты.

Их заслуги очевидны во многих научных дисциплинах: в риторике, что выразилось в развитии красноречия и стилистики; в грамматике, при изучении которой обращались не только к современным латинским, но и к античным текстам, а также в арифметике, геометрии, географии, космографии, искусствоведении и т. д. Благодаря схоластике развивается такое важное научное направление, как герменевтика. В схоластике доминировало понятие школы с ее канонами и здравым консерватизмом, что не имеет ничего общего с мифом о приверженности бесплодному умствованию. Этот консерватизм сдерживал порой страсть к резким и неоправданным переменам, к стремлению все разрушить и возвести что-то новое без четкого представления о том, что это будет. Уважение к традициям «школы» препятствовало внедрению в духовную культуру принципов негативизма, дисгармонии, идейного разлома, фрагментарности и губительной иронии, препятствовало, наконец, построению мира по принципу фривольного пастыша с потерей онтологических ориентиров. Нельзя и полностью отрицать то, что кризис современной рациональности лежит в далеком опыте пренебрежения к определенным схоластическим ценностям, которые в течение столетий были положены в основу цивилизационной культуры.

В схоластике развиваются и углубляются многие аспекты метафизики, которая достигает расцвета и становится, по сути, наукой наук, отражая многообразие мира, недоступного нашему физическому восприятию. Важно стремление схоластов к рациональному объяснению сверхпытных начал бытия. Пусть это невозможно в принципе, но дает ключ к познанию многих сторон онтологии. Именно схоласты вводят понятие трансцендентального, которое рассматривается ими как надбытийная категория, как то, что находится выше сущего. Но с ним могут коррелировать понятия, не имеющие логического объема, например бы-

тие, истина, добро и другие, которые и есть понятия суть трансцендентальные. Да, нельзя не согласиться с тем, что следующий упрек во многом справедлив: «Однако в разработке этих вопросов схоластика впадает в крайность: дедуктивный, силлогический способ доказательства признается единственно истинным и возможным в познании. Абсолютизация рационального способа доказательства, гипертрофированное увлечение модусами категорического силлогизма Аристотеля — неотъемлемая черта способа философствования средневековья» [10]. Но рациональность и по отношению к непознаваемой сфере по-своему ценна.

И. Кант позже интерпретировал некоторые категории, заимствовав их из схоластики. В его истолковании метафизика ориентирована «на использование чистого разума и не является ни метафизикой природы, ни метафизикой нравов. Она содержит в себе все чистые принципы разума, взятые из простых понятий, выведенных из теоретических познаний всех вещей (но вместе с тем с исключением математики)» [11, S. 847]. Если у схоластов метафизика была «надсущностной», то у Канта она соотносится не с миром сущностей, а с миром чистого разума. Трансцендентальная философия открывает метафизику в системе чистого разума. Кант подчеркивает: «Я называю трансцендентальными все познания, которые связаны не столько с предметами, сколько с нашими методами познания предметов, насколько это должно быть возможным *a priori*» [11, S. 83]. Признавая великие достижения Канта, мы не должны, однако, отвергать то, что было сделано его предшественниками. По крайней мере, в плане методологии и прагматической функциональности. Так, предметы с отсутствующим логическим объемом у Канта совершенно идеалистичны и почти утрачивают прагматические свойства. У схоластов же они, оставаясь в пространстве сверхопытных начал бытия, сохраняют онтологическую системность и позволяют лучше понять миропорядок.

Так, время, по Канту, — априорно существующая категория, фактически абсолютно агностическая, что делает ее едва ли приемлемой в плане прагматики. С одной стороны, Кант замечает, что «время — это необходимое представление, которое лежит в

основе всех воззрений», с другой стороны, «время — это не эмпирическое понятие, которое отторгается от какого-либо опыта» [11, S. 103]. То есть время — не формальная и не содержательная категория, оно не может соотноситься с опытом протекания физических, а также психических процессов. Если Кантом время выключено из сферы прагматики, то Фома Аквинский, который признан систематизатором ортодоксальной схоластики, считал, что, будучи трансцендентальной категорией, время имеет начало и конец. Конечно, с той поры, когда создавались концепции Фомы Аквинского, многое изменилось, но именно теория Аквината имела потенциал для формирования сложнейшей научной парадигмы в будущем. Он, вслед за Аристотелем, «определяет время как число или меру движения в отношении предыдущего и последующего» [3]. Время рассматривается, помимо всего прочего, как категория методологическая, и в связи с этим стоит обратиться к учению Николая Кузанского, который по «своему научному обучению вышел ведь из схоластики», а именно «схоластика есть результат в высшей степени острой человеческой мысли» [13].

Кузанец соотносит понятия вечности и времени: «Вечность сразу и целиком присутствует в любой точке времени» [7, с. 149], «время тоже не имело начала во времени: не какое-то время предшествовало времени, а только вечность. Время называется вечным потому, что течет из вечности; так же и мир вечен, потому что он от вечности, а не от времени» [7, с. 259]. И далее, что особенно важно, Кузанец из понятия вечности экстрагирует понятие времени как образа вечности, а также понятия длительности и последовательности: «Время — творение вечности, поэтому оно не вечность, присутствующая сразу целиком, а ее образ, существующий в последовательности. <...> Мы не представляем вечности без длительности. Длительность мы никак не можем вообразить без последовательности. Поэтому, когда мы пытаемся помыслить вечность, нам приходит на ум последовательность, то есть временная длительность, какова вечность, по природе предшествует последовательной длительности. Таким путем в последовательной длительности, словно в образе, мы видим саму по себе

длительность, свободную от последовательности, как истину в изображении» [7, с. 296].

Таким образом, Кузанец, а равно и его предшественники, создают уникальный фундамент, на котором зиждется дальнейшая разработка временных факторов для построения модели, адаптированной к прагматическим операциям. В последующем образная субстанциональность времени отделяется от категории времени и начинает более четко коррелировать с предметной областью: сфера реально существующих предметов «распадается на две подсферы» — к первой относятся физические предметы, «которые мы воспринимаем или воспринимали бы при помощи чувств или аппаратов», а ко второй относятся психические предметы (восприятия, представления, чувствования), причем безразлично, познаваема она или нет. Все эти предметы, в принципе, познаваемы. <...> Их действительная форма — это реально временное бытие. Общая определенность, которая делает их предметами этой сферы, есть, таким образом, 1) бытие, 2) наличие временного фактора, 3) реальность, т. е. телесность их бытия, которая находит в том свое выражение, что эти предметы действуют каузально» [12, S. 32, 33].

Время становится категорией, довольно удобной для прагматического моделирования. Оно, как нарратологическая категория, используется в культурологии, в текстотворческих опытах в гуманитарной сфере и благодаря своей диалектической адаптации к сложным явлениям бытия позволяет значительно обогатить сюжетопостроение литературных произведений. Надо подчеркнуть, что это происходит не спонтанно, не по воле случая или авторского каприза, а согласно законам современной темпоральной теории. Так, сформировались принципы временного упорядочения явлений на основе, по сути, их последовательной длительности: «А-рядом принято называть порядок „прошлое-настоящее-будущее“, а В-рядом — порядок „раньше-позже“ или, в трехчленном представлении, „раньше-одновременно-позже“. Традиционно В-ряд представляет собой форму, применение которой целесообразно при „работе“ с количественными характеристиками време-

ни, тогда как А-ряд соотносится с качественными аспектами времени, с эмоциональным содержанием субъективного переживания временного» [5].

Из принятых концепций времени ныне для поэтики художественно-литературного произведения, как, собственно, и для художественно-публицистического, наиболее приемлема динамическая концепция времени, которая предполагает выстраивание событий по временной шкале, хотя, пожалуй, так или иначе могут применяться и другие. Данная концепция отнюдь не обязательно предполагает изображение событий жестко по схеме «прошлое-настоящее-будущее». С одной стороны, «динамическая модель согласуется с грамматикой времен языка, логика которых устанавливает порядок на шкале предшествования между моментом речи, моментом события и точкой референции. Динамическая концепция укладывает время на прокрустово ложе линейной структуры» [4]. А с другой стороны, волей автора текста события могут свободно располагаться на временной шкале, повествование может начинаться с прошлого или будущего, а затем переходить к настоящему. И это не будет нарушать динамическую концепцию. Порой у автора «просматривается все та же тенденция: изъять временные номинации из физического, реального времени и вписать их в свою космологию» [8].

Динамическая концепция признает истинным существование только настоящего, но это не отрицает памяти о прошлом и прогноза на будущее, причем время соотносится с существованием материальных объектов независимо от присутствия и позиции «наблюдателя». А вот статическая концепция — ее, кстати сказать, признавал и Б. Рассел — постулирует время как застывшую субстанцию, у которой в качестве модуса могут существовать корреляции «раньше и позже» в зависимости от реакции субъекта-наблюдателя. Здесь нельзя не увидеть проявления солипсизма. Таким образом, в процессе реализации нарратологической модели журналистского произведения, прежде всего выстраивания фабулы и сюжета, приемлема именно динамическая концепция времени. Кроме того, следует принимать во внимание, что в текстовом материале события представлены

в отраженном варианте, временная шкала актуализируется по воле автора.

В произведении словесности, в частности в журналистском, все временные категории условны, особенно настоящее. То, что было для автора в момент написания произведения настоящим, для читателя будет настоящим в момент прочтения текста. Нарратор в тексте может расставлять своеобразные временные маркеры: через систему референтов, прежде всего исторических, указывать на тот период, о котором идет речь. Так, Юхан Смуул в серии очерков «Японское море, декабрь» указывает: «В царствование Грозного „некий смерд, боярского сына холоп, Никита“ соорудил себе крылья и попробовал летать» [9, с. 389]. В данном случае автор, или повествователь, отсылает читателя к периоду, когда царствовал Иван Грозный — точное время не указано, но для реципиента вполне достаточно использованного здесь временного маркера. В этом же произведении автор заявляет о своих будущих действиях: «Я и в дальнейшем намерен цитировать из чужих текстов только то, что более или менее пойдет мне на пользу» [9, с. 271]. Юхана Смуула уже давным-давно нет в живых, а высказанное им намерение цитировать, интегрированное в текстовой континуум, продолжает существовать отдельно от предметного мира как отраженная реальность. Журналистский дискурс, особенно очерковый и эссеистский, обретает самостоятельность и перестает быть подчиненным воле автора.

Повествователь может эксплицировать временное передвижение — воссоздать ретро-фон, напрямую об этом объявив, как, например, это делает Павел Лукницкий в очерке «За синим памирским камнем»: «Перенесемся воспоминанием в тридцатый год» [6, с. 573]. Все дальше от читателя «тридцатый год», но он зафиксирован в тексте очеркового произведения и соотносится именно с тем периодом, который освещается автором, а для реципиента уже сама ситуация, воссозданная в очерке, будет давно минувшей.

Иногда для убедительной и четкой наррации важную роль начинает играть самый точный хронометраж событий. Это тоже

своеобразный ретро-фон, но воссоздающий ситуацию посекундно. Данные могут быть заимствованы из документа, они не просто придают тексту произведения дополнительную точность и убедительность, но могут усиливать драматургический эффект, повышать дискурсное напряжение. Геннадий Бочаров прибегает к этому приему в очерке «Тревога в южном аэропорту»: «В 8.43 Ту-134 был обнаружен над дальним приводным радиомаркером. <...> В 8.50–8.51 самолет обнаружили на расстоянии 9 километров от аэропорта. <...> В 8.51–8.56 самолет наблюдался на радиолокаторе» [2, с. 52].

Трансцендентальный императив журналистики, таким образом, в прагматическом смысле возможно реализовать в рамках формально-логических учений, весьма рациональный и приемлемый вариант которых являет собой схоластика. Она отнюдь не остановилась в своем развитии и не является сугубо средневековым явлением. В конце XIX века важный вклад в неосхоластику внес католический философ Д.-Ж. Мерсье, который основал в Лувенском университете Институт философии. В нем велись исследования в области истории философии и естественных наук. После долгого пути трансформаций и обновлений схоластика интерпретируется как неотолизм, о котором замечательно высказался в 1925 г. Н. А. Бердяев: «Интеллект для Св. Фомы Аквината был единственным органом, который воспринимает и познает объективные реальности, через который происходит соприкосновение с бытием. <...> Неотолизм, быть может, единственное философское течение в современной Франции, которое верит в бытие и знает, за какую реальность оно борется» [1, с. 131, 132]. Прагматизм схоластики дает возможность дискурсивного подхода ко многим сложным онтологическим и гносеологическим категориям, одной из которых является категория времени.

Литература

1. Бердяев Н. А. Неотолизм // Путь. Орган русской религиозной мысли. Кн. 1 (I–VI). М.: Информ-Прогресс, 1992.

2. Бочаров Г. Н. Непобежденный. М.: Молодая гвардия. 1978.
3. Гайденко П. П., Смирнов А. В., Лысенко В. Г. Время // Гуманитарные технологии. Аналитический портал. URL: <http://gtmarket.ru/concepts/6947>.
4. Гансвинд И. Н. Время. URL: http://www.chronos.msu.ru/old/TERMS/gansvind_vremya.htm.
5. Клименкова А. Е. Динамическая и статическая концепции. URL: http://www.chronos.msu.ru/old/TERMS/klimenkova_dinamicheskaya.htm.
6. Лукницкий П. Н. Избранное. М.: Художественная литература, 1971.
7. Николай Кузанский. Соч.: в 2 т. Т. 2 / пер. с лат. М.: Мысль, 1980.
8. Панова Л. Г. Пространство и время в поэтическом языке О. Мандельштама: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1998. URL: <http://cheloveknauka.com/prostranstvo-i-vremya-v-poeticheskom-yazyke-o-mandelshhtama>.
9. Смул Ю. Ю. Ледовая книга. Японское море, декабрь. Ёйнь с острова Кинху — Дикий капитан. Полуденный паром / пер. с эст. Л. Тоома. Л.: Лениздат, 1982.
10. Чистякова О. В. Схоластическое мышление как форма метафизики: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д., 1993. URL: <http://cheloveknauka.com/sholasticheskoe-myshlenie-kak-forma-metafiziki>.
11. Kant I. Kritik der reinen Vernunft. Leipzig: Verlag Philipp Reclam, 1979.
12. Müller A. Einleitung in die Philosophie. Bd 1. 2. Aufl. Berlin; Bonn: Ferd. Dummlers Verlag, 1931.
13. Steiner R. Der Kardinal Nikolaus von Kues // Anthroposophie. URL: http://www.anthroposophie.net/steiner/ga/bib_steiner_ga_007_04.htm.

В. В. Перевалов

Московский политехнический ун-т

ВРЕМЕННОЙ ФАКТОР В ОЦЕНКЕ КОНЦЕПЦИЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

В статье дается исторический анализ развития журналистики. Обращение к нему показывает, что существует три больших этапа, на которых смысл и содержание работы журналистов менялись самым кардинальным образом.

Ключевые слова: журналистика 1.0, журналистика 2.0, журналистика 3.0, цензура, информационная политика.

V. V. Perevalov

Moscow Polytechnic University

THE TIME FACTOR IN THE ASSESSMENT OF THE CONCEPTS OF JOURNALISM

Historical analysis of the development of journalism shows clearly that there were at least three large stages when the essence and content of journalists' work have changed radically.

Keywords: journalism 1.0, journalism 2.0, journalism 3.0, censorship, information policy.

Рассматривая журналистику как социальный феномен, существующий уже почти четыреста лет, невозможно не прийти к выводу, что за время своего существования она менялась кардинально. По сути, одним словом «журналистика» мы называем совершенно разные институции. Журналистика 1634 г. не имеет ничего общего с журналистикой 1934 г., а смысл и алгоритмы деятельности журналистов в 2017 г. разительно отличаются от 1967 г.. Когда в 1631 г. французскому врачу Теофрасту Ренодо пришла в голову мысль издавать массовую периодическую газету под немудрящим названием La Gazette, он и представить себе не мог, что последует за этим событием.

Эффект возможности одновременно говорить с тысячами человек, убеждать и доказывать свою правоту мгновенно оценили и король Людовик XIII, который несмотря на все старания Дюма-старшего изобразить его полудурком, вошел в историю как создатель французской нации, и его верный помощник кардинал Ришелье. Естественно, что они сами не жалели ни средств, ни времени на поддержание этой газеты и ее редактора [4], и успешные потомки следовали их заповедям, что стало одной из причин успешности и длительности существования

первой модели журналистики. Мы называем ее «журналистика 1.0».

В чем ее ключевые характеристики? Прежде всего, она субъективная в высшей своей мере. Владелец газеты (журнала, альманаха) — являлся одновременно и ведущим автором, и редактором, и распространителем. Само издание держалось лишь только на его желании и возможности. Как только это желание угасало, умирало и издание. Примеров тому множество. Можно взять всеми нами любимого Ивана Андреевича Крылова, который в ранней молодости, тогда ему едва исполнилось 20 лет, решил издавать ежемесячный журнал «Почта духов». Но уже к восьмому номеру решимость его увяла, и журнал исчез. То же самое ожидало и огромное количество иных подобных изданий. Несть числа всем этим ведомостям, «меркуриям» и «цайтунгам», исчезнувшим из отрасли вместе со своими владельцами в период с 1631 по 1814 гг.

1814 г. упомянут не зря. Поражение Наполеона, реставрация власти Бурбонов создали ситуацию, когда Франция больше месяца была вообще без какой-либо власти. Имевшая почти двухвековую историю, французская журналистика, пострадавшая от цензуры Наполеона (только по Консульскому указу о газетах, вышедшему 17 января 1800 г., было закрыто 60 из 73 парижских газет), расцвела. За этот период тиражи газет выросли в сотни раз, а число изданий не поддается описанию, поскольку было ощущение, что газеты кинулись издавать все, кому не лень. Правда, продолжалось это очень недолго. Законом от 21 октября 1814 г. была возвращена предварительная цензура для всех периодических изданий. Но дело было сделано.

За очень короткий исторический период, буквально за жизнь одного поколения журналистов, СМИ стали совершенно иными. Взрывной рост числа изданий до предела ужесточил конкуренцию, победить в которой можно было, только используя новейшие на тот период технические средства: машины Кенига и Бауэра, стереотипную машину Клода Жену, тигельную машину Китчена для издания дешевых листков. Появился телеграф, позволявший резко увеличить скорость распространения новостей.

Французы первыми осознали всю выгоду нового изобретения, и в 1835 г. Шарль-Луи Гавас основал первое агентство новостей, ставшее не только основой для одного из ведущих мировых информационных агентств Agence France Presse, но и хорошей стартовой площадкой (и учебной партией) для информационных агентств Reuter и Wolf'sches Telegrafenbuero (W.T.B.) [3].

Все эти новинки были крайне дорогими. Если убытки от издания La Gazette Теофраст Рендо успешно (пока не рассорился с женой) покрывал из собственного кармана и королевских дотаций, то спустя три века приобретение новейшего полиграфического оборудования и оплата доступа к телеграфной линии не были по карману практически никому в Европе.

К счастью, в XIX веке капитализм вырос из детских штанишек. Акционерные общества плодились на каждом шагу. Строились новые предприятия, выпускавшие все подряд: от резиновых галош до паровозов. Естественно, акционерный капитал пришел и в журналистику. Тем более что события 1848 г. сделали информацию крайне популярным и выгодным товаром. Так появилась совершенно иная журналистика, которую можно с полным правом назвать журналистикой нового поколения, или журналистикой 2.0.

В чем ее принципиальные отличия от журналистики первого этапа? Как мы уже говорили, для журналистики 1.0 характерны субъективизм, личная позиция в оценках ситуации, индивидуализм и даже эгоизм в организации работы журналистов. Эта журналистика ставит журналиста один на один с обществом. Более того, журналист никак социально не защищен, что объективно рождает возможность обществу «рулить» журналистами и журналистикой, как ему вздумается. Отсюда и цензура в самых разных ее видах: от легкого «отеческого журения» до каторжных работ и отрубания рук и головы.

Кстати, тот факт, что в Европе данный этап продлился более двух веков, а в России — более трех веков, объясняет наличие большого количества мифов и традиций журналистики, среди которых — миф об абсолютной свободе журналиста и «врагах», только и мечтающих эту свободу отнять.

В журналистике 2.0 цензуры нет. Этот факт объясняется и наличием законодательных актов, напрямую запрещающих цензуру, и тем, что редакция такого СМИ представляет собой собрание людей, олицетворяющих самую суть государства и иных высших сфер общества: экономики, политики, судопроизводства, — что делает процедуру цензуры практически невозможной. СМИ в таком случае — экономически и политически мощное самостоятельное институциональное образование, существующее по всем законам капитализма. Производство информации становится лишь одним из ряда многочисленных действий, осуществляемых этим СМИ.

Как и в любом другом капиталистическом предприятии, мы видим отделы рекламы, экономики, юридический отдел и многие другие подразделения. Как и любое другое капиталистическое предприятие, СМИ в журналистике 2.0 многочисленными связями соотносится с обществом. Например, общество выдвигает свои требования к такой журналистике, они записаны в виде разного рода законов о СМИ и массово-информационной деятельности (как известно, в США закона о СМИ нет, там они полностью вписаны в существующую систему гражданских и административных правоотношений).

В свою очередь, журналисты вырабатывают профессиональные требования — кодексы, — в которых обозначают ключевые принципы работы и границы своего существования. Для практической реализации этих принципов создаются профессиональные союзы (ассоциации). Опять-таки, поскольку журналисты становятся де юре всего лишь наемными работниками на капиталистическом предприятии, они вырабатывают социальные требования к работодателям: оклады, премии, пенсии, оплата отпусков и лечения и т. д. То есть они получают все то, что в журналистике 1.0 им вообще «не светило». С другой стороны, в журналистике 2.0 журналисты в основной своей массе теряют свою идентичность. Все знают, что *L'Ami du peuple* издавал Жан-Поль Марат, а вот имя главного редактора *New York Times* смогут назвать лишь те, кто профессионально работает в сфере международной журналистики, хотя по статусу этот человек входит

в десятку самых влиятельных людей планеты, а Дин Баке даже спровоцировал охлаждение в отношениях между США и Великобританией.

С другой стороны, потеря индивидуальности приводит к резкому усилению жизнеспособности СМИ в журналистике 2.0. Вспомним, в свое время *Neue Rheinische Zeitung* (типичный представитель журналистики 1.0) весьма активно нападала на *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (типичный представитель журналистики 2.0). И вот уже более ста пятидесяти лет о «Новой рейнской газете» никто не вспоминает, а ее визави входит в число крупнейших изданий мира.

И в этом вопросе у России свой путь. Если в Европе журналистика 2.0 постепенно нарождалась в течение всего XIX века, завершив процесс трансформации к 1920-м годам, то у нас новая журналистика только-только начала зарождаться в начале XX века, а революция 1917 г. разрушила этот процесс, почти на весь XX век законсервировав нашу журналистику в формате 1.0 с бесправием журналистов, цензурой, специфическими легендами и мифами, мечтой об абсолютной свободе и прочем. Отголоски этих мифов и легенд мы видим, например, в «Законе о СМИ», где подробно разбирается, какая именно цензура запрещена, а на выходе получается, что цензура запрещена только чиновникам и членам политических партий, а всем остальным — разрешена [1]. Или категорическое нежелание вводить в закон понятие «владелец СМИ», просто потому, что таким образом будет разрушена самая главная легенда российской журналистики — об особой и исключительной роли журналистики в обществе. Или знаменитый второй параграф Кодекса профессиональной этики российских журналистов [2], который призывает своих членов к неисполнению законов Российской Федерации. Новое руководство Союза журналистов России четко обозначило позицию по превращению Союза из «клуба по интересам» в профессиональную организацию, для чего будет инициировано принятие нового закона о СМИ.

А вместе с тем, в 2006–2008 гг. в мире журналистики произошла очередная революция, или катастрофа, с какой точки

зрения посмотреть. Настал полный Интернет! И вдруг журналисты увидели, что они лишились монопольного права на информацию, что их самым страшным конкурентом стала массовая аудитория. Что все те навыки и умения, которые зарабатывались столетиями, вдруг стали никому не нужными, даже вредными.

Настала эра UGC, эра журналистики 3.0. Любой может стать медиамагнатом, любой может стать владельцем телеканала с миллионной аудиторией, любой может организовать на коленке собственный медиахолдинг и вывести его в число успешных. Понятно, что наличие новых возможностей совершенно не означает, что все сразу станут успешными и знаменитыми. Особенно это относится к России и нашим журналистам. Простейший пример: в то время как Ариан Хаффингтон продавала концерну AOL газету Haffington Post за 100 млн долларов, наш аналогичный продукт — Public Post — бездарно умер из-за хронического недофинансирования.

Настало время полной перестройки всех алгоритмов деятельности журналистов. Новая журналистика требует этого.

Литература

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017) «О средствах массовой информации» // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/dbf226faae7b05a718177c78f759fd4696307d56/.
2. Кодекс профессиональной этики российского журналиста // Союз журналистов России. URL: http://ruj.ru/about_organization/kodeks-professional-pou-etiki-rossiyskogo-zhurnalista/.
3. *Сяляхова Н. В.* Роль и место агентства «Франс-Пресс» в мировых информационных процессах: дис. ... канд. филол. н. М., 2005.
4. *Соломонов Ю. Ю.* Французская ежедневная региональная газета: Основные этапы исторического развития и современная редакционная модель: дис. ... канд. филол. н. М., 2002.

В. А. Сидоров
С.-Петербургский гос. ун-т

**«ТРИ РАЗНЫЕ ПАМЯТИ»:
ЖУРНАЛИСТИКА В ДИАЛОГЕ С ИСТОРИЕЙ**

На примерах освещения в газетах столетия Октябрьской революции рассматриваются вопросы противоречивого взаимодействия журналистики с историко-культурной памятью общества. Контент-анализ газетных текстов о революции построен на операционализации представлений о политической памяти Г. К. Жукова (в записи Константина Симонова).

Ключевые слова: журналистика, культурная память, культурный код, картина мира.

V. A. Sidorov
St Petersburg State University

**“THREE DIFFERENT MEMORIES”:
JOURNALISM IN DIALOGUE WITH HISTORY**

The article examines the issues of the contradictory interaction of journalism with the historical and cultural memory of the society on the examples from the newspaper publications covering the centennial anniversary of the October Revolution. The content analysis of newspapers texts about the revolution is based on the operationalization of G. K. Zhukov's ideas about the political memory (recorded by Konstantin Simonov).

Keywords: journalism, cultural memory, cultural code, picture of the world.

Личность создается памятью. Память формирует общество. Есть людская память, и есть память человека, которая для него не

только сохраняет облик минувшего, но и может тому противиться — прошлое не всегда желанный гость наших размышлений. И потому вопрошает поэт, «где топор, что память враз отрубит?». Но это крайность — страшный и противный человеческому естеству топор. Оттого и унаследовали от предков, что человек без памяти достоин презрения — его называют беспамятным, Иваном, не помнящим своего родства, а по версии Чингиза Айтматова — манкуртом. Общество без памяти разрушается, гибнет, перелицовывается на чуждый манер — завоеватель всегда искреняет / подменяет память покоренных, историю побежденных пишут победители. Жизнь — это память, а искажение памяти — шаг в небытие.

Журналистика — живая память. Не история, а именно память. История все же представляет собой некое упорядоченное знание, тогда как память причудлива, сбивчива, бывает короткой и долгой, изменчивой и верной. Как жизнь. Как журналистика. И как жизнь, она вступает в диалог с историей, становясь частью ее культуры, выступающей «основой формирования потоков новых смыслов, новых интерпретаций» [1, с. 379]. Однако не всегда память культурная, бывает она ложной и суррогатной. И только сохранять память недостаточно, надо знать, во имя чего и для кого ее беречь: «суровый опыт подтверждает, что все упирается в общечеловеческие вопросы, вопросы добра и зла» [6, с. 49].

Человек обращен к памяти, которая якобы в неизменном облике приходит к нему из глубины веков. Он как конструктор материалов современной «массовой культуры» тянется к заново создаваемой и тщательно редактируемой памяти, ищет в ней показавшиеся ему новыми интерпретации и смыслы прошлого, настоящего и вероятного будущего. Тем самым открывается новое состояние социума, в котором особо значимы массовые коммуникации, прежде всего сетевые, где осуществляется, по формуле У. Бека, «фабрикация символов культуры», что уже привело к возникновению «единого товарного мира», а в этом мире «бытие становится дизайном» [2, с. 81–82]. Во многом поэтому для индивида массового общества не остаются неизменными культурные коды минувшего, их осовременивает политическая конъюнкту-

ра, и «дела давно минувших дней, преданья старины глубокой» всякий раз выглядят иначе.

«Культурный код — это традиционный устойчивый способ передачи знаний о мире, а также навыков и умений в данной культурной эпохе, [когда] на первое место выдвигается план содержания и понимания культурных текстов» [8]. В массовом обществе коды минувшего во многом вырабатываются практикой маскульта. «Пространство массовой культуры образуют различные тексты, представляющие собой доступные “послания”, передаваемые по каналам массовой коммуникации... и рассчитанные на “средний” уровень смыслов» [5, с. 12]. Поэтому в XXI столетии для кодировки и перекодировки памяти особое значение приобрели, во-первых, свойства технологически модернизируемого массового сознания и, во-вторых, медийные факторы эпохи, в них усматривается начало дискурсивных практик. И если, по определению, «массовое сознание является сложным, системным образованием, в котором запечатлены знания, нормы и ценности, разделяемые массой,.. где функционируют обобщенные определяющие и значимые представления, убеждения, стереотипы, мифы и традиции» [10, с. 138], то его современными свойствами становятся, с одной стороны, отказ от культурных нормативов публичного общения, с другой — интенсификация хаотичных проявлений в сетевой среде, означающая предрасположенность к спонтанному формированию социально заметных дискурсов.

В контексте социального модерна дискурс означает «некую способность свободной общественности обсуждать — рефлексировать, реконструировать, критиковать предпосылки социального бытия. Дискурс общественности — своеобразный противoinститут, средство эмансипации от давления технологической структуры, которая, став чрезвычайно усложненной, вышла из-под контроля людей» [7, с. 327], — пишет, ссылаясь на Юргена Хабермаса, Б. В. Марков. Мы полагаем, что объяснение дискурса не исчерпывается только технологическими факторами, даже с учетом их социальной значимости. В стратифицированном обществе происхождение дискурса двойственно: с одной стороны,

это институт формирования идеологических доминант в обществе, прививаемых ему правящими кругами через контроль над основными СМИ, с другой — это противoinститут отторжения навязываемых ценностных приоритетов через стихийно возникающие сетевые сообщества. В реальности два дискурсивных начала сливаются, образуя некую совокупность, характеризующую общественное сознание, его отношение к социально значимой памяти.

«Традиционное понимание культуры как единства материальной и духовной жизни общества постепенно вытесняется информационным пониманием культуры общества как пространства материальных и идеальных объектов-носителей информации культурного содержания, общественного изменения и развития. Традиционные формы воспроизводства и трансляции культуры и межличностного общения, еще вчера казавшиеся незыблемыми и устоявшимися, резко изменились» [10, с. 212]. Интерпретации ценностей памяти ускоренно перемещаются в медиа. В медиасфере прошлое актуализируется, подвергается селекции и трансформации, ему придается новое значение, и память о нем становится амбивалентной.

Двусмысленность понимания прошлого порождена временем, медийным процессом в целом, в котором у журналистики особая и, как обнаруживается, противоречивая роль: журналистика как субъект медийного пространства не всегда вырабатывает и передает в аудиторию свои интерпретации истории, гораздо чаще репродуцирует принятое в интеллектуальной и политической элите. А отмечаемые факты разномыслия в журналистских произведениях разных СМИ — не более чем вариант репродуцирования новых интерпретаций и смыслов, порождаемых идеологами правящего политического класса, у которого, в свою очередь, нет единства в оценках важнейших событий истории. Как и в случае осмысления столетия Великой Октябрьской социалистической революции. Соответственно, нет общего знаменателя и в публицистике.

Тенденции к формированию новых смыслов, подхваченные в СМИ вчера и сегодня, найдут свое продолжение завтра, и созда-

ваемая медийная картина памяти получает шанс на укоренение в общественном сознании. Потому что журналисты формируют ее, во-первых, в публичном диалоге, во-вторых, при участии историков, политологов, философов, что прибавляет весомости создаваемой картине памяти. Однако как в среде журналистов, так и в научном сообществе не было и нет общего подхода к минувшему, нет общего в оценках его персонажей, и медийные картины истории не свободны от ее трактовок разными субъектами информационного взаимодействия. Поэтому анализ восприятия журналистами актуального прошлого затруднен — не всегда понятно, насколько корректно ставятся и раскрываются страницы минувшего.

Однажды выдвинутый М. Вебером принцип «отнесения к ценности» в приложении к разным предметам изучения, конечно, не универсален и не всегда безупречен, но, будучи включенным в методологию теории ценностей, позволяет приблизиться к объективному пониманию нашего предмета анализа — сложившимся в российских СМИ тенденциям оценки такой важнейшей страницы отечественной и мировой истории, как Октябрьская революция.

Корректность применения веберовского метода находится в прямой зависимости от концепции исследования в целом. Так, в качестве концептуального условия применения принципа «отнесения к ценности» мы избрали зафиксированное Константином Симоновым суждение Маршала Советского Союза Г. К. Жукова: «Есть в жизни вещи, которые невозможно забывать. Человек просто-напросто не в состоянии их забыть, но помнить их можно по-разному. Есть три разные памяти. Можно не забывать зло. Это одно. Можно не забывать опыта. Это другое. Можно не забывать прошлого, думая о будущем. Это третье» [12, с. 139]. Фактически в словах военачальника в свернутом виде содержится концепция анализа, в котором выборка медийных текстов подвергается последовательному рассмотрению по каждому предложенному аспекту памяти.

Центральной ценностью нашего исследования выступает совокупность предельно выраженных в медиадискурсе политиче-

ских позиций — концепт «Октябрьская революция». Поясним сказанное. Непосредственная отсылка к столь значимому для социума историческому событию обычно вызывает его оценки в тривиальном диапазоне «верно — не верно». Тогда как наличие публичной полемики о том, какой на самом деле была Октябрьская революция, указывает на невозможность непосредственной апелляции к знанию истории. В этом контексте установка условного символа «Октябрьская революция» в качестве всеми признаваемой дискуссионной ценности позволяет обойтись без определений правильности-неправильности ответов. К тому же шкалирование медийных текстов о революции с ее оценками между «правильно» и «неправильно» в конечном счете высвобождает стихию субъективизма, снижая тем самым достоверность получаемых результатов.

Конечно, в ценностном рассмотрении предмета научного интереса доля субъективизма присутствует всегда — дает знать о себе позиция аналитика, та система ценностей, которой он придерживается. В исследованиях медиа избавиться от проявлений субъективизма нельзя в принципе, но стремиться свести их к минимуму необходимо, прежде всего за счет адекватной операционализации понятий. В нашем случае в качестве понятий выступают три понимания памяти, образно обозначенные в суждении Г. К. Жукова. Но это еще не сами понятия, хотя интуитивное соотнесение сказанного военачальником с современными оценками революции, конечно, возможно. Тем не менее интерпретация его понимания памяти нуждается в адаптации к другой проблематике, в отнесенности к новому контексту.

Маршал Советского Союза подразумевал прежде всего события Великой Отечественной войны. Под «злом» полководец понимал любые ошибочные, непродуманные действия командного состава Красной Армии и политического руководства страны, которые вели к неоправданным людским потерям, поражениям в сражениях, деморализации армии. «Опыт» для маршала означал понимание всех составляющих военно-политической истории, стратегии и тактики, воинского духа рядового и командного состава, которые в своей совокупности вели к победам и учет

которых ложится в основания искусства ведения войны. Опыт, экстраполированный в перспективу военно-политических аспектов мирового исторического процесса, становится анализом прошлого с размышлениями о будущем. Мы же ареал значений его слов расширяем во времени и распространяем на событие иного рода, в иной плоскости истории.

В нашем случае операционализация понятий опирается на контекст выборки газетных публикаций о столетии Октябрьской революции. Выборка охватывает 4 газеты разного формата и идейно-политического направления за 2017 г. (до 7 ноября включительно) — «Санкт-Петербургские ведомости» (84 публикации), «Литературная газета» (32), «Новая газета» (16), «Российская газета» (50). В общей сложности 182 текста в изданиях, которые типологически выглядят следующим образом: одна региональная газета и три федеральных; две ежедневных и два еженедельника; один официоз, два лояльных политике государства издания и одно оппозиционное. Предварительный анализ их публикаций показал, что представлены материалы в трех жанрах: 1) аналитическая статья, 2) круглый стол историков или беседа корреспондента со специалистом(ами), 3) расширенная информация о событиях прошлого или настоящего, но в связи с прошлым. Если три вида памяти абстрагировать от той конкретности, которую подразумевал маршал, то можно убедиться, что они, адаптированные к контексту понимания революционных событий столетней давности, могут стать надежным инструментом аналитика. По результатам пилотного обследования выборки мы установили следующие параметры отнесения конкретной публикации к тому или иному виду памяти.

1. «Не забывать зла». Такой посыл свойствен негативному, критическому восприятию революции как события, которое нарушило естественный ход истории, разрушило великую державу, привело к отставанию страны от развитых стран Запада, страданиям народа и массовым политическим репрессиям; соответственно вожди революции воспринимаются в качестве отрицательных персонажей истории.

2. «Не забывать опыт». Эта интенция прослеживается в информационных материалах выборки. В публикациях замечается стремление к объективному и всестороннему описанию событий прошлого, без явных оценок и выводов.

3. «Не забывать прошлое, думая о будущем». Публикациям, в которых наиболее силен этот мотив, свойственны полемичность, наличие разных точек зрения, апелляции к современной российской истории, попытки оценить Октябрьскую революцию с позиции актуальности ее уроков для будущего.

Отметим также, что часть публикаций включает в себя обращение не обязательно только к одному виду памяти, сказываются глубина и многоплановость суждений ее авторов. В основном такая неоднозначность характерна для текстов круглых столов историков, политологов и других ученых в области общественных наук. Поэтому таблица ценностного анализа материалов дополнена указанием профессиональной и научной принадлежности выступающего: корреспондент, историк, политолог, философ, социолог, политик / общественный деятель. В анализе учитывается нацеленность содержания публикации — историко-философская (оценка революции как общественного события мировой и общественной истории, ее роли в развитии социума и государства, понимание революции как ценности эпохи) и политическая (оценка революции в качестве инструмента развития / разрушения государства и ее значения для настоящего).

Анализ публикаций газеты «Санкт-Петербургские ведомости», затрагивающих тему Октябрьской революции, подтвердил возможность изучения медийных текстов по параметрам «три разные памяти». С января по ноябрь 2017 г. газета 84 раза обращалась к событиям вековой давности — в основном это хроника революции, музейные выставки или факты истории, ассоциативно связанные с основной темой, но в 27 материалах (круглые столы историков, диалог журналист — историк и пр.) содержался углубленный разбор событий 1917 г. В основном представлены не менее 5-6 точек зрения историков и публицистов. Контент-анализ высказываний показал, что по большей части (в 23 текстах) оценка прошлого укладывается в формулу «не забывать опыта».

Подход по формуле «не забывать прошлое, думая о будущем» не оказался столь значительным (8), но это находит свое объяснение в том, что оценка событий прошлого и ее экстраполяция в будущее являются сложной научной процедурой, и ей не всегда находится место в газетной публикации. Минимально значимым оказался параметр «не забывать зла» (11), однако данный результат говорит о нежелании большинства выступающих идти в соответствии с конъюнктурно проторенной политической логикой построения медийного текста: революция — разрушение страны — репрессии.

В целом результаты анализа газетной выборки указывают на проективность интеллектуального настроения публичного диалога в качестве актуальной социальной ценности. Результаты анализа издания регионального значения нельзя оценить вне историко-географического контекста: главные события революции 1917-го произошли в Петрограде. Понятно, что ведущая газета Санкт-Петербурга уделила им больше внимания, чем столичные издания. Возможно, именно этот фактор позволил авторам «Санкт-Петербургских ведомостей» в своих оценках уйти от политических крайностей — идеологических штампов давнего и недавнего прошлого.

В этом аспекте «Новая газета», признавая эпохальное значение произошедшей в России революции, заняла непримиримую позицию по отношению к Октябрю, революционному движению вообще и в своих развернутых публикациях отчетливо демонстрирует параметр «не забывать зла» (10 эпизодов в 16 публикациях). Например, Г. Явлинский заявляет, что «современный большевизм включает в себя и квази-общественный договор о нераскрытии преступлений, берущих свое начало в октябре 1917 года, о забвении их жертв, продолжении корыстного искажения отечественной истории, полном смещении в ней до неотличимости добра и зла» [11]. В то же время немногочисленным выступлениям газеты на тему Октябрьской революции свойственно стремление проецировать опыт прошлого на политическое будущее страны. Этим отмечена каждая третья публикация газетной выборки. Также следует сказать, что «Новая газета» на своем Ин-

тернет-сайте размещает больше материалов о революции, чем в бумажной версии, за счет публикации текстов выступлений политиков и лекций историка, которые не вписываются в традиционный газетный формат¹.

«Литературная газета» в основном выступает за сохранение исторической памяти («не забывать опыта» — 18 эпизодов в 32 публикациях выборки) и в своей политической оценке Октябрьской революции выступает как идеолог преодоления раскола нации, когда «вокруг “столетия” заварилась никчемная война между царским и советским в трактовке исторических мифов, во взаимных обвинениях и провокациях... И вот уже витии, числящие себя по контрреволюционной части, воспитали в себе брезгливость ко всему советскому, а красные радикалы ниспровергают все, что связано с Российской империей. Кому выгодна эта схватка в пятнашки, эта надуманная дележка на своих и чужих? Тут ведь иногда достаточно спичку поднести — и запольхает. Отношение к событиям столетней давности, даже столь значительным, — не повод для нового раскола. Зачем же нагнетать страсти?... А нам навязывают чуть ли не новую гражданскую войну...» [4]. Более определенно выступает философ Георгий Цаголов, дающий высокую оценку не только Октябрьской революции как событию мирового масштаба, но и ее вождю — В. И. Ленину: «Нам не хватает глубины ленинской мысли, его решительности и воли в преодолении глубочайших противоречий, в которых оказалось наше общество из-за опрометчиво совершенных четверть века назад столь же скоропалительных, сколь и ошибочных “реформ”. Слова поэта “Ленин и теперь живет всех живых” отнюдь не теряют смысла» [13]. Если судить по отведенному статье Цаголова месту на газетных полосах в двух номерах газеты, можно предпо-

¹ Напр.: Лиманский Г., Игнатенко А. Столетие Февральской революции. Начало русского бунта. Лекция Андрея Зубова // Новая газета. 2017. 3 марта. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/03/03/71683-stoletie-fevral'skoj-revoljutsii-nachalo-russkogo-bunta-lektsiya-andreya-zubova>; Лиманский Г., Игнатенко А., Явлинский Г. Российские параллели 1917–2017. Лекция Григория Явлинского // Новая газета. 2017. 29 марта. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/03/29/71956-lektsiya-grigoriya-yavlinskogo-rossiyskie-paralleli-1917-2017> и др.

ложить, что точка зрения философа, его интерпретация памяти минувшего совсем не чужда редакционной политике. Особенность идейной позиции газеты проявилась и в том, что именно в этом издании оказывается наиболее значительным удельный вес выступлений с попытками учета опыта прошлого для будущего страны: фактически каждое второе выступление имеет тенденцию проецирования опыта прошлого в будущее. Второй особенностью следует назвать минимизацию показателя «не забывать зла» — 7 эпизодов из всей выборки.

«Российская газета» — официальный орган правительства страны. Тема Октябрьской революции представлена тщательно и с глубокой исторической прорисовкой. Среди авторов известные ученые. «Я думаю, — заявляет историк Геннадий Бордюгов, — главный вывод таков: история способна консолидировать нацию, но эта консолидация не должна быть искусственной, навязанной сверху. Это должен быть естественный процесс, в который вовлечены действительно разные общественные силы. Здесь самое главное — отказаться от культа прошлого, равно как и от культа будущего. Вернуться к естественному ходу жизни. Вот когда вы повернетесь к реальности, у вас уже не будет искушения искать рецепты в прошлом. Что касается 100-летия революции, то оно не станет каким-то поворотным моментом на пути нашего постижения прошлого, понимания его, проникновения в него» [9]. Однако историческая аналитика «Российской газеты» очень сдержанно демонстрирует императив памяти «не забывать прошлого, думая о будущем»: 5 раз в 50 публикациях. В основном среди выступающих идейно-политический подход к революции укладывается в формулы «не забывать зла» (14) и «не забывать опыта» (15).

В обобщении результаты анализа публикаций, объединенных в выборку концептом «Октябрьская революция», позволяют сделать ряд выводов. Так, для российской прессы 2017 г. в вопросах, связанных с юбилеем Великой Октябрьской социалистической революции, характерен объективистский подход, нашедший свое выражение прежде всего в материалах информационного характера — современные новости культуры, хроника 1917 г., исторические зарисовки (93 текста из 182 проанализирован-

ных). Если же к этому присовокупить аналитические материалы с нейтрально объективистским подходом к событиям прошлого (63), то сделанный вывод тем более точен. В равной мере достойны внимания два объяснения: с одной стороны, на редакционной политике сказывается доминирующая идеология правящих кругов общества, а ей свойственно сдержанно отрицательное восприятие Октябрьской революции, с другой — полярные оценки революции не каждый автор газетного выступления умеет должным образом аргументировать, узок круг способных на концептуальную переоценку ценностей.

В конечном счете, «не стоит упускать из виду, что как конструктивное, так и деструктивное воздействие направлено на установление духовного господства над сознанием... объектом воздействия является сознание; инструментом — СМИ, целью воздействия — наполнение сознания определенным содержанием, которое будет служить базисом прогнозируемого поведения» [10, с. 156, 157]. Такой подход к особенностям культурной памяти в сфере актуальной истории во многом объясняет результаты проведенного ценностного анализа. В дополнение учитывается воздействие со стороны «массовой культуры», ставшей сегодня всеобъемлющим состоянием медийной среды. Маскульт ориентирует СМИ на формирование доступных современному массовому сознанию смыслов «среднего уровня», которым, как следует из результатов исследования, в наибольшей степени отвечают объективистские подходы к актуальным вопросам истории, или, говоря словами П. Бурдьё, производство «омнибусов» — таких медийных «фактов... которые не разделяют на враждующие стороны и вызывают всеобщий консенсус» [3, с. 30].

Литература

1. Ахиезер А. С. Социокультурный субъект — перелом на рубеже тысячелетий: презумпция преодоления сложности // Субъект во времени социального бытия: Историческое выполнение пространственно-временного континуума социальной эволюции / отв. ред. Э. В. Сайко. М.: Наука, 2006.
2. Бек У. Что такое глобализация? / пер. с нем. М.: Прогресс-Традиция, 2001.

3. Бурдые П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. М.: Прагматика культуры; Институт экспериментальной социологии, 2002.
4. Замостьянов А. 1917-й. Судьи и пересуды: раскол на красных и белых опасен // Лит. газета. 2017. № 19. URL: http://www.lgz.ru/article/-19-6597-17-05-2017/1917-y-sudi-i-peresudy/?sphrase_id=875358.
5. Зверева В. Предисловие // Массовая культура: современные западные исследования / пер. с англ.; отв. ред. В. В. Зверева. М.: Прагматика культуры, 2005.
6. Лифшиц М. Проблема Достоевского (Разговор с чертом). М.: Академ. проект; Культура, 2013.
7. Марков Б. В. Мораль и разум // Юрген Хабермас. Моральное сознание и коммуникативное действие / пер. с нем. СПб.: Наука, 2000.
8. Морозова С. В. Культурология: учеб. пособие. Ч. 1. Гл. 4. URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook880/01/part-005.htm>.
9. Выжутович В. Наша история нас объединяет?: Тема с историком Геннадием Бордюговым // Рос. газета. 2017. 19 окт. URL: <https://rg.ru/2017/10/19/gennadij-bordiugov-istoriia-sposobna-konsolidirovat-naciiu.html>.
10. Павлова Е. Д. Сознание в информационном пространстве. М.: Academia, 2007.
11. Лиманский Г., Игнатенко А. Российские параллели: 1917–2017. Лекция Григория Явлинского // Новая газета. 2017. 29 марта. URL: <https://www.povayagazeta.ru/articles/2017/03/29/71956-lektsiya-grigoriya-yavlinskogo-rossiyskie-paralleli-1917-2017>.
12. Симонов К. Глазами человека моего поколения: Размышления о И. В. Сталине. М.: Книга, 1989.
13. Цаголов Г. Рапира и заветы Ильича (Окончание. Начало в № 39, 2017 г.) // Лит. газета. 2017. № 40. URL: http://www.lgz.ru/article/-40-6616-11-10-2017/rapira-i-zavety-ilicha-40-2017/?sphrase_id=875364.

Э. Г. Шестакова
Донецк

ЖУРНАЛИСТИКА В ЭПОХУ ШОУИЗАЦИИ ВРЕМЕНИ

В статье рассматривается проблема взаимосвязи журналистики и времени. Доказывается, что на рубеже XX–XXI ст. изначаль-

ные и значимые связи журналистики и времени как явлений, основное свойство которых — отражение и упорядочивание событий, ситуаций, происходящих в мире, нарушаются, разрушаются. Время для журналистики постепенно оказывается ее вполне естественным героем, но оно также постепенно нивелируется в качестве фундаментального основания и условия ее жизнеспособности как социального института.

Ключевые слова: журналистика, время, событие, социум, память, театральная культура.

E. G. Shestakova

Donetsk

JOURNALISM IN THE ERA OF SHOW-TIME

The article focuses on the relationship between journalism and time. At the turn of XX and XXI centuries, are being violated and destroyed the original and significant relationships of journalism with time as a phenomenon, the main feature of which is the reflecting and the ordering events. For journalism time gradually becomes quite natural hero, but it also gradually disappears as the fundamental basis and prerequisite for its viability as a social institution.

Keywords: journalism, time, event, sociality, memory, theatrical culture.

Нашу современность можно охарактеризовать через своеобразное соседство, столкновение, перекресток, скрещение различных эпох: расколотого Запада, модерна — незавершенного проекта (Ю. Хабермас), постмодернизма, глобализации, неоклассики, информационного общества, мемориальной культуры, визуальности, шоуизации. Эти эпохи, названия которых стали узнаваемыми, взаимосвязаны через значимые для них культурообразующие явления, понятия, но главное — ценностные спосо-

бы их восприятия. К ним относится и время, которое в течение XX ст. в силу ряда серьезных причин претерпело *переоткрытие*, по убедительному мнению И. Пригожина [8]. Время осознается и «как основное условие всякого конечного существования (следовательно, и нашего внутреннего и внешнего опыта и нашего дискурсивного мышления)...» [12, с. 42], и как значимая для практической жизнедеятельности, а не только философских конструкций дифференциация на космическое и человеческое, историческое время [9, 10]. Оно осмысливается в системе координат обыденной жизни, знающей, ценящей необратимость движения от прошлого через настоящее в будущее. Время рассматривается и в системе сложных мемориальных практик, основанных на представлениях о взаимосвязях индивидуальной, культурной, социальной, коллективной памяти, истории, массмедиа [1–3].

К XX веку проблема времени оказалась одной из ключевых для культуры, которая стала зависимой от информации и междисциплинарных подходов к их исследованию. Л. Любинская и С. Лепилин в связи с этим отмечают: «В 1966 в Нью-Йорке возникло Международное общество по изучению времени», которое регулярно проводит конференции, публикует их материалы в коллективных трудах и функционирует до сих пор [7, с. 7]. Время, вслед за Н. Винером, представляется условием хранения информации, трактуемой в широком смысле. Но время — это не упрощенно понимаемая «упаковка» для сохранения и передачи информации. Оно взаимосвязано с рядом явлений, понятий, факторов, которые, рассмотренные в системе координат *переоткрытой* темпоральности, обнаруживают новые качества и возможности. К ним, в первую очередь, относятся понятия объективности, события, понимания. Время — это то, что есть, имеет место и осуществляется только в событии, как пишет об этом М. Хайдеггер в докладе 1962 г. «Время и бытие» [15]. При всем различии методов, подходов, научных сфер, языков, интересов ученых, занимающихся проблемами времени, оно часто осмысливается во взаимосвязи с бытием, социальностью, историей, памятью, информацией, событием, практикой общественной жизни.

Журналистика — сфера социально интенсивной и общественно ответственной деятельности — изначально и неразрывно связана с феноменом времени. Эта связь давно установилась и успешно осуществляется сразу в нескольких направлениях.

Во-первых, это хрестоматийная, субстанциальная по своей сущности обращенность журналистики к злободневным явлениям, событиям, фактам, личностям. Это способствует развитию ценностных установок и оснований современности, созданию общественно-культурных умонастроений. Это та связь журналистики и времени, которая наиболее очевидно осуществляется в публичной сфере и проявляется в ментальности и повседневности. Журналистика — это социально ответственный перед своим современником поступок, равно значащий и для политической, и для общественной, и для повседневной сфер жизнедеятельности своего времени. Журналистика — это ответственность за и *перед* своим *малым* временем (М. Бахтин), когда актуальностью и принципиальностью постановки, отслеживания, решения проблемы нивелируется ценностная разница между, например, материалом о большой политике, глобальных экологических катаклизмах и проблемами общественных туалетов в провинциальном городе. Это то измерение или ипостась времени, которое еще с эпохи Аристотеля характеризуют как настоящее, которое дается человеку и / или обществу в практике жизни. «Настоящее — это тот модус или та “часть” времени, которая убеждает нас в реальности самого этого феномена» [7, с. 33]. Журналистика как раз и является той сферой деятельности, которая в Новое и новейшее время активно и последовательно не только отражает, но и создает настоящее. Это постепенное, как правило, не заметное для общества, обыкновенного человека, но значимое создание настоящего происходит через осознание журналистикой ответственности за свою профессиональную деятельность.

В связи с логически предопределенной, сильной связью журналистики и настоящего, а также проблемами активизации развлекательного начала в массмедиа в начале нашего столетия актуальным стал вопрос, сформулированный Ю. Хабермасом в отношении профессиональной прессы: «Может ли пресса под

предлогом “качества” урезать свободу выбора своих читателей? Может ли она навязывать им чопорные сообщения вместо infotainment, требовать объективных комментариев и обстоятельных аргументов вместо адаптированных инсценировок событий или участвующих в них?» [14, с. 106]. Для Ю. Хабермаса очевидно, что традиционные и все еще необходимые для общества связи журналистики и времени (настоящего, теперешнего) уже нарушены. Но эти связи могут, в силу безответственности журналистики и экономических приоритетов политических и управленческих элит, окончательно разрушиться, разрушив и устойчивое европоцентричное общество. Ю. Хабермас, неслучайно вспоминая удачное гегелевское определение ежедневного чтения газет — «реалистическое утреннее благословение», — в присущей ему манере объясняет сущность угроз разрушения взаимосвязи журналистики и времени: «В ходе многолетнего чтения как раз и формируются новые предпочтения, убеждения и ценностные ориентации. Метапреференция, которой руководствуется подобное чтение, ориентирована, кроме того, на предпочтения, выражающиеся в профессиональном самопонимании независимой журналистики и обосновывающие престиж качественной прессы» [14, с. 107].

Во-вторых, это не менее естественная, если верить Гегелю, и не менее важная нацеленность журналистики на будущее, когда ее усилиями происходит формирование перспективных целей, задач, идей, желаний, мечтаний, ориентаций для современников. Эта связь журналистики и времени наиболее полно осуществляется не только в настоящем, но и «проявляет силу, стимулирующую и в то же время ориентирующую граждан для формирования общественного мнения и волеизъявления, одновременно принуждая политическую систему к прозрачности и приспособлению» [14, с. 109].

В-третьих, это и обязательная направленность журналистики к прошлому, как правило, значимым и для своей страны, и в мировом масштабе национально-историческим, экономическим, военным, политическим событиям, фактам, личностям для поддержания, (вос)создания социально-культурной памяти. Это та

связь журналистики и времени, которая проявляет, объясняет (должна в идеале) определенную системность историко-культурного процесса, а также принципы, основы их вхождения и осуществления в глобальном процессе развития мирового общества. Здесь важна не только традиционная проблема формирования и сохранения социально-культурной памяти. Значим и вопрос о взаимосвязи социального бытия и времени, который можно соотнести с идеей М. Хайдеггера о том, что пора «вести в поле зрения само бытие как событие» и что «бытие как присутствие определяется временем», «бытие и время имеют место только в событии...» [15, с. 404, 392, 405]. Журналистика, работающая со временем и событиями, — это деятельность, которая может, как и философия, осмыслить и представить человека в его «собственном времени». Вследствие этого журналистика может дать человеку возможность сбиться как уникальному социальному существу, а не как объекту отображения и изображения, набору объективно достоверных, но лишенных временных основ и принципов фактов. Для этого журналистика должна помнить об уважении к взаимосвязи времени-бытия-события и не превращать жизнь в логически бессовестный (Э. Соловьев) калейдоскоп выхолощено объективированных фактов, лишенных своего места.

В-четвертых, это неизбежная провокационная близость журналистики к идеологии и пропаганде, когда время воспринимается и используется ею в качестве формирования ценностных коллективных представлений, установок, существующих как бы в вечном настоящем, обеспечивающих успешное функционирование конкретной политэкономической, социально-политической системы. Э. Соловьев это определяет как *информационное противоборство* и *зеркальную идеологическую симметрию*, когда «типовой дискурс идеологических предостережений — это “коллаж из разрозненных информационных всплесков”, допускающий потерю логической памяти и логическую бессовестность» [13, с. 5]. Анализируя роль СМИ в жизни общества, их вынужденную близость идеологии, порой невозможность для СМИ убеждать от соблазна перейти разделяющую черту, Э. Соловьев так

описывает личный, но показательный и во многом ценный опыт восприятия происходящего, в том числе и сквозь призму массмедиа: «Я пришел в философию шестьдесят лет назад — вскоре после смерти Сталина. В течение всего этого времени я чувствовал себя пребывающим внутри одного и того же, не сменявшегося исторического периода — внутри оттепели. Я имею в виду необратимое поступательное освобождение от базисного общего страха и властных социальных обманов. Моей оттепели не предали ни Чехословакия 1968 г., ни застой, ни буксующая перестройка, ни круговерть 90-х. Во мне жила стойкая уверенность в невозвратности сталинского ледникового периода. В самое последнее время эта уверенность поколебалась» [13, с. 6]. Профессионально тонко и корректно апеллируя к работам своих коллег А. Ахутина, А. Рубцова, Д. Дубровского, Н. Юлиной, Э. Соловьев связывает причины нивелирования этой уверенности с явными изменениями отношений массмедиа ко времени и со временем, с их необоснованно возросшими претензиями на планетарную супервласть (В. Пелевин). Это во многом и дало журналистике возможности для отхода от аналитичности и логической защиты сознания и для движения в сторону не критического отношения к действительности, разросшихся информационно-пропагандистских идеологических техник.

К рубежу наших столетий, когда произошло слишком быстрое и неконтролируемое разрастание информации, в том числе и массмедийной, все очевиднее становится симптоматичный факт: взаимосвязь журналистики и времени обнаруживает точки проблематизации и даже катастрофического разлома. Это не всегда напрямую обусловлено близостью журналистики и идеологии и пропаганды. Проблема сложнее.

Журналистика, которая изначально благодаря своим профессиональным принципам, морально-этическим основам, чувству долга и ответственности за и *перед* обществом была своеобразной хранительницей времени, к рубежу веков оказалась в диаметрально противоположной ситуации. Она стала не столько наблюдать, собирать, отражать, хранить время через события, факты, ситуации, людей, но играть со временем, манипулиро-

вать им, постепенно перемещая из объективной, социально и информационно-фактажно ориентированной системы координат в качественно иную, нацеленную на несерьезное и даже безответственное отношение к этой фундаментальной категории культуры. Время, как и реальность, оказалось явлением, способным утратить свою сущность. Если С. Жижек вполне справедливо и обоснованно пишет о пустыне Реального, то вполне можно говорить и о возникновении своеобразной пустыни Времени. Она образуется уже не только за счет преднамеренных политических, идеологических манипуляций со временем, когда, например, реальный факт, событие, историческая личность специально изымаются из фото и документов. Таким случаям, когда массмедиа играют с коллективной памятью, посвящена статья Ж.-Ж. Куртина «Шапка Клеменса». В ней акцентируется внимание на том, что «утеря референции, вытеснение, вычеркивание из исторической памяти... происходит в материальной, неязыковой сфере фотографического документа, на самом деле этот процесс осуществляется прежде всего в порядке дискурса. Речь идет о порядке дискурса “государственных языков”, процеживающих воспоминания об исторических событиях и наполняющих коллективную память определенными высказываниями, которым они обеспечивают повторяемость... <...> Это память с перегрузкой и с проблемами, “память с затмениями”» [5, с. 95–96].

При всей значимости такой давно традиционной для политики и идеологии, но для нашей современности уже не совсем эффективной игры со временем и забвением, есть еще один аспект, создающий эффект пустыни Времени. Он не связан напрямую с политехнологиями, но обусловлен собственной природой журналистики, которая в условиях доминирования культуры визуальности стала активно проявляться. От манипуляций со временем, идущих от дискурса «государственных языков», базирующихся на приеме «памяти с затмениями», в эпоху новых медиа относительно легко защититься. Публичность, доступность, долговечность «электронных следов» позволяют не утратить прошлое и не разрушить забвением настоящее. Однако от более тонкой, сильной, неизбежно проникающей и захватывающей со-

кровенное пространство личности игры массмедиа со временем уберечься почти невозможно.

А. Ассман в книге «Длинная тень прошлого: мемориальная культура и историческая политика» обращает внимание на феномен медийной памяти. Она формулирует четкий вопрос: «В чем различие между живой памятью об опыте и внешней медийной памятью?» [1, с.131]. И дает не менее четкий ответ, опираясь на опыт бывшего узника Бухенвальда — автора книги «Писать или жить». А. Ассман приводит показательный пример: когда через три месяца после освобождения бывший узник концлагеря увидел в кинохронике материалы о различных концлагерях, освобожденных войсками союзников, то произошел переход его личных воспоминаний в пространство массмедиа. Причем такой переход активизируется любыми материалами массмедиа, а не только основанными на опыте травмы. Это происходит в силу того, что они, особенно визуализированные, обращены к неким общим, общественно важным, повторяющимся событиям, ситуациям, людям, повседневности, социально-жизненному опыту человека как члена социума. Журналистика, работающая с актуальным настоящим, постоянно обращенная к социально злободневным, касающимся и отдельных групп, и больших масс событиям, отражает и опыт и чувства, пережитые самым обыкновенным человеком. В результате чего «самое интимное, принадлежавшее только ему одному, перестает быть таковым, становится чужим, объективируется; одновременно собственное переживание обретает неопровержимо доказательную силу и делается прочной реальностью. Кадры кинохроники “развоплощают” собственный опыт и одновременно “воплощают” его. Собственное прошлое недоступно для посторонних; лишь благодаря материализованному изображению... оно “экскарнируется”, становясь таким образом сообщаемым другим. Отныне группа людей, которые могут увидеть эти кадры и вобрать их в собственную память, оказывается безграничной» [1, с. 132–133]. Так происходит тонкая, неизбежная и неустраиваемая игра со временем и памятью.

В этом и есть еще одна, особая, опасность. Журналистика неизбежно, в силу своей природы и функций, всегда участвует в

создании длительной культурной и социальной памяти, базирующейся на интимно-личном опыте человека и групп людей. Журналистика непосредственно причастна к постепенному формированию общего прошлого, основанного на доверии людей, общества к массмедиа. Если это касается травмирующего опыта (революции, войны, Холокост), то манипуляции с личными воспоминаниями, попытки предать забвению, создать ложные воспоминания, применить тактику «памяти с затмениями» могут восприняться как обман, агрессия и вызвать массовое неприятие. Если же речь не о трагических, а социально нейтральных, обыденных событиях, то явно обнаруживается угроза появления пустыни Времени.

В нашей современности журналистика не только традиционно следит, пристально наблюдает за временем и уважительно его сохраняет. Она постепенно стала пересоздавать и даже создавать время, не столько наполняя и прошлое, и настоящее вымышленными, утрированными фактами, событиями и людьми (что всегда было присуще массмедиа, особенно тяготеющим к идеологии и пропаганде), сколько обыгрывая и / или разыгрывая реальные, известные факты и ситуации средствами театральной культуры. Прошлое и настоящее, которые составляют опыт жизни, память людей, общества в журналистских материалах зачастую безответственно, без понимания сути процессов берутся в качестве предмета для представления, создания внешней массмедийной памяти. Пытаясь найти актуальные темы и проблемы, героев, ситуации для своих материалов, журналисты все чаще забывают о факторе времени и акцентируют внимание на формально-содержательной стороне. Это приводит к усилению, и зачастую пагубному, в журналистике методов театральной культуры. В связи с этим уместно вспомнить рассуждения Ю. Лотмана о природе искусства: «Оно дает нам выбор там, где жизнь выбора не дает. <...> Искусство стремится быть похожим на жизнь, но оно не есть жизнь. И мы никогда не спутаем их. <...> Искусство — модель жизни. И разница между ними велика. Поэтому преступление в искусстве — это исследование преступления, изучение того, что есть преступление. А в жизни есть только преступление.

В одном случае изображение вещи, в другом — сама вещь» [6, с. 402].

Если экстраполировать эту идею на журналистику, то надо признать: осознание сущности и роли времени в журналистике может уберечь ее от опасной и необратимой по своим последствиям игры со временем. Журналистика, подобно искусству, — модель жизни. Она тоже не только отражает, но и изучает явление, ситуацию, событие. Она делает это, исходя из морально-нравственных принципов и помня о факторе времени. В противном случае получим выхолащивание факта и ситуации или их театрализацию, основанную на недопустимо упрощенных профессиональных принципах. В первую очередь фактор времени позволяет журналистике быть глубокой, истинной моделью жизни, подобно искусству. Если нивелируется подлинная связь времени и журналистики, то это может довольно-таки быстро обернуться уничтожением культурной, коллективной памяти, коллажем разрозненных информационных всплесков (Э. Соловьев), приводящих к социальному хаосу, уничтожению стабильности и повседневности. Событие, рассмотренное и представленное без или *вне* фактора времени, даже при условии соблюдения внешней достоверности, превращается в лишенное своей сути «мертвое» событие. Можно сказать, перефразируя М. Хайдеггера, что это событие без своего места, в котором бытие и время так и не встретились.

Например, сейчас во многих журналистских проектах все участники социальных национальных революций, мятежей, переворотов, общественно-политических катаклизмов, Первой и Второй мировых войн, освободительных движений в равной мере оказываются популярными персонажами. Они одновременно показываются и жертвами, и палачами, и обывателями, и стратегами, и заложниками, достойными сострадания как представители политических режимов, и изображаются тиранами, предателями, трусами, которые не чтят моральных ценностей, и героями, которые боролись за национальные, государственные идеалы. Журналистика, упустившая фактор времени, не может стать моделью жизни и преподносит читателям, зрителям,

слушателям факты преступлений, оправданий, убийств, предательств, побед, поражений, но не их систему, не их социальное бытие. Журналистика лишается аналитичности, подменяя ее разыгрыванием события.

Журналистика, стремящаяся нивелировать неустранимо сложную, неоднозначную связь времени-человека-общества-выбора, уничтожает не только культуру воспоминаний, памяти, забвения, но представление о связи личности-поступка-события. М. Хайдеггер писал: «Поскольку бытие и время имеют место только в событии, этому последнему принадлежит та особенность, что им человек как тот, кто внимает бытию, выстаивая в собственном времени, вынесен в свое собственное существо. Так сбывающийся, человек принадлежит событию» [15, с. 405]. Если вспомнить короткий драматический опыт сотрудничества М. Хайдеггера с национал-социалистами, воплощенный им, в том числе, в поздние философские тексты, то многое становится понятным. Идеи М. Хайдеггера, экстраполированные на массмедиа, дают основания говорить о том, что журналистика — это сфера особой ответственности не только за личность (сбывающегося человека), но и обязательно за социальное бытие, осуществляющееся в своем времени и своих событиях. Журналистика — это профессиональная, морально-этическая чуткость и уважение к встрече и осуществлению человека, общества, бытия, времени в событиях, которые образуют настоящее, порождают будущее и формируют социально-культурную, национальную, коллективную память.

Еще примеры игры журналистики со временем, когда создаваемая массмедийная картина мира оказывается коллажем, наполненным мало согласованными, замкнутыми на себе проектами-«осколками». Повседневность других культур, исторических эпох в нашей современности часто становится востребованным предметом воссоздания в журналистике, апеллирующей к запросам своих читателей, зрителей, слушателей. В таких журналистских материалах время оказывается тем, что можно изменить, обыграть и представить с позиции удивления, сарказма, высокомерного или сентиментального оценивания и т. д. Это свойственно не только серьезным публицистическим программам, как «След-

ствии вели с Леонидом Каневским», «Історія кохання видатних людей», которые нацелены на рассказ в игровой, иногда явно театрализованной форме о национальном историческом прошлом или чужой, экзотической культуре. Это присуще и журналистским проектам, сделавшим целью восстановление и сохранение исторической правды (справедливости), культурного наследия: «Твоя история», «Этот день в истории», «Bigpicture.ru». Время и событие в таких программах не столько воссоздаются и анализируются, сколько театрализируются, нивелируя, а иногда и уничтожая сложность социального, политического, культурного начал.

Разыгрывание времени характерно и для программ совсем иного типа, которые, казалось бы, работают с актуальным настоящим («Пусть говорят», «Без табу», «Кулинарные путешествия», «Женские истории», «В гостях у...», «Свобода слова»). Для них современность и повседневность, наглядно представленные героями своего времени, тоже являются предметом театрализации. Здесь важным оказывается не поиск истины, не уважение ко времени, событиям, другой точке зрения, а иное: наглядность, доступность и тривиальная узнаваемость происходящего. Журналистика имитирует то, что она — модель жизни и для нее важны морально-этические принципы. Приглашенные эксперты, публичные интеллектуалы, дебаты между политиками, чиновниками, гражданами, рассказ от первого лица, запись в доме героя программы — все это не способствует возвращению уважения ко времени в таких журналистских проектах.

Те смыслы, идеи и цели, которые репрезентируются в такого рода журналистских материалах, несогласованны, бессистемны, асоциальны в том смысле, что представляют хаос, какофонию и нарушение, а то и вовсе потерю логической памяти, как это охарактеризовал Ю. Соловьев. Любая ситуация — от обсуждения судьбоносных политических конфликтов до рассмотрения конфликтной ситуации между тещей и зятем, представляющими самых обыкновенных людей, — может быть переиначена, вывернута наизнанку, переиграна. По этому поводу Ю. Лотман писал: «В жизни на всякую реально существующую ситуацию наложено

большое количество ограничений, которые обуславливают возможность перехода ее только в одно последующее состояние. В игровой модели все ограничения, не обусловленные ее правилами, снимаются... С этим связана и условность времени в игре, ее обратимость, возможность “переиграть”... одно и то же событие в жизненной и игровой ситуации имеет различную информационную ценность» [6, с. 393]. Беспрестанное обсуждение события или поступка, стремление их обыграть и представить с различных точек зрения все чаще создают не ответственный журналистский материал, а утрату связи журналистики (а вместе с нею и общества) с временем, бытием, когда театрализация усугубляет всеобщую логическую бессовестность.

При этом принципы театральной культуры во многом дополняются методами, возможностями и моделями коммуникации, идущими от шоу, когда «в отличие от театрального представления... шоу носит интерактивный характер. В шоу актеры и зрители, если и разделены в пространстве, то не рампой, а экраном. В телевизионной студии, на улицах и площадях между выступающими и зрителями коммуникативные барьеры сведены к минимуму. Для шоу это очень важно, поскольку одна из его главных задач — вовлечение публики в игровые моменты происходящего на ее глазах действия. В связи с тем, что в игру вовлечены все участники шоу, шоу приобретает черты карнавальной культуры» [11]. Происходит постепенная, сразу неощутимая, незаметная и тем опасная шоуизация времени, когда оно перестает восприниматься в качестве фундаментальной категории, а переходит в разряд того, что как бы можно изменить. Проблема здесь не в необходимом переосмыслении ошибок и достижений прошлого, а в ином. Время для массмедиа — это эффектная развлекательная тема, но отнюдь не основа для формирования коллективной социально-культурной памяти. Время для журналистики постепенно оказывается ее вполне естественным героем, но оно также постепенно нивелируется в качестве фундаментального основания и условия ее жизнеспособности как социального института. Время, ставшее предметом преднамеренного разыгрывания в массмедийном пространстве, превратившееся в выигрышную тему для многих про-

ектов, включая реалити-шоу, построенных на реставрации исторического прошлого, обнаружило тенденцию к нивелированию в журналистике.

На рубеже наших столетий профессиональные, основанные на уважении ко времени журналистские материалы все чаще подменяются лентами новостей, прямыми включениями и различными театрализованно-шоуизированными проектами. Журналистика, обращенная к теперешнему как «актуальному бытию», которое «познается в опыте» [6, с. 32], и современности, постепенно перестает понимать их важность и воспринимать в качестве необходимого условия своего существования. Журналистика подталкивает человека к тому, что время, а вместе с ним и социальность, повседневность утрачивают привычные четкие очертания и могут исчезнуть в своей объективности. Любые факты, ситуации, события, люди, пропущенные через безостановочную ленту новостей, став текучим, театрализованным и шоуизированным теперешним, которое можно трансформировать, не столько приобретают статус актуального настоящего, сколько утрачивают свою сущность. Ж. Бодрийяр писал об этом так: «У нас нет больше времени искать свою тождественность ни в архивах, ни в памяти, ни в каких-либо планах или в будущем. Нам нужна мгновенная память, быстрое ветвление, нечто вроде рекламной тождественности, которая может подтвердиться в любой момент» [4, с. 36]. Но действительно ли нам это нужно?

Л и т е р а т у р а

1. Ассман А. Длинная тень прошлого: мемориальная культура и историческая политика / пер. с нем. М.: Новое литературное обозрение, 2014.

2. Ассман А. Новое недовольство мемориальной культурой / пер. с нем. М.: Новое литературное обозрение, 2016.

3. Ассман А. Распалась связь времен? Взлет и падение темпорального режима Модерна. М.: Новое литературное обозрение, 2017.

4. Бодрийяр Ж. Прозрачность Зла / пер. с фр. М.: Добросвет, 2000.

5. Куртин Ж.-Ж. Шапка Клеменса (заметки о памяти и забвении в политическом дискурсе) // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / пер. с фр. и порт.; под ред. П. Серио М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2002.

6. Лотман Ю. Об искусстве. СПб.: «Искусство–СПБ», 2005.
7. Любинская Л. Н., Лепилин С. В. Философские проблемы времени в контексте междисциплинарных исследований. М.: Прогресс-Традиция, 2002.
8. Пригожин И. Переоткрытие времени // Вопр. философии. 1989. № 8.
9. Рикер П. Память, история, забвение / пер. с фр. М.: Издательство гуманитарной литературы, 2004.
10. Рикер П. В согласии со временем / пер. с фр. // Курьер ЮНЕСКО. 1991. Июнь.
11. Русакова О. Ф. Шоу-политика: особенности дискурса // Социум и власть. 2009. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/shou-politika-osobennosti-diskursa>.
12. Соловьев В. Философский словарь. Ростов н/Д.: Феникс, 1997.
13. Соловьев Э. Ю. Философия как критика идеологий. Ч. 1 // Философский журнал. Научно-теоретический журнал. Т. 9. 2016. № 4.
14. Хабермас Ю. Ах, Европа. Небольшие политические сочинения, XI / пер. с нем. М.: Весь мир, 2012.
15. Хайдеггер М. Время и бытие / пер. с нем. М.: Республика, 1993.

ЖУРНАЛИСТ И ЕГО ВРЕМЯ

Г. Л. Арсентьева

Казанский федеральный ун-т

ВЕРСИОННЫЕ САЙТЫ РАДИОСТАНЦИЙ ТАТАРСТАНА: СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ

В статье анализируется современное состояние и тенденции развития сайтов радиостанций Республики Татарстан. Также в материале изучено присутствие регионального радио в социальных сетях, выявлены особенности типов и форматов радиостанций, демонстрируемых их интернет-версиями.

Ключевые слова: Республика Татарстан, региональное радио, сайт радиостанции.

G. L. Arsenteva

Kazan Federal University

VERSIONED SITES OF TATARSTAN RADIO STATIONS: SYSTEM ANALYSIS

The article analyzes the current state and development trends of sites of radio stations in the Republic of Tatarstan. Also, the material

shows the presence of regional radio in social networks, reveals the features of the types and formats of radio stations, demonstrated by their versions on the Internet.

Keywords: Republic of Tatarstan, regional radio, radio station site.

Радиовещание Татарстана как система последнее десятилетие проходит этап бурного развития сетевого вещания, что подтверждается увеличением числа занимаемых частот со стороны федеральных радиостанций. По стандартной схеме происходит наполнение эфира региональными включениями: прогноз погоды, местные новости, программы приветов, реклама. Из тридцати радиостанций, находящихся сегодня в FM-диапазоне столицы Татарстана, лишь шестая часть приходится на радио, созданное непосредственно в республике: это двуязычное «Радио Татарстана» — филиал ВГТРК, татароязычные «Татар радиосы», «Болгар радиосы», русскоязычные «БИМ-радио» и радио «Миллениум».

Ближе к 2010 г. эти радиостанции начали активно подключать к основному радиоз эфиру присутствие в Интернете, что было продиктовано множеством причин, главные из которых — промоушн, увеличение потенциальной аудитории, расширение технического спектра включения слушателей в интерактив. Кроме того, специалисты отмечают увеличивающуюся тенденцию изменения медиапредпочтений. С этим связывают то, что традиционные медиа проводят политику «цифровизации» активов, интернет-СМИ обнаруживают снижение своей роли как точки входа, мобильные медиа стараются оперативно отвечать на вызовы времени, ведь алгоритмы конструирования повестки дня активных пользователей меняются ежегодно. При этом каждая из групп преследует в собственной медиастратегии свои цели. Доведение информации до масс требует новых подходов, освоения дополнительных каналов распространения, упаковки контента в форматы, ранее не существовавшие [1, с. 140].

Сайты татарстанских радиостанций первоначально создавались по типу сетевых визиток и выполняли, как правило, исключительно функцию промоушна основного эфира. Сегодня каждая

из перечисленных выше радиостанций актуализировала свои интернет-версии и расширила присутствие в Интернете в целом. Это явление, которое в полной мере можно назвать общей тенденцией в СМИ, демонстрирует разделение сайтов на типы, отражающие направленность эфира каждой из радиостанций. При этом изменены не только принципиальные подходы к работе сайтов, заметно также появление татарстанских радиостанций в социальных сетях и мессенджерах.

К примеру, радио «Миллениум» имеет страницы в социальных сетях Вконтакте, Instagram, Твиттер. Сайты Вконтакте, Instagram и Facebook использует в качестве дополнительных платформ «БИМ-радио». Этим же социальным сетям отдает предпочтение «Татар радиосы». «Радио Татарстана» присутствует во Вконтакте, Твиттере и на Mail.ru, «Болгар радиосы» можно найти также в Instagram и в Вконтакте. Информация о присутствии радио в социальных сетях есть на главных страницах сайтов всех радиостанций, однако «Болгар радиосы» разместило ее внизу страницы вместе с юридической информацией о СМИ, что затрудняет поиск посетителям ресурса.

Рассмотрим группы в социальной сети Вконтакте, где присутствуют все исследуемые радиостанции. По числу подписчиков лидером остается «БИМ-радио». Сегодня у этого представителя региональных СМИ 89511 подписчиков в группе Вконтакте. Отметим, что по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям РФ «БИМ-радио» в 2015 г. было признано наиболее успешным региональным пабликом, активно использующим возможности пользователей социальных сетей. Число подписчиков на тот период выросло более чем на 20 тысяч, и количество пользователей превысило 70 тысяч. Станция активно использует Вконтакте совместно с собственным сайтом и эфиром для коммерческих предложений [4, с. 44]. Кроме того, на радио есть передача «Звезды БИМа Вконтакте», связывающая основной эфир и группу в социальной сети, чем отчасти может объясняться популярность страницы «БИМ-радио». Также в этой группе можно найти ссылки на основной сайт радио, на Instagram и приложения App Store и Google Play. Помимо этого при-

ложение «БИМ-радио» Вконтакте позволяет запустить основной эфир, а фирменная продукция с логотипами радио занимает самое заметное место на странице группы.

Далее по числу подписчиков на конец декабря 2017 г. в группах Вконтакте разместились «Татар радиосы» (69302 подписчика), «Болгар радиосы» (24512), радио «Миллениум» (15101) и «Радио Татарстана» (3465). Каждая из групп имеет свои отличительные черты. К примеру, ссылки, сохраненные в группе радиостанции «Миллениум», помимо перехода на основной сайт радиостанции, отсылают к странице «Миллениума» в Instagram и в группу радио в Telegram. Интересно добавление на страницу Вконтакте чата, работающего в тестовом режиме и включающего в беседу любого пользователя, зарегистрированного в социальной сети, независимо от того, подписан он на группу или нет. «Болгар радиосы» в группе Вконтакте ссылаются на основной сайт радиостанции, а также на сайт телерадиокомпании ТНВ, в которую входит радиостанция. «Татар радиосы» разместило в своей группе ссылки на сайты этой же радиостанции в городах республики — Кукморе, Набережных Челнах, Альметьевске, а также на партнерский телеканал ТМТV. «Радио Татарстана» имеет относительно пассивную группу Вконтакте, главная новость которой заключается в том, что в июле 2016 г. радио появилось в Instagram.

Несмотря на активное внедрение радиостанций в социальные сети, которые позволяют отслеживать число и активность слушателей, каждая из радиостанций развивает свой сайт. Согласно отраслевому докладу Роспечати по телерадиовещанию за 2016 г., общие тенденции в развитии сайтов региональных радиокomпаний можно сгруппировать по следующим позициям: 1) снижение количества посетителей по сравнению с тем же периодом 2015 г.; 2) отсутствие видимых изменений в дизайне и способах доставки контента слушателю; 3) несоблюдение основных необходимых условий удержания аудитории своих сайтов; 4) отсутствие часто и постоянно обновляемой региональной новостной ленты; 5) отсутствие простоты дизайна сайтов, позволяющей быстро загружать их на мобильных устройствах [7, с. 57]. При этом ни один из сайтов радиостанций Татарстана, согласно данным

статистики счетчика Rambler Top 100, не вошел в тройку лидеров в Приволжском Федеральном округе по числу посещений [7, с. 49]. В этот рейтинг включаются сайты, удовлетворяющие хотя бы одному из двух условий: более тысячи посетителей в месяц и более 10 тысяч просмотров в месяц.

Согласно же открытым данным статистики LiveInternet.ru, казанская радиостанция «БИМ-радио» вошла в тройку лидеров по посещаемости сайта в Приволжском Федеральном округе в 2016 г. Коммерческое «БИМ-радио» заработало в Казани в 1994 г., сегодня его слышно на территории более десяти городов Татарстана. На сайте радиостанции активно размещаются эфирные акции и проекты с фотоотчетами и видеоархивом студийных интервью, при этом эффективно используются рекламные места. Отличительными чертами промоушна радиостанции, которые выделяют ее на региональном радиовещательном фоне, можно назвать, во-первых, решение размещать на билбодах города лица ведущих, «рассекречивая» внешность тех, кто работает у микрофона. Во-вторых, радиоккомпания продает собственную сувенирную продукцию, что отражено как на сайте, так и в группе «БИМ-радио» Вконтакте. Этим объясняется то, что при общем снижении числа посетителей сайта на 13% число посещений выросло почти на 8% [7, с. 51]. Любопытно, что магазин активнее представлен в социальной сети, а не на официальном интернет-ресурсе радиостанции. При этом сайт «БИМ-радио» пытается поддерживать наибольшее количество возможностей Интернета с целью промоушна основного эфира, упор на главной странице делается на новости радиостанции, ее поддержку в социальных сетях. Основной новостью последних месяцев стал запуск официального приложения «БИМ-радио» для прослушивания на мобильных устройствах. Главная страница ограничена кнопкой прямого эфира, строкой меню и поиска, новостями радиостанции, информацией о диджеях [2].

Русскоязычная музыкальная радиостанция «Миллениум» с помощью Интернета связывает собственно сайт, основной эфир и присутствие радиостанции в социальных сетях. К примеру, для Instagram выделена целая колонка «Инста новости», которая

расположена слева и видна сразу же при попадании на главную страницу. Также здесь расположены лента новостей радиостанции и хит-парад; нажатие на кнопку прямого эфира подгружает проигрыватель, что дает возможность прослушивать музыку даже при закрытии сайта [5].

Радиостанция «Болгар радиосы» имеет довольно подвижный сайт, насыщенный яркими элементами; главная страница имеет две строки меню, состоящие из пяти и из шести вкладок соответственно. Удобно расположена кнопка прямого эфира, рядом — видеотрансляция из студии. Слева колонка треков хит-парада с возможностью прослушивания; новости носят общественно-политический характер и обновляются регулярно, но находятся внизу страницы, что затрудняет поиск. Радиостанция на своем сайте предлагает рекламные услуги и услуги звукозаписывающей студии [3].

Еще одна татароязычная радиостанция — «Татар радиосы» — имеет сайт, полностью отражающий формат Contemporary Hit Radio: яркие цвета дизайна, веселые фотографии ведущих, обновляющиеся промо-новости, минимум текстовой информации на главной странице, хит-парад, упор на промо топовых программ радиостанции [8].

Сайт «Радио Татарстана» на главной странице имеет девять кнопок меню, строку поиска, справа — список основных радиопередач, слева внизу отображаются последние комментарии. Ресурс удобен и примечателен несколькими параметрами: во-первых, комментарии достаточно активны, во-вторых, есть возможность прослушивать архив радиопрограмм, используя календарь сайта. Дизайн сдержанный, малоинтересный с точки зрения клипового наполнения и визуализации, неподвижный. В целом он соответствует информационному типу радиостанции, но не привлекает дополнительную потенциальную аудиторию, оставаясь в рамках выполняемой функции промоушна. Прямой эфир отключается при переходе на вкладки в глубину сайта, что можно считать технической недоработкой ресурса [6].

Таким образом, сайты радиостанций Республики Татарстан, в частности ее столицы города Казани, подтверждают

общие тенденции развития сетевых ресурсов регионального радио в СМИ, отмеченные в Докладе Роспечати РФ по развитию радиовещания в 2016 г. Сюда можно отнести и отсутствие у топ-менеджеров радиостанций интереса и стратегии развития новых каналов коммуникации, и соответствие дизайна сайтов трендам десятилетней давности, что не может положительно сказываться на вовлечении подрастающей аудитории, и отсутствие адаптации сайтов для просмотра на мобильных устройствах [7, с. 56]. Сайты рассмотренных радиостанций подтверждают главный вывод: сегодня они не являются отдельным продуктом, а дополняют основной радиоэфир, поэтому на данном этапе вызывает сомнение возможность полноценно причислять их к новым медиа.

Александр Амзин в статье, посвященной новым и экспериментальным форматам, называет уникальные черты таких ресурсов: гипертекстовость, мультимедийность, изменчивость (оперативная редактируемость, версионность) и способность к автоматической адаптации под новые платформы [1, с. 141]. При этом доля аудитории, заходящей напрямую на сайты СМИ для изучения повестки дня, снижается уже несколько лет [1, с. 144].

Есть в этой области и положительные тенденции, которым отчасти соответствуют и сайты татарстанских радиостанций. К примеру, это наличие онлайн вещания, кнопка загрузки которого находится, как правило, на главной странице. Специалисты отмечают, что онлайн вещание помогает поддерживать посещаемость, несмотря на неактивность сайта [7, с. 57]. Рост аудитории показывают те сайты, которые постоянно актуализируют новостные ленты, в данном случае это сайты «Радио Татарстана» и «Болгар радиосы». Нельзя не отметить, что в сетке вещания именно этих радиостанций есть передачи общественно-политических новостей, в отличие от сугубо музыкальных «БИМ-радио», «Миллениум», «Татар радиосы». Кроме того, наиболее успешные сайты реализуют рекламные возможности, предлагая своим рекламодателям размещение баннеров и поддержку проводимых в эфире акций, интегрируют онлайн магазины сувенирной продукции [7, с. 57-58], как это делает, к примеру, «БИМ-радио». Тем

не менее общая тенденция сегодня сводится к тому, что работа над сайтом не является приоритетной, предпочтение отдается развитию и ведению групп в социальных сетях.

Литература

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
2. «Бим-радио» — официальный сайт. URL: <http://www.bimradio.ru/>.
3. «Болгар радиосы» — официальный сайт. URL: <https://bolgarradio.com/>.
4. Радиовещание России в 2015 году. Отраслевой доклад // Роспечать — официальный сайт. URL: <http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports/2016/radio.html>.
5. Радио «Миллениум» — официальный сайт. URL: <http://radiomillennium.ru/>.
6. «Радио Татарстана» — официальный сайт. URL: <http://radiotatarstana.ru/>.
7. Российское телерадиовещание и Интернет. Отраслевой доклад. URL: <http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports/2017/teleradio.html>.
8. «Татар радиосы» — официальный сайт. URL: <http://www.tatarradio.ru/>.

С. В. Ашенова

Международный ун-т информационных технологий, Казахстан

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: БЛОГИ, ЛОНГРИДЫ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ — ЧЬЯ ВОЗЬМЕТ?

В статье рассматриваются особенности развития современных каналов информации во взаимодействии с массовой аудиторией. Поднимается вопрос об изменении основных параметров коммуникативного процесса с точки зрения деятельности новых медиа и традиционных СМИ, включающих в себя такие понятия, как права и обязанности, профессионализм, принципы и ответственность журналиста.

Ключевые слова: информационное пространство, блогосфера, СМИ, медиаресурсы, массовая аудитория, журналистика.

S. V. Ashenova

International University of Information Technologies, Kazakhstan

MODERN JOURNALISM: BLOGS, LONGREADS, SOCIAL NETWORKS — WHO WILL BE WINNER?

The article considers development of modern information channels, in relationship with the mass audience. It raises the question of changes in the basic parameters of the communication process in comparison of new media with traditional media, including such concepts as rights, responsibilities, and professionalism of a journalist.

Keywords: information space, blogosphere, media, mass audience, journalism.

Современное понятие информационного пространства претерпело серьезные изменения. Будучи не определенным достаточно точно и полноценно в одном узком понимании, что, в принципе, и невозможно, оно в то же время с точки зрения исследования информационных потоков все время меняет свою структуру. В первую очередь это связано с теми последствиями и тем воздействием, которое современная информация оказывает на свою аудиторию.

Во все сферы жизни, от политики до массовой культуры не могут существовать в информационном пространстве без использования новейших информационных технологий, трансформирующих информационное поле. Наряду с глобальными социальными и политическими изменениями это приводит к изменению не только самого общества, коммуникационного менеджмента, но и аудитории как потребителя информации. Информация при этом становится все более доступной, оперативной и... неоднозначной.

Социальные сети, захватив с помощью Интернета весь мир, не только разорвали границы межкультурной коммуникации, но и практически стали одним из средств инфовещания. То же самое можно сказать про такое явление как блогинг и личные страницы в социальных сетях. В Казахстане попытки приравнять этот сегмент интернет-пространства к традиционным СМИ на законодательном и социальном уровнях полным успехом до сих пор не увенчались. Впервые этот вопрос был поднят в 2001 г., когда к категории средств массовой информации были отнесены web-сайты, которые определялись как представительская страница, на которой собственник мог размещать информацию в целях массового распространения [1]. В то же время такая обязательная для традиционных СМИ процедура как учетная регистрация от них не требовалась. Но ответственность на собственников web-сайтов, редакторов и авторов материалов возлагалась такая же, как и на представителей традиционных медиа. Блогеры, исключая журналистов, ведущих блоги газет, и общественные правозащитники с таким положением вещей не согласились, утверждая, что невозможно требовать от web-сайтов соблюдения принципов традиционной журналистики, идеи и специфика которой не в состоянии полностью раскрыть существенные характеристики распространения интернет-информации через личные записи, которыми по существу блоги и являются. К тому же субъективное отношение автора к публикуемому материалу автоматически принимает статус правильного, так как отражает именно авторское видение предложенной новости или события.

Интерпретация информации в этом случае зависит уже не только от информационного повода, но и от манеры изложения и готовности аудитории воспринимать предложенный материал. Здесь возникает некая двойственность ситуации. Принятая в традиционной журналистике непосредственно организаторская функция нивелируется как раз таки теми самыми субъективными факторами, которые, превращая социальные сети и блоги в инструмент быстрой, доступной и неограниченной информации, в то же время формируют совершенно особенный тип массовой аудитории. Аудитории, которая позволяет увлечь себя субъек-

тивному мнению, вступает с этим мнением в контакт, будучи при этом уверенной в том, что именно таким образом можно получить единственно достоверные данные. При этом принцип достоверности факта, применяемый в журналистике, меняет свое назначение в зависимости от того, какие подходы к его обработке и изложению выбирает интернет-ресурс. Аналитическая обработка фактического материала, отвечающая требованиям интернет-издания, если оно готово на полном основании признать себя средством массовой информации, начинает уступать место простому изложению факта или эмоционально-драматической составляющей, так свойственной блогосфере.

Новые каналы передачи информации восприняли данную модель взаимодействия с массовой аудиторией, перетягивая на себя специфику эффективного воздействия на сознание, как раз за счет своей оперативности, наглядности и интерактивности. К тому же быстрый обмен мнениями, визуализация «без купюр», неожиданность и отсылка к сенсационности позволяют им создавать платформу для работы с аудиторией, которая становится все более податливой для внедрения той или иной действительности, в структурировании которой эти каналы уже начинают играть важную роль по всему миру. В этом заключается опасность того, что для потребителя информации создается определенная картина мира, которая, разумеется, будет претендовать на объективность и верную действительность. Потребитель должен будет воспользоваться этой картиной, при этом тем больше будет ее значение, чем больше неопределенности будет во взглядах и мнениях людей, обратившихся к ней. Изменяя представляемую действительность в нужную сторону, мы получим результаты в реальности, двигаясь от составляющего к конечному. И не всегда конечный результат будет отвечать требованиям, предъявляемым к средствам массовой информации с точки зрения теории социальной ответственности. С другой стороны, в обществе с системно поддерживаемой идеологией на первое место может выйти художественная коммуникация, когда осуществляется переход от факта к правилу. А средства массовой информации работают как профессиональный механизм, который затрудняет при-

нятие самостоятельных решений при построении собственной модели мира зрителем или читателем. Вырабатывается система управления информационным пространством, складывающаяся из потоков информации, удерживающих внимание массового сознания на нужных объектах [4, с. 127].

С этих позиций предпочтительнее выглядят все же традиционные СМИ, вернее, СМИ, которые несут ответственность за свою деятельность с чисто журналистских позиций. Решение вопроса приравнивания социального интернет-пространства к профессиональным медиаресурсам в первую очередь должно базироваться не столько на правах журналистов, к которым приравнивают сейчас известных блогеров и владельцев популярных аккаунтов, сколько на общих принципах и функциях журналистики.

Казахстанские блогеры, создавшие в 2014 г. Альянс блогеров Казахстана, активно ратовали за наделение их всеми правами профессиональных журналистов. Но они не были согласны с принятым в 2009 г. законом «О поправках в некоторые законодательные акты о СМИ РК», который фактически приравнивал все интернет-ресурсы к традиционным СМИ с соответствующей уголовной и гражданской ответственностью. Хотя регистрации и лицензии им не требуется, закон определял, что каждый пользователь Интернета отвечает в уголовном порядке за свои комментарии, посты и блоги, если они будут признаны противоречащими закону [2]. Деяния, подпадающие под юридическую ответственность, были прописаны очень четко и сомнений не вызывали, но полемика вновь развернулась вокруг соответствия прав и обязанностей тех, кто мог выступать носителем информации, и возникновением с этой точки зрения риска ограничения свободы слова и, добавим со своей стороны, риска управления аудиторией. Эксперт бюро представителя по вопросам свободы СМИ ОБСЕ Андрей Рихтер отметил, что указанный законопроект ограничивает свободу выражения мнения в Интернете и не отвечает принципам ОБСЕ. «Насильственное придание авторам блогов и замечаний в чатах статуса журналиста, а всем интернет-ресурсам статуса СМИ приведет к неоправданному характером самих ресурсов ограничению свободы выражения мнения в Ин-

тернете, что противоречит обязательствам Казахстана как члена ОБСЕ» [5, с. 19].

Последний законопроект о СМИ — «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам информации и коммуникаций», принятый 21 декабря 2017 г., продемонстрировал уже более глубокое изучение вопроса, так как оставил в стороне характер дефиниций о признании статуса блогеров, а сосредоточил внимание на защите прав и интересов потребителя от некачественной, непроверенной или дискредитирующей информации. Министр информации и коммуникаций РК Даурен Абаев ясно дал понять, что социальные сети и блогеры не будут приравнены к средствам массовой информации, но при этом публикуемый контент на территории Казахстана будет контролироваться на предмет выявления противоправных сообщений. И наказываться будет в первую очередь первоисточник, а ведь не секрет, что сейчас многие СМИ в поисках информации зачастую обращаются к блогосфере и социальным сетям. При том, что блог не подчиняется законодательству, его автор не имеет никаких прав и обязанностей, и этот вопрос становится наиболее важным, регулирование подобных взаимоотношений должно находиться в регламентирующих рамках [3], которые можно и нужно определять законодательно.

Что касается аудиторрии, которая, как мы говорили выше, может попасть в так называемую зону медиариска, если войдет в систему управления, где главенствующие характеристики остаются за субъективной стороной информационного процесса, то своеобразный выход может представить качественный контент, примером которого в последнее время стали длинные аналитические тексты, лонгриды. На наш взгляд, они имеют самое непосредственное отношение к традиционным медиа, хотя и впитали в себя все признаки новых СМИ. Они могли появиться, по существу, только в традиционной журналистике, которая идет в ногу со временем, — очень важный аспект для современных журналистов. Не зря флагманом в этом направлении до сих пор считается материал журнала *The New York Times* “Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek”, опубликованный еще в 2012 г. Из обычной мульт-

тимедийной статьи, жанр которой использовали практически все современные медиа того периода, этот материал превратился в пример идеального контента, заработавшего более 3 млн просмотров и более 20 тыс. одновременных обращений читателей к материалу. Эксперты сошлись во мнении, что такой эффект был достигнут в первую очередь за счет качественного текста. Удерживать внимание современного читателя с помощью мультимедийных эффектов, а это требование времени, заставить его прочитать, понять и задуматься над текстом — для этого требуется профессиональное мастерство журналиста. Основным требованием здесь становится то, что именно журналистике присуще — серьезная работа с фактом, формой и авторским мнением, а кроме того понимание всех сторон этого объективного процесса.

Литература

1. Закон Республики Казахстан от 3 мая 2001 года № 181-ІІ «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Казахстан “О средствах массовой информации”», п.2, п.15 статьи 1.
2. Закон Республики Казахстан от 10 июля 2009 года № 178-ІV «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информационно-коммуникационных сетей».
3. Муха А. В., Кихтан В. В. Блоги и СМИ: сходства и различия // Междунар. студенческий науч. вестн. 2014. № 1.
4. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. М.: Центр, 2003.
5. Рихтер А. Комментарий к проекту Закона Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информационно-коммуникационных сетей» // Profit. 2009. 14 апр. URL: <http://profit.kz/articles/812/Kommentarij-k-proektu-Zakona-Respubliki-Kazahstan-O-vnesenii-izmenenij-i-dopolnenij-v-nekotorie-zakonodatelnie-akti-Respubliki-Kazahstan-po-voprosam-informacionno-kommunikacionnih-setej/>.

Н. М. Байбатырова
Астраханский гос. ун-т

ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ И БУДУЩЕЕ РОССИИ В ОЦЕНКЕ ПУБЛИЦИСТИКИ «ТРЕТЬЕЙ ВОЛНЫ» РУССКОЙ ЭМИГРАЦИИ

Статья посвящена анализу публицистических произведений авторов русского зарубежья второй половины XX века на предмет отражения в них исторических событий, произошедших в России. Особое внимание уделяется также исследованию прогностической функции статей, очерков, интервью, публицистических книг эмигрантов «третьей волны».

Ключевые слова: историческая публицистика, оценка прошлого, прогностическая функция, «третья волна», эмиграция.

N. M. Baybatyrova
Astrakhan State University

HISTORICAL MEMORY AND FUTURE OF RUSSIA IN THE EVALUATION OF PUBLISIZM OF THE “THIRD WAVE” RUSSIAN EMIGRATION

The article is devoted to the analysis of journalistic works of the authors of the Russian emigre in the second half of the XX century. The author examines how they reflected historical events that took place in Russia. Particular attention is also paid to the study of the prognostic function of articles, essays, interviews, and publicist books of third-wave emigrants.

Keywords: historical journalism, assessment of the past, prognostic function, “the third wave”, emigration.

Важной чертой публицистических текстов представителей русского зарубежья на историческую тематику было то, что ав-

торами-диссидентами, эмигрировавшими из Советской России во второй половине XX века, высказывались нестереотипные, уникальные и смелые суждения о российских правителях, исторических персонажах, войнах и революциях. Представления об историческом прошлом, а также прогнозы относительно будущего страны были призваны верно понять, осознать путь России, ее национальную жизнь. Исторический опыт России в XX столетии накладывал на ее граждан особые моральные обязательства. Это моментально вызывало резонанс как на Западе, так и в советской печати. Одной из главных особенностей публицистики русского зарубежья 1970–1990-х годов является ее акцент на исторической документальности. В то же время фактологичность А. И. Солженицына, А. Д. Сиявского (Абрама Терца), С. Д. Довлатова, В. П. Аксенова в корне отличалась от публицистической документальности западных авторов.

А. И. Солженицын, высланный из СССР в 1974 г., исследовал историю России как глобальный процесс. В радиоинтервью компании Би-Би-Си писатель заявлял: «Вся наша новейшая история представлена нам выдумками да легендами, — конечно, пристрастными, не случайными» [5, с. 259]. Как на родине, так и в эмиграции он пытался разоблачать историческую ложь. Еще одной задачей автора было сохранение наследия русского народа, в том числе граждан, вынужденно либо по доброй воле покинувших родину. В 1977 г. А. И. Солженицын инициировал создание Всероссийской мемуарной библиотеки, в которой собирались работы русскоязычных авторов по истории и другим общественным наукам.

В интервью, статьях, обращениях, публицистических речах А. И. Солженицын неоднократно высказывал мнение, что Россия обладает исторической миссией, несет миру свое, новое слово. Впрочем, другие представители «третьей волны» русской эмиграции обвиняли писателя в «великодержавном шовинизме», имперских замашках, которые маскируются идеей «русского мессианизма».

После развала СССР, в марте 1994 г., А. И. Солженицын, последние месяцы находившийся в эмиграции, в предисловии к

публицистической книге «“Русский вопрос” к концу XX века» писал о том, что новая Россия должна устремить взгляд в будущее. Однако писатель подчеркивал, что современная эпоха есть лишь точка на оси времени: «И если мы хотим нащупать возможные и верные направления выхода из нынешней грозной беды — надо не упускать из виду те многие промахи прежней нашей истории, которые тоже толкали нас к теперешнему» [6, с. 3].

А. А. Зиновьев часто выступал как футуролог, представляя читателю социальную и политическую панораму. Проникая в сущность процессов, он осуществлял проблемное наполнение исторических гипотез и теорий. Следует отметить историзм мышления А. А. Зиновьева-публициста, поскольку его выступления и статьи осмысливали моменты перехода из прошлого в настоящее и настоящего в будущее. В отличие от публицистики А. И. Солженицына, А. Д. Синявского, В. Е. Максимова труды А. А. Зиновьева вышли за рамки упрощенного идеологического мышления. Писатель выражал и отстаивал собственные взгляды на политические и социальные события, на личности и историю в целом. Однако, выступая представителем общественного мнения, А. А. Зиновьев не старался казаться всезнающим, не выносил вердикты, не всегда прямо высказывал свое категорическое суждение.

Одна из сильных сторон прогностической публицистики А. А. Зиновьева состояла в том, что он был склонен рассматривать социальные явления в их динамическом состоянии. В «Глобальном человекинике», который сам автор именовал футурологической повестью, у А. А. Зиновьева было свое, оригинальное мнение относительно появления сверхобщества. Он полагал, что первым образованием такого рода следует считать Советский Союз. По мнению писателя, какой бы сложной ни была дорога общества на новую стадию своего развития, сверхобщество — это безальтернативное будущее человечества. В предисловии к книге автор пишет, что XX век был, быть может, последним человеческим веком: «На смену ему надвигается громада веков сверхчеловеческой или постчеловеческой, истории без надежд и без отчаяния, без иллюзий и без прозрения, без обольщений и без разочарований, без любви и без ненависти...» [3, с. 6].

В книге «Советская цивилизация» [9], написанной редактором одного из крупнейших эмигрантских журналов «Синтаксис» А. Д. Синявским в 1988 г., исследуется коммунизм как особая историческая формация, которая обладает своей мистической и эстетической глубиной. Осмысливается глубочайший опыт России в XX веке. Перед автором встают вопросы: достаточно ли этого опыта для России и всего мира? Правильно ли мы понимаем его смысл? Или человечеству предстоит пережить его в гораздо большем масштабе?

Документальная книга одного из самых скандальных политиков и представителей «третьей волны» Э. Лимонова «У нас была Великая Эпоха» [4], первая публикация которой появилась в 1994 г., представляет собой коллажи из воспоминаний автора. Главы произведения наполнены сюжетами из жизни семьи Э. Лимонова (Савенко) и реалиями советского времени. Писатель и публицист оживляет в исторической памяти читателей вехи существования Советской империи, а намеренный акцент на бытовых подробностях помогает глубже понять менталитет советских граждан.

Не менее оппозиционно-шокирующее мнение высказывал писатель и публицист А. А. Альмарик, эмигрировавший из СССР в 1976 г. Его называли самым антипатриотичным русским эмигрантом. Этот автор высказал мнение, что Россия приближается к завершению своего исторического пути. В книге «Просуществует ли СССР до 1984 года?» [1] автор пессимистически оценивает прошлое и будущее страны. Рассматривая эволюцию социалистического режима, А. А. Альмарик предрекает печальный итог громадной империи. Он был уверен в гибели России и распаде ее на части: «по мере все большего ослабления и самоуничтожения режима ему придется сталкиваться — и уже есть явные признаки этого — с двумя разрушительно действующими по отношению к нему силами: конструктивным движением “среднего класса” (довольно слабым) и деконструктивным движением “низших классов”, которое выразится в самых разрушительных, насильственных и безответственных действиях, как только эти слои почувствуют свою относительную безнаказанность» [1, с. 38–39].

В публицистической книге М. Я. Геллера «Вехи 70-летия. Очерк советской политической истории», вышедшей в свет в Лондоне в 1987 г., автор попытался вскрыть «правду истории». Работа была опубликована в юбилейный год Октябрьской революции. Этот историк, публицист, писатель и литературный критик, прошедший советские лагеря, эмигрировал на Запад в 1963 г. В Париже М. Я. Геллер получил звание профессора Сорбонны. Основным предметом его научной деятельности в эмиграции стали исследования по истории Советского Союза. «Ибо, если нет правды о прошлом, то есть очевидная ложь о прошлом. Она выражается в бесстыдном искажении фактов, в фальсификации событий, вычеркивании как не бывших исторических персонажей и происшествий» [2, с. 6], — писал М. Я. Геллер.

В сжатом историческом очерке, разделенном на главы в соответствии с авторской периодизацией истории страны Советов, он проанализировал события и личности от Октября 1917 г. до апреля 1985 г., когда М. С. Горбачев объявил о вступлении страны в эпоху перестроечных реформ. Зарисовки, связанные с именами вождей Советского государства, представляют собой эскиз «альтернативной истории». Октябрьский переворот и эпоху «военного коммунизма», красный террор, массовые сталинские репрессии, события Второй мировой войны, хрущевскую «оттепель», время застоя и явного экономического регресса брежневского периода М. Я. Геллер описывает и комментирует через призму исторической памяти. Он называет СССР государством «тотальной лжи и всеобщего страха» [2, с. 59].

Исторический опыт страны стал объектом исследования многих публицистических книг, очерков, статей И. Р. Шафаревича. Ученый-математик с мировым именем в 1960–1970-е годы в СССР проявил себя как общественный деятель и диссидент. И. Р. Шафаревич не эмигрировал из России, но многие его работы были под запретом в Союзе и публиковались за рубежом. «Опыт, подобный пережитому в XX в. Россией, едва ли достался на долю другому современному народу, быть может, он имеет не так много precedентов и во всей мировой истории. На наших глазах сдвинулись и приоткрылись такие пласты, о существовании которых

прежде можно было лишь догадываться. <...> Нам представилась возможность видеть историю в новом аспекте — преимуществе, способное перевесить многие трудности» [8, с. 11], — писал в предисловии к книге «Социализм как явление мировой истории» И. Р. Шафаревич. В истории этот автор искал грандиозную глобальную логику. Он вспоминал процессы, которые протекали в отечественной истории за последнее столетие. В беседе, опубликованной в журнале «Слово» в 1990 г. под заголовком «Мы все оказались на пепелище...», он утверждал: «У каждого из нас сохранились какие-то следы, какая-то память о предшествующих тысячелетиях, опираясь на которые мы можем найти выход. Она, эта память, разная, и выходы разные. Люди ищут, протестуют, борются, иногда трагически ошибаясь» [цит. по: 7, с. 530]. История, по глубокому убеждению И. Р. Шафаревича, не примитивная схема, в ней он видел мировую загадку, стоящую перед человечеством. По его убеждению, несколько поколений русских людей были воспитаны на такой трактовке отечественной истории, которая могла привести только к одному желанию — попытаться забыть, что у России вообще было какое-то прошлое. Государство именовали то «жандармом Европы», то «тюрьмой народов», а история обозначалась одним термином: «проклятое прошлое».

Журналистика, публицистика и литературная критика нашего современника М. Н. Эпштейна отличаются философски планетарной масштабностью мысли. Лингвист, культуролог, литературовед, историк, проживающий и работающий в США с 1990 г., М. Н. Эпштейн писал: «В точке минувшего года меняются местами наше прошлое и будущее. Основная проблема, поставленная этим годом, уже не социальная или политическая (они производны), а эсхатологическая: как жить после собственного будущего, или, если угодно, после собственной смерти?» [9, с. 217].

Таким образом, писатели, публицисты и журналисты, покинувшие Россию во второй половине XX века, обращались к исследованию многих исторических фактов и конкретных исторических ситуаций. Историческая память как основа национального сознания позволяла концентрироваться на том, чтобы абстрагироваться от специфики этих исторических фактов и выделить из

них ту общую основу, которая роднит их. Погружаясь в подробности разных эпох, разбросанных по пяти тысячелетиям человечества, авторы подчеркивали жгучую актуальность темы и особый исторический опыт России.

Литература

1. Альмарик А. Просуществует ли Советский Союз до 1984 года? Амстердам: Фонд имени Герцена, 1970.
2. Геллер М. Я. Вехи 70-летия. Очерк советской политической истории. Лондон: Overseas Publications Interchange Ltd, 1987.
3. Зиновьев А. Глобальный человек. М.: Центрполиграф, 1997.
4. Лимонов Э. У нас была Великая Эпоха. СПб.: Амфора, 2003.
5. Солженицын А. И. Радиоинтервью компании Би-Би-Си // *Солженицын А. И. Собр. соч.* В 9 т. Т.7: В Советском Союзе. 1967–1974; На Западе. 1974–1989. М., 2001.
6. Солженицын А. И. Русский вопрос к концу XX века. М.: Голос, 1995.
7. Шафаревич И. Р. «Мы все оказались на пепелище...» // *Есть ли у России будущее?: Публицистика.* М.: Советский писатель, 1991.
8. Шафаревич И. Р. Социализм как явление мировой истории // *Есть ли у России будущее?: Публицистика.*
9. Эпштейн М. После будущего. О новом сознании в литературе // *Знамя.* 1991. № 1.
10. *Sinyavsky A. Soviet civilization. A cultural history / Transl. by J. Turnbull with the assistance of N. Formozov.* New York: Arcade Publishing. Little, brown and Co, 1990.

Д. В. Быков

Московский гос. ин-т культуры

ЭДВАРД МАРРОУ: ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ В ОБЩЕСТВЕ И В АМЕРИКАНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье анализируются особенности работы американского журналиста Эдварда Марроу в 50-х гг. XX века. Отличительной характеристикой его телевизионных репортажей стало обраще-

ние к историям простых людей. Эти репортажи являлись мощными комментариями к социальным и политическим проблемам общества. Автор приходит к выводу, что в истории американского телевидения это был, пожалуй, единственный журналист, который защищал права и свободы простых граждан и призывал коллег доносить информацию до зрителей, чтобы она заставляла не только задумываться, но и делать определенные выводы.

Ключевые слова: историческая память, политическая журналистика, Эдвард Марроу, Джозеф Маккарти.

D. V. Vykov

Moscow State Institute of Culture

EDWARD MURROW: HISTORICAL MEMORY IN THE SOCIETY AND IN AMERICAN JOURNALISM

The article analyzes the professional experience of American journalist Edward Murrow in the 50's of XX century. A distinctive characteristic of his television reports was the attention to the stories of ordinary people. They were powerful commentaries on the social and political problems of society. The author comes to the conclusion that in the history of American television it was, perhaps, the only journalist who defended the rights and freedoms of ordinary citizens; he urged the colleagues to inform the audience so that they would not only think, but also draw certain conclusions.

Keywords: political journalism, Edward Murrow, Joseph McCarthy.

Сегодня американского журналиста Эдварда Марроу называют «королем политической журналистики» [5], человеком, «изменившим Америку» [2], и пионером «новостных репортажей» [3]. В 50-е гг. XX века он смог сделать то, на что не решались многие журналисты. Марроу вступил в открытый конфликт с сенатором Джозефом Маккарти. В то время практически вся журналисти-

ка США была включена в так называемую охоту на ведьм. Тогда власть искала секретных агентов Кремля и тайных сторонников коммунистов. Как отмечает К. Н. Тендит, Маккарти выступил «с сенсационными разоблачениями о тайном сотрудничестве многих конгрессменов с Советским Союзом» [4, с. 116–117]. Сначала речь шла о списке из 250 человек, затем в него попали около трех тысяч американских чиновников, которые разделяли коммунистические идеи. Вскоре врагами стали более 150 деятелей науки, культуры и искусства.

Среди этих нескольких тысяч человек оказался и герой репортажа Эдварда Марроу летчик Мило Радулович. Материал вышел в программе *See It Now*, которая транслировалась на телеканале CBS с 1951 по 1958 гг. Летчика ВВС США уволили со службы лишь по одной причине: его мать и сестра обвинялись в симпатии к коммунистам. Поскольку Марроу всегда стремился рассказывать в своих репортажах истории простых людей, защищал их права и свободы и самое главное был честным и искренним перед зрителями, он не отступил от своих принципов и на этот раз. Программа получила широкий общественный резонанс. Летчика восстановили на службе, а между сенатором и журналистом началась настоящая война.

Марроу вместе с продюсером Фрэдом Френдли начал собирать материалы о сенаторе и о его комитете. Вместе они выяснили, что Маккарти занимался активным поиском и публичным разоблачением внутренних врагов Америки. Несколько тысяч человек, которые с сочувствием относились к коммунизму, были уволены. В том числе и сотрудники Госдепа США. Кроме того, сенатором была создана специальная комиссия по расследованию антиамериканской деятельности, которая фактически проводила внесудебные расследования. Эдвард Марроу выпустил серию эфиров, в которых разоблачил ложные выступления сенатора и обвинил его в посягательстве на гражданские права американцев.

Показательной в этом смысле стала программа *See It Now*, которая вышла в эфир 9 марта 1954 г. В ней Эдвард Марроу заявил о том, что материал о сенаторе Маккарти, показанный ранее, был противоречивым. Далее ведущий продолжил свою речь

словами: «сегодня мы хотели вам сказать именно то, что хотели сказать» (“we want to say exactly what we mean to say”) [6]. Затем журналист, обращаясь к зрителям, начал приводить только факты, которые прерывались синхронами Джозефа Маккарти. Таким образом, американцы увидели портрет сенатора, как бы составленный из его речей. Перед ними предстал политик-фанатик, который полностью себя разоблачал. Программа имела колоссальный успех и показала, что истории простых людей, таких как Мило Радулович, можно подавать в новостях так, чтобы они были мощными катализаторами политических и социальных процессов.

Отметим, что Джозеф Маккарти после серии программ See It Now называл Эдварда Марроу не иначе как «вожаком стаи шакалов» и требовал предоставить эфир для опровержения. Однако сенатор потерпел сокрушительное поражение, поскольку президент США Дуайт Эйзенхауэр и американский Сенат осудили его методы. В результате политическая карьера сенатора Маккарти пришла к своему логическому завершению.

В сегодняшней американской журналистике, где лидирующее положение занимают «фейковые» новости, где стремление донести правдивую информацию чрезвычайно мало, деятельность журналиста Эдварда Марроу вызывает восхищение и определенное недоумение. Многие критики и телевизионные работники задаются одним простым вопросом: «Как Марроу осмелился противостоять системе?». И что делать сейчас, когда многие американские СМИ, как и пятьдесят с лишним лет назад, поддаются безумной гонке и новой охоте на ведьм и стремятся к новому маккартизму?

Ответ, на наш взгляд, кроется в знаменитой речи Эдварда Марроу, которую он произнес 25 октября 1958 г. перед членами Ассоциации теле- и радиожурналистов. В ней он, в частности, сказал, что «СМИ ставят прибыль выше общественных интересов, способствуя упадку, эскапизму, обособлению от реальности мира, в котором мы живем» [1]. Эта речь ускорила его уход с телеканала CBS. Журналист просто хотел остановить выход на экраны огромного количества развлекательных программ, которые уво-

дили людей от действительности. Эдвард Марроу считал, что до простых американцев следовало доносить информацию, которая бы заставляла их думать и делать выводы. По сути, он напоминал своим коллегам о главном принципе новостной журналистики: излагай факты, информируй зрителей, а не формируй их мнение. К сожалению, в последние годы об этом постулате практически забыли.

В истории американской журналистики Эдвард Марроу, на наш взгляд, был единственным репортером, который защищал права и свободы обычных граждан, используя простое правило: быть честным и искренним. Можно назвать еще одного журналиста, его ученика, Уолтера Кронкайта, который так же, как и его учитель, смог повлиять на ход истории. Правдивые репортажи о положении дел американской армии во время войны во Вьетнаме заставили Президента Линдона Джонсона отказаться от баллотирования на второй срок, потому что в результате разоблачительных материалов он потерял голоса средних американцев. Кто знает, может быть, в современной американской журналистике через некоторое время появятся репортеры новой формации, которые смогут в своей профессиональной деятельности повторить практику Эдварда Марроу или хотя бы приблизиться к принципам работы этого журналиста.

Л и т е р а т у р а

1. Доброй ночи. И удачи... Видеофильм. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KxGKRvL-pnU>.
2. Журналисты, изменившие Америку // Русский базар. 2012. № 41 (860).
3. *Малюкова Л.* Охота на ведьм пуще неволи // Нов. газета. 2006. 2 марта. URL: <http://2006.novayagazeta.ru/nomer/2006/15n/n15n-s28.shtml>.
4. *Тендинт К. Н.* История журналистики. Ч. 1: учеб. пособие. Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2012.
5. *Чемякин Ю.* Эдвард Марроу — король политической журналистики. URL: <http://ynpress.tilda.ws/marrou>.
6. *Murrow E. R.* A report on Senator Joseph R. McCarthy, March 9, 1954. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-YOIueFbG4g&list=PLgo3mLEQKWfPdCCeCYAH9JH5Eca8NU7g3>.

Е. В. Васина

ООО «ИНТЕЛ ЭНЕРГО», Донецк

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ В НОВЫХ МЕДИА

В статье рассматривается трансформация сценариев формирования исторической памяти в новых медиа в контексте процессореляционного подхода к изучению коммеморативных практик и теории языковых игр.

Ключевые слова: историческая память, новые медиа, языковая игра.

O. V. Vasina

Intel Energo, Donetsk

TRANSFORMATION OF HISTORICAL MEMORY IN NEW MEDIA

The article deals with the transformation of historical memory scenarios formation in new media in the context of the process-relational methodology for the study of commemorative practices and the theory of language games.

Keywords: historical memory, new media, language game.

Историческая память сегодня является предметом междисциплинарных исследований и изучается в различных аспектах. Под этим понятием понимают широкий круг социальных практик, а также форм хранения и передачи информации (П. Нора, Р. Козеллек, Дж.Олик, М.Хальбвакс, А. Ассман, А. Линченко). В качестве одного из ключевых моментов можно выделить общий для многих исследователей подход, при котором историческая память рассматривается как процесс: «с учетом того, что память

все больше экстернализируется и объективизируется в искусственно созданные области, в основном в печать, необходимо понимать, что память — это социальная деятельность» [11, с. 42]. В этом аспекте чаще используется термин «коммеморативные практики». Процессо-реляционный подход Дж. Олика, который опирается на идеи П. Бурдьё, предлагает рассматривать память как процесс, понимание которого невозможно без социального контекста. «Совершенно очевидно, что социальная память и историческое сознание — это динамичные системы, представляющие собой не только непосредственные знания о прошлом, но и постоянные процессы их реконфигурации, зависящие от контекста социальной среды и деятельности, полей и средств передачи памяти» [7, с. 117].

Переход от понятий «историческая память» или «коллективная память» к концепции коммеморативных практик, рассмотрение памяти как социальной практики, погруженной в определенный контекст, коррелирует с идеями Л. Витгенштейна. В работе «Практический смысл», которая стала основой для развития исследований социальной памяти, П. Бурдьё обращался к идеям Витгенштейна, его концепту правил и идее формирования смысла тех или иных социальных практик в момент действия.

Теория языковых игр Людвиг Витгенштейна основана на конвенциональной природе правил; такого рода соглашение, по мнению исследователей, происходит и при формировании смысла коллективных воспоминаний: «Любая память индивидуальна, невоспроизводима — она умирает со смертью ее носителя. То, что мы зовем коллективной памятью, — на самом деле не память, не воспоминание, а условность, конвенция, соглашение: вот это важно, и вот это и есть история о том, как это случилось, с иллюстрацией в виде картинки, блокирующей эту историю в нашем сознании» [4], — отмечает С. Зонтаг. Она подчеркивает, что смыслообразующими мыслеобrazов, называемых воспоминаниями, выступают, в первую очередь, картинки, фотографии, а не вербальное высказывание. «“Помнить” все больше и больше означает сегодня не вспоминать историю, а вызывать в памяти картинку» [4], — пишет она.

Декодирование смысла изображений невозможно без понимания контекста, как и формирование исторической памяти невозможно без общего для определенной группы фона и фонда знаний, на основании которого и происходит соглашение относительно смысла невербального текста. «Память как конгломерат наших воспоминаний вырастает в человека извне, подобно языку, который, бесспорно, является для нее важнейшей основой. Коммуникативная память — как мы ее будем именовать — возникает в среде пространственной близости, регулярной интерактивности, сходного образа жизни и совместных воспоминаний» [1, с. 14]. Взаимное пересечение индивидуальной и коллективной памяти — одна из актуальных проблемных точек в исследовании коллективной памяти. «Человеческий ребенок еще до своего рождения, а может быть уже самым даваемым ему именем, оказывается соотношенным с историей через свое окружение, и по отношению к этой истории он позже начнет перемещаться» [8, с. 46]. Индивид помещен в социальный контекст и приобретает собственные воспоминания и опыт в процессе коммуникации с другими (А. Ассман, М. Хальбвакс), индивидуальная и коллективная память постоянно взаимодействуют. Наглядным примером могут служить новые медиа, которые предложили специфические сценарии трансформации личных воспоминаний в коллективный, публичный текст жизни.

Вне зависимости от подхода к изучению исторической памяти этот процесс невозможно рассматривать отдельно от анализа средств запоминания. «Медиумы памяти не второстепенны, они определяют сообщение. Эти средства передачи — текучие формы, неотделяемые и меняющиеся вместе с сообщением, которое они содержат. Процесс воспоминания — делящийся процесс передачи, а не сохранение и восстановление» [11, с. 53], — отмечает Дж. Олик. По его мнению, «средства передачи — это не изолируемые формы, существующие отдельно от социальных отношений, которые они формируют, но обобщенные формы этих отношений» [11, с. 54]. Понимание «текучести формы», постоянного изменения сообщения вместе с носителем важно для изучения механизмов формирования исторической памяти в новых медиа, которые, вполне пред-

сказуемо, спровоцировали и появление принципиально новых социальных отношений, где процессуальность и связь с широким контекстом являются определяющими в формировании смысла.

Интернет сегодня наиболее активно продуцирует и развивает новые социальные практики, меняя сценарии коммуникации, продуцируя новые языковые игры. «Средства передачи памяти и конструируют события, и конструируемы событиями, которые они передают, и за счет этого прирастают новыми смыслами» [11, с. 57]. Например, интересен новый формат, который возник в социальных медиа — «истории» (stories). Они предназначены для мобильных устройств, содержат короткие видео и изображения. Запись исчезает через 24 часа. «Истории — это эфемерная среда, означающая, что контент предназначен для исчезновения. Snapchat популяризировал эту концепцию исчезающего контента, поскольку подростки стремились избежать любопытных глаз своих родителей и “драмы”, которая происходит в результате того, что кто-то внимательно изучает их поведение, загруженное, зафиксированное и хранящееся на Facebook. В то время как обновления статуса и сообщения из вашего прошлого могут преследовать вас через функцию поиска или в ленте новостей социальной сети, такой как Facebook, формат Stories исчезает, практически не оставляя следов» [12].

Появление этого нового формата стало возможным только благодаря мобильным технологиям. Они проникли глубоко в повседневность и позволяют индивиду документировать свою жизнь в особом медиатексте, создавая свое виртуальное тело в процессе взаимодействия с другими в реальном времени. Это, безусловно, является процессом формирования нового типа социально-культурной памяти группы людей, связанных коллективным текстуальным телом. «Всякая повседневная история в ее воплощении опирается на язык в действии, на речение и говорение» [5, с. 38]. Формат «истории» также предполагает коммуникацию, действия и процессуальность, которые используют и традиционные языковые игры, и создают новые. Здесь возможны активные ссылки, голосования, добавление текста и других элементов.

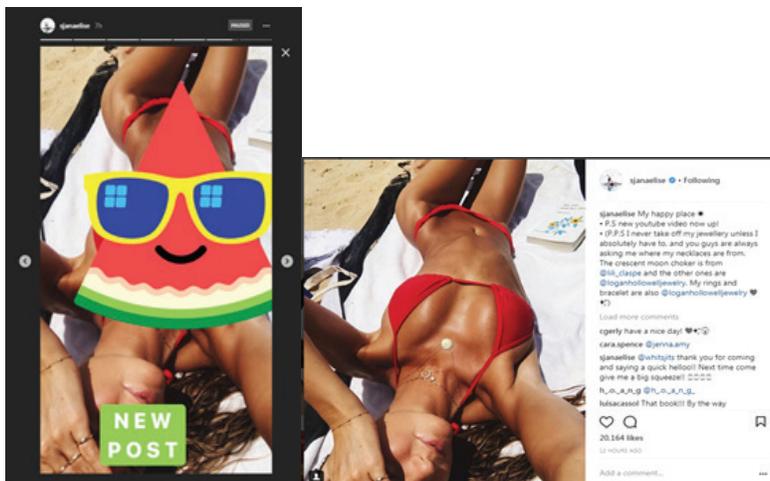


Рис. 1. Пост в ленте Instagram

Например, блогер @sjanaelise (рис. 1) в «истории» сообщает, что она сделала пост в ленте Instagram [13], приглашая подписчиков его посмотреть. Изображения в ленте «Инстаграм» показывают по принципу приоритетности, в первую очередь сообщения из блогов, которые пользователь часто «лайкает» или комментирует. Таким образом, с помощью «историй» некоторые блогеры увеличивают количество просмотров своих постов. Изображения полностью не дублируют друг друга, чтобы реципиенту было интересно посмотреть оригинальную картинку, также есть текстовое пояснение new post. Кроме того, пост содержит ссылку к видео блогера в сети YouTube и ссылки на блоги-магазины, украшения которых можно увидеть на фото. Автор пишет: «you guys are always asking me where my necklaces are from» («вы, ребята, всегда спрашиваете, откуда мои ожерелья»), как бы ссылаясь на ранее заданные вопросы и комментарии к предыдущим фото, актуализируя определенный фон знаний, коллективную память, сформированную вместе с подписчиками блога. В комментариях можно увидеть вопросы об украшениях, высказывания о фото,

мнение о ролике на YouTube и книге с фотографии. Создается широкий контекст вокруг сложного ризоматического медиатекста, который пользователи читают и обсуждают на разных уровнях, включая новые ссылки. Определенная часть этого текста («история») исчезнет через сутки, но вполне возможно станет частью коллективных воспоминаний.

«Истории» подвергаются минимальной обработке и предназначены для размещения контента, который не вписывается в формат инстаграм-блога. Это незначительные фрагменты повседневности, информационный мусор, который пользователь не станет выкладывать в ленте, чтобы не разрушать искусственно созданное виртуальное тело. Они просто исчезнут через сутки, практически не затронув общего текста жизни. В то же время целенаправленно создаваемые «истории» могут взаимодействовать с ним, усиливать определенные сообщения, дублировать или дополнять, как в приведенном выше примере. Стоит отметить, что тексты, создаваемые в рамках «ленты», и «истории» воспринимаются пользователями как два отдельных нарратива за счет разных способов создания и восприятия. Некоторые пользователи работают только с этим форматом. «Я не понимаю, зачем нужны посты, если есть Stories, и правда не чувствую разницу, где стори должна превращаться в пост. Важную памятную фотографию я скорее в фейсбуке опубликую, а Stories — это великий функционал, потому что с ним не связано никакого социального одобрения, я имею в виду лайки, комментарии, перепосты, а есть самое важное — количество людей, которые увидели» [2]. Эта весьма показательная цитата — рассуждение пользователя из материала, посвященного новому формату.

«Истории» близки к специфике памяти, как ее описывает А. Ассман: «воспоминания сами по себе фрагментарны, то есть ограничены и неоформлены. Вспышка воспоминания бывает обычно отрывочной, бессвязной, у нее нет ни прошлого, ни будущего. Лишь повествование придает воспоминанию задним числом форму и структуру; эти факторы дополняют воспоминание и стабилизируют его» [1, с. 14]. И одновременно «истории» — это уже символический текст, поскольку экстернализация и объек-

тивация личных воспоминаний с помощью мобильных устройств трансформирует их в культурную, историческую и коллективную память. «Посредством репрезентации (которая подразумевает символическое кодирование, запись на материальные носители, размножение и распространение) воспоминание и личный опыт становятся коммуницируемой информацией. Чтобы превратиться в знание, информация должна быть воспринятой заинтересованным человеком и переработанной им, иначе она — в лучшем случае — будет отложена ad astra в культурной накопительной памяти» [1, с. 131].

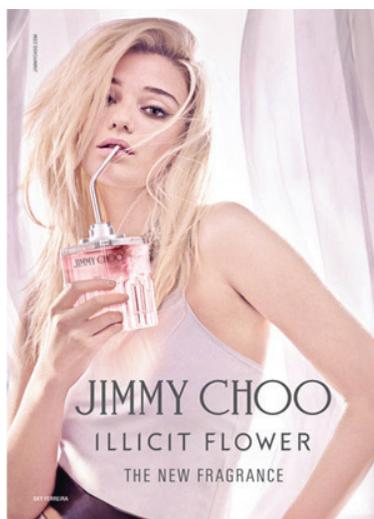


Рис. 2. Фотография Скай Ферейры

Например, фотография из «историй» певицы и модели Скай Ферейры (@skyferreira) (рис. 2). Девушка сфотографировала себя на фоне рекламы, где изображена она же, и подписала: «Sky vs Sky», «Скай против Скай». Можно увидеть, насколько «реальный» человек в естественных условиях отличается от обработан-

ного рекламного снимка. Хотя мы и не видим полностью лица девушки, но можно различить неряшливую прическу и темные круги под глазами. Певица регулярно размещает свои снимки без макияжа и обработки, акцентируя именно такой свой облик. На самом деле создаваемый ею образ в Instagram такой же виртуальный, как рекламный плакат. Оба изображения, будучи помещены в социальные медиа, являются продолжением ее повседневности в дополнительной реальности, а также частью виртуальной повседневности более 700 тысяч ее подписчиков.

Приведенный пример также позволяет выделить определенные сходства «историй» с жанром реалити-шоу. Во многом оно обусловлено аутентичностью этого формата, «истории» подвергаются минимальной обработке и часто содержат незначительные повседневные события. Здесь нет четкого сценария, однако присутствуют сериальность и ярко выраженная документальность, натуралистичность фотографий и видео, максимальная погруженность в повседневность. Мобильные устройства позволили вести трансляцию событий своей жизни онлайн, быть режиссером своей виртуальной повседневности, которая становится своего рода реальным шоу для аудитории. В результате высокой популярности жанр трансформируется, появляются технические возможности для сохранения этих мини-рассказов.

Эфемерность «историй» показывает один из наиболее влиятельных сценариев формирования исторической памяти в интернет-среде. Конечно, сегодня все еще доминируют более традиционные формы медиатекстов, которые доступны через поиск и хранятся долгое время на серверах новых медиа. Однако электронный текст по своей природе нестабилен, он открыт к редактированию и взаимодействует с непрерывно меняющимся контекстом. Постоянный рост объемов и скорости информационного потока делает временный, исчезающий контент более востребованной формой, даже несмотря на то, что параллельно развиваются способы его фиксации. «Истории» не единственный такой формат, еще раньше появились онлайн-трансляции, когда через социальные сети с помощью мобильного устройства реципиент может поделиться событи-

ем из своей жизни в прямом эфире. Все это говорит о том, что пользователи социальных сетей устали от тщательно отобранных, отретушированных фотографий, идеальных, постановочных картинок, которые становятся недостижимым образцом, появился устойчивый запрос на эстетику, этику реалити-шоу, документальность, повседневность.

П. Нора считает, что СМК разрушают историческую память: «сам способ исторического восприятия, благодаря средствам массовой информации, постепенно распался, подменив память, ограничивавшую свое наследие самым сокровенным, эфемерной фотографией актуальности» [10, с. 18]. Он говорит об ускорении истории: «Эта формула, предложенная Даниэлем Галеви, означает, что наиболее постоянны и устойчивы теперь не постоянство и устойчивость, а изменение. Причем изменение все более быстрое, ускоренное выталкивание во все быстрее удаляющееся прошлое. Нужно осознать, что означает этот переворот для организации памяти. Он имеет первостепенное значение. Этот переворот разрушил единство исторического времени, красивую прямую линию, соединявшую прошлое с настоящим и будущим» [9], — отмечает Пьер Нора. По его словам, «ускорение истории» не только делает непредставимым будущее, оно симметрично отодвигает и прошлое.

Историческая память, рассматриваемая как социальный процесс, является очень сложным для изучения феноменом, поскольку не имеет фиксированной формы. Появление новых медиа, несмотря на их широкие технические возможности фиксации и передачи информации, еще больше усложнило этот процесс. Они настолько ускорили информационный поток, что сама идея хранения данных обесценилась. Объемы памяти мобильного телефона или компьютера недостаточно для того, чтобы хранить создаваемые ежедневно фотографии повседневности. Тогда пользователь трансформирует их в исчезающий акт коммуникации, который сохраняется лишь в памяти его друзей и подписчиков, а также в качестве связи между различными публикациями, если он содержит ссылки и переходы или находит продолжение в виде комментариев на странице пользователя.

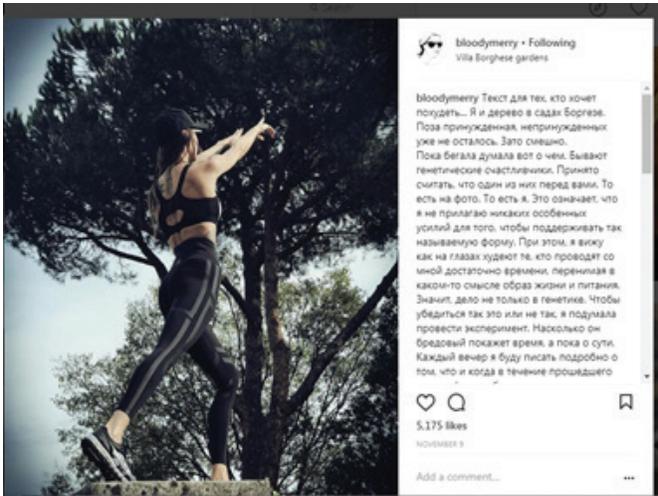


Рис. 3. Флешмоб в Instagram

Например, блогер @bloodymerry запустила в Instagram флешмоб (рис. 3), в котором предложила подписчикам такую игру: «Каждый вечер я буду писать подробно о том, что и когда в течение прошедшего дня ела / пила и были ли и какие-то фирузгрузки или нет. Те, кто хотят проэкспериментировать, могут повторять так же на следующий день» [14]. Свое меню она показывала в «историях» в виде фотографий, которые через сутки исчезали, а также писала в постах в ленте. В итоге часть этого процесса можно увидеть в сохранившихся постах и комментариях-обсуждениях, но часть полностью стерта. Получается сложный, многомерный текст, который может быть по-разному декодирован в зависимости от того, смотрели подписчики «истории» или нет.

М. Кронгауз отмечает, что письменная речь в среде Интернета во многом напоминает устную с точки зрения структуры и лексики. Кроме того, она диалогична, что ранее также было присуще в большей мере устной речи [6]. На наш взгляд, формат «истории» является одной из форм такого смешения пись-

менной, устной речи и невербальной коммуникации. Этот гибрид стремительно развивается (250 млн человек ежедневно создают и просматривают «истории» только в сети Instagram), подстраиваясь под новые сценарии коммуникации и одновременно меняя их, формируя специфичные коммеморативные практики, сложные для фиксации и изучения. Здесь, на наш взгляд, эффективен процессо-реляционный подход, основанный на идеях Л. Виитгенштейна: слова приобретают значение в момент использования и при условии подготовленности участников языковой игры. Языковая игра может быть реализована при соблюдении конвенциональных правил — это, зачастую, нерелексированное соглашение и есть необходимое условие для понимания и формирования культурной и исторической памяти. Именно оно является той гранью, где пересекается индивидуальная и социальная память.

Литература

1. Ассман А. Длинная тень прошлого. Мемориальная культура и историческая политика. М.: Новое литературное обозрение, 2014.
2. Альтернативные форматы Instagram Stories от кошатницы, кондитера и комика // Афиша Daily. 2017. URL: <https://daily.afisha.ru/technology/7169-alternativnye-formaty-instagram-stories-ot-koshatnicy-konditera-i-komika/>.
3. Бурдые П. Практический смысл. СПб.: Алетейя, 2001.
4. Зонтаг С. Когда мы смотрим на боль других // Индекс. 2005. URL: <http://www.index.org.ru/journal/22/zontag22.html>.
5. Козеллек Р. Социальная история и история понятий // Исторические понятия и политические идеи в России XVI—XX века. Вып. 5. СПб.: Алетейя, 2006.
6. Кронгауз М. Язык в интернете // Постнаука. 2013. 20 янв. URL: <https://postnauka.ru/video/8674>.
7. Линченко А. А. Коммеморативные практики и массовое историческое сознание: методологический аспект // Вестн. Тверск. гос. ун-т. Серия «Филология». 2015. № 2. URL: http://eprints.tversu.ru/5245/1/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%A2%D0%B2%D0%93%D0%A3._%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%A4%D0%98%D0%9B%D0%9E%D0%A1%D0%9E%D0%A4%D0%98%D0%AF._2015.__2._%D0%A1._116-127.pdf.

8. *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна. СПб.: Алетей, 1998.
9. *Нора П.* Всемирное торжество памяти // Неприкосновенный запас. 2005. № 2-3. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/nora22-pr.html>.
10. *Нора П.* Проблематика мест памяти. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. URL: <http://ec-dejavu.ru/m-2/Memory-Nora.html>.
11. *Олик Дж.* Фигурации памяти: процессо-реляционная методология, иллюстрируемая на примере Германии // Социологич. обозрение. 2012. Т. 11. № 1. URL: https://sociologica.hse.ru/data/2012/06/05/1252356367/11_1_03.pdf.
12. *Gibbard J.* Facebook, Instagram, and Snapchat Stories: What it means for brands // True Voice Media. 2017. April 4. URL: <https://truevoicemedia.com/facebook-instagram-snapchat-stories/>.
13. @sjanaelise (SJANA ELISE EARP) on instagram.com. URL: <https://www.instagram.com/p/BdOpwNcFMaP/?taken-by=sjanaelise>.
14. @bloodymerry (Elena Spirina) on instagram.com. URL: <https://www.instagram.com/p/BbRhz6FlCEd/?taken-by=bloodymerry>.

О. Ю. Вихрова

Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Z ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМУ ПРОЦЕССУ

Опираясь на теорию поколений Хоува-Штрауса, теоретические изыскания ее последователей, а также наблюдения, полученные в собственной педагогической практике, автор данной статьи анализирует психофизиологические особенности представителей поколения Z, влияющие на их адаптацию к учебному процессу и освоение учебных материалов в высшей школе.

Ключевые слова: медиаобразование, поколение Z, цифровые иммигранты, высшее образование, цифровые аборигены, методы обучения.

O. Yu. Vikhrova

Lomonosov Moscow State University

CHARACTERISTICS OF GENERATION Z RELATED TO LEARNING PROCESS IN HIGHER EDUCATION

The author analyzes the psychophysiological characteristics of Digital natives that affect their adaptation to the teaching process in higher education and mastering educational programs. Research is based on the Strauss–Howe generational theory, theoretical research of their followers and observations obtained during own teaching practice of the author.

Keywords: generation Z, Digital natives, Digital immigrants, teaching methods, higher education.

Согласно теории поколений Хоува-Штрауса [2], цифровые аборигены (поколение Z) — это дети родителей поколения X (1963–1984) или Миллениалов Y (1984–2000), рожденные в XXI веке. Несмотря на то, что данная теория является отправной точкой многих научных исследований, существуют и альтернативные подходы, относящие «дату рождения» интернет-поколения к более поздним периодам. Например, компания Turner Broadcasting [8] использует в качестве точки отсчета 1997 г., а инвестиционный банк Goldman Sachs [3] определяет поколение Z как детей, родившихся начиная с 1998 г. В свою очередь, такие объединения как Американская ассоциация маркетинга [10] и Ассоциация розничной торговли Филиппин [4] датируют появление цифровых аборигенов 2001 г.

В отличие от своих родителей — поколения Y, также именуемых цифровыми иммигрантами, появившиеся на свет в эпоху Интернета воспринимают цифровые технологии и гаджеты как неотъемлемую часть жизни, а не облегчающие ее новинки. Им не нужно прилагать усилий для того, чтобы адаптироваться под новые реалии пространств, находящихся на границе виртуально-

го и реального, будь то цифровая экономика или цифровая образовательная среда, а также обучаться работе с той или иной программой. В виртуальной реальности цифровые аборигены чувствуют себя естественно и даже более комфортно, чем в «традиционной».

Однако, если миллениаллы способны в равной степени легко адаптироваться как к классическим образовательным стандартам, так и к явлениям, порожденным цифровой образовательной средой, то Digital natives не готовы мириться с несоответствующими их восприятию реалиями «вчерашнего дня» в процессах обучения и трудовой деятельности. Они выбирают комфортные для себя условия труда и требуют вывода на рынок высшего образования товаров, рассчитанных именно под них. К сожалению, время на доработку продуктов образовательной системы в цифровую эпоху крайне ограничено — неповоротливость системы может привести к победе онлайн-образования и превращению профессиональных преподавателей в конструкторов учебных курсов или тьюторов онлайн-программ. По этой причине автор статьи ставит целью выявить основные психофизиологические особенности представителей поколения Z, непосредственно влияющие на их адаптацию к учебному процессу в высшей школе и на освоение учебных материалов.

Данная статья с одинаковым успехом могла бы быть посвящена образованию физиков, экологов или учителей начальных классов, но поскольку сферой деятельности и профессиональных интересов автора является журналистика, большинство практических примеров в тексте будет относиться именно к этой области. Кроме того, в условиях, когда потребность «Я-репрезентации» стимулирует перенасыщение рынка медиапродуктов и развитие гражданской журналистики, образование журналистов должно идти на шаг впереди образования тех, для кого эта деятельность лишь хобби.

Особенности поколения Z, влияющие на учебный процесс. Основываясь на результатах исследований особенностей Digital natives Д. Ротман (2014), М. Мэрримэн (2015) и Ф. И. Гиренка (2016), а также на данных исследовательских органи-

заций и собственном педагогическом опыте автора, можно выделить следующие, не присущие представителям предыдущих поколений характеристики, влияющие на эффективность учебного процесса:

1) Применение технологий во всех сферах жизни.

Получить необходимую информацию gen Z помогают поисковые системы вроде Google или Yandex, а вызвать такси, заказать еду, найти новых друзей, выбрать одежду или даже выработать ту или иную привычку — приложения в смартфоне.

Период ожидания от момента «Я хочу» и «Мне необходимо» до реализации желаемого сокращен до минимума. Литература, которая есть только на другом континенте? Всегда под рукой. Ждать поставки на полки магазинов или в библиотеку, а также гадать, переведут ли данную книгу на родной язык, не нужно. Прогулка по парижским улицам [9]? Нет проблем. Виртуальная реальность поможет подобрать компанию и выбрать желаемую погоду.

Стоит ли предлагать таким студентам бумажные носители или предпочесть оцифрованную литературу и раздаточные материалы? Работа с электронными ресурсами для цифровых аборигенов является столь же естественной, как для старших поколений — с учебными пособиями в твердом переплете, но все материалы должны быть адаптированы: не зашифрованы, доступны для скачивания и прочтения при помощи общедоступных программ и имеют необходимые пробелы для самостоятельного заполнения.

2) Предпочтение онлайн-коммуникации и ожидание немедленной ответной реакции.

Согласно исследованиям Робинсона и Стабберада [6, р. 106], уже пять лет назад более 60% студентов предпочитали коммуникацию посредством текстовых сообщений общению «лицом к лицу». К сожалению, в XXI веке чувство комфорта, которое испытывают представители поколения Z в виртуальном пространстве, и их стремление свести к минимуму выход в офлайн, ослабляют позиции традиционного университетского образования. При достойном уровне онлайн-образования и качественной работе маркетологов и рекламщиков, занимающихся

его продвижением, классические университеты попадают под угрозу трансформации в образовательные онлайн-площадки или институты, деятельность которых ограничивается кураторством студентов при освоении онлайн-программ или просто компоновкой последних.

Кроме того, для поколения Z нормой формального и неформального онлайн-общения является моментальная реакция на информационный или коммуникативный запрос. При этом более 66% опрошенных в Техническом университете в г. Кошице студентов отметили, что ответ на e-mail от своих преподавателей они получают лишь в течение двух суток после отправки письма, еще около 20% — в течение трех [11, p. 2713].

Как обеспечить эффективное онлайн-взаимодействие между преподавателями традиционных вузов и студентами, избавив первых от необходимости разбираться с десятками электронных писем и обеспечив привычную среду и ожидаемую быструю ответную реакцию вторым?

Наиболее простым решением проблемы является создание преподавателем тематической группы в мессенджере, например, в What's up или Telegram. При этом социальные роли на таких коммуникационных площадках сохраняются, что позволяет избежать перехода коммуникации «преподаватель — студенты» на неформальный уровень.

3) Умение моментально переключаться с одной задачи на другую.

За такую «мультизадачность» интернет-поколение обычно платит рассеянностью внимания и неумением концентрироваться в течение длительного промежутка времени. Согласно Д. Ротман [7, p. 3], средняя продолжительность внимания представителей этого поколения в классе составляет от семи до десяти минут, в онлайн-пространстве — не более 7-8 секунд. К сожалению, такая поверхностность не способствует развитию навыков глубокого анализа и критического мышления. Декан факультета журналистики МГУ им. Ломоносова Е. Л. Вартанова в выступлении в рамках проекта «Академические субботы» (2017) отметила, что, учитывая низкий уровень навыков критического отбора инфор-

мации представителями поколения Z, нерегулируемое интернет-пространство, в которое они погружены, может быть не просто опасным без должной подготовки, но и заведомо вредным. По ее мнению, задача учителя — не запрещать, а научить ориентироваться в современном медиапространстве, находить, оценивать, интерпретировать и сохранять информацию.

4) Практикоориентированность.

Около 62% опрошенных в ходе исследования М. Мэримэн [5, р. 9] представителей поколения Z хотят основать собственные компании и вести предпринимательскую деятельность, а еще 89% тратят свободное время на конкретные, приносящие практическую пользу виды деятельности, а не просто «зависают».

Осознавая, что на смену сильной теоретической базе, невосребованной у работодателей, приходит необходимость предложить рынку конкретные навыки, gen Z предъявляет исключительно высокий запрос на практикоориентированные знания. Что же может предложить вуз в дополнение к набирающим популярность образовательным программам для студентов, иницируемым и реализуемым крупными промышленными, торговыми и сырьевыми компаниями?

Увеличение количества проектных творческих заданий в ходе аудиторных занятий. Если характерной чертой молодежи поколения Y являлось желание создать проект, повторяющий авторский успех, то превалирующей чертой для Z является «Я-репрезентация». Это не попытка подражать кому-то, а, напротив, желание медиатизироваться. Digital natives охотно заводят обучающие профили на Youtube, в Инстаграм и на других онлайн-платформах именно для того, чтобы представить рынку собственный креативный проект и через него продемонстрировать миру свою уникальность. Эту склонность можно активно использовать в учебном процессе, предлагая студентам индивидуальные творческие задания — как в рамках отдельных занятий, так и в формате курсовых проектов.

Увеличение числа кросс-дисциплин в учебном плане. Разумеется, утверждать, что на современном рынке образования

отсутствуют кросс-дисциплины, было бы неверно. Например, в учебном плане студентов бакалавриата факультета журналистики МГУ присутствуют такие дисциплины как медиаэкономика, социология СМИ, продвижение СМИ на рынке, психология журналистики, связи с общественностью в экономике и другие. Кроме того, студенты имеют возможность самостоятельно скомпоновать модуль дисциплин вариативной части, разработав оптимальное соотношение необходимых предметов, исходя из специфики предполагаемого будущего места работы и профессиональной деятельности. Однако практика преподавания показывает, что студенты далеко не всегда способны «приспособить» базовые знания, полученные в курсах монодисциплин, к своей профессиональной области. Теоретические знания о типах интеграции компаний, полученные журналистами в рамках экономических монодисциплин, остаются на уровне абстрактных моделей и не позволяют студентам соотнести полученные знания с рынком СМИ. А дисперсия и среднеквадратическое отклонение, изученные журналистами в курсе статистики, так и остаются в сознании учащихся неприменимыми на практике абстрактными формулами.

5) Клиповое мышление.

Учитывая практико- и карьероориентированность, а также нацеленность интернет-поколения на предпринимательскую деятельность, особое внимание стоит уделить развитию у студентов понятийного аппарата и линейного мышления. Понятие «клиповое мышление» введено в оборот российским философом Ф. И. Гиренком [1]; к сожалению, оно превалирует у gen Z, придя на смену характерному для людей XX века «линейному», и пригоден лишь для исполнителей. Оно представляет собой восприятие информации и реальности не целостно и логически связно, а как череду фрагментов, образов, фактов и разрозненных событий. Такое фрагментарное мышление имеет ряд преимуществ: оно необходимо для полноценной адаптации к современным условиям и жизни в гипернасыщенной медиасреде, обеспечивая быстроту реакции и защищая мозг от информационной перегруженности. Но обратной стороной медали являются плохая

память, неспособность выстраивать логические цепочки, критически мыслить, проводить анализ и прогнозировать, что подразумевает необходимость пошагового инструктажа для выполнения поколением Z тех или иных заданий в учебном процессе и трудовой деятельности. В дополнение: пренебрежение психоэмоциональной, а также моралистической составляющей текстов и ориентация исключительно на отдельные факты и действия делает цифровых аборигенов еще более неподходящими для руководящих позиций и управления коллективом.

Для представителей Digital natives неприемлемы длительные монотонные лекции. Клиповое мышление, «реагирующее только на удар» [1, с. 123], требует динамичной и частой «смены картинки». При этом речь идет не только о формах подачи материала и видах образовательной активности, но и о самой информации. Однако решать, стоит ли предлагать студентам ознакомиться с книгой целиком или сфокусировать их внимание на отдельных главах, что обеспечит более высокие результаты испытывающим проблемы с длительной концентрацией внимания, — это зависит только от преподавателя.

Несмотря на то, что формы и методы обучения цифровых аборигенов отличаются от понятных и привычных для их родителей, это не значит, что gen Z совсем необучаемы. Подтверждением тому служит ориентация представителей интернет-поколения в повестке дня. Бегло просматривая множество источников, вместо глубокого погружения в одну-две бумажные газеты, они порой получают более объемную картину происходящего, нежели ту, что с запозданием представит читателю серьезное аналитическое издание.

Вопрос, рассматриваемый в данной статье, является особо актуальным в период, когда в аудиториях университетов поколение миллениалов полностью сменяется представителями Generation Z. Целенаправленно и пристально изучая психофизиологические особенности представителей интернет-поколения, влияющие на эффективность их обучения в традиционных вузах, педагогическое сообщество получит необходимую теоретическую базу для создания практических инструментов, по-

звolyающих наладить более эффективное взаимодействие между учащимися и преподавателями, а также разработать приемы и методы адаптации студентов поколения Z к классической системе высшего образования и сохранения позиций последней в новом мире цифровых технологий.

Литература

1. Гиренок Ф. И. Метафизика папа. Косноязычие усталого человека. М.: Лабиринт, 1995.
2. Howe N., Strauss W. The fourth turning: what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. New York: Broadway Books, 1997.
3. Gen Z matters more than Millennials: Goldman Sachs' Christopher Wolf. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y8mZx4o32vs>.
4. Introducing the tech-savvy Generation Z // Philippine Retailers Association. URL: <http://www.philretailers.com/introducing-the-tech-savvy-generation-z/>.
5. Merriman M. What if the next big disruptor isn't a what but a who? // EYGM. 2015. URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who/\\$File/EY-what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who/$File/EY-what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who.pdf).
6. Robinson S., Stubberud H. Communication preferences among university students // Academy of Educational Leadership Journal. 2012. No 16(2).
7. Rothman D. A Tsunami of learners called generation Z. 2014. URL: http://www.mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf.
8. Turner research shares key insights on plurals and Millennials' media consumption and consumer behavior during thought leadership event in New York // Turner. 2016. 14. Jan. URL: <http://www.turner.com/pressroom/turner-research-shares-key-insights-plurals-and-millennials%E2%80%99-media-consumption-and>.
9. Virtual journeys around the world // Virtual journeys. URL: <http://virtual-journeys.com>.
10. Who comes after the Millennials: a case for 'Gen 9/11' // American Marketing Association. URL: <https://www.ama.org/publications/eNewsletters/MarketingInsightsNewsletter/Pages/whats-after-the-millennials-a-case-for-gen-911.aspx>.
11. Zelenakova M., Pavolova H., Bakalar T. Internet communication in the process of education at universities // Social and behavioral sciences. 2012. No 46.

Е. В. Выровцева

Ин-т телевидения, бизнеса и дизайна, С.-Петербург

Ю. М. Балахонова

Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова

ИГРА СО ВРЕМЕНЕМ В ИСТОРИЧЕСКОЙ ТЕЛЕДОКУМЕНТАЛИСТИКЕ

Обращение к истории в современной теледокументалистике обусловлено необходимостью всесторонней и адекватной оценки прошлого. Категория времени оказывается наиболее сложной при создании исторического образа, поэтому авторы телепроектов ищут эффективные и убедительные способы его предъявления массовой аудитории. В этих условиях востребованным приемом становится игра.

Ключевые слова: телевизионный проект, время, игра, историческая память.

E. V. Vyrovtsseva

Institute of Television, Business and Design, St Petersburg

Yu. M. Balahonova

Lomonosow Moscow State University

GAMING WITH TIME IN HISTORICAL TV DOCUMENTARY

Coming back to the history in modern TV documentary is caused by the need for a comprehensive and adequate assessment of the past. The category of time proves to be the most difficult matter when creating a historical image, so the TV project authors are looking for the most effective and convincing ways of presenting the history to a mass audience. The gaming becomes a popular method under these conditions.

Keywords: television project, time, game, historical memory.

Телевидение, оставаясь одним из наиболее влиятельных каналов коммуникации, активно участвует в формировании общественного мнения, в распространении исторического знания, в создании исторической картины, в большей или меньшей степени позволяющей судить об исторической памяти и историческом сознании народа. В условиях постоянного поиска так называемой национальной идеи, способной сплотить представителей разных социальных групп, идеологических и эстетических объединений, обращение к истории как к источнику ценностных ориентиров и непререкаемых авторитетов становится особенно актуальным. Год столетия революций не дал ответов на острые вопросы, а лишь подчеркнул необходимость всесторонней, глубокой, обоснованной оценки событий и личностей российской истории, что отразилось в бесконечных дискуссиях, спорах и скандалах, вызванных чаще всего как раз экранной продукцией: полнометражными фильмами, телевизионными игровыми и документальными сериалами.

Современные технологии, с одной стороны, и конкуренция в сфере медиа, с другой стороны, позволяют и требуют предъявления массовой аудитории ярких, увлекательных и убедительных телевизионных текстов. Трансформируется и развивается, реагируя на запросы нового времени, и теледокументалистика: «Кризис телевизионной журналистики ярко иллюстрирует трансформация такого рода экранной продукции, как документальный фильм. Документалистика, считавшаяся вершиной мастерства телевизионного журналиста, сегодня перестала быть штучным произведением, приняв форму растиражированного экранного товара, и заняла место где-то между потоками манипулятивной информации и коммерческим развлечением» [3, с. 3]. Это вполне справедливое замечание, однако именно жесткая борьба за зрителя заставляет создателей телевизионных документальных проектов искать все более интересные форматы и способы предъявления исторического факта, привлекательные для избалованного зрителя способы организации диалога о прошлом.

К исторической теледокументалистике мы будем относить документальные телевизионные проекты, в которых объектом изо-

бражения становится историческое прошлое, прежде всего России: события, личности, периоды. Е. А. Манскова справедливо называет теледокументалистику «самым востребованным летописцем современности». В контексте данного исследования это особенно важно, так как обращение к прошлому всегда обусловлено актуальными задачами: политическим запросом, общественным интересом, личной инициативой и т. п. Исследователи высказывают мнение, что именно документалистика способна стать самым полным отражением смены культурных циклов и социальных предпочтений, мышлений разных эпох и их художественных поисков: «в процессе работы над образом исторического события создается и образ времени как эпохи» [2, с. 12].

Сегодня изменились принципы, методы и средства создания телевизионного документального текста. Особенно это заметно при сравнении с теми документальными фильмами, которые готовили уничтоженные несколько лет назад студии кинохроники, где настоящие профессионалы создавали не только фильмы, но и киножурналы — вели летопись современности. Среди причин таких изменений мы хотели бы выделить следующие: влияние эстетики постмодернизма с ее вниманием к интертекстуальности и культом игры; развитие онлайн-коммуникации, сделавшей привычной и востребованной виртуализацию реальности, в том числе и исторического прошлого; возможности мультимедийных технологий, предложивших «человеку играющему» (Й. Хейзинга) целый комплекс самых разных «аттракционов», превративших технологический компонент в основной и важнейший.

Игру сегодня можно назвать универсальным форматом, увлекательным как для детей и геймеров, так и для солидных интеллектуалов, которые с удовольствием проверяют свои знания, проходя различные тесты в соцсетях, отвечая на вопросы викторин, конкурсов и т. п. Кроме того игра как основа требуемых современными образовательными стандартами интерактивных форм ведения занятий оказалась популярным и эффективным методом обучения, который успешно растиражировали новые медиа: «Арзамас» (<http://arzamas.academy/>), «Медуза» (<https://meduza.io/>), проект «1917. Свободная история» (<https://project1917.ru/>)

и др. Тенденция превращения игры в популярную обучающую технологию привела к возникновению термина — эдьютеймент.

Игра — это традиционный метод освоения знаний, умений и навыков, в том числе и исторического знания; вспомним игры советских детей в войну с точным распределением ролей и моделей поведения участников Великой Отечественной, реконструкцию исторических событий и развитие клубного движения; театрализованные постановки в учебных заведениях и на масштабных юбилейных мероприятиях. Показательна в этом плане церемония открытия олимпиады в Сочи, когда история страны была представлена, а точнее разыграна с помощью стереотипных образов, названных М. Хальбваксом [6] «имаго» и рассчитанных на то, что индивидуальные субъективные представления телезрителей сумеют вписаться в транслируемые на «главном» канале страны концепции и точки зрения.

В современной теледокументалистике можно выделить разные жанры и форматы, но именно игра оказывается, с нашей точки зрения, универсальным приемом создания образа прошлого и эффективным методом привлечения внимания массового зрителя. Й. Хейзинга выделил основные свойства игры: некая свободная деятельность, «которая осознается как ненастоящая, не связанная с обыденной жизнью и тем не менее могущая полностью захватить играющего»; она не рассчитана на ближайшие материальные интересы или пользу; имеет определенные пространственно-временные рамки; основана на правилах, которые должны знать и выполнять все участники [4]. Современный телезритель, знакомый с разными технологиями и понимающий принципы работы аудиовизуальной коммуникации, в той или иной степени соглашается с правилами игры. От фоновых знаний конкретного реципиента, от степени погружения в исторический материал и уровня критического настроения при восприятии телевизионного продукта зависит то, насколько этот конкретный зритель согласится или не согласится с оценкой и интерпретацией прошлого. Однако именно процесс игры оказывается наиболее привлекательным в данной ситуации, когда на первое место выходит не историческая правда, не фактическая и ситуативная

точность, а яркость и оригинальность образа, неожиданность интерпретации и привлекательность формата / жанра. Кроме того с помощью игры легче объединить национальное историческое и сиюминутное личное: игра как основа телевизионного фильма оказывается многофункциональной и многоуровневой, обеспечивая и наглядное, эмоциональное (вос)создание исторического факта, и формирование сложного образа, основанного на подтекстах, и увлекательное, а нередко развлекательное соучастие зрителя.

Анализ документальных проектов, вышедших в последнее десятилетие на российском телевидении, позволил выделить основные типы игры со временем: «эффект Форреста Гампа»; реконструкция; элементы театрализации; (де)мифологизация; сторителлинг; коллаж; тайм-менеджмент. Эти названия не могут пока претендовать на терминологическую точность и обоснованность, это скорее попытка обозначить направления в современной исторической теледокументалистике.

Под «эффектом Форреста Гампа» принято понимать помещение автором / ведущим / героем себя сегодняшнего в конкретную историческую ситуацию: с помощью мультимедийных технологий можно попасть на фотографию, в документальную хронику и т. п. Главная цель такого игрового приема — создание эмоционального эффекта, ощущения близости и сопричастности к важным или интересным событиям прошлого. Этот прием был растиражирован Леонидом Парфеновым в его проекте «Намедни» и публицистических фильмах.

Благодаря тому, что Леонид Парфенов помещает себя в конкретную историческую ситуацию, зритель тоже как бы перемещается во времени и попадает в определенную эпоху, что делает историю более зримой и живой. Например, используя игровой эффект в фильме «Цвет нации» (2013, режиссеры Сергей Нурмамед, Иван Скворцов), Л. Парфенов демонстрирует фотографии С. М. Прокудина-Горского на фоне тех же мест, где они были сделаны, благодаря чему зритель совершает путешествие во времени, перемещаясь по «старой» и «новой» России. Такие же перемещения в фотографии и видеозаписи прошлого характерны

для других фильмов этих режиссеров — «Зворыкин-Муромец» (2010), «Птица-Гоголь» (2009).

Реконструкция как прием претендует на достоверность за счет детального, точного, документального восстановления события, но и в данном случае это игра, в основе которой — подражание. Главная цель реконструкции — зрелищность. Идеологически выверенные реконструкции Эсфири Шуб («Падение династии Романовых» — 1927, «Россия Николая II» — 1928), которую называют родоначальником метода реконструкции в советском кинематографе, формировали отношение зрителя к увиденному: «Сталкивая кадры, где высшая аристократия “до поту” танцует на балу, с кадрами, где крестьяне “до поту” трудятся в поле, режиссер приводила зрителей к несложным выводам о справедливости революционного взрыва» [5, с. 57]. Зрелищность действительно убедительна, поэтому так активно обращались к этому методу в советской, да и в постсоветской телепропаганде. Сегодня для создания на экране реконструкций используют разные приемы — игру актеров, декорации, компьютерные технологии, анимацию.

Создатели телевизионных проектов учитывают популярность реконструкций, когда люди разного возраста, разного социального статуса, разных профессий с удовольствием становятся участниками баталлий, надевают военную форму и как бы примеряют на себя историческую эпоху. Прием реконструкции сейчас часто используется в полнометражных художественных фильмах («Брестская крепость», «Орда», «Батальон» и др.). Наиболее востребован этот метод создания исторического образа в документальных проектах о Великой Отечественной войне: «Город в огне» (2011, автор сценария Екатерина Алябьева, режиссер Ирина Снигирева); «Великая война» (2010–2012, режиссеры Валерий Бабич, Анна Грейзден); «Восход победы» (2013–2015, автор Александр Коршунов, режиссер Юрий Линкевич) и др. Этот же прием активно использовали создатели сериала «Подлинная история русской революции» (2017, автор сценария Александр Данилов, режиссер-постановщик Павел Тупик). И в «живых», и в телевизионных реконструкциях главное место занимает игра, все участники понимают, что даже скрупулезное восстановление

события не может быть абсолютно достоверным, хотя именно деталь и динамика как основа реконструкции делают ее экспрессивной и убедительной в представлении истории.

Театрализация, в отличие от реконструкции, вроде бы не претендует на достоверность. Это своего рода приглашение зрителя на спектакль, который предполагает со-творчество. Иногда даже появляются варианты разыгрывания одного и того же события. Цель данного приема — создание эмоционально убедительного образа эпохи, когда достоверность эмоции становится важнее достоверности факта. Открытость установки на игру допускает анахронизмы на стилевом и лексическом уровне. Яркий пример — отмеченная профессиональными наградами авторская программа Михаила Перепелкина «Очарованный странник» на самарском телевидении (ТРК «Губерния»). Филолог и краевед рассказывает о прошлом, находя артефакты в разных уголках городов и сел Самарской губернии. М. Перепелкин превращает эти артефакты в увлекательные истории, основанные на разных документах: архивных данных, личных воспоминаниях очевидцев, художественных текстах. Причем на телеэкране эта история не только рассказывается, а и обыгрывается: ведущий с помощью какой-то небольшой детали, например в одежде, превращается то в барина в усадьбе А. Н. Толстого, то в крестьянина, наблюдающего в натопленной избе в 1833 г. за Денисом Давыдовым, то в красноармейца, участника революционных событий. Подчеркнутая театральность обстановки — это не пренебрежение к исторической правде, а способ ведения доверительного диалога со зрителем, обладающим достаточными знаниями и способностью достроить, домыслить образ той или иной эпохи.

История всегда порождает огромное количество мифов. В нашей стране, где историю то и дело переписывают и всерьез обсуждают единый учебник по истории, мифов особенно много, и все сложнее отличить правду от лжи и фальсификации. Поэтому весьма востребованными оказались телевизионные документальные проекты, основанные на демифологизации, хотя, разрушая одни мифы, их авторы непременно рожают другие. Наиболее заметным явлением стал сериал «Освободители» (2010).

Режиссер Павел Тупик и сценарист Артем Драбкин предлагают зрителям интересную игру — проверить знание фактов истории, основанное на мифах и стереотипах. Каждая серия построена на «эффекте сюрприза»: устоявшиеся представления подвергаются сомнению или разрушаются с помощью мнения экспертов, статистических данных, неизвестных или малоизвестных документов, логических умозаключений. Время становится самым важным критерием при объяснении того, что именно происходило в период Великой Отечественной войны, что было зафиксировано в документах позже, как одни и те же события интерпретировались в разновременных источниках. По тому же принципу построена авторская программа Феликса Разумовского «Кто мы? 1917: Переворот? Революция? Смута?» (2017).

Активно обсуждаемый сегодня сторителлинг оказался востребованным и в теледокументалистике. Своего рода открытием, спровоцировавшим целый ряд подобных проектов, стал «Подстрочник. Жизнь Лилианны Лунгиной» (2008), в котором режиссер Олег Дорман сумел превратить историю страны в личную историю. Человек на экране разговаривает со зрителем, приглашая его вспомнить факты, события, людей, сравнить собственные впечатления с чувствами и мыслями героя-рассказчика. Здесь особенно важно со-переживание, это своего рода «игра в правду», которая оказывается наиболее реальной и убедительной, потому что личная история свидетеля эпох(и) превращается в процессе откровенного диалога в абсолютную ценность.

В таких документальных проектах («Воспоминания ветерана», 2014; «Театральная летопись» на канале «Культура»; «Моя великая война», 2012–2016 и др.) главную роль играют детали — огромное количество интересных подробностей из личной жизни. Именно нюансы, мелочи привлекают внимание зрителя и как эмоциональный элемент, и как знак определенной исторической эпохи, концентрированно передающий дух времени. Личная история свидетеля предлагает зрителю путешествие на «машине времени», помогая почувствовать запах улицы и вкус любимого блюда, узнать, как проводили время по вечерам, что готовили на ужин, о чем мечтали и т. д.

Это интересно и увлекательно уже потому, что об этом не пишут в учебниках, что знакомство с историей напоминает задушевный разговор о чем-то тайном, секретном, тщательно и бережно хранимом.

Объемный исторический образ создается с помощью коллажа, основанного на объединении разных дискурсов, игровых и неигровых элементов. Такой прием стал возможен благодаря цифровым технологиям. Так, в проекте «Блокадники» Кирилла Набутова (2014) авторы сумели передать атмосферу одного из самых трагических эпизодов Великой Отечественной войны. Телевизионный документальный фильм основан на сочетании исторической хроники, радиозаписей, воспоминаний тех, кто пережил блокаду, детских рисунков и дневников, актерской игры, компьютерной графики, комментария автора-ведущего. Именно соединение игровых и неигровых элементов по ассоциативному принципу эссе воссоздает жуткую картину, в которой время ощущается, эмоционально проживается. Игровые моменты лишены развлекательной функции, их цель — сформировать новые знания, создать эмоциональный образ, что позволяет говорить об эффективности такого приема.

Этот же прием коллажа используют создатели одного из самых удачных телевизионных проектов — сериала «Романовы» (2013), выпущенного к 400-летию династии. Режиссер Максим Беспалый, авторы сценария Марина Бандиленко и Марина Улыбышева с помощью игровых моментов представляют личную историю правителей России, инфографика помогает рассказать о наиболее важных реформах и переломных событиях в истории нашей страны. В сериале история Романовых получилась захватывающей и информативной одновременно, во многом это объясняется гармоничным сочетанием различных дискурсов, в том числе и игрового, закрепившего в памяти внимательного зрителя большое количество информации.

Стоит отметить и такой новый прием, как тайм-менеджмент, ставший жанровой характеристикой документального сериала «Романовы»: в каждой серии подробно описан распорядок дня императора. Несмотря на то, что большое значение имеет

игровой элемент, тайм-менеджмент не только позволяет познакомиться с традициями и правилами распределения времени в определенную историческую эпоху, но и увидеть императора обычным человеком, обладающего определенным характером, достоинствами и недостатками.

Таким образом, игра как универсальный прием в современных телевизионных проектах представляет исторические эпохи (события, личности) в разных аспектах, акцентируя внимание зрителя на наиболее значимых, с точки зрения автора, фактах, оценках, эмоциях. В. С. Байдина справедливо замечает: «Систематическая актуализация исторического самосознания нации и обсуждение возможных вариантов будущего развития страны сегодня помещаются в медийное пространство» [1, с. 16]. Современные технологии превращают историческое событие в объемный образ, в котором по воле создателей телевизионного текста время может останавливаться или растягиваться.

При этом наиболее актуальной остается проблема аудиторного эффекта: сложатся ли представленные с помощью самых разных приемов, в том числе и игровых, исторический период, историческая личность, историческое событие в цельный образ.

Л и т е р а т у р а

1. *Байдина В. С.* Образ социального времени в телевизионном пространстве: дис. ... канд. филол. н. СПб., 2013.
2. *Десяев С. Н.* Категории пространства и времени в образной структуре телевизионной публицистики: дис. ... докт. филол. н. М., 2005.
3. *Манскова Е. А.* Современная российская теледокументалистика: дис. ... канд. филол. н. Барнаул, 2011.
4. *Хейзинга Й.* Homo ludens. Статьи по истории культуры / пер., сост. и автор вступ. ст. Д. В. Сильвестрова; коммент. Д. Э. Харитоновича. М., 1997.
5. *Юрнев Р.* Краткая история киноискусства. М., 1998.
6. *Halbwachs M.* Les cadres sociaux de la mémoire. Paris, 1925.

Е. Ю. Гордеева

Нижегородский гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского

**ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ
НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА «ЖУРНАЛИСТ»:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Изучается отражение проблем российского медиаобразования на страницах профессионального издания «Журналист» в 1920-е гг. и на современном этапе. Прослеживается общность тем в материалах журнала, написанных в эпоху НЭПа и в XXI в.

Ключевые слова: медиаобразование, профессия, история отечественной журналистики, журнал «Журналист».

E. Y. Gordeeva

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

**THE PROBLEMS OF PROFESSIONAL
MEDIA EDUCATION
ON THE PAGES OF MAGAZINE “JOURNALIST”:
HISTORY AND MODERNITY**

The author investigates reflection of the problems of Russian journalism education on the pages of professional magazine “Journalist” in 1920s and in the first decades of XXI century. The similarity between materials of the magazine in both periods is being observed.

Keywords: journalist education, history of Russian journalism, magazine “Journalist”.

Сто лет назад, как и сегодня, не прекращались споры относительно целесообразности подготовки журналистских кадров.

Всегда были те, кто отстаивал необходимость планомерного воспроизводства новых поколений журналистов. Среди сторонников учреждения российской школы журналистики был писатель П. А. Берлин. В сборнике «Периодическая печать на Западе», вышедшем в 1903 г., в год празднования 200-летия отечественной периодической печати, он опубликовал свои «Очерки современной журналистики», в которых касался журналистского образования в различных странах мира. Автор отмечал, что, несмотря на опыт школ и курсов журнализма за рубежом, «очень многие журналисты и по сей день еще усердно доказывают полную бесплодность и даже вредность профессионального образования для журналистов» [2, с. 66]. Парадоксально, что за прошедший век с его опытом двух мировых войн, с теми потрясениями, которые выпали на долю именно нашей страны, мало что изменилось в подходах к журналистскому образованию и спорах между теоретиками и ремесленниками.

Как бы то ни было, отечественное журналистское образование, зародившись в начале XX века, в настоящее время прочно обосновалось в наших вузах. О нем следует спорить, его можно по-разному оценивать, нужно предлагать пути его усовершенствования, воспринимая при этом само журналистское образование как данность, как факт нашей жизни.

В своих размышлениях на страницах журнала «Журналист» о перспективах сегодняшнего медиаобразования декан факультета журналистики МГУ Е. Л. Вартанова отмечает: «Многочисленные изменения медиаландшафта потребовали не просто внесения корректив в привычные учебные планы по журналистике, но поставили неотложную задачу их адаптации к запросам современного общества» [3, с. 61]. Вместе с тем исследователь отмечает, что «принимая современные вызовы журналистскому образованию, нельзя забывать о его традициях, определяющих российскую модель журналистского образования» [3, с. 64].

Анализировать традиции отечественного медиаобразования, заложенные более ста лет назад и до сих пор определяющие основные принципы подготовки соответствующих кадров в наших вузах, можно, обратившись к подшивкам профессионального

журнала «Журналист», к сожалению, практически не изучавшегося исследователями в качестве специфического явления нашей журналистики, хотя систематически привлекавшегося в виде источника. Особо пристальное внимание вопросы профессионального образования получают на страницах журнала в период НЭПа — один из интереснейших этапов развития отечественной журналистики. Полезно проследить ту переключку, которая, безусловно, присутствует между материалами той поры и текстами сегодняшних авторов журнала.

Журнал «Журналист» начал издаваться Обществом деятелей периодической печати и литературы в 1914 г. И уже в первом номере редакция проявила внимание к вопросам подготовки журналистских кадров. Здесь писали о том, что «правление и Совет общества внесли на рассмотрение доклад об организации “Курсов газетной техники”, на которых работники пера могли бы получить лекционным и практическим путем профессиональные знания по всем отраслям газетного, журнального, типографского и издательского дела и пополнить свое общее образование» [10].

Во время Первой мировой войны «Журналист» не выдержал бумажного кризиса и закрылся в 1915 г. Советский период журнала начался в августе 1920 г., когда он выходил как «Красный журналист». С 1922 г. ему вернули прежнее имя, под которым журнал и выходил до 1933 г. Потом были «Большевицкая печать» и «Советская печать». С 1941 по 1956 гг. издание не выходило. И, наконец, с 1967 г. по настоящее время журнал функционирует под своим первоначальным именем [20, с. 86].

В основном тема журналистского образования в Советской России освещается на страницах журнала через обращение к деятельности Московского института журналистики (МИЖ) (1921–1923), который в 1923 г. был реорганизован в Государственный институт журналистики (ГИЖ). Тот, в свою очередь, в 1930 г. был переименован в Коммунистический институт журналистики (КИЖ) им. «Правды», а в 1931 г. стал коммунистическим вузом союзного значения — Всесоюзным Коммунистическим институтом журналистики (ВКИЖ).

С работой этого института читатель мог познакомиться в статьях, написанных первым ректором института К. П. Новицким (псевдоним К. Петровин): «Институт журналистики» (Красный журналист. 1921. № 7–9), «Газетное дело, как предмет преподавания» (Журналист. 1922. № 1), «Журнализм как профессия и профессиональное образование» (Журналист. 1923. № 4). Если две последние статьи изучались современными исследователями, то статья в «Красном журналисте» практически не рассматривалась [5]. Отметим, что к личности Новицкого обращались очень редко. Seriously восполнить этот пробел удалось только И. А. Фатеевой в статье «К. П. Новицкий: у истоков профессионального медиаобразования» [24] и в докторской диссертации, посвященной журналистскому образованию в России [22].

К. П. Новицкий не скрывал, что тщательно изучал зарубежный опыт преподавания журналистики, в особенности американский. Он писал на страницах «Журналиста»: «...сравнивая методы нашей работы с опытом американских и европейских школ журналистики, мы видим, что не ошиблись в избрании основных путей научно-преподавательской работы. Методы преподавания газетоведения, выработанные нами, вполне совпадают с методами и системой преподавания, проверенными почти 25-летней практикой высших школ журналистики за границей» [11, с. 23].

О западных направлениях журналистского образования также пишет в «Журналисте» в 2013 г. ведущая раздела «Журфак» С. Распопова: «...несмотря на национальные особенности, западный практико-ориентированный подход к обучению журналистов получил широкое распространение в России и во многом определяет перспективы развития журналистского образования» [18, с. 78]. Вместе с тем автор полагает, что можно констатировать сходство подходов российской и западной школ журналистики, основанных как на общегуманитарной подготовке, так и на развитии у будущих журналистов определенных практических навыков.

В Государственном институте журналистики постоянно рассматривались программы обучения, в том числе и с учетом опыта западных школ. Так, А. Григоренко пишет на страницах

«Журналиста» в 1926 г. о том, что в прежние времена основным методом занятий в институте были лекции. «Года два назад один добросовестный студент, движимый любопытством, развернул выданную ему на руки зачетную книжку и узнал, что ему предстоит в течение 3 лет его учебы в ГИЖе проштудировать и изучить не более не менее, как 44 теоретических и 10 практических дисциплин! Но вот ГИЖ переходит на рельсы комвуза. Лекционный метод заменяется дальтон-планом. Количество проводимых предметов сокращается больше чем вдвое» [7, с. 50].

Отметим, что в Европе и США в начале XX века было апробировано много систем обучения, направленных на обеспечение индивидуальной активной самостоятельной работы учащихся. Наиболее радикальной явилась система индивидуализированного обучения, впервые примененная Еленой Паркхерст в первом десятилетии XX века в городе Дальтон. Эта система вошла в историю педагогики под названием дальтон-план. Ее иногда именуют лабораторной системой или системой мастерских. Обучение по дальтон-плану было основано на трех принципах: свобода, самостоятельность и сотрудничество. Среди приемов активизации самостоятельной деятельности студентов на занятиях по дальтон-технологии выделяются нестандартные формы занятий, в том числе проектные, групповые и индивидуальные занятия. В СССР в 20-е гг. использовалась модификация дальтон-плана под названием бригадно-лабораторной системы. Задания по изучению курса, темы брала группа учеников (бригада).

В контексте апробирования данной системы в Государственном институте журналистики появился кабинет печати, где проводились практические занятия по набору и корректуре, здесь же выпускалась учебная газета. Не случайно, говоря о 20–30-х гг. XX в., И. А. Фатеева отмечает, что в этот период у нас складывается разветвленная система профессиональной подготовки журналистов преимущественно практико-ориентированного типа, которая позже, однако, была утрачена [23, с. 30–31], но к которой мы вновь проявляем пристальное внимание сегодня.

В «Журналисте» также неоднократно писали о том, как была организована в ГИЖе летняя практика. Рассказывали об этом,

причем обращая внимание на недостатки учебных планов в институте, сами студенты. Часто, оказавшись на практике в редакции, студенты убеждались в том, что им не хватает тех или иных знаний и навыков, так как «Иван Осипович (секретарь учебной части ГИЖа) забыл включить это в программу» [12, с. 45]. В итоге студентка, автор материал «Гижевец на практике», отмечает: «...не хочу сказать, что ГИЖ не нужен, — я от ГИЖа много получила, но и много времени зря потратила, изучая ненужные предметы. В ГИЖе нужно упорядочить программу — может быть, снизить ее с теоретических высот и приблизить к практической жизни» [12, с. 45].

Вопросы организации производственной практики студентов, в том числе летней, неоднократно поднимались в журнале и в последние десятилетия. Например, В. В. Тулупов, декан факультета журналистики Воронежского госуниверситета, в 2004 г. писал на страницах «Журналиста»: «Наконец-то стала восстанавливаться система практик. То есть сегодня мы имеем возможность проводить не только круглогодичную, но и традиционную летнюю практику» [21, с. 67]. При этом очень важно, что руководители структурных подразделений вузов (факультетов, институтов), выпускающих профессиональных журналистов, такие как Я. Н. Засурский [1], Е. Л. Вартанова [4], А. С. Пуя [14] и др., делятся с читателями журнала «Журналист» своими мыслями о подготовке журналистских кадров, в том числе и мыслями о соотношении теоретических курсов и практики в учебных планах по направлению «Журналистика».

О вопросах организации летней практики студентов в журнале высказываются не только представители академического сообщества, но и журналисты-практики. Так, А. Полухин, рассказывая о том, как проходит практика студентов факультета журналистики МГУ в редакции «Новой газеты», замечает: «Что касается практических навыков, то на факультете журналистики их не приобрести. Я имею в виду ту часть работы, которая связана с источниками информации. Выполняя какое-нибудь задание, студенты не имеют возможности по-настоящему общаться с экономистами, политиками и т. д. Понарошку работе с экспертами

научиться невозможно. Для этого и существует институт летней практики. Я не считаю, что это какой-то недостаток системы университетского образования. У нее — свои задачи, а у практики — свои» [17, с. 81] .

В защиту современных журфаков зачастую выступают именно практикующие журналисты. Они подчеркивают, что приобщение к журналистике студентов младших курсов на постоянной основе, а не в формате производственной практики, может иметь негативные последствия. «Журфак, — отмечает А. Панфилова, — это не о том, у кого вышло больше статей на втором или третьем курсах, а о том, кто будет чувствовать себя увереннее в профессии после выпуска» [16, с. 66].

Сама редакция «Журналиста» во все времена участвовала в деле подготовки журналистских кадров. Так, например, в 1928 г. была учреждена постоянная рубрика «Курсы заочного обучения», где помещались материалы по циклу информация (репортаж). В начале XXI века подобную миссию выполняла рубрика «Мастерская. Колледж». В 2012 г. «Журналист» совместно с факультетом журналистики МГУ с целью распространения лучшего опыта преподавания организовал конкурс для преподавателей журналистских дисциплин на лучшую методическую статью. Результаты конкурса были представлены на страницах журнала.

Особый интерес для будущих журналистов, несомненно, представляет организованное журналом «живое» общение с профессорами ведущих вузов страны, авторами известных учебников, интервью с Р. П. Овсяняном [15], Б. И. Есиным [9], С. М. Гуревичем [8], В. М. Гороховым [6], Л. Г. Свитич [19], Г. В. Лазутиной [13] и др.

Журнал «Журналист» всегда был дискуссионной площадкой не только по вопросам журналистского образования, но и целому спектру проблем, связанных с журналистским сообществом. Освещение же вопросов подготовки журналистских кадров на страницах «Журналиста» в 1920-е гг. и в первые десятилетия XXI века в очередной раз убеждает в том, что развитие журналистики, как и развитие журналистского образования, происходит по спира-

ли. При этом хочется верить, что изучение опыта журналистов прошлого сделает наши поиски современной модели журналистского образования не буквальным копированием пройденного, а четкой концепцией, основанной на понимании как современных реалий, так и собственной истории.

Л и т е р а т у р а

1. *Ажгихина Н.* Ясен Засурский — человек-факультет // Журналист. 2004. № 10. С. 8–11.
2. *Берлин П. А.* Очерки современной журналистики // История печати. Антология. Т. 2. М.: Аспект Пресс, 2001. С. 32–74.
3. *Вартанова Е.* Дилеммы и динамика журналистского образования // Журналист. 2016. № 2. С. 60–65.
4. *Вартанова Е.* «Свою лучшую книжку я хотела бы посвятить студентам факультета журналистики» // Журналист. 2011. № 7. С. 82–83.
5. *Гордеева Е. Ю.* Вопросы подготовки журналистских кадров на страницах журнала «Журналист» в первые десятилетия XX века // Журналистика в системе альтернативных источников информации / отв. ред. О. Н. Савинова. Н. Новгород: Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского, 2017. С. 33–43. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_29231235_39896218.pdf.
6. *Горохов В.* «Хорошая лекция — это пафос, эмоция, парадокс, увлечение» // Журналист. 2013. № 10. С. 76–77.
7. *Григоренко А.* Кабинет печати // Журналист. 1926. № 4. С. 50–51.
8. *Гуревич С.* «Печатай шаг — не упадешь» // Журналист. 2012. № 3. С. 81–83.
9. *Есин Б.* «Мы долго боролись с тем, чтобы не превратиться в ремесленный факультет» // Журналист. 2012. № 6. С. 80–82.
10. Журналист. 1914. № 1.
11. Журналист. 1923. № 4.
12. *Зич. Гижевец на практике* // Журналист. 1925. № 10. С. 44–45.
13. *Лазутина Г.* «Для профессионально-нравственного развития требуется работа души» // Журналист. 2011. № 9. С. 81–83.
14. *Морозова А.* «Современные студенты более амбициозны и требовательны» // Журналист. 2011. № 7. С. 62–63.
15. *Овсепян Р.* «Не всякое критическое выступление можно считать оппозиционным» // Журналист. 2012. № 2. С. 79–81.
16. *Панфилова А.* В защиту журфака // Журналист. 2009. № 8. С. 65–66.

17. Полухин А. «Метод проб и ошибок — единственный верный» // Журналист. 2011. № 8. С. 81–82.

18. Распопова С. Бакалавриат: теория или практика? К вопросу о западных направлениях журналистского образования // Журналист. 2013. № 10. С. 78–79.

19. Свитич Л. «Мне важно, чтобы мои студенты получали удовольствие от новых творческих знаний» // Журналист. 2013. № 4. С. 78–79.

20. Сергеев С. Нам столетье — не преграда! Летопись минувшего // Журналист. 2014. № 1. С. 86.

21. Тулунов В. Мифы и проблемы журналистского образования // Журналист. 2004. № 9. С. 66–67.

22. Фатеева И. А. Журналистское образование в России: теория, история, современная практика: дис. ... докт. филол. н. Екатеринбург: Уральский гос. ун-т, 2008.

23. Фатеева И. А. Журналистское образование в России: теория, история, современная практика: автореф. дис. ... докт. филол. н. Екатеринбург: Уральский государственный университет, 2008.

24. Фатеева И. А. К. П. Новицкий: у истоков профессионального медиаобразования // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. Вып. 11. С. 102–109.

А. А. Дорофеева

Северный (Арктический) федеральный ун-т им. М. В. Ломоносова

ПОДКАСТИНГ: НОВОЕ РАДИО В ИНТЕРНЕТЕ

Статья посвящена подкастингу как новой форме радио. В статье приводится ретроспектива появления подкастов и обзорно представлены платформы для их распространения. Автор обозначил базовые типы подкастов; проведен сравнительный анализ, в ходе которого выявлены отличия подкаста от традиционного и Интернет-радио.

Ключевые слова: подкастинг, радио, интернет-СМИ.

A. A. Dorofeeva

Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov

PODCASTING: A NEW RADIO ON THE INTERNET

The article focuses on the topic of podcasting as a new form of radio. The article provides a retrospective of the appearance of podcasts and presents platforms for their distribution. Also, the article identifies the basic types of podcasts and includes a comparative analysis which has revealed differences among podcast, traditional radio and the Internet one.

Keywords: podcasting, radio, online media.

С течением времени все информационные каналы претерпевают изменения в соответствии с требованиями пользователей. Редакции газет разрабатывают свои Интернет-аналоги в сети, создают мобильные приложения. Телеканалы загружают передачи в Интернет на такие видеохостинги как RuTube и YouTube. Тенденция ухода традиционных СМИ в Интернет очевидна, и ее уже не остановить.

Сложно сказать точно, как изменилось радио за последние 10-15 лет. Популярность радио в обществе с приходом телевидения значительно уменьшилась. Интернет нанес традиционным радиостанциям сокрушительный удар и при этом дал новую жизнь — через подкастинг. В книге Д. Губина «Бумажное радио. Прибежище подкастов: буквы и звуки под одной обложкой» подкаст определяется как симптом радио, инфицированного Интернетом [2, с. 1].

Изначально подкастинг был синонимом аудиоблога или любительского интернет-радио. Первым подкаст-сервисом принято считать iTunes от компании Apple, а сам термин является производным от broadcasting (широкое вещание) и iPod (суперпопулярный аудиоплеер от Apple) [1]. В июне 2015 г. компания отметила десятилетие с момента запуска первого подкаста. Со

временем подкастинг стал новым способом публикации медиапотоков (как правило, звуковых или видеопередач) в Интернете [2, с. 3-4]. Для удобства получения обновлений разработаны различные программные продукты, позволяющие автоматизировать загрузку новых выпусков на компьютер или смартфон. Подкастом может быть как отдельный аудиофайл, так и серия таких файлов, которая постоянно обновляется и имеет возможность подписки. Современные подкасты, как правило, имеют определенную тематику вещания и периодичность публикации [8, с. 104].

Фактическим прообразом подкастинга в России можно назвать аудиопроект самиздатовского журнала «Ура Бум-Бум!» — «Иллюзия независимого радио». Журнал издавался в Ростове-на-Дону в конце 1980-х годов под руководством Галины Пилипенко. У «самиздатчиков» не было возможности делать передачу на государственных радиоканалах. Редакция записывала и выпускала радиопрограмму «Иллюзия независимого радио» в домашней студии и тиражировала на бобинах и кассетах. Редакция распространяла передачу среди друзей членов редакции, бобины отправляли по всей России по подписке. Голосом «Иллюзии независимого радио» выступал Андрей Барышников. За все время существования «Иллюзии» было создано 4 выпуска программы [7].

Инициатива открытия первого подкаст-портала и хостинга в России принадлежит Василию Стрельникову. В 2004 г. он основал терминал подкастов “Russian Podcasting”. Как считает сам Василий, подкастинг начинается с желания поделиться чем-то интересным. До “Russian Podcasting” ведущий занимался проектом «Пиратское радио». Это была интернет-радиостанция, которая выходила в эфир в воскресенье ночью и продолжала традиции пиратских станций. Вскоре Василий решил усовершенствовать свою передачу и выходить в эфир вне времени — то есть записывать подкасты. Терминал подкастов закрылся в 2014 г. по причине падения популярности [4].

Сегодня существует бесчисленное количество сервисов, позволяющих загружать, распространять и скачивать подкасты.

Например, в магазине приложений Play Market от Google по запросу «подкаст» можно скачать более ста программ для мобильного телефона.

В статье «Как создать подкаст. 5 шагов как создать подкаст с нуля» ее автор Денис Довгаль определяет два типа подкаста. Первый тип — соло-подкасты, в которых участвует только непосредственно автор подкаста. В данном случае подкастер может в одиночку рассказывать о какой-то теме, делать обзор, проводить аналитику или отвечать на вопросы. Примерами соло-подкастов являются работы Дмитрия Губина — подкасты на разные темы в формате радиоэссе. Второй тип — интервью-подкасты, когда подкастер приглашает гостей и ведет беседу. В данном случае подкастер получает больше возможностей для расширения своей аудитории. Кроме того, каждый выпуск обязательно станет уникальным [3].

Как правило, подкастеры совмещают два типа подкастов в своих сериях. Таким образом они включают жанровое разнообразие в серию или создают динамику в рамках единичного выпуска. Некоторые исследователи выделяют еще несколько типов подкастов, подразделяя два вышеупомянутых типа: с одним ведущим, с несколькими ведущими, с приглашенными гостями, со звонками и так далее [5].

Как утверждает в одном из интервью создатель «Своего радио» Семен Чайка, у всех FM-станций есть вещание в Интернете [2, с. 1]. Но традиционное радио в интернет-пространстве и подкастинг — это не одно и то же. Чтобы понять, в чем разница, мы выделили шесть критериев, по которым выявили отличия:

- 1) как радиопрограмма выходит в эфир;
- 2) в какой форме она выходит;
- 3) как она распространяется для слушателей;
- 4) как она финансируется;
- 5) какие возможности предоставлены слушателю;
- 6) каким уровнем профессионализма обладает ведущий.

Эфир традиционного радио ведется из студии. Даже если передача записана заранее, аудитория услышит ее не раньше, чем она попадет в сетку вещания. В студии традиционного радио

установлено специфическое оборудование помимо компьютера: телефонный гибрид для звонков, устройство воспроизведения, информационное табло, акустические системы, бесперебойное питание, цифровая консоль для управления системой в целом. Данные технологии необходимы для работы радиостудии в штатном режиме [9]. Подкасты, как правило, записываются в домашних условиях. Для записи необходимы лишь компьютер с набором программ для записи и монтажа и микрофон. Иногда подкастеры строят звукоизоляционный угол, где размещают микрофон, что позволяет улучшить качество записи.

На традиционном радио есть возможность прямого эфира, когда трансляция сигнала происходит в реальном времени. Программы пишутся на ходу, без заготовленного плана или сценария. Это позволяет радио действовать наравне с другими массмедиа и конкурировать с интернет-СМИ. Подкастинг существует исключительно постфактум, так как передача всегда записывается заранее. Ключевое отличие подкастинга — вещание оффлайн. И хотя подкаст тоже может записываться без сценария, при монтаже автор вырезает ненужные куски, тем самым структурируя информацию. Однако новостной подкастинг со временем теряет свою актуальность. Из-за отсутствия возможности выйти в онлайн информация быстро устаревает.

Традиционное радио вещает на радиоволнах разного частотного диапазона. Передача информации происходит для неограниченного числа слушателей при помощи радиопередатчиков. Слушатель принимает сигнал на радиоприемник и таким образом получает информацию. Подкастинг имеет более узкий охват распространения, так как передачи распространяются путем загрузки в Интернет. Точно так же слушателю необходимо скачать выпуск, чтобы его прослушать. С появлением подкаст-платформ для аудитории стало доступно прослушивание онлайн — скачивать выпуски теперь не требуется.

Из всего выше перечисленного мы можем сделать вывод, что создание традиционного радио требует намного больших финансовых затрат, нежели создание подкастовых передач. Высокотехнологичное оборудование, радиочастота — все это требует

капитальных вложений. В то время как ноутбук и простенький микрофон может приобрести практически любой желающий. Это делает подкастинг доступным способом высказаться для тех, кому есть что сказать.

Способ распространения информации определяет поведение слушателя. Пользователь традиционного радио привязан к сетке вещания и ограничен в выборе передачи. Система подкастинга хороша тем, что слушателю представлен широкий спектр передач — он может выбрать те, что хочет слушать в любое время. Однако и на традиционном радио есть свои плюсы для слушателя — это возможность интерактива. Когда передача выходит в прямом эфире, аудитория является непосредственным ее участником. Слушатель может позвонить в студию и высказаться, не отходя от темы. Подкастер получает реакцию аудитории постфактум и не может выйти с ней на прямой разговор.

Традиционное радио — это продукт, требующий больших затрат, поэтому программы должны быть качественными, чтобы окупать производство. К ведущим и радиожурналистам предъявляются высокие требования. Человек у микрофона в студии в идеале должен обладать безукоризненной дикцией, грамотной разговорной речью, навыками написания журналистских материалов для радио и другими специфическими знаниями. В то же время запись подкаста доступна для любого желающего, так как ведущий сам обеспечивает себя оборудованием. Поэтому и уровень профессионализма кадров в области подкастинга значительно ниже, чем на традиционных каналах.

Существует заблуждение: подкастинг называют интернет-радио, и наоборот. Мы считаем нужным разобраться в отличиях этих схожих, но не тождественных понятий.

Первое, на что стоит обратить внимание: интернет-радио — это именно радиостанция, которая работает в формате традиционного радио, при этом используя для вещания технологию потокового вещания в глобальной сети Интернет [6]. Как и традиционное радио, интернет-аудио линейно. То есть пользователь либо слушает передачу, либо переключает канал (или вовсе выключает радио) [8, с. 105]. Далее, эфирная сетка интернет-радио

строится по принципу традиционного предшественника. Программы выходят в определенное время, у слушателя нет возможности вернуться к передаче. Но за счет широковещательной трансляции интернет-радио пользуется большей популярностью, нежели подкастинг с ограниченным количеством слушателей.

Подкастер не создает радиостанцию, а делает серию выпусков авторской программы. Интернет-радио, в отличие от подкастинга, имеет возможность выхода в прямой эфир. Радиостанция генерирует аудиопоток и загружает данные на сервер, откуда сигнал поступает к пользователям. Повторим, что подкаст загружают на специальные платформы, как отдельный готовый файл, а не сигнал для репликатора.

Таким образом, подкаст не является полным аналогом традиционного радио. Это совершенно иной формат передачи информации посредством аудиовещания. Подкастинг станет прекрасным продолжением и дополнением к традиционному радио, у которого, безусловно, есть настоящее и будущее. Это обусловлено доступностью формата, большим количеством возможностей его применения. Слушатели выбирают подкаст, потому что такая форма радиопередачи предоставляет им выбор: что слушать и когда. Эти три, на наш взгляд, основные характеристики позволяют сделать вывод о том, что формат подкаста отвечает современным потребностям общества, а значит, является актуальным и жизнеспособным.

Литература

1. Видео и аудио подкасты — разновидности и основные свойства // Сеодиз.ru. URL: <https://seodiz.ru/podcasts/>.
2. Губин Д. Бумажное радио. Прибежище подкастов: буквы и звуки под обложкой. М., 2012.
3. Довгаль Д. Как создать подкаст. 5 шагов как создать подкаст с нуля // Travel MBA. 2016. 6 марта. URL: <https://travelmba.net/blog/kak-sozdat-podcast-5-shagov-kak-sozdat-podcast-s-nulya-chast-2/>.
4. Интервью с Василием Стрельниковым // HardwarePortal. 2006. 11 дек. URL: <http://www.hwp.ru/Multimedia/Podcasting/index.html>.
5. Как записывать подкасты: полное руководство // Технология Силы. 2014. 18 авг. URL: <http://tcblog.ru/podcasting-for-beginners/>.

6. Колодкин В. Как начиналось интернет-вещание в мире и в России // Хабрахабр. 2014. 17 янв. URL: <https://habrahabr.ru/post/288944/>.

7. Пилипенко Г. Ростов питался «Иллюзиями независимого радио» // RostovNews. 2013. 31 авг. URL: <http://www.rostovnews.net/2013/08/31/rostov-pitalsya-illyuziyami-nezavisimogo-radio/>.

8. Попов А. В. Блоги. Новая сфера влияния. М., 2008.

9. Соколов С. Студийное оборудование для радиостанции // Broadcasting. 2015. URL: <http://www.broadcasting.ru/articles2/radiostob/stydiinoe-oborydovanie-dlya-radiostancii>.

В. Л. Кондратская, Д. И. Радаева
Крымский федеральный ун-т

ТРАДИЦИОННОЕ И НОВОЕ В СОЗДАНИИ ОБЛИКА СЕВАСТОПОЛЯ

Статья затрагивает важную для Крыма тему формирования историко-культурного облика региона и роли медиа в этом процессе. Авторы обращаются к понятию «культурная столица» и рассматривают историко-культурный потенциал как ключевой имиджеобразующий фактор в формировании представлений о городе Севастополе.

Ключевые слова: медиатекст, Крым, Севастополь, культурная столица, имидж региона, брендинг.

V. L. Kondratskaya, D. I. Radaeva
Crimean Federal University

TRADITIONAL AND NEW FEATURES IN THE CREATION OF SEVASTOPOL IMAGE

The article touches an important topic of the historical and cultural identity formation of the region and the role of media in this process.

The paper analyzed the concept of cultural capital and historical/cultural potential as a key factor in the image formation for the city of Sevastopol.

Keywords: Crimea, Sevastopol, cultural capital, the region's image, branding, media.

В настоящее время Севастополь находится на стадии интеграции в новое культурное пространство. С вхождением Севастополя и Крыма в новую реальность, очерченную социально-политическим пространством Российской Федерации, в истории и культуре города начался новый этап развития. На данном этапе севастопольская общественность решает важную задачу — это поиск новых подходов к формированию геокультурного ландшафта с выраженной национальной идентичностью.

Одной из важнейших проблем в процессе осуществления социокультурной деятельности в современном обществе является конструирование образа городов — территориальный брендинг, а также формирование пространства культурных столиц. Повышение интереса к имиджу страны на международном уровне предшествовало и дало основу для осознания актуальности бренда регионов, как внутри страны, так и за ее пределами.

Вопросы брендинга и его детализации, включенные в данное исследование, актуализированы благодаря работам Н. В. Бекетова [1], Ю. А. Запесоцкого [3], Г. Г. Почепцова [4]. Севастополь — город с уже интегрированным в современный коммуникационный дискурс имиджем. Изучая методологию брендинга города в социокультурном контексте, можно создать стратегию формирования имиджа Севастополя в российских и крымских СМИ, придать имиджу необходимую репрезентативность, конкурентную устойчивость, сохранить его культурно-ценностную значимость и обеспечить дальнейшее привлечение инвестиций в регион. Авторы данной работы ставят цель рассмотреть аргументы в пользу позиционирования Севастополя как новой культурной столицы.

Понятие «культурная столица» обладает незаслуженно мало изучено в науке. Теоретическое понимание культурных столиц зачастую относится либо к исследованию в области географии и рассматривается в плане культурного ландшафта (термин, который также незаслуженно практически не разрабатывается при изучении социальных коммуникаций), либо к исследованиям в области литературы, в частности к изучению Серебряного века русской литературы. Это был период в русской литературе, в котором и зародилось понятие «культурная столица». Чаще всего данное понятие используется в публицистике, в том числе в многочисленных публикациях о проекте «Культурная столица Европы».

Следует отметить, что современная наука обладает немалым количеством исследований проблем культурного бренда Севастополя. Тем не менее в том, что касается исследований культурного пространства Севастополя на стыке традиционных образов города и инновационной культурной политики, исследования сводятся к разрозненным упоминаниям о культурных образах города.

Здесь в очередной раз мы обратимся к вопросу о соотношении понятий «имидж» и «образ». В научной литературе часто ставится вопрос: может ли категория «имидж» быть составляющей дефиниции «образ». Известный российский публицист и исследователь в области культурологии Д. Н. Замятин считает, что понятие «образ» шире понятия «имидж». Исследователь дает определение образу как «максимально дистанцированному представлению реальности». По мнению автора, данный феномен способствует выявлению «рельефа» культуры [2]. К числу исследователей, уравнивающих понятия «имидж» и «образ», относится президент Коммуникационной группы Region PR Г. В. Шаталов. Г. Г. Почепцов рассматривает имидж как «свернутый текст» и относит его к числу коммуникативных единиц, посредством которых можно оказывать влияние на массовое сознание: «Работа с массовым сознанием отличается тем, что мы не можем передать, например, политика как сообщение в полном объеме, мы должны его трансформировать в соответствии с требованиями канала информа-

ции (для ТВ это одни возможности, для радио — другие, для газеты — третьи). Весь объем характеристик передать невозможно. По этой причине приходится ограничиваться лишь малой их частью» [4, с.179].

В научных трудах отечественных и зарубежных исследователей, посвященных созданию позитивного представления о городе, зачастую образ города предстает как ряд землеустроительных образований в историческом и культурном аспекте, однако редко фигурирует брендинговая и маркетинговая категория «имидж города». Однако имидж города как практическая среда применения маркетинговых технологий не укладывается в рамки управленческой работы с городом, исследуемое понятие связано с обликом города своей этимологией (от англ. image — образ). Имидж города как коммуникативная составляющая маркетинга территории должен рассматриваться в поликонтекстуальном аспекте, включающем в себя территориальную составляющую, историческую, культурную, коммерческую, экономическую, политическую и др.

Для примера: «северная столица» России — Санкт-Петербург — является мощнейшим культурным центром уже несколько веков. Однако, по нашему мнению, сегодня город не имеет единого бренда, единого графического отображения статуса территории, хотя знаменитая культурная столица обладает привлекательным культурно-ландшафтным потенциалом. Широко известны символы города: белые ночи, разводные мосты, Эрмитаж.

Медиа распространяют и внедряют в сознание общественности образы, сформированные на основании эмоционально окрашенных штампов, удовлетворяющих запросам общественности. Таким образом, имидж в дискурсе исследования культурной среды региона представляет собой смоделированный образ, информационный посыл которого используется в медиaprостранстве для упрощения восприятия. На наш взгляд, культурная событийность города должна освещаться традиционными СМИ, блогосферой, «гражданской журналистикой», социальными медиа. Изучая роль медиа в формировании и укреплении культурной среды региона, мы приходим к выводу, что современные глобаль-

ные медиа, опирающиеся на надежную методологическую базу, могут стать ключевым звеном в разрешении глобальных задач, стоящих перед культурой в целом. В связи с этим современные медиа должны ставить своей задачей поиск новых культурных моделей развития территорий, учитывая их ментальное наследие и инновационные тенденции. Сегодня существует теория организации локальных информационных ресурсов, основанная на специфической модели культуры территории. Данная модель имеет своей целью восстановление культурного потенциала территорий, формирование его значимости в массовом сознании, а также пропаганду бережного отношения к культурному наследию и создаваемому им облику региона. Таким образом, развитие культурного бренда местности, сохранение культурной среды региона невозможно без эффективного их отражения в современных массмедиа.

Рассматривать понятие образа региона, его позиционирование в качестве культурной столицы невозможно без опоры на понятие культурного концепта. Разработка культурного концепта Севастополя представлена в труде «Артефакты как составляющая культурного концепта Севастополь» Т. А. Яценко [5]. В культурологическом аспекте Севастополь чаще всего упоминается как военный город в публикациях, посвященных Крымской и Великой Отечественной войнам. В таких текстах чаще всего используются образ города-героя, города военной славы, державшего не одну оборону, базы Черноморского флота России. Для поддержания такого образа используются следующие топонимы и архонимы: хорошо укрепленный с моря, гигантские штольни; подземный город; склад боеприпасов, находящийся в штольнях горы Шампань; Малахов курган; 100-летие первой (1854–1855 гг.) героической обороны Севастополя; освобождение города от гитлеровцев; стадион флота «Легендарный Севастополь»; Херсонесский полуостров, адмирал Корнилов; адмирал Нахимов; князь Меншиков; адмирал Истомин; панорама «Оборона Севастополя»; Севастопольская бухта.

В ряде публикаций, посвященных Севастополю как объекту культурного наследия, чаще всего используются образ Севасто-

поля как культурной столицы и топоним Херсонес, собор имени Владимира Великого, акватория Севастопольских бухт и прочее. Публикации, раскрывающие тему культурных событий (выставок, концертов, мероприятий), характеризуют Севастополь в позитивном ключе и чаще всего опираются на следующие образы: Дом офицеров Черноморского Флота, Нахимовский район, народный ансамбль танца «Севастополь», театр, выставка, музей.

Нами проанализированы статьи, позиционирующие Севастополь как центр виноделия Крыма. Публикации относятся к позитивно влияющим на имидж и обращаются к упоминанию об Ассоциации виноградарей и виноделов города Севастополя. Тем не менее в ходе исследования были обнаружены статьи, негативно влияющие на образ города. Чаще всего к их числу относятся публикации на тему политической жизни города, санитарного состояния пляжей и качества дорожного покрытия в городе. Образ Севастополя в современной геокультурной среде представляет собой синтез историко-культурного наследия и инновационного брендинга при помощи таких культурных событий, как «Байк-шоу» и «Крым-Фест», музыкальный фестиваль «Золотая Балка», «Парусная неделя Севастополя», «Крымский военно-исторический фестиваль» и других.

Говоря в целом, культурная политика Российской Федерации определяет стратегии культурного развития Севастополя. Следует отметить, что в последние годы брендинг города военноморской славы государства находит новые векторы культурного позиционирования и имеет все шансы сформировать образ Севастополя как культурной столицы Крыма и России. Глобальные социокультурные изменения, имеющие под собой достаточные основания, могут стать сильным толчком к возрождению идеи идентичности культурного пространства и преумножению исторического наследия.

Литература

1. Бекетов Н. В. Имидж: ретроспективный и культурологический анализ феномена // Маркетинг в России и за рубежом. 2008. № 3. С. 20–26.

2. *Замятин Д. Н.* Геокультурный брендинг территорий: концептуальные основы // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. №. С. 11–23.

3. *Запесоцкий Ю. А.* Санкт-Петербург как объект бренд-менеджмента // Бренд-менеджмент. 2007. №. С. 166–171.

4. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефл-бук, 2013.

5. *Яценко Т. А.* Артефакты как составляющая культурного концепта Севастополь // Записки Таврического национального ун-та им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». 2011. Т. 24(63). № 1. Ч. 1. С. 206–213.

Ю. М. Коняева

С.-Петербургский гос. ун-т

КОМПОЗИЦИОННО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАПОМИНАНИЯ О ЧЕЛОВЕКЕ: БИОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ¹

В статье исследуется речевая репрезентация напоминания о персоне как особой речевой формы, направленной на реконструирование прошлого опыта в актуальных условиях. Выявляется, что напоминание о человеке в массмедиа актуализируется в связи с различными датами биографии. Описываются речевые особенности разновидностей напоминания о человеке: напоминания, обусловленного юбилейной датой, кончиной человека и годовщиной со дня кончины.

Ключевые слова: напоминание, речевой жанр, интеракция, биография, персональность.

¹ Исследование выполнено при поддержке гранта Президента Российской Федерации МК-5506.2016.6 «Личность творца в зеркале современной российской журналистики: модель ценностно-организующего речевого воздействия».

Yu. M. Konyaeva

St Petersburg State University

COMPOSITION AND STYLISTIC FEATURES OF REMINDER ON A PERSON: BIOGRAPHY ASPECT

The article investigates the “reminder on person” speech representation as a special speech form directed to reconstruction of past experience in present conditions. It is highlighted that the reminder on a person in mass media is actualized by various biography dates. Speech features of different types of a reminder on a person are described: the reminder caused jubilee year, death of the person and anniversary from the date of death.

Keywords: reminder, speech genre, interaction, biography, personality.

Способность памяти сохранять и воспроизводить события и впечатления прошлого, связывая их с настоящим моментом, активно изучается учеными [см.: 1; 2; 6; 7; 8 и др.]. Особая роль в этом процессе отводится массмедиа, которые рассматриваются не только в качестве канала распространения «коллективной памяти», но и как активный участник коммуникации, сохраняющий, актуализирующий и транслирующий массовой аудитории воспоминания о прошлом опыте [3].

Журналист в поиске ответов на актуальные вопросы современности обращается к прошлому, в частности — к прошлому персоны, известной массовой аудитории. Для трансляции воспоминаний, связанных с биографией значимых культурных и общественных деятелей, сформировался особый текстотип — напоминание о персоне, особенностью которого является установление связи настоящего момента с прошлым известной персоны и поиск в нем возможных решений острых социальных проблем современности [5].

Напоминание о персоне в СМИ отличает особая речевая структура, формирующаяся в результате взаимодействия разно-

уровневых языковых средств семантико-стилистических полей диалогичности, иллюкутивности, референтности [6]. Композиционное единство текстов образуют три интеракции: 1) мобилизация памяти адресата, 2) обозначение важности обращения к опыту персоны, 3) дополнение известных аудитории сведений о персоне.

Анализ материала показывает, что поводом для передачи воспоминаний о человеке чаще всего становятся значимые даты, актуализирующие имя персоны (юбилеи, годовщины, важные события, уход из жизни и проч.). Структура текстов напоминаний при этом не меняется, однако в зависимости от выбранного информационного повода и личности автора, от лица которого передаются воспоминания, наблюдаются различия в характере эмотивности и используемых языковых средствах. На примере медиатекстов разных лет, транслирующих воспоминания об известном музыканте и дирижере Мстиславе Ростроповиче, рассмотрим, какие речевые особенности характерны каждой разновидности напоминания о человеке: напоминанию, обусловленному юбилейной датой (Я исполню все // Российская газ. 2007. 27 марта), кончиной музыканта (Музыкант с мировым именем Слава // Коммерсантъ Daily. 2007. 28 апр.) и годовщиной со дня кончины («Очарованный струнник» // Невское время. 2012. 27 апр.).

Информация в текстах структурирована таким образом, чтобы мобилизовать внимание адресата через известные факты жизни музыканта, а далее обратиться к фактам и событиям менее известным, но более важным с точки зрения актуализации прошлого опыта.

Первая интеракция — **мобилизация памяти адресата**, объединяющая, как правило, заголовки и подзаголовки, является ответом на гипотетический запрос аудитории на воспоминание музыканта и строится по одной схеме:

1. Я исполню все
Сегодня исполняется 80 лет Мстиславу Ростроповичу (РГ);
2. Музыкант с мировым именем Слава
Умер Мстислав Ростропович (Ъ);

3. «Очарованный струнник»

5 лет назад скончался Мстислав Леопольдович Ростропович (НВ).

Заголовок в каждом тексте выполняет аттрактивную функцию: для привлечения внимания используются цитирование, языковая игра и трансформация прецедентного феномена, демонстрирующие авторизованность и адресованность текстов, а также обозначающие смысловую позицию третьего лица, отличную от позиции журналиста и читателя. Собственно информационный повод появляется в подзаголовке, при этом стоит отметить постпозицию номинации героя, выраженной сочетанием имени и фамилии, либо имени, отчества и фамилии. Временная актуализация информации для аудитории проявляется использованием различных средств выражения темпоральных значений: наречия *сегодня*, словосочетания *5 лет назад*, глаголов в форме настоящего (*исполняется*) или прошедшего времени (*умер, скончался*).

Тексты различаются отбираемыми для мобилизации внимания аудитории фактами: цитата в юбилейном посвящении (*Я исполню все*), обозначая разносторонность личности юбиляра, демонстрирует обращенность в будущее, добавляя торжественности информационному поводу; языковая игра на основе омонимии в некрологе (*Музыкант с мировым именем Слава*) в сочетании с эпитетом добавляет тексту минорной тональности, а трансформация прецедентного феномена («*Очарованный струнник*»), указывая на род деятельности, одновременно маркирует героя как часть великой русской культуры.

Вторая интеракция напоминания — ответ на вопрос о том, что **известно о человеке**, — нацелена на продолжение диалога с читателем, предоставляя информацию о том, каким запомнился герой публикаций. Здесь обнаруживаются значительные различия в зависимости от повода для воспоминаний. Рассмотрим несколько отрывков.

1. *80 лет* — возраст, с которым никак не ассоциируется образ *обласканного талантами маэстро*.

Когда-то Бальмонт назвал Прокофьева «*ребенком богов*», а сегодня так воспринимается Мстислав Леопольдович, получив-

ший, как он считает, «кусочек солнца» от Прокофьева. Конечно, ничего от других он не отрывал — *«кусочек солнца» ему был дарован от рождения*, подобно Бальмонту, Прокофьеву, Пушкину и всем *«легкокрылым» талантам русской культуры*.

Таких — *лучезарных, заразительно «молодых» и всесокрушающе обаятельных личностей* в нашей культуре действительно *немного*.

В России ведь актуально быть *«недопонятым», «недооцененным», «недослышанным», следовательно, принципиально необаятельным, нелегким, некоммуникабельным*. (РГ)

2. *Через месяц после своего 80-летия* в одной из московских больниц скончался Мстислав Леопольдович Ростропович — *виолончелист, дирижер, лауреат бесчисленных наград и почетных званий, которых его удостоил буквально весь мир*. Но его творческая биография оказалась настолько тесно связанной с историей России, что без имени Ростроповича не представишь себе ни историю музыки, ни нашу историю XX века.

Известие о смерти *пришло* — и в голове первым делом *мелькают* две мысли. Первая — *наверное, благо, что юбилей все-таки состоялся, что еще одну дань уважения, какой бы официальной она местами ни казалась, он получил при жизни*. Вторая, *почти абсурдная в таких обстоятельствах, — а что же теперь будет, например, с конкурсом им. Чайковского, президентом которого в этом году Мстислав Леопольдович должен был быть?* Мысль *спонтанная, почти бессмысленная и мелочная, но все же показательная: мы привыкли, несмотря ни на что, до последнего рассчитывать на него, на его слова, на его присутствие*. Просто потому, что в этом присутствии было нечто *экстраординарно важное, без чего нельзя обойтись*.

Он заслужил это без всякого *позерства* и без всякой *рисовки*, оставаясь самим собой, тем самым *«Славой»*, которым все его знали до последнего: *улыбчивым, приветливым, удивительно непосредственным, добродушным, даже до странности не похожим по своей обычной манере общаться на пожилого гения, который прославлен по всему миру и об этом знает (что ничуть не мешало тому, что музыкантом он всегда был редкостно харизматичным)*.

А также, конечно, *совестливым, безукоризненно нравственным, скромным и вообще поразительно цельным человеком*, которого все уважали и на которого ориентировались: когда в качестве ориентира, причем для всех, выступает не только исполнительская гениальность, но и сама личность музыканта, его поведение — и публичное, и почти обыденное, — это все-таки случай, который не назовешь *иначе как уникальным*. (Ъ)

3. Нас *познакомил* мой старый друг — замечательный художник Марк Клионский. В июне 1994-го он, бывший ленинградец, прилетел сюда из Нью-Йорка, чтобы подарить Русскому музею портрет Ростроповича. Мстислав Леопольдович тоже тогда оказался на невском берегу. И вот, дорогой читатель, в Мраморном дворце перед началом торжественной церемонии Марик представил меня маэстро, а тот живо протянул руку: — Очень приятно! Слава... Между прочим, всемирно знаменитому «Славе» было уже шестьдесят семь. Потом, хитро улыбнувшись, он молвил:

— Слыхали новый анекдот? Утро... Галина Вишневецкая обращается к своему мужу Ростроповичу: «Слава! Ты сегодня ночью, когда храпел, на втором такте так сфальшивил!» А еще есть другой, тоже свеженький. Двое беседуют: «Ты знаешь, друг моего отца, директор музыкальной школы, обещал моему родителю, что гадом будет, а сделает из меня Ростроповича...» — «И что?» — «Что-что! И он — гад, и я — не Ростропович!...»

Вот такое получилось у нас знакомство: от хохота... я чуть не рухнул на паркет славного творения Антонио Ринальди... (НВ)

Во всех анализируемых текстах перед нами предстает неординарный человек. При сравнении мы видим много пересечений и повторяющихся деталей: персональность характеризуется выделением одних и тех же черт характера (простота, обаяние, добродушие, приветливость, чувство юмора и др.), а также многократным упоминанием принадлежности к музыкальной профессии (*маэстро, виолончелист, дирижер, музыкантом* и др.); иллокутивность текстов различными способами выражения оценочных значений подчеркивает величину личности (*обласканного талантами маэстро, лучезарных, заразительно «молодых» и всеокрушающе обаятельных личностей*,

лауреат бесчисленных наград и почетных званий, пожилой гений, музыкантом он всегда был редкостно харизматичным, всемирно знаменитый «Слава» и др.). Различие в текстах проступает в характере эмотивности.

Юбилейное посвящение характеризуется торжественностью: этому способствуют упоминание даты (80 лет), обилие положительно окрашенных эпитетов (обласканного, «легкокрылым», лучезарных, заразительно «молодых» и всесокрушающе обаятельных и др.), сравнение с великим композитором Прокофьевым, указание на уникальность личности (Таких... в нашей культуре действительно немного), преобладание глаголов настоящего времени.

Некролог пронизан горечью, известие становится таким неожиданным, что оставляет много нерешенных вопросов: это находит отражение и в присутствии вопросительных предложений, и в использовании вводных слов со значением неуверенности (*наверное*). На лексическом уровне неожиданность выражена лексемами со значением неоднозначности и быстроты (*мелькают, спонтанная, бессмысленная, абсурдная* и др.). На первый план в тексте выходит желание высветить все те качества, что навсегда потеряны с уходом выдающегося человека: этим объясняется обилие эпитетов, которыми наделяется музыкант, в сочетании с глаголами в форме прошедшего времени.

В посвящении, написанном через пять лет после кончины музыканта, горечь утраты уходит из текста, уступая место светлой грусти, через которую просматриваются жизнелюбие и оптимизм. Текст лично окрашен за счет повествования от первого лица и многочисленных диалогических включений. Автор — современник, хорошо знакомый с героем, поэтому основной упор здесь сделан на то, чтобы показать Ростроповича-человека. Этому во многом способствуют мемуарный характер подачи сведений, детали, характеризующие, а не называющие прямо все те же качества героя. Прямая речь придает тексту живость, а анекдотические включения позволяют забыть про грустный информационный повод, оценив именно человеческие качества известного музыканта.

В завершении второй интеракции в каждом тексте просматривается надежда на продолжение коммуникации с аудиторией, заинтересованной в **дальнейшем напоминании о герое публикаций**, которое подается в третьей интеракции. Каждый из текстов содержит напоминание о фактах биографии Ростроповича, расположенных таким образом, чтобы подтвердить сформированный на основе предыдущего текста образ, обогатив его новыми красками: детство и обучение музыке, встреча с Г. Вишневецкой, взаимоотношения с А. Солженицыным, эмиграция, участие в защите Белого дома в 1991 г. и др. Различия в репрезентации фактов биографии просматриваются в тональности, а также в степени детализации фактов, которая увеличивается в соответствии с авторской интенциональностью и отдалением описываемых событий от настоящего момента. Рассмотрим это на примере репрезентации взаимоотношений М. Ростроповича и А. Солженицына.

Поскольку цель юбилейного посвящения — напоминание о современнике, то биографические сведения обозначаются лишь пунктирно, без подробностей: «*Многие ли захотели бы рисковать жизнью вместе с защитниками Белого дома в 91-м году или **наперекор власти ютить** в собственном доме **главного диссидента страны?**» (РГ). В тексте на первый план выходит стремление сформировать образ героической личности, которая противопоставлена *многим*, не боится трудностей и готова отстаивать свою позицию (*наперекор власти ютить... главного диссидента страны*). Для этого использован риторический вопрос, в котором объединяются два факта биографии (участие в защите Белого дома и помощь Солженицыну), подтверждающих активную гражданскую позицию Ростроповича.*

В некрологе важно напомнить о вкладе Ростроповича в культурную и общественную жизнь страны, поэтому тот же факт обрамлен совершенно иной модальной рамкой: «*Видимо, во все учебники войдет история о том, как оперная певица и виолончелист на глазах у всего мира задирали великий и ужасный брежневский КГБ, скрывая на своей даче Александра Солженицына и публично выступая в его защиту*, и в результате

вышли победителями. За это *пришлось заплатить изгнанием* из страны в 1974-м, затянувшимся на 16 лет, но само *изгнание это выглядело скорее моральным триумфом*» (Ъ). Вводное слово со значением неуверенности *видимо* вводит гипотетически возможное действие (глаголом будущего времени *войдет*). Репрезентация самого факта обрастает рядом важных с точки зрения фактологической точности деталей, о которых необходимо напомнить в связи со случившимся: *скрывая на своей даче, а не просто в доме, публично выступая в защиту, пришлось заплатить изгнанием* и др. В совокупности именно эти детали указывают на деятельность музыканта, формируя его портрет.

Третий текст отличает личностная окрашенность, поскольку автор рассказывает о хорошо знакомом человеке. Это добавляет эмоциональности и хронологически структурирует напоминание: *«Он был уже лауреатом* не только Сталинской, но и Ленинской премий, народным артистом СССР, *всемирной знаменитостью — и вдруг ощутил ледяной холод, рванувший из-за зубчатой кремлевской стены. Потому что вместе с женой выбрал в друзья бунтаря-Солженицына, а когда того исключили из Союза писателей и начали преследовать, супруги даже приютили Александра Исаевича на своей даче. Кроме того, весной 1972-го* Ростропович вместе с Сахаровым, Галичем, Кавериним, другими деятелями науки и культуры *подписал два обращения в Верховный Совет СССР: об амнистии осужденных за убеждения и об отмене смертной казни... Им начали срывать концерты и записи на радио, отказывать в зарубежных гастролях. В мае 1974-го* вначале Мстислав Леопольдович, а затем и Галина Павловна с дочерьми *покинули советское отечество»* (НВ). Темпоральные маркеры наделяют напоминание важными вехами (*весной 1972-го, в мае 1974-го*), которые необходимо сохранить в памяти. Иллокутивное значение накладывается на номинации (*всемирной знаменитостью*), а также на действия героя и его окружения (*выбрал в друзья бунтаря-Солженицына, начали срывать, покинули советское отечество* и др.). Именно в третьем тексте, отсто-

ящем от события во временном плане, важность приобретает хронологическая точность при передаче биографических данных, призванная актуализировать действия персоны по отношению к настоящему моменту.

Таким образом, напоминание о персоне в массмедиа связано со стремлением стимулировать ментальную деятельность аудитории, поэтому оно чаще всего актуализируется в связи с различными датами биографии вспоминаемого человека. Воздействующая сила напоминания значительна, поскольку оно помогает сформировать общее смысловое поле автора и аудитории, в котором утверждается коллективное «мы», имеющее общее прошлое и общие культурные нормы.

Композиция напоминания о персоне формируется средствами жанровых категорий диалогичности, персональности, иллюкативности напоминания. Модель речевого жанра напоминания структурируют три интеракции: первая отвечает на вопрос о поводе, вызвавшем воспоминания о личности; во второй передается общая информация о том, чем запомнилась персона; третья более подробно рассказывает, что в деятельности персоны значимо сегодня и заслуживает осмысления. При этом тональность напоминания дифференцируется в зависимости от информационного повода: юбилейные посвящения отличаются торжественностью, некрологам характерна тональность скорби, которая со временем переходит в легкую грусть, наполняющую тексты напоминаний о важных датах ушедших деятелей. Информационный повод накладывает отпечаток и на репрезентацию биографических сведений: в некрологах и юбилейных посвящениях факты подаются пунктирно, в то время как в текстах напоминаний об ушедших хронологическая точность и детализация становятся важными для поиска ответов на актуальные вопросы современности.

Литература

1. Ассман А. Длинная тень прошлого: мемориальная культура и историческая политика. М., 2014.

2. Ассман Я. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М., 2004.

3. Ассман Я., Ассман А. День вчерашний в дне сегодняшнем. Средства массовой информации и социальная память // Реальность медиа. Введение в науку о коммуникации. Вопн, 1994.

4. Дускаева Л. Р. О жанровых текстовых категориях // Жанры речи. 2016. № 2.

5. Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М. Речевой жанр «Напоминание о персоне» в медиадискурсе // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. А.Г. Пастухов. 2016.

6. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.

7. Рикер П. Память, история, забвение. М., 2004.

8. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М., 2007.

М. В. Ливанова

Смоленский гос. ун-т

**ВНЕ ВРЕМЕНИ:
КОНСЕРВАЦИЯ БРЕНДА
КАК МЕДИСТРАТЕГИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГАЗЕТ**

В статье сопоставляются результаты исследования шестнадцати региональных государственных газет Центральной России в 2012 и 2017 гг. Трансформация типологической модели и продвижение контента в социальных медиа не изменили их представления о социальной миссии. Издания сохраняют традиции партийно-советской печати, несмотря на появление новых общественных запросов и практик.

Ключевые слова: региональные государственные газеты, бренд, социальные сети, контент-стратегия, миссия.

M. V. Livanova
Smolensk State University

**BEYOND THE TIME:
BRAND PRESERVATION AS A MEDIA STRATEGY
OF REGIONAL OFFICIAL NEWSPAPERS**

The article compares the results of studies of sixteen regional official newspapers in Central Russia in 2012 and 2017. Transformation of the typological model and promotion of content in social media have not changed the representation of their social mission. The newspapers preserve the traditions of Soviet party press despite the emergence of new public inquiries and practices.

Keywords: regional official newspapers, brand, social networks, content strategy, mission.

Обязательным сегментом российской медиасистемы сегодня являются региональные «газеты власти» — издания с функциями публикатора официальных документов местных органов законодательной и исполнительной власти, информационного сопровождения ее политики и создания позитивного имиджа.

Газеты-публикаторы издаются во всех 85 субъектах РФ. Парадоксальность их функционирования состоит в том, что, будучи компонентом региональной системы СМИ, они существуют вне рыночной сферы, но создают в ней недобросовестную конкуренцию, имея бюджетное финансирование. Их аудитория не представляет интереса для рекламодателей, так как большая часть тиража распространяется по служебной (обязательной) подписке.

Перспектива приватизации государственной прессы, предложенная в 2010 г. президентом Д. А. Медведевым, потребовала интенсивной трансформации типологической модели. Данный процесс был проанализирован в 2012 г. на материале «газет власти» и их сайтов (16 из 18 изданий Центрального федерального округа кроме Москвы и Московской области) [5]. Повторное

обращение к исследованию тех же изданий спустя пять лет обусловлено интересом к функционированию брендов официальных изданий в условиях кардинально изменившейся медиасреды (с развитием социальных медиа и гражданской журналистики). Бренд СМИ рассматривается как коммуникационный компонент редакционной стратегии, важнейший элемент конкурентоспособности СМИ; его атрибуты включают в себя имя, контент, позиционирование, продвижение в аудиторию [1, с. 4].

В перечне сегодняшних изданий-публикаторов ЦФО выделяются три группы: 1) газеты, унаследовавшие известные бренды областной партийной печати, нередко «консервируя» до сегодняшних дней их названия, отмечающие 100-летие своего создания (их шесть); 2) созданные в 1990–1991 гг. на волне демократизации; 3) появившиеся после 2000 г. в связи с усилением государственной информационной политики по мере выстраивания вертикали власти. Сегодня все газеты продолжают выходить.

Если в 2012 г. издания стремились преодолеть рамки официоза и перейти в нишу массовых общественно-политических газет, изменив формат на А3, снизив периодичность до еженедельной и выпуская тематические приложения, то в 2017 г. картина несколько меняется: семь газет вернулись практически к ежедневному выходу (четыре-пять раз в неделю), еженедельный график остался лишь у четырех изданий. Резко, более чем в два раза, упали «бумажные» тиражи (с 15–20 тыс. до 4–6). Высоким (свыше 20 тыс.) остались тиражи только еженедельных выпусков. Газеты вернулись к «чиновному» формату А2 (или комбинируют его с А3) по ассоциации с качественными изданиями. В выходных данных появилось примечание: «Редакция не всегда разделяет мнение авторов публикуемых материалов». Все издания позиционируют себя как «областные общественно-политические».

Принятые в субъектах программы реализации государственной политики в сфере печати и массовой информации указывают на главные задачи: информационное обеспечение деятельности губернатора и администрации, создание положительного имиджа региона. В то же время в уставе «Липецкой газеты» есть

утверждение: «Газета рассчитана на массового читателя и не является исключительно выразителем интересов и позиций каких-либо органов государственной власти, какой-либо политической партии, движения или религиозной конфессии» [6]. Не менее противоречивы слоганы изданий, указывающие на очевидный разброс в их типологической ориентации: от «Всегда есть что почитать», «Подпишись и читай», «Правда в твоих руках», «Читайте про себя» до «Не только старейшая, но и респектабельнейшая газета области, сохраняющая верность лучшим традициям русской печати», «Газета для думающего читателя».

Если в 2012 г. поиски типологической ниши проходили в координатах официоз — массовое издание, то в текущий период, отвечая задачам предвыборной повестки президентской кампании 2018 г., отдельные издания «поднимают планку», стремятся покинуть переполненную нишу региональных массовых изданий и претендуют на звание качественных, опираясь на внешние признаки (дизайн, визуализация, репертуар тем) и влияние, обусловленное статусом учредителя. В 2016 г. «Воронежский курьер» вошел в число 10 лучших газет России по версии журнала «Журналистика и медиарынок», Ассоциации независимых региональных издателей и СЖ РФ.

Наиболее отчетливо следование вызовам времени отразилось в произошедших за пять лет изменениях в области использования цифровых технологий. Чтобы сохраниться, печатным СМИ необходимо внедрение мультимедийных форматов. Сегодня читатель воспринимает газету, сайт и страницу в соцсетях как единое целое, создающее информационную картину дня.

Модернизация коснулась сайтов всех изданий. Появились многофункциональные порталы («Тверская жизнь», костромская «Северная правда», «Тамбовская жизнь»), предлагающие версию в формате PDF, видео, фотогалерею, архив, мобильные приложения, функцию «предложить новость» и др., что обеспечивается потенциалом медиахолдингов. Но, как и в 2012 г., контент, кроме новостной ленты, остается фиксированным, а его изредка встречающееся разнообразие (авторские колонки, блоги) преподносится журналистами как гарантия качества. Отсутствуют

интерактивные сервисы (комментарии, форумы), а те, что были созданы пять лет назад, прекратили существование (возможно, из-за критических высказываний в адрес учредителя, как случилось с форумом «Смоленской газеты»). Сайты не являются диалоговыми площадками для создания и поддержания комьюнити. Возрастная аудитория этих изданий по традиции предпочитает печатную версию. Некоторые издания отказались от развития сайта (их аудитория растет слабо) и сосредоточены на работе в соцсетях. Все 16 газет имеют аккаунт сети «ВКонтакте», на втором месте Facebook (11 газет), Twitter (9), и лишь семь присутствуют в «Одноклассниках», что свидетельствует о поисках другой аудитории. Пять газет создали канал на YouTube.

Активность редакций в соцсетях полярно различается: подписчиками «ВКонтакте» могут быть 45 человек («Владимирские ведомости») и 4500 («Северная правда», Кострома); Facebook — 10 человек («Белгородские известия») и 2200 («Северный край — Ярославский регион»). По-прежнему доминирует трансляция в сеть новостной ленты и фотоконтента сайта, отдельных материалов печатной версии. Сайт «Брянской учительской газеты» (публикатора), созданный позже всех, в 2015 г., до сих пор не содержит локальных новостей, но сообщает практически ежедневно о таких календарных датах, как Всемирный день зрения, День музыки (учителя, пожилых людей, вегетарианства, отоларинголога), День без автомобиля и др., включая день рождения президента РФ. В итоге газеты «переносятся» в соцсети, но нет обратного движения — из соцсетей в газеты. При этом издание может быть представлено в максимальном наборе новых медиа, но не использует возможности интерактива.

Контент соцсетей даже при низкой активности (редкие комментарии, вопросы, результаты опросов, предложенные инфоповоды) не дополняет печатную версию: «принт», сайт и группа существуют обособленно. «Газеты власти» игнорируют и локальные сетевые сообщества своих городов «Подслушано в...» и «Важное в...», обсуждающие (и по мере сил — решающие) актуальные проблемы повседневной жизни без участия официальных властных структур. Редакции лишь адаптируют привычные методы

деятельности к новой цифровой медиасреде. Аудитория газет не становится сообществом, а сетевые сообщества не приходят в газету, так как они сосредоточены на разных площадках.

Интерактивность проявляется лишь в развитии социальных проектов в печатной версии и на сайтах: «Кризис-центр» (как выжить), «Мы и другие» (толерантность), «Народная экспертиза» (качество продуктов) в расчете на переход из соцсетей на сайт.

С трансформацией типологической модели и привлечением потенциала новых медиа «газеты власти» реализуют концепцию «социального времени» в процессе создания контента. «Через образ времени журналисты осуществляют социальное ориентирование аудитории, создают модель социальной действительности, синхронизируют разрозненные темпоральности социальных групп, интегрируют общество, обозначают ценностные платформы россиян» [2, с. 134].

В контент-стратегии газет-публикаторов отмечены следующие особенности:

преобладание «термин-журналистики», по определению А. Колесниченко [4, с. 21], (от нем. *termin* — срок, дата, мероприятие) в ущерб наметившейся антропоцентричности. Заметки и отчеты о церемониях — встречах, награждениях, заседаниях, чествованиях и др. мероприятиях с участием губернатора и региональной администрации — доминируют в информационной повестке. Основной практикой остается административно-совещательная, информирование без обсуждения. Презентационность и раздача символических статусов (о чем написали — то и важно) отсылает к традициям советской печати;

тяготение к позитивным новостям, в наибольшей степени характерное для газет со 100-летней историей. В преддверии президентских выборов 2018 г. инициатива «готовить позитивные информационные поводы для улучшения социального самочувствия россиян под условным лозунгом “Жизнь налаживается”» принадлежит Администрации президента (по сообщению портала Republic.ru со ссылкой на BBC от 4 октября 2017 г.). Редакции анализируемых газет следовали данному тренду задолго до того. Бывший редактор независимого издания, ныне возглавля-

ющий «Тамбовскую жизнь», утверждает, что «начинать хорошо, действительно, вот с таких газет, которые режут правду-матку, которые на этой почве достаточно хорошо продаются. Делать позитивные новости гораздо сложнее, это другой уровень журналистики» [8];

консервация языка и стиля советских изданий в презентации публикаций. Заголовки «Хранить бесценное богатство», «С душой о новом урожае», «Сверяем курс», «По труду и зарплата», «С надеждой на будущее», «Веление времени», «Все лучшее — детям» и т. п. демонстрируют приверженность штампам с утраченной семантикой. Имитация разговорной речи в манере сказовой прозы, прием инверсии использованы в тексте под фотографией механизатора на первой полосе «Орловской правды»: «Уборочную пору ждет всегда с нетерпением, готовится к жатве загодя — каждую деталь в своем тракторе заботливо перебирает, понимая, что от надлежащего ремонта судьба урожая зависит» [7].

В 2012 г. было отмечено, что за переоценкой роли «газет власти» первого периода модернизации не последовало переосмысления представлений о новом качестве социальной миссии. Этот вывод не потерял актуальность.

Формулируя свою миссию как «информационное сопровождение региональной политики», газеты одновременно пытаются минимизировать репутационные риски, связанные с негативным восприятием имиджа их учредителя со стороны аудитории. Об этом свидетельствуют перенесение официальных документов в приложения, курс на антропоцентричность, осовременивание дизайна, активность в социальных сетях и другие элементы медиастратегии, включая отсутствие слов «официальная» и «государственная» в логотипе.

Функциональное предназначение журналистики — вырабатывать социально значимые смыслы в результате коллективного обсуждения — по-прежнему остается недостижимым.

Для анализа причин представляется продуктивным использовать хронотоп как средство обнаружения социально значимого смысла и метод воспроизведения реальности журналистикой. Исследователь В. Витвинчук, изучая эволюцию

представлений о социальной миссии российской журналистики в XIX–XXI вв., отметил, что представленная в СМИ социальная реальность менялась от антропоцентрической (XIX в.) до политико-идеологической (советский период) и сегодня трансформировалась в имплицитную (выражается в доминировании индивидуальных представлений о социальном времени и пространстве) [3, с. 9].

Современные «газеты власти» как наследники традиций партийно-советской печати создают образ социальной реальности второго типа, обращаются к опыту прессы XIX в. в освоении социальной проблематики и оказываются чужеродными в среде новой аудитории новых медиа с их специфическими социокультурными маркерами. «Газеты власти» существуют вне актуального «настоящего» времени, процесс воспроизведения социальных структур и практик формально обозначен новостями «термин-журналистики». Артикулируется единственно возможная для издания позиция учредителя.

Между тем пресса, не искажающая социальную действительность, необходима прежде всего самой региональной власти для ориентации в событиях, понимания общественных запросов. Однако этого не происходит: так, ни одна из 16 исследованных газет не освещала акции, организованные Фондом борьбы с коррупцией 26 марта 2017 г. — даже в тех городах, где они были согласованы.

Литература

1. Асмус А. В. Бренд газеты как коммуникационный компонент редакционной политики: автореф. дис. ... канд. филол. н. М., 2009.
2. Байдина В. С. Методологическая функция категории «социальное время» в теории журналистики // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. 2012. №4 (20). С. 130–135.
3. Витвинчук В. В. Социальная миссия российской журналистики: эволюция методов творческой деятельности: автореф. дис. ... канд. филол. н. Екатеринбург, 2013.
4. Колесниченко А. В. На лицо красивые, а внутри... // Журналистика и медиарынок. 2017. № 8. С. 19–23.

5. Ливанова М. В. Региональные «газеты власти» в медиапространстве // Бизнес. Общество. Власть: электронный журнал научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ. 2013. № 14. С. 42–49. URL: <http://www.hse.ru/mag/27364712/2013-14/83292542.html>.

6. О проекте устава редакции областной газеты «Липецкая правда» // ЦФО-ИНФО — портал Центрального ФО России. URL: <http://www.cfo-info.com/615100>.

7. Орловщина — хлебный край // Орловская правда. 2017. 6 окт.

8. «Тамбовская жизнь», издание со 100-летней историей, переживает второе рождение // БЕЗФОРМАТА.RU. URL: <http://tambov.bezformata.ru/listnews/tambovskaya-zhizn-izdanie-so-100/53989967>.

А. М. Малахова

Северный (Арктический) федеральный ун-т им. М. В. Ломоносова

РАЗВИТИЕ ЖАНРА «ИСТОРИЯ» В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЕ

В статье рассматривается жанр «история» в современной медиакультуре сквозь призму литературы, кино и журналистики. Автор определил социокультурные условия востребованности и развития жанра «история», а также изучил историю его возникновения в медиапространстве.

Ключевые слова: жанр, жанр «история», «стори», герои, сюжет, реальные истории в медиакультуре.

A. M. Malakhova

Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov

THE DEVELOPMENT OF A STORY GENRE IN THE MODERN MEDIA CULTURE

The article reviewed the story genre in the modern media culture in context of literature, cinema and journalism. The author found so-

cial and cultural circumstances of the story genre development, and studied the story of the genre in the media sphere.

Keywords: story, character, plot, documentary story, media culture.

Жанр истории востребован во многих ключевых сферах медиакультуры: кино, телевидение, литература и журналистика. В течение жизни мы слышим, читаем, смотрим и пересказываем тысячи историй, рассказываем их каждый день, но сочинить интересную и действительно «цепляющую» историю не так уж просто. Те, для кого создание хорошей истории — важная часть профессии, должны глубоко и ясно понимать предмет, о котором хотят рассказать, а потом облечь свою интерпретацию в нарративную форму.

«История» как киножанр изучена в работах сценаристов Р. Макки, Д. Труби, А. Митты и др., как литературный жанр в форме рассказа или новеллы — в многочисленных литературоведческих публикациях, однако крайне редко «история» анализируется как жанр журналистики.

Основы классической композиции сюжета заложил Аристотель в трактате «Поэтика». Простейшая структура любого произведения или истории выстраивалась следующим образом: завязка —> кульминация —> развязка [1]. В современной литературной критике к основным стадиям также добавляют экспозицию и развитие действия. Аристотель говорил исключительно о драматургическом произведении, в частности о трагедии. Говоря о пьесе, Аристотель выделял в ней лишь «начало, середину и конец». Сегодня распространена пятичастная структура «истории»: экспозиция —> завязка —> развитие действия —> кульминация —> развязка [3]. Большинство сюжетов древности так или иначе были основаны на реальных событиях. Современные произведения литературы и художественно-публицистической журналистики также строятся на документальных основах.

Американский сценарист и преподаватель Р. Макки отмечает, что «осторожные неопытные авторы подчиняются правилам, ма-

лообразованные бунтари их нарушают, а мастера совершенствуют форму» [2, с. 9]. Мышление человечества меняется вместе с его историей, и то, что было интересно людям вчера, сегодня уже не будет иметь никакого смысла. При этом остается некий архетип, который может быть понятен представителям любой культуры и времени: «архетипическая история раскрывает универсальный опыт человека посредством уникальных средств выражения, соответствующих определенной культуре. Стереотипной истории, напротив, присуща скудость содержания и формы» [2, с. 9–17]. Зачастую подход к подаче так же важен, как и сама суть истории.

Сценарист Д. Труби опровергает классическую триаду Аристотеля, заявляя, что любая сцена сюжета может являться завязкой, кульминацией и развязкой или же всем перечисленным одновременно. Четкое деление истории на три части неизбежно превращает ее в набор эпизодов, и в итоге сюжет лишь местами «цепляет» аудиторию [6, с. 7]. Р. Макки и Д. Труби пишут о важности отхода от стереотипов и поиска уникальности любой истории. Хорошая история собирается из сотен, если не тысяч компонентов, с помощью широкого набора методик. История должна восприниматься как нечто естественное, ощущаться единым целым до развязки. Люди обнаруживают самих себя, разглядев собственные черты в предлагаемых персонажах и возникающих между ними конфликтах, — в этом и есть залог успешной истории [2, с. 15–16].

Журналистская «история» вобрала в себя элементы из кинематографических и литературных «историй». Главное преимущество киноистории — визуализация, а литературной — красочное описание. Когда читатель погружается в журналистский текст, ключевым звеном которого является история, у него не должно возникать трудностей с представлением описываемых событий. И в кинофильме, и в литературе, и в журналистском тексте в структуру истории входят: личность героя, произошедшие с ним события и нравственный вывод. Это то, из чего складывается основа истории во всех направлениях.

Журналистская история существует в разных формах, жанрах и видах. В медиакультуре существует такое понятие как сторител-

линг, которое активно применяется в маркетинге, психологии и журналистике. Маркетологи называют сторителлинг приемом, который помогает передавать информацию и транслировать смыслы посредством рассказывания историй, тем самым эффективно мотивируя человека к конкретному действию. Журналистский сторителлинг характерен для деловых и корпоративных СМИ — это могут быть истории об успехе компании или отдельных личностей. Важна краткость, но при этом яркость и понятность. В психологии сторителлинг считают метафорой, так как его основа — аналогии. Человек сталкивается с такой ситуацией, когда ему нужно сделать какой-либо выбор и принять решение, и он ищет совета, если не у своих друзей и родных, то в медиапространстве, где он находит историю, ему близкую и понятную. Данная методика активно изучалась австралийским философом Д. Армстронгом: истории значительно легче воспринимаются, они более увлекательны и интересны, чем логические доводы и сухие рассуждения [7].

Сегодня в медиапространстве активно создаются новые платформы с целью поведать аудитории реальные истории. Например, интернет-журнал «Такие дела», цель которого — вернуть читателю «человека». В фокусе внимания материалов-историй — люди и судьбы на фоне мировых и локальных вопросов. Они не рассказывают о политике и экономике, они рассказывают о том, как политика и экономика отражаются в жизни конкретного человека. Другой пример — интернет-портал «Лаборатория “Однажды”» Д. Соколова-Митрича, специализирующегося в области story management. Как поясняют авторы, story management — это «управление реальностью при помощи историй. Миром правят идеалы и ценности, а истории успеха — самый эффективный инструмент их распространения» [4].

Для наглядности мы проанализировали несколько книг журналистских историй, изданных в разное время, и выделили у них ряд схожих и различных признаков, чтобы затем вывести алгоритм журналистской истории. Для исследования были выбраны «Русский дневник» Д. Стейнбека (1948), «Таежный тупик» В. Пескова (1982–2009) и «Мы здесь, чтобы победить: семь историй

о лидерстве в бизнесе и спорте» Д. Соколова-Митрича (2016). Критерии-единицы для анализа: история создания; жанр; стиль; образ героев; степень реализации авторского «я»; нравственная идея. В конце анализа был сделан общий вывод о структуре исследуемых журналистских произведений.

История создания. «Русский дневник» был написан в первые годы холодной войны и издан в 1948 г. после путешествия по СССР. В попутчики Стейнбек взял знаменитого военного фотографа Роберта Капу. Автор хотел своими глазами увидеть жизнь людей в СССР, так как был скептически настроен по отношению к агрессивной пропаганде против Советского Союза, которой пестрили американские СМИ. Стейнбека интересовал быт советских людей: что они носят, что едят, как развлекаются. Он ехал в Россию за человеческими историями, поставив задачу абстрагироваться от политических предубеждений.

Серия очерков журналиста и писателя В. Пескова под общим названием «Таежный тупик» впервые начала публиковаться в «Комсомольской правде» в 1982 г. Очерки рассказывали о семье староверов-отшельников Лыковых, которую нашли геологи. Семья жила в глухой тайге без контактов с внешним миром на протяжении нескольких десятков лет. Интерес читателей и их просьбы узнавать о Лыковых дальше побуждали В. Пескова еще не раз посетить тайгу и описать жизнеустройство семьи староверов на протяжении семи лет подряд, вплоть до того, пока в живых из Лыковых не осталась лишь одна дочь — Агафья. Отчет о каждой поездке публиковался в газете, позднее очерки были собраны в единую книжку и дополнены фотографиями. Продолжение повести под названием «Новости от Агафьи» было опубликовано в марте 2009 г.

«Мы здесь, чтобы победить. 7 вдохновляющих историй про лидерство в бизнесе, спорте и жизни» Д. Соколова-Митрича — одна из новых книг в жанре журналистской истории, созданная и выпущенная в 2016 г. Книга посвящена семи захватывающим историям о предпринимателях и спортсменах. Соколов-Митрич называет эту книгу русским продолжением мирового бестселлера К. Маккормака «Я здесь, чтобы победить»; предисловие Маккормака открывает русское издание.

Рассмотрев условия и причины создания всех трех анализируемых книг, можно прийти к выводу, что главной мотивацией к написанию подобных материалов у авторов-журналистов было желание поведать аудитории необычные и важные истории реальных людей, которые в перспективе имеют общественную значимость и вызовут реакцию у читателей.

Жанр. «Русский дневник» написан в жанрах путевых заметок и репортажа, но в целом похож на личный дневник. Главной целью авторов было описать реальные настроения и условия жизни советских граждан. «Таежный тупик» публиковался в виде очерков в течение нескольких лет в газете «Комсомольская правда». Когда все очерки собрали в единый сборник, «Таежный тупик» стал называться документальной повестью, которая переиздавалась и дополнялась в 1987, 1990, 2002, 2007 гг. Информацию для работы «Мы здесь, чтобы победить» Д. Соколов-Митрич собирал путем интервью с будущими героями книги. Таким образом, основную часть книги представляют прямая речь героев и факты из их биографий. Журналистская история может воплотиться в любом жанре и направлении. Однако для полноты и информативности в тексте необходима достоверность и реалистичность героев.

Стиль. «Русский дневник» написан от первого лица живым и простым языком. В повествовании присутствуют диалоги и подробные описания впечатлений автора. Личные мысли автора лаконично вписываются в повествование, они ненавязчивы и легки для понимания. У автора поразительная наблюдательность, он замечает как отрицательные моменты (например, перегибы советской бюрократической системы), так и положительные (например, особенную веру советского народа в светлое будущее). Д. Стейнбек демонстрирует читателю короткие, но информативные и атмосферные зарисовки.

«Таежный тупик» также написан от первого лица, в виде диалога с читателем. Автор последовательно описывает то, что с ним происходит, что он видит и слышит. Отметим красоту и грамотность языка В. Пескова, его емкие описания. Большая часть повествования сосредоточена на быте Лыковых: как живут, что едят, как молятся, выживают во время зимы и справляются с други-

ми сложностями. Большое внимание уделяется мировоззрению старообрядцев, их принципам и мыслям. В текстах иногда встречаются диалоги. Тон повествования в очерках ощутимо менялся с годами, когда члены семьи Лыковых уходили один за другим. В начале язык В. Пескова выражал оптимизм, неподдельное любопытство и чувство новизны, но затем очерки автора становятся более мрачными, при этом не теряя надежды.

Книга «Мы здесь, чтобы победить» полностью состоит из прямой речи героев об их жизни. Сначала читателю дается краткая информация о достижениях того или иного предпринимателя, а затем следует рассказ о пути к успеху. Повествование выстроено по эпизодам, от детства и юношества до нынешнего времени. Каждый этап истории жизни предпринимателя имеет свой заголовок. Текст дополнен фотографиями. Герои историй рассказывают о своих взлетах и падениях, мотивации двигаться дальше и секретах успеха. Хотя слов непосредственно автора Дмитрия Соколова-Митрича в книге нет, его присутствие все равно ощущается через рассказ героев, который строится по принципу ответов на заданные журналистом вопросы. В стиле письма главное — это доступность, ясность и искренность, логическое построение текста, отношение автора к ситуации должно оставаться непредвзятым.

Образы героев. В «Русском дневнике» Стейнбека нет второстепенных героев. Даже тех людей, что попадают к Стейнбеку на пути мимоходом, он описывает с особым трепетом и вниманием к деталям: девушка-грузчик, таможенник в аэропорту, стюардесса, музыканты оркестра в местном ресторане и многие другие. Автор обращал внимание и на то, как выглядит население страны в целом. В конце дневника Стейнбек писал: «Мы увидели, как и предполагали, что русские люди — тоже люди, и, как и все остальные, они очень хорошие. Те, с кем мы встречались, ненавидят войну, они стремятся к тому, чего хотят все: жить хорошо, в безопасности и мире» [5].

В «Тажном тупике» главные герои — староверы Лыковы. Песков ставил перед собой задачу поведать их историю миру и тронуть ею человеческие сердца. Василий Песков собрал немало

количество информации о каждом члене семьи и каждому из них посвятил отдельные записи, где раскрывал их характеры и особенности личности. Автор обращал внимание читателей не только на необычный факт существования такой семьи, которая более тридцати лет жила вне цивилизации, но и на причины, по которым Лыковы решили так жить.

В книге «Мы здесь, чтобы победить» Соколов-Митрич ставил задачу раскрыть героев и показать их историю успеха такой, какая она есть: без прикрас и восхвалений. Недаром автор выбрал в качестве героев именно предпринимателей и спортсменов-любителей одновременно, ведь эти люди действительно интересны. Предприниматели кажутся абсолютно искренними, и их словам хочется верить. Они говорят просто, от души, последовательно и увлекательно.

Герои — это ключевая часть журналистской истории. Яркость и интересность героев обеспечивают половину успеха истории, но также немаловажно, каким образом журналист преподнесет личность описываемого человека. Чтобы мнение о человеке получилось наиболее точным, героя необходимо раскрыть со всех ключевых сторон и показать его в качестве хорошего и реального примера.

Степень реализации авторского «я». Стейнбек в «Русском дневнике» крайне удачно генерировал реальное описание происходящего и собственные мысли. Стейнбек писал то, что видел, без лишних домыслов и рассуждений. У автора очень тонкое чувство юмора, которое удачно воплотилось в книге. Все описывается естественно и непринужденно, как свойственно дневниковым записям. Настроение автора очерков в «Таежном тупике» ощущается явно, но при этом нет какой-либо навязчивости со стороны автора. Из повествования видно, что он крайне заинтересован в описываемом, и для него это так же в новинку, как и для читателя. Он является непосредственным участником процесса, когда пишет свои очерки, так как находится рядом с Лыковыми, в их родной среде. Песков не осуждает староверов, но и не говорит о том, что их образ жизни правильный. Автор показывает их быт со всех сторон, плохих и хороших, и в каждой он ищет особенное

и важное. Сложно говорить, насколько Соколов-Митрич сумел воплотить себя в «Мы здесь, чтобы победить», так как основная часть книги — это речь ее героев. При этом сам автор заинтересован в том, что говорят герои. В книге наглядно показывается, как острое желание, упорная работа, усилия помогают делать вещи, которые кажутся невозможными. Во всех трех книгах авторское мнение подается читателю ненавязчиво. Главная задача — рассказать историю, а не выразить собственное мнение.

Нравственная идея. Главной идеей американских журналистов в «Русском дневнике» было показать жителям своей страны и не только, что реальный мир может значительно отличаться от того, каким нам его пытаются преподнести. Люди — это нечто большее, чем правящая система страны, в которой они живут. Понять самому советских людей и рассказать о них другим было основной задачей для Джона Стейнбека. Василий Песков в своих очерках о «Таежном тупике» в самом начале имел простой человеческий интерес к семье староверов Лыковых, как к новому и непонятному. Чем больше он проводил с ними времени, тем больше проникался их жизнью. В текстах автора чувствуются его привязанность к Лыковым и искренние переживания за их судьбу. Он хотел донести до читателей их историю, показать силу человеческого духа и веры, когда ты остаешься с природой один на один, отказавшись абсолютно от всех мирских удовольствий и удобств ради чистоты души. Книгой «Мы здесь, чтобы победить» Дмитрий Соколов-Митрич хотел показать людям на примере реальных историй, что все мечты могут воплотиться в жизнь — стоит только искренне этого захотеть. Такая книга укрепляет или создает мотивацию двигаться вперед, а также раскрывает необходимые установки в жизни через настоящие истории успешных людей. В каждой из трех анализируемых книг мы можем увидеть какой-либо жизненный вывод или нравственную идею. Все три истории рассказывались с целью донести до читателя определенные мысли и побудить задуматься о важных вещах.

Проанализировав и выявив особенности трех произведений журналистов разных эпох, мы можем составить алгоритм создания журналистской истории. Результаты представлены в таблице 1.

Алгоритм создания журналистской истории

- | | |
|---|---|
| 1. Выявить общественно значимый случ | Описываемая история должна иметь какое-либо значение для аудитории: социальное, политическое, нравственное и т. п., а также представлять интерес для общества. |
| 2. Найти интересного героя, вовлеченного в данную ситуацию | Герой истории — это ее ключевой элемент. Героев может быть несколько или только один, герой может выдвигаться на первый план или иметь лишь вспомогательное значение, но его натура должна быть максимально точно раскрыта аудитории. |
| 3. Выбрать жанр и манеру повествования | Написать журналистскую историю можно почти в любом жанре, но лучше всего ее рассказать в репортаже, заметке или очерке, так как описывать происходящие вокруг события и атмосферу крайне важно. |
| 4. Определить собственную позицию по отношению к описываемой проблеме | Автор журналистской истории должен понимать, как он относится к герою или описываемой ситуации в целом, но при этом оставаться непредвзятым и следовать за тем, чтобы его личное мнение не искажало действительность. |

- | | |
|--|--|
| 5. Определить нравственный посыл | У любой истории должен быть нравственный вывод или смысл, который мотивирует читателя или вызовет в нем определенные чувства. |
| 6. Правильно записать и рассказать историю | Наконец, журналист должен изложить историю в логической последовательности, не упуская важных деталей и передавая атмосферу события. |

Невозможно представить, сколько во всем мире ежедневно перелистывается книжных страниц, ставится спектаклей, показывается фильмов, пишется журналистских текстов. Еще сложнее вообразить бесконечный поток телевизионных комедий и драм, круглосуточных выпусков новостей, рассказываемых на ночь сказок, ресторанных баек и гуляющих по Интернету сплетен — все это, по словам Р. Макки, утоляет неутолимую жажду историй, присущую роду людскому. История — это не только самая распространенная форма художественного выражения, она вступает в соперничество со всеми видами человеческой деятельности — работой, игрой, едой, спортивными занятиями. Люди рассказывают историю и погружаются в них в своих снах и мечтах. История — уже не просто культурная потребность, в определенные моменты она становится средством существования.

Литература

1. *Аристотель*. Поэтика (Отрывки) // Хрестоматия по античной литературе. В 2 т. Т. 1. Греческая литература / сост. Н. Ф. Дератани, Н. А. Тимофеева. М.: Просвещение, 1965. URL: http://www.lib.ru/POEEAST/ARISTOTEL/aristotel1_1.txt_with-big-pictures.html.
2. *Макки Р.* История на миллион долларов. М.: Альпина нон-фикшн, 2013.
3. Словарь литературоведческих терминов. URL: http://literary_criticism.academic.ru/301/развитие_действия.

4. *Соколов-Митрич Д.* Что такое story management? // Лаборатория однажды. URL: <http://storymanagement.ru>.
5. *Стейнбек Д.* Русский дневник. М.: Эксмо, 2017. URL: <https://www.e-reading.club/book.php?book=1027486>.
6. *Труби Дж.* Анатомия истории. 22 шага к созданию успешного сценария. М.: Альпина нон-фикшн, 2016.
7. *Чугунова А.* Обыкновенные истории // Коммерсант. 2015. 14 нояб.

Л. П. Марьяина, Чжан Цитун

С.-Петербургский гос. ун-т

ИСТОРИЧЕСКОЕ ВРЕМЯ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ КИТАЯ

В статье анализируются проблемы глобализации информации и развития технологий, исследуется, как они влияют на СМИ Китая. Автор исследует те условия культуры, которые сохраняют национальные традиции в историческом контексте. Делается попытка осмысления динамичного развития журналистики Китая под воздействием как внешних цивилизационных факторов, так и внутренних, среди которых приоритетные позиции занимает национальная культура. Проведены параллели: современное медийное пространство Китая сохраняет черты традиционной культуры: ток-шоу пронизаны национальным колоритом, интерьер телестудий и сценических площадок сделан в национальном стиле. Опыт сохранения национальной идентичности в китайской журналистике актуален для мировой теории и практики.

Ключевые слова: генезис печатных изданий, драматургия игры, исторические традиции Китая, массовая культура, национальные традиции, социокультурная динамика, ток-шоу, эстетика китайского телевидения.

L. P. Maryina, Zhang Qitong
St Petersburg State University

HISTORICAL TIME AND NATIONAL TRADITIONS IN CHINESE JOURNALISM

The article analyzes the problems arising from information globalization and the development of technology, and it also discusses how these problems affect Chinese media. The authors explore the conditions for preserving the national tradition of mass culture in cultural context. An attempt is made to understand the development of Chinese journalism under the influence of foreign culture. Meanwhile, this article explores the internal factors that preferentially influence Chinese traditional culture. By contrast, today's Chinese media retains the features of traditional culture. For instance, talk shows are permeated with national color, and the decoration of TV studios and stage platforms has formed a national style. The experience of the Chinese press in safeguarding the national tradition is of great significance to the whole world.

Keywords: genesis of printed newspapers, play drama, historical traditions, mass culture, national traditions, sociocultural dynamics, talk show, aesthetics of Chinese television.

Развитие общественных отношений в Китае сопровождается сохранением исторической памяти, что проявляется в эволюции китайской журналистики и современного медиапространства в целом.

Китайская гуманитарная наука активно изучает влияние восточной культуры на современную жизнь, а ее теоретико-методологическая база актуальна для теории и практики журналистики Китая. Конструктивный вклад в развитие науки об особенностях китайской культуры внес известный культуролог, востоковед и историк Ди Сяньлинь (1911–2009). Его научные работы «История восточной литературы» и «Исследование

восточной культуры» — настольные книги для многих телеведущих. Интересно, что современные ученые Китая активно занимаются популяризацией национальной культуры в СМИ. Среди них Ма Вэйду, известный китайский культуролог и коллекционер. Он был приглашен в качестве эксперта, основного докладчика в самую популярную передачу о китайской традиционной культуре на центральном телеканале Lecture room. Сегодня у него авторская телепередача «Говорит Ма Вэйду о коллекционировании». Очень популярен среди молодежи писатель, культуролог и историк Юй Цююй: эстетика созданных им произведений — «История китайского спектакля», «Китайский культурный пульс», «Горький путь в культуру» — покоряет аудиторию. Юй Цююй активно общается со студентами и учеными. Так, выступая с научным докладом «Настоящее и будущее китайской традиционной культуры в контексте глобализации» в Юньнаньском педагогическом университете, исследователь охарактеризовал особенности китайской культуры, выделив следующие ее преимущества в современном мире: формирование образа «совершенного человека», понимание «церемоний» в поведении и соблюдение золотой середины в мысли. Однако отдельные моменты традиционной культуры сегодня дисгармоничны: преобладание образности над информативностью, слабая эмпирическая осведомленность, отсутствие верховенства закона. В данном контексте, по мнению автора, актуальна проблема экологической культуры.

Сохранение национальных традиций — одно из направлений государственной политики Китая. В 2014 г. правительство установило несколько традиционных праздников, таких как китайский Новый год, праздник начала лета (5 числа пятого месяца по старому календарю), праздник Луны (15 числа восьмого месяца по лунному календарю), праздник Цинмин (праздник поминовения усопших, отмечается на 104-й день после зимнего солнцестояния или 15-й день после весеннего равноденствия). Кроме того, китайцы отмечают праздник фонарей (15 числа первого лунного месяца), праздник хризантем (осенний праздник 9 числа девятого лунного месяца).

Журналистика как часть культуры отражает такие события. Она подвержена социокультурной динамике, которую понимают как процесс циклического развития, переход из одного состояния в другое под воздействием изменений господствующей системы ценностей [8]. Сегодня журналист является ведущим транслятором ценностей. Средства массовой информации не только создают картину дня, но и представляют мир журналиста через отражение объективной реальности. Таким образом, «ценностные идеалы могут рефлексироваться таким носителем культуры, как СМИ» [6].

Китайские ученые Люин и Люсинь считают, что история создает культуру, а культура одновременно поддерживает и продолжает историю [4]. Проникновение зарубежной культуры и информационные технологии определяют тенденции развития национальной журналистики. Специфика китайского медиапространства характеризуется сохранением национальной идентичности. Китайские ученые подчеркивают, что в течение долгого времени средства массовой информации продвигали идеи Коммунистической партии Китая [5]. Писатель Цинь Мин отмечает: сегодня ситуация изменяется, китайские СМИ, особенно телевидение, оказывают сильное влияние на молодежь. Появляются образцы западной культуры, но при этом СМИ обладают социальной ответственностью, которая проявляется прежде всего в популяризации китайских традиций. Журналисты получают признание зрителей лишь в том случае, если они предлагают передачи, содержащие значительные элементы китайской культуры [12].

История развития журналистики, истоки периодической печати тесно взаимосвязаны с историей становления и развития государства. Первая газета в Китае появилась во времена правления династии Тан (713–741 гг. н. э.). В тот исторический период в столице возле ворот императорского дворца ежедневно сообщали краткие сводки о политике, императоре и чиновниках. Тогда они были известны как документы от палаты по приему докладов императору. Копии этих документов рассылали в другие места, чтобы шире распространить информацию императорского дворца в круги феодального класса. Это были первые феодальные правительственные газеты в Китае, они носили официальный характер [2].

Древнейшая китайская газета называлась «Дуньхуан диньчжоюань чжуан» («Дуньхуан» является названием города, в котором нашли эти газеты); «Диньчжоюань чжуан» — документы по приему докладов от палаты к императору. Данную газету выпускали в 887 г., ее автором был чиновник, ответственный за копирование и передачу официальных документов. Длина газеты составляла 97 см, ширина — 28,5 см, в тексте более 2000 рукописных иероглифов. Отсутствие заголовков статей отражает особенности официальных документов в условиях отсутствия книгопечатания. До наших дней эта газета дошла в двух экземплярах и хранится в коллекции Британской библиотеки в Лондоне и во французской Национальной библиотеке в Париже. Исследователи утверждают, что это самая ранняя газета не только в Китае, но и в мире [11].

Со становлением китайской государственности связано появление прессы, которая освещала вопросы общественного развития. Правительственный вестник «Таньбян дичжао» считается типичной китайской газетой, которая издавалась династией Мин в 1626 г. («таньбян» означает необычные небесные явления, «дичжао» — название правительственного вестника). Текст этой газеты был уже печатным. В нем рассказывается о большом взрыве на пороховом заводе «Вангон», в результате которого более 20 тыс. человек погибло и было ранено. В «Таньбян дичжао» содержится самый подробный исторический рассказ об этой катастрофе. Издание является ярким примером традиционной китайской газеты. В вестнике присутствуют заголовок, дата события, иллюстрации. В тексте применяется около 3000 традиционных китайских иероглифов. Он считается самым большим сообщением за анализируемый исторический период [9]. Эволюция китайских средств массовой информации отражает историческое время и одновременно является продуктом социокультурной динамики. Свидетельством этого процесса служит развитие рекламы в Китае, одна из внутренних предпосылок становления которой — историческая, в частности политические процессы в общественной жизни. В 1911 г., после Синьхайской революции, династия Цин была свергнута. Период Китайской Республики (1912–1949) ознаменовался расцветом национального производства, чтобы конкурировать с иностранными предприятиями, на рынке появилось

большое количество рекламы, которая передавала колониальный колорит, так как Китай в то время был колонией разных стран. В рекламе сохранялся европейский рекламный стиль, но одновременно присутствовали глубокие китайские культурные традиции. Ее героиней, в большинстве случаев, была китайская девушка [1].

В период Китайской Республики культурная эклектика привела к возникновению уникальной китайской рекламы. Например, девушка в рекламе европейских сигарет одевалась в платье ципао, которое являлось самым популярным видом одежды в данный период, но перчатки были сделаны в европейском стиле. В рекламе магазина одежды были показаны четыре красивые китайские девушки, которые играли в традиционную настольную игру «Мазян». Они одеты в ципао, но сидят на европейских стульях, стиль всей мебели и интерьера в комнате также является европейским. В рекламе аптеки китаянка одевается по-европейски, под китайским названием аптеки написан английский перевод, но иероглифы читают справа налево, что является традиционным китайским стилем письма.

Даже сегодня, в эпоху глобализации и распространения ценностей массовой культуры, в Китае продолжают следовать национальным традициям. Количество каналов центрального телевидения Китая увеличилось до 43, количество газет возросло до 30 тыс., других периодических изданий насчитывается больше 25 тыс., радиостанций — более 2 тыс. Интернет-СМИ стали самыми популярными каналами получения новостей. Все это проявление тенденций глобализации. Однако культурные традиции Китая очень сильно проявляются в характере освещения национальных праздников. «Народная ежедневная газета» представляет собой одну из важнейших партийных газет Китая, которая, например, 12 февраля 2017 г. посвящает номер традиционному празднику фонарей. Данному событию посвящен репортаж, большое фото, на котором изображено традиционное представление праздника — танец львов. Дизайн новогоднего издания основан на традиционном орнаменте, который отсутствует в будничных номерах газеты.

Эстетика китайского телевидения также связана с национальным колоритом, который проявляется в трех элементах: матери-

альном (дизайн оформления сцены, использование реквизита, костюмы участников), формальном (тематика телепередачи, речь ведущих) и культурном (стиль передачи, духовная сущность) [10]. В оформлении телестудии часто используется традиционный элемент китайской культуры — красный цвет. Китайские ведущие надевают национальные костюмы. Например, ципао — это любимая одежда известной китайской телеведущей Донцин, которая ведет вечерний выпуск новостей. Мужчины-ведущие также используют традиционную одежду красного цвета, как способ эмоционально-психологического воздействия на аудиторию. Такой способ передачи радости, счастья и прежде всего уважения к традициям особенно актуален в дни национальных праздников и Нового года.

Эстетика телепередачи «Соревнование в диктанте китайских иероглифов» отражает традиции культуры Востока в оформлении сцены и в содержании передачи: в студии развешивают много увеличенных китайских иероглифов, логотип соревнования также создается из элементов иероглифов. Тематически состязание состоит из нескольких циклов диктанта, в ходе которых выбирается победитель. Данное соревнование подчеркивает важность иероглифов для китайцев.

Сегодня китайские ток-шоу считаются одним из основных видов популярного телевидения Китая, но при этом они выдержаны в национальном стиле, передают аудитории образцы традиционной морали и китайского юмора. В данном контексте представляет интерес популярное в Китае ток-шоу «Семинар». Телестудия напоминает лекторий библиотеки, герой выступает в роли лектора. Основную часть зрителей составляют студенты [14].

Драматургия игры как следствие массовой культуры активно используется в медиапространстве Китая, но при этом с национальным акцентом. Так, в 1997 г. появилась развлекательная программа «Счастливый лагерь», которая с 2004 г. начала продуктивно использовать игровые приемы, с 2007 г. позиционируется как креативно-развлекательная. Именно игра обеспечивает социокультурную коммуникацию в ток-шоу, используя имеющийся опыт теории и практики [7]. В 2017 г. в Китае получили широкое распространение реалити-шоу с элементами китайской традици-

онной культуры, в которых принимают участие китайские «звезды». В реалити-шоу «Давай путешествовать во времени» десять «звезд» находятся на сцене и разыгрывают исторический сюжет, посвященный высшей школе династии Сун (960–1279), изучают отечественную гуманитарную науку. Зрители погружаются в прошедшее историческое время с помощью дизайна сцены, сюжета, одежды и социальной драматургии с участием «звезд». В реалити-шоу «Пришедшие кумиры» десять известных китайских актрис приезжают в старинный город Хуэйчжоу, где изучают и представляют хуанмэйскую оперу. Эта передача повышает интерес народа к традиционной опере и глубоко задевает чувства зрителей [13]. Виртуальное историческое время, которое проживают участники шоу, позволяет зрительской аудитории познавать прошлое и ориентироваться в настоящем времени. Драматургия игры побуждает к изучению истории, а телевидение выступает одним из ведущих агентов социализации.

Не обходится без проблем. Китайские исследователи обращают серьезное внимание на необходимость соблюдения этических норм журналистами в условиях господства ценностей массовой культуры. Данное требование сопряжено с национальными традициями, особенностями культуры Востока. Ли Яньлин таким образом изложила свое мнение относительно нравственных аспектов современной журналистики, в том числе и китайских СМИ: ложные новости появляются непрерывно; существует несколько противоречивых версий освещения одного события; масса логических ошибок в одной статье; пошлость в СМИ, специально выбранные эротические слова в названии материала или в сюжете телепередачи; реклама, публикующая ошибочную, нездоровую, ложную информацию [10]. Подобная информация в СМИ вредна с точки зрения повышения образования народа и налаживания гармонии в обществе, она также вызывает среди населения отрицательное отношение к журналистике. Таким образом, научная аналитика китайских ученых во многом определяется национальными традициями.

Историческое время отражается в средствах массовой информации Китая, побуждает их к развитию, сохраняя специфику

культуры Востока. Информационные технологии, ценности массовой культуры обуславливают проникновение на медиарынок новых способов трансляции информации, но при этом сильны национальная самоидентификация и историческая память.

Литература

1. Ван Боян. Анализ рекламы Китайской Республики // Baidu. URL: <https://wenku.baidu.com/view/83dd618f856a561253d36f64.html> (на кит. яз.).
2. Дин Жо. Источники китайской газеты. Пекин, 2011 (на кит. яз.).
3. Ли Яньлин. Проблематика современных китайских СМИ и способы их решения. Янь Ань, 2016 (на кит. яз.).
4. Люин Люсинь. Связь между журналистикой и общественным развитием // Зилинь: Зилинский иллюстрированный журнал. 2013. № 3 (на кит. яз.).
5. Лю Шинмэнь. Идеино-политическая функция СМИ в современном обществе: дис. ... канд. журнал. Пекин, 2014 (на кит. яз.).
6. Марьина Л. П. Журналистика и культура: динамика взаимодействия. Львов, 2013.
7. Марьина Л. П. Игровые технологии в современной журналистике: профессия и образование // Проблемы гуманитарного образования в России: Филология. Журналистика. История: сб. матер. / под ред. Т. В. Стрыгиной. Пенза. 2016. № 4.
8. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика: исследования изменений в больших системах искусства, истины, права и общественных отношений. СПб., 2000.
9. Фан Ханьци. Исследование истории становления газеты // Пекин. 2013. № 4. URL: <http://baike.baidu.com/item/天变邸抄> (на кит. яз.).
10. Чао Жочжу. Распространение «китайских элементов» в современных китайских СМИ. Пекин, 2016. URL: 赵茹秋. 现代中国媒体中“中国元素”的表达。北京, 2016 (на кит. яз.).
11. Чень Чанфэн. История китайской журналистики и массовой коммуникации. Пекин, 2009 // Baidu. URL: <http://baike.baidu.com/item/敦煌进奏院状/3347433?fr=aladdin> (на кит. яз.).
12. Чжао Бин, Ву Ясюн, Гуань Цуйся. Анализ направлений управления современным китайским телевидением. Хэ Бэй, 2017 (на кит. яз.).
13. 玛丽伊娜·柳德米拉·彼得罗夫娜 新闻研究导刊 浅析脱口秀在中国电视节目中的文化形象(на кит. яз.). Пер.: Марьина Л. П., Чжан Цитун. Ток-шоу на телевидении Китая как культурный феномен // Исследование журналистики. Чунцин, 2017. URL: www.xwdk.chinajournal.net.cn.

14. *Maryina L. P.* Talk show as a modern cultural phenomenon // Global science central LP. Sciences of Europe. Praha. 2016. Vol. 1. No. 4.

В. В. Маслеева, А. М. Сосновская
Северо-Западный ин-т управления Российской академии
народного хозяйства и гос. службы

**ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА:
РЕКОНСТРУКЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ПРАКТИК В СМИ**

В данной статье представлены результаты исследования вопросов балльной культуры и ее отражения в СМИ в рамках проекта по исторической реконструкции балов XIX в. во дворцах Санкт-Петербурга. В работе использованы социологические методы анализа документов, семиотический анализ афиш XIX–XXI вв., результаты интервью и опросов жителей города по поводу балльной культуры.

Ключевые слова: семиотика, афиши, СМИ, историческая реконструкция, культурное наследие, бал, Санкт-Петербург.

V. V. Masleeva, A. M. Sosnovskaya
North-West Institute of Management of the Russian Academy
of National Economy and Public Service

**POPULARIZATION OF THE ST PETERSBURG CULTURAL
HERITAGE: THE RECONSTRUCTION OF HISTORICAL
PRACTICES IN THE MEDIA**

This article presents the results of the study of ball culture and analysis of balls' posters in the framework of the project for the historical reconstruction of the balls of XIX century in the St Petersburg

palaces. The project used sociological methods of document analysis, a semiotic analysis of the posters of the XIX–XXI centuries, the results of interviews and surveys of people about the city ball culture.

Keywords: media, semiotics, posters, historical reconstruction, cultural heritage, ball, St Petersburg.

Человек всегда интересовался своей историей, в разных формах проявления этого интереса: изучал исторические здания, читал газеты прошлых лет, смотрел фильмы и картины. В рамках городского проекта изучения и популяризации исторических зданий Санкт-Петербурга и прилегающих дворцовых комплексов как объектов всемирного наследия ЮНЕСКО студенты Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при поддержке КГИОП в течение 2016–2017 гг. изучали нематериальное наследие города. Собирая истории, наблюдения, анекдоты, интервьюируя горожан, а также работая методом включенного наблюдения на выбранных объектах исследования (например, наблюдая практики времяпрепровождения в магазине купцов Елисеевых, в кондитерской ООО «Желябова, 25», в театрах и в городских архитектурных и природных пространствах), они пытались уловить в восприятии горожан уникальный код города, который транслирует культуру и придает особую атмосферу и ценность пребыванию в культурной столице России. Информационное сопровождение исследований проходило за счет публикаций материалов в корпоративных изданиях СЗИУ.

Один из таких проектов 2017–2018 гг. — изучение и реконструкция балов во дворцах Петербурга. Так, в предновогодние дни проводился бал в особняке П. Н. Демидова (ул. Большая Морская ул., 43). Реконструкция подразумевает исследование исторических материалов и воссоздание сценария балов, постановку танцев, использование аутентичной музыки (инструментов, нот), костюмов, литературной гостиной, этикета, меню, экскурсии по дворцу и др. Реализация первого проекта состоялась

23 декабря 2018 г. Для подготовки историко-культурного воссоздания прошлой жизни города и возрождения традиций балов как части культурно-познавательного пространства городской среды были изучены десятки документов. Рассматривались СМИ начала прошлого и позапрошлого веков, воспоминания очевидцев, опубликованные дневники и мемуары, фрагменты картин и других живописных произведений. Многие данные по балам были найдены в архивах, библиотеках, в интервью и беседах со специалистами и старожилами дворцов, а также в СМИ разных лет. Журналисты тех лет «помогли» реконструкции, так как с использованием публикаций был написан сценарий бала [1].

Исследователи выявили, что особенное событие в жизни человека прошлого века — бал — позиционировался как культурная практика, выполнявшая многие социальные коммуникативные функции. В таких мероприятиях проявлялись лучшие черты и признаки общественного настроения. Ю. М. Лотман отмечал в такой форме бытия функцию групповой идентификации: «Здесь реализовывалась частная жизнь дворянина: он не был ни частное лицо в частном быту, ни служивый человек на государственной службе — он был дворянин в дворянском обществе, человек своего сословия среди своих» [3, с. 20].

Исторический анализ показал: с 1718 г. указом Петра I были учреждены ассамблеи, ставшие первыми русскими балами. Однако они выполняли функцию скорее переговоров, нежели развлечения [2, с. 16]. Балы прошлых столетий в Петербурге традиционно проходили в зимний сезон, начинаясь с Рождества и продолжаясь до начала Великого поста, подразделяясь на большие, средние и малые балы, а также на простые, маскарадные и публичные. Таким образом, мы видим заимствованное из Европы нововведение: социальную практику, которая рекурсивно собирала представителей высшего света для общения, переговоров, воспроизведения и культивирования привычек. Она выполняла функцию календаря и деления года на светский и религиозный периоды, осуществляя дифференциацию светских практик, устанавливая границы как во времени и пространстве, так и в сознании людей. Повторяющийся светский ритуал

закреплял определенные культурные практики как традиции, наполненные смыслом и приобретающие формы танцев, общения, этикета, манер.

СМИ тех лет отмечали, что русские балы имели особый распорядок и сценарии. Гости съезжались поздно, после 6 или 9 вечера. Гостей обязательно встречал хозяин бала, и начинался первый, практически ритуальный танец — полонез. Танец-шествие, танец-приветствие, танец как способ представиться, показать себя, почувствовать сплоченность и синхронность общего движения. В полонезе должны были участвовать абсолютно все гости. Иногда, очень редко, полонез заменялся вальсом, тогда сам танец-шествие исполнялся в конце вечера. Далее чередовались вальсы, польки, кадрили, мазурки: «Мазурка — это душа бала, цель влюбленных, телеграф толков и пересудов, почти провозглашение о новых свадьбах, мазурка — это два часа, высчитанные судьбой своим избранным в задаток счастья всей жизни... Бал обычно заканчивался многочасовым котильоном, в конце XIX века иногда заменявшимся странным танцем под названием кадрили-монстр» [4, с. 34].

Особого внимания заслуживают бальные афиши, которые стали настоящим произведением искусства, потому что каждая афиша была уникальной, создавалась на каждый бал отдельно, несмотря на огромное количество балов. Отметим, что афиши и красочные объявления выполняли важную роль информатора в городе. В нашем случае при изучении культуры балов большую роль сыграли материалы информационного и рекламного сопровождения балов дореволюционного Петербурга, то есть столетней давности, — афиши разных форм и содержания. Был сделан семиотический анализ афиш, а парадигматический и синтагматический анализ изображений (фото, комикс, открытка, шрифт и цвет афиши) позволяет реконструировать не только практики, но и ценности, а также функции бала как коммуникативного процесса.

Используя метод семиотического анализа визуальных материалов, рассмотрим некоторые афиши и реконструируем значимые смыслы, ведь «семиотика может быть применена к любому

означающему», а семиотический анализ позволяет увидеть за текстами (включая визуальные тексты) функции и различия, действующие в культуре. Реклама (и афиша) оказывает направляющее, регулирующее воздействие на человека. Такие тексты и их послания созвучны интересам человека, они символически удовлетворяют потребности даже очень высокого уровня, вызывают к ценностям, поддерживают фантазии, таким образом формируя картину мира и сознание человека [5, с. 10–11]. Анализ афиш проводился с опорой на семиотический метод как инструмент анализа текстов СМИ [5, с. 21].

Сегодня в музеях (Русский музей, Эрмитаж и другие), библиотеках и особняках города сохранилось много афиш балов Петербурга-Петрограда с 1895 по 1923 гг. Яркие и оригинальные, исполненные в стиле модерн, они менялись со временем, все больше уступая минимализму. Уже после 1904 г. на афишах исчезли все изображения, оставляя один текст, однако исполненный все же уникальным образом [1].

Проанализируем несколько афиш разных лет. Афиша бал-маскарада 26 ноября 1896 г. Ее условно можно разделить на две большие части, равные по значению: изобразительную и текстовую. Изображение занимает всю левую часть. На нем можно увидеть пару молодых людей, словно находящихся в стороне от бальной суматохи. Изобразительная часть демонстрирует, какой дресс-код позволителен для бал-маскарада. Платье дамы в той же цветовой категории, что и название бала. В текстовой части небольшой блок информации, из которой целевая публика могла узнать формат, место и дату бала. Однако отсутствует информация о времени, о допустимом возрастном ограничении, о программе. Можно сделать предположение, что данное мероприятие было рассчитано на узкую и хорошо осведомленную группу людей. Афиша выполнена практически в одной цветовой гамме, что смотрится очень гармонично. Превалирует оттенок красного, привлекающий внимание к основным деталям, выделяя их на фоне других.

Шрифт используется ажурный, типичный для рекламы XIX века, о чем можно судить по выходявшим тогда газетам. В га-

зетах форма исполнения шрифтов более классическая, а вот на афише можно отметить художественное утрирование элементов известного публике по газетам рекламного шрифта. Афиша исполнена на двух языках: русском и французском. Здесь возникает два предположения: 1) 1896 г. — время, когда многие умели изъясняться на французском; 2) однако, возможно, мероприятие рассчитано на международную целевую публику и иностранцев, проживающих в столице.

Афиша бал-маскарада 29 ноября 1897 г. Бал проходил в Дворянском собрании, однако афиша претерпела значительные изменения. Теперь изображение и текст составляют неразделимое целое. Текст, словно кружева, окантовывает изображение девушки, видимо, демонстрирующей дамский дресс-код: белоснежное платье, длинные перчатки; наличие веера, как, можно предложить, обязательного атрибута бала; присутствуют меха. Этот образ подчеркивает тематику бала — «В снегах». Такое название не случайно: по данным геоинформационной системы «Метеоизмерения онлайн», 29 ноября 1897 г. в Санкт-Петербурге термометр показывал минусовую температуру, шел снег.

Текста в афише стало намного больше, что позволяет нам предположить, что по сравнению с прошлым годом увеличилась группа участников и ожидаются гости, не так хорошо знакомые с данной культурной практикой. Теперь это не постоянная, хорошая знающая все основные детали бала группа, а весь город. Однако отсутствует информация о допустимом возрасте участников. Этот бал имел благотворительный характер, о чем сообщается практически в самом верху афиши, но из-за маленького размера шрифта можно сделать вывод, что данный аспект не особо афишируется, хоть и выделен «полужирным». Шрифт — типичный для данного времени. Основные визуальные акценты расставлены на дате, названии и теме. Тема оформлена своеобразной окантовкой, усиливающей эффект написанного. Интересно, что использованы некоторые методы привлечения гостей, которые сегодня мы бы отнесли к методам PR: четко выделенная фраза «бесплатная лотерея», которая,

несомненно, заинтересует участников; «призы за костюмы» — этот ход позволяет организаторам рассчитывать на обеспечение дресс-кода мероприятия, так как гости постараются хорошо подготовиться, удовлетворяя свою психологическую потребность в трансформации и перевоплощении, а также интерес к костюмам других; «число билетов ограничено» — данная фраза придает эффект эксклюзивности и возбуждает ажиотаж и соревнование, чтобы каждый купил билет раньше других.

На афише можно увидеть и цену за билет, для мужчин и женщин она различается, цена для женщин на 5 руб. дешевле. Современные балы часто предлагают одинаковые цены, так как на танцы ходят больше женщины. Интересно, что на балу-реконструкции в особняке Демидова было практически поровну мужчин и женщин, что говорит об интересе горожан к историческим реконструкциям.

В афише использовано всего три цвета: белый — демонстрирующий тематику бала, черный — цвет основного шрифта и красный, заполняющий практически все пространство. Психология цвета говорит о красном как о цвете огня, цвете, который привлекает к себе повышенное внимание, описывает красный как стремление к завоеванию и победе, повышенный интерес, ненасытность [6, с. 31]. Зная значение этого цвета, сложно предположить, чего же автор афиши хотел добиться: привлечь мужчин, вызвать дух соревновательности, апеллировать к той силе, что подвигнет к жертвованиям и позволит достичь целей благотворительности бала?

Если сравнивать две афиши с разницей в один год, то можно выделить некоторые закономерности: бал 1896 г. был устроен для узкого круга, имеющего представление об этом событии, поэтому информация на афише практически отсутствовала. Это культурное событие выполняло социальную функцию идентичности группы. Бал 1897 г. выполнял больше социальных функций: это уже не просто бал-маскарад, а благотворительный бал, с конкурсами и акциями, ориентированный на широкий слой горожан. Сменился зритель, участник и потребитель светских новостей.

Балы в дворянском собрании проходили регулярно, о чем можно судить не только из документов и литературы, но и по обилию афиш. Мы наблюдаем стойкий интерес населения города к балам в конце XIX и начале XX веков. Последний русский костюмированный бал прошел в 1903 г.

После 1911 г. произошло значительное изменение в оформлении афиш: текст вытеснил изображения — стиль модерн потихоньку сменяется конструктивизмом. Теперь афиши состояли из набора информационных посланий, описывающих сценарий бала. Это не художественные произведения, а скорее рекламные сообщения, привлекающие людей, любящих потанцевать и даже поест. Однако имеется преемственность с балами Имперского Петербурга — сохранилось время бала: с 11 вечера и до утра, цены на билеты не были повышены (в районе 5 рублей), но прибавилось информации о мероприятиях, конкурсах, акциях, лотереях и призах, что является маркерами капиталистического образа жизни.

В XXI веке интерес к балам не пропал, а афиши, благодаря высоким технологиям, стали гораздо ярче. Снова изображение вышло на первый план, заменяя текстовое сообщение. Современные афиши не рисуются, а создаются в специальных компьютерных программах. В качестве фоновых изображений обычно используются кадры из знаменитых фильмов и мультфильмов. На афишах XXI века не всегда можно увидеть дресс-код и сценарий вечера, как это было в бальной традиции города. Время начала сдвинулось в зависимости от возраста участников. Необходимо отметить, что сегодня бал перестал быть культурной и социальной ценностью в прямом смысле, для участников — это форма досуга.

Мы рассмотрели традиции и функции балов, которые имеют коммуникативную функцию, прежде всего позволяя общаться на близком расстоянии, не нарушая психологические границы и социальные приличия. Балы служили и продолжают служить групповой идентичности, что подразумевает сплочение со своим кругом и дифференциацию от других, например, по уровню образования, владения французским языком и мастерством

танца. Капиталистические веяния конца XIX и начала XX веков делают балы открытыми для разных групп и сословий, поскольку стали средством привлечения денег, центрами развлечения и анимации; балы становятся площадкой и субъектом PR деятельности.

Реконструкция историко-культурных событий на базе изучения истории балов дворцов Санкт-Петербурга и дискурса эпохи позволит возродить культуру балов и заново осмыслить коммуникативные функции данной культурной практики, которая является нематериальным наследием города, и будет способствовать его популяризации как среди россиян, так и за рубежом. Сегодня интерес к таким мероприятиям проявляется в обществе посредством размещения информации и ее обсуждения в социальных сетях, а также отражения культурной жизни Петербурга в СМИ. Журналисты становятся популяризаторами нового (или возрожденного) образа жизни, достойного великого города.

Литература

1. Афиши балов Петербурга-Петрограда с 1895 по 1923 гг. // МирТесен. URL: <http://s30556663155.mirtesen.ru/blog/43656144280/Afishi-balov-Peterburga-Petrograda-s-1895-po-1923-godyi?domain=mirtesen.ru&paid=1&pad=1>.
2. Комиссаренко С. С. Культурные традиции русского общества. СПб., 2003.
3. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (XVIII–начало XIX века). СПб., 1994.
4. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. М., 1999.
5. Сосновская А. М. Семиотика и семантика рекламы и связей с общественностью. СПб., 2013.
6. Уилан Б. Гармония цвета: Новое руководство по созданию цветowych комбинаций. М., 2005.

Д. Б. Мацаков
С.-Петербургский гос. ун-т

ТРАНСФОРМАЦИЯ СПОСОБОВ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ В ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ ТЕЛЕФИЛЬМАХ

В статье рассматриваются способы формирования экологического сознания в документальных кино- и телефильмах, созданных в XXI веке. Актуализируется проблема современного состояния экологического сознания населения и определяется роль кино и телевидения как каналов СМИ в его преобразовании.

Ключевые слова: документальное кино, экологические проблемы, экологическое сознание, экологический кризис, формирование экологического сознания.

D. B. Matsakov
St Petersburg State University

TRANSFORMATION OF WAYS OF FORMING ECOLOGICAL CONSCIOUSNESS IN TV DOCUMENTARIES

The paper considers changes in the ways of forming ecological consciousness in TV and movie documentaries which were created in the 21st century. In the text we talk about problems of the current state of the mass ecological consciousness and the role of cinema and television as media channels in its transformation.

Keywords: documentary, environmental issues, ecological consciousness, ecological crisis, formation.

2017 г. в России стал годом экологии. Это решение принято для того, чтобы привлечь внимание общества к вопросам экологического развития нашей страны, а также для сохранения

биологического разнообразия и обеспечения экологической безопасности. В настоящее время тема экологии обсуждается на межгосударственном уровне. Это подтверждает подписание Парижского соглашения по климату в декабре 2015 г. Становится очевидно, что недостаточно только информировать население о состоянии природы, об экологическом кризисе и его последствиях. Необходимо использовать каналы массовых коммуникаций, в том числе кино и телевидение, для изменения отношения людей к окружающей среде. А именно для формирования нового типа экологического сознания.

В дискуссионном описании сущности понятия «экологическое сознание» Т. С. Смирнов отмечает: «Раскрывая содержание понятия “экологическое сознание”, важно отметить, что это сознательное и неосознанное, организованное и стихийное изменение привычного стиля мышления, знаний, традиционных взглядов, идей, целей, норм, оценок» [7, с. 17]. В самом широком смысле «экологическое сознание <...> представляет из себя сферу общественного и индивидуального сознания, связанную с отражением природы как части бытия. Формирование специфического восприятия мира природы и своеобразного отношения к этому миру способствует с течением времени (это характерно как для общества в целом, так и для отдельного индивида) развитию экологического сознания. В свою очередь, сформировавшееся экологическое сознание оказывает существенное влияние как на своеобразие восприятия природных объектов и явлений, так и на специфику отношения к ним» [6, с. 86].

Человечеству пришлось преодолеть ряд исторических этапов, которые характеризуются изменениями в идеологической сущности вопроса отношений природы и человека. Экологическое сознание каждой конкретной эпохи обладало своими отличительными чертами. Их формировала сумма объективных факторов, и в каждой последующей эпохе отражался опыт предыдущей. Итогом многовековых преобразований стал антропоцентрический тип мышления. Он основан на потребительском отношении к природе, провозглашает власть человека над ней. Такой тип сознания уже долгие годы распространен во всех слоях общества. Это

привело к возникновению глобальных экологических проблем современности. Реалии экологического кризиса требуют перехода к противоположному типу — эоцентрическому. Сегодня процесс перестройки сознания все еще продолжается. Сравнение данных социологических исследований конца XX века и начала XXI показывает, что в сознании населения нашей страны по-прежнему главенствует антропоцентризм.

В связи с этим возрастает ценность нового экологического знания. Требуется глобальная экологизация сознания населения планеты, продвижение эоцентрических принципов и ценностей. Сегодня кино и телевидение являются одними из наиболее действенных информационных каналов для распространения комплексного знания об экологических проблемах. Стремительное развитие технологий в XXI веке осложняет эту задачу. Благодаря Интернету в разы увеличиваются скорость передачи информации и ее объем, а современный ритм жизни зачастую не позволяет людям уделять достаточно времени на ознакомление с той или иной темой. Возникает дефицит внимания, и происходит фундаментальное преобразование культуры восприятия человека в современном мире, которое выражается в формировании иного когнитивного типа сознания, называемого «клиповым мышлением». В этом случае «предпочтение отдается (ярким) образам и звуковому сопровождению» и значительной фрагментации потребляемой информации [5, с. 145–146]. Это требует от создателей фильмов новых подходов к работе с материалом, чтобы привлечь внимание зрителя и передать сообщение.

В ходе исследования были изучены документальные кино- и телефильмы, созданные авторами из разных стран мира в период с 2000 г. до настоящего времени. Среди них такие работы как «Дом. История путешествия» Яна Артюса-Бертрана, «Неудобная правда» Девида Геггенхайма, серия документальных фильмов «Переломный момент» канала Discovery и другие. Для начала опишем группы способов формирования экологического сознания, которые применяются в выбранных фильмах.

Информационный процесс формирует общественное мнение в вопросах экологии. Исследователи выделяют критерии для оцен-

ки идеологической эффективности этого процесса. В нашем исследовании мы опирались на критерии, которые предлагает К. Х. Каландаров в своей работе «Экологическое сознание. Сущность и способы формирования» [1, с. 29]. Они легли в основу обработки эмпирического материала исследования. Выявлено следующее.

Распространение экофильных ценностных ориентаций. Экофильные ценности — это ценности, которые подразумевают бережное, уважительное, отношение к близкому окружению человека — дому, родной земле, природе и ее творениям, а также к гармоничному мировосприятию [2, с. 80]. Экофильные установки присутствуют практически во всех произведениях.

Основные используемые приемы:

- сравнение всей планеты с домом (фильм «Дом»);
- герои из коренных народов как последние носители экофильных ценностей (фильм «Невидимый мир»).

Передача и акцентирование информации о реальной экологической ситуации и связанных с ней значимых для общества проблемах, факторах, мерах и последствиях (здесь мы говорим о научных фактах):

— большинство фильмов содержит в себе информацию научного характера. Она является основным средством просвещения аудитории в вопросах экологии;

— используются новые и нестандартные методы передачи знаний. Предпочтение отдается визуальным образам и динамике (съемки экспериментов, визуализация научных фактов).

Повышение субъективной вовлеченности, эмоциональной и практической направленности парадигм экологического сознания населения.

Мы выделили в содержании и форме фильмов несколько элементов, которые являются способами эмоционального воздействия:

— различные языковые и речевые средства в закадровом тексте. Например, частые риторические вопросы, императивные высказывание;

— элементы комического присутствуют в редких случаях. Их основная функция — установление тесного эмоционального контакта со зрителем;

— адаптивно-защитный механизм для снижения эмоционального напряжения;

— эстетика природы используется для сильного эмоционального воздействия и создания выразительных художественных образов;

— негативное воздействие человека на природу в кадре также призвано вызвать эмоциональный отклик зрителя;

— ведущий связывает части сюжета, устанавливает связь между событиями киноленты и сознанием зрителя, включает его в обсуждение и осмысление проблемы;

— проявление эмпатии через личные истории пострадавших от экологических проблем.

Мотивация к действиям: практические советы о том, как сделать свою жизнь экологичной, выводятся на экран или представлены в закадровом тексте; примеры успеха активистов в борьбе за охрану окружающей среды.

Содействие достижению динамичности, разносторонности, внутренней целостности экологических представлений в массовом сознании. Не всем фильмам удастся выполнить данную функцию, накладывая ограничения могут и выбранный жанр фильма (например, фильме-эссе «Дом»), и сужение круга обсуждаемых тем (например, фильм «Мусор»).

Теперь рассмотрим эти и другие элементы фильмов с учетом года создания картины. При сравнении фильмов с более ранними работами заметны сохранившиеся тенденции и некоторые изменения. Область интересов авторов, проблемы, о которых они говорят, остаются такими же. Преобразования касаются способов передачи информации и эмоционального воздействия. Обратимся к конкретным примерам.

Такие фильмы как «Шесть градусов, которые могут изменить мир» и «Одиннадцатый час» строятся по общей схеме: основную часть хронометража занимают экспертные интервью. Политики и ученые из разных областей произносят свои монологи на одинаковом темном фоне. Они являются основными источниками информации и эмоционального воздействия на зрителя. Их слова иногда иллюстрируют кадры хроники, где зафиксированы наводнения,

разливы нефти, ураганы, вырубка лесов и прочее. В фильме «Неудобная правда» и вовсе один герой — Альберт Гора. Картина представляет собой запись лекции Гора о глобальных изменениях климата. Кадры из лекционного зала изредка дополняются хроникой такого же характера, как в предыдущих двух картинах. Советы по практическим действиям для зрителя здесь либо проговариваются вербально, либо выводятся на экран текстом.

А теперь обратимся к новым работам, которые созданы менее пяти лет назад. Стоит отметить явное уменьшение количества «говорящих голов». Эксперты по-прежнему присутствуют в этих фильмах, но теперь авторы стараются добавить к интервью динамику, действие. Все реже эксперты просто смотрят в камеру — они либо перемещаются по местности или объекту вместе с ведущим (оператором), либо демонстрируют эксперимент или его результаты. Такие примеры встречаются в фильмах «Мусор», «Переломный момент», «Глобальное потепление с Биллом Найем», «Гонка на вымирание».

Подобное построение интервью подкрепляет еще одну тенденцию — закадрового текста и монологов становится меньше, приоритет отдается визуальному ряду с короткими объяснениями. Авторы фильмов, созданных после 2010 г., стремятся визуализировать как можно больше информации. К примеру, для подтверждения выдвинутых гипотез они демонстрируют реальные примеры. В фильме «Мусор» ученые говорят о том, что при сжигании мусора образуются диоксины, которые опасны для здоровья человека. Команда фильма отправляется во Вьетнам, где многие поколения страдают от последствий распыления диоксинов американской армией. Там они общаются с врачами и жителями страны, демонстрируют результаты генетических мутаций. Таким образом, они на реальном примере демонстрируют зрителю доказательства гипотез, выдвигаемых учеными.

В фильме «Гонка на вымирание» авторы используют камеру со специальным световым фильтром, который позволяет увидеть метан и углекислый газ, выделяемые любимыми объектами — людьми, автомобилями, заводами. Команда ученых поджигает метан, который содержится в ледниках и может высвободиться при их таянии, — полыхающий факел метана в ночном небе помогает

создать яркий образ. Сильным приемом визуализации становится выведение больших проекций на стены штаб-квартиры ООН и Эмпайр-стейт-билдинг. В них демонстрируются редкие животные, статистика сокращения их популяций, различные графики с изменением уровня углекислого газа и прочее. Здесь авторы выходят в реальный мир за границы документальной картины. Сам автор Луи Сайхос как фотограф рассуждает в фильме о силе зрительного образа и его способности изменять человеческое восприятие.

Обращение к практическим действиям теперь происходит не через вербальные или текстовые сообщения — зрителю показывают конкретные действия реальных активистов, простых людей, вставших на защиту экологии. В фильме «Мусор» авторы посещают владелицу магазина, которая в бизнесе и в быту использует только органические материалы; ведущий собирает мусор на пляже вместе с волонтерами. В «Гонке на вымирание» активисты расследуют деятельность браконьеров, продающих морепродукты в дорогие рестораны.

В итоге мы видим, что даже на небольшом временном промежутке происходят изменения способов формирования экологического сознания, которые применяются в документальных кино- и телефильмах. Авторы стремятся сохранить внимание зрителя, заинтересовать его данной темой и донести свое сообщение с помощью ярких приемов. Так они адаптируются к общим изменениям в сознании общества, чтобы быть способными дальше двигаться к главной цели — формированию нового экологического сознания.

Литература

1. Каландаров К. Х. Экологическое сознание. Сущность и способы формирования. М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1999.

2. Когай Е. А., Рымарович С. Н. Экофильные ценности в социокультурном развитии российских регионов // Учен. записки Рос. гос. социального ун-та. 2012. № 2. С. 80–84.

3. Коробкин В. И., Передельский Л. В. Экология. Ростов н/Д.: Феникс, 2001.

4. Реймерс Н. Ф. Экология (теория, законы, правила, принципы, гипотезы). М.: Россия молодая, 1994.

5. *Седых Д. В.* К вопросу о клиповом мышлении в современном образовательном процессе // Международный журнал экспериментального образования. 2013. № 1. С. 145–146.

6. *Ситаров В. А., Пустовойтов В. В.* Социальная экология: печб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2000.

7. *Смирнов Т. С.* Экологизация сознания и ее роль в оптимизации взаимодействия общества и природы (Экологизация сознания во взаимодействии общества и природы): дис. ... канд. филос. н. Иваново, 1984.

Ю. А. Потапов

Северо-Западный филиал Российского гос. ун-та правосудия

ПРАВОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ ЖУРНАЛИСТА: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

В статье рассматриваются вопросы повышения правовой грамотности журналистов, анализируется содержание федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по направлению подготовки «Журналистика», разбираются типовые ситуации нарушения законодательства в сфере права средств массовой информации (СМИ).

Ключевые слова: редакция СМИ, право СМИ, журналистское расследование, судебный иск, профессиональное сообщество, юрисконсульт, юридическая служба.

Y. A. Potapov

North-West branch of Russian State University of Justice

LEGAL COMPETENCE OF A JOURNALIST: THE PROBLEM AND SOLUTIONS

The article discusses the questions of the increasing legal competence of journalists, examines the content of Federal state educational

standard (FSES) in the “Journalism” field of training, analyses typical situations of violations of legislation in the sphere of media law.

Keywords: media, media law, investigative journalism, legal action, professional community, legal adviser, legal service.

Категории времени и пространства являются общенаучными и находят отражение в различных отраслях знаний, в том числе в теории права. Хорошо известно, например, правило действия закона во времени и пространстве, а также по предмету и кругу лиц. Журналистика как наука и учебная дисциплина также рассматривает аналогичный понятийный ряд: «время», «пространство», «объект», «субъект» и др. Журналист в своем творчестве может объединить время и пространство, однако, действуя в обществе, он должен соблюдать правила поведения и юридические законы. В соответствии со своим статусом журналист является субъектом права, поскольку при выполнении своих обязанностей вступает в определенные правоотношения. Отсюда возникают прикладные задачи, например, как действовать репортеру в зоне контртеррористической операции, а журналисту-расследователю — в ситуациях, сопряженных с действием норм права; насколько журналист осознает свой не только социальный, но правовой статус; какими правовыми инструментами он может пользоваться; какую ответственность понесет в случае нарушения закона.

Изучая историю вопроса, необходимо, считаю, обратиться к публикациям журналистов «Известий», «Литературной газеты», «Комсомольской правды», других советских периодических изданий. Так, например, публикации братьев Анатолия и Валерия Аграновских, Аркадия Ваксберга, Лидии Графовой, Анатолия Рубинова, Инны Руденко, Юрия Щекочихина и других авторов на темы права и морали вызвали жаркие споры среди читателей и коллег, они не потеряли своей актуальности и в новых условиях функционирования журналистики. Мы понимаем, насколько глубоко прорабатывалась тема, досконально изучалась ситуа-

ция, в том числе с документальной стороны, во многих публикациях авторы тщательно анализировали возникающие юридические коллизии. Специального образования в большинстве своем вышеназванные журналисты не имели, за исключением разве что Валерия Аграновского и Аркадия Ваксберга. Наверное, это тот самый редкий случай, когда журналистским делом занимался человек, хорошо знакомый и с теорией права, и с уголовным процессом, и с другими юридическими вопросами. Хотя примеры удачного сочетания профессий юриста и журналиста знает и новая история: экс-глава гильдии судебных репортеров Леонид Никитинский успешно занимается юридической практикой и журналистским творчеством. Петербургская журналистика также знает примеры, когда юристы по образованию становились журналистами по призванию.

Давайте будем откровенны и признаем тот факт, что далеко не каждому нынешнему журналисту под силу судебные очерки и полноценные расследования, подобные вышедшим в свое время из-под пера корифеев отечественной журналистики. Почему нынешним репортерам не удается взять планку, высоко поднятую предшественниками? В основе ответа на этот вопрос, как нам представляется, лежат глубинные причины, связанные с трансформацией общества, и меняющиеся профессиональные приоритеты. Меняется время — меняется содержание деятельности, к сожалению, не всегда в сторону качества.

Каково современное положение дел в правовой журналистике?

Газетные полосы и телерадиоэфир наполнены криминальной хроникой и быстро составленными (именно составленными, а не рожденными в творческих исканиях) журналистскими расследованиями. Отсутствует аналитика, приводятся лишь поверхностные факты, встречаются терминологические погрешности... Как нам представляется, это проблема не одного отдельно взятого журналиста, как правило, начинающего журналиста, а всего профессионального сообщества.

С развитием общественных отношений, появлением новых инструментов их регулирования значительно расширяются воз-

возможности средств массовой информации. Во-первых, появляются новые способы получения информации, во-вторых, возрастает оперативность распространения информации на неограниченное пространство, то есть пространственно-временной фактор, в-третьих, в обществе становится все больше конфликтных зон, не урегулированных социальными нормами и нормами права (или недостаточно урегулированных). Как упорядочить эти отношения, минимизировать их конфликтогенность, найти цивилизованные способы разрешения информационных споров, не прибегая к силовым приемам, не нарушая прав, свобод и законных интересов субъектов?

С установлением правовой процедуры учреждения, регистрации и, особенно, функционирования редакций СМИ требуются специалисты в области права массмедиа. Деятельность журналиста также регулируется законодательством. Значит, представители СМИ должны обладать основами юридических знаний. С этой целью в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки «Журналистика» включены компетенции, направленные на формирование правовых знаний, навыков и умений действия в правовом поле, способов разрешения конфликтов и др. Например, выпускник факультета журналистики должен обладать способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-5), а также способностью руководствоваться в профессиональной деятельности правовыми нормами, регулирующими функционирование СМИ (ОПК-7). Это базовые требования к освоению профессии. Хорошо известна поговорка о том, что «сапоги должен точить сапожник», поэтому возникающие правовые проблемы в одиночку журналист не решит. Тут требуется всесторонний заинтересованный подход профессионального сообщества, представителей вузовской науки, направленный на формирование у будущих журналистов юридических знаний и навыков действия в правовом поле. Действующие журналисты должны иметь возможность постоянно повышать свою квалификацию, в том числе в области права СМИ.

Если федеральные издания и каналы, функционирующие как холдинги, корпорации, издательские дома имеют возможность содержать в своем штате юрисконсульта или даже юридическую службу, то следует признать, что наиболее уязвимыми в вопросах правовой грамотности и незащищенности являются журналисты местных (районных, городских) СМИ. В структуре таких редакций, как правило, отсутствует штатный юрист, а юридические консультации, адвокатские конторы, оказывающие правовую помощь на возмездных условиях, не всегда специализируются в сфере права СМИ. Правда, как правило, опыт участия в консультационной и правозащитной работе профессиональных журналистских сообществ имеет место в столичных городах. Провинциальные издания, оказываясь в сложной юридической ситуации, вынуждены идти на любые средства, чтобы не только спасти репутацию, но и не разориться вконец. Возможно, творческие организации журналистов и союзы юристов найдут приемлемый вариант сотрудничества в вопросах подготовки (переподготовки, повышения квалификации) юристов, специализирующихся в области права СМИ.

Анализируя судебную практику, можно допустить, что штатные журналисты и приглашенные авторы печатных и сетевых периодических изданий не имеют специальной юридической подготовки, не отслеживают изменения в российском законодательстве, поэтому и допускают в текстах своих публикаций правовые ошибки. Мы не говорим сейчас о таких примерах, ставших притчей во языцех, как «открытие и закрытие» уголовных дел, которые в соответствии с уголовно-процессуальным законодательством возбуждаются, приостанавливаются и прекращаются, или игнорирование принципа презумпции невиновности (только суд определяет степень вины и наказание). Есть и более содержательные ошибки и проигранные редакциями и журналистами судебные иски. Возможно, исправлению ситуации помогут организованные профессиональными организациями (ассоциациями) и факультетами (институтами) журналистики мастер-классы руководителей и специалистов пресс-служб правоохранительных органов.

Также необходимо сказать о том, что в обществе заметно возросла правозащитная активность населения в целом и публичных людей — политиков, чиновников федерального, регионального и муниципального уровня, а также руководителей предприятий, бизнесменов, деятелей культуры и других категорий должностных лиц. Именно они чаще всего становятся объектами критики журналистов и, как следствие, — истцами в судебных процессах, ответчиками в которых выступают редакции СМИ и журналисты или нештатные авторы. Вместе с тем все чаще сведения, ставшие причиной подачи судебного иска, публикуются в сетевом пространстве.

Какие еще типичные ошибки допускают журналисты? На стадии сбора информации — нарушение неприкосновенности частных лиц, их жилища, тайны телефонных переговоров. На стадии подготовки материала они не дают ему правовой оценки, игнорируют экспертов-юристов, не просчитывают юридические последствия публикаций и возможных исков. Поиск и получение достоверных документов — довольно трудоемкая задача, но их наличие, безусловно, гарантия правовой безопасности самого журналиста и редакции. На стадии написания материала необходимо также консультироваться с юристом или обращаться за разъяснениями к сотрудникам пресс-служб правоохранительных органов. Сегодня все чаще в телерепортажах приводятся кадры оперативной съемки или камер видеонаблюдения. Одно дело, когда записи предоставлены уполномоченными на то органами, а другое — когда осуществляется несанкционированный доступ. Необходимо помнить, что информация, в том числе персональные данные, имеет соответствующий режим ее использования.

Существуют и иные правовые проблемы, возникающие в деятельности редакций и журналистов, требующие совместного решения всех заинтересованных сторон — общества, государственных структур, образовательных организаций, профессиональных сообществ.

Век информации

Сериальное издание

Издатель Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета

ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА:
В КООРДИНАТАХ ИСТОРИЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ

Материалы международной научно-практической конференции
27–28 октября 2017 г.

Редакторы-составители *С. Г. Корконосенко, А. Н. Гришанина*
Отв. редактор *С. Г. Корконосенко*

Макет и оформление обложки: *П. Ч. Хан*
Верстка: *Е. П. Смирнова*

Формат 60x84/16.
Гарнитура CharterITC. Печ. л. 16,25.
Заказ 156.

Отдел допечатной подготовки
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
199034, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26.