

ЖУРНАЛИСТ СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

№ 2 (26) 2017

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
издается с 2011 г.

включен в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК по отраслям науки
и группам специальностей научных работников:

22.00.00 – социологические науки; 23.00.00 – политология;

10.01.00 – литературоведение

журнал входит в систему РИНЦ

Главный редактор - А.В. Черняк, профессор, доктор исторических наук, Заслуженный работник культуры РФ (Журналистика)

Экспертный совет журнала

Богданович Галина Юрьевна – профессор, доктор филологических наук, декан факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского.

Валовая Мария Дмитриевна – профессор, доктор экономических наук, профессор, кандидат филологических наук, советник ректора Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова.

Ванев Георгий Станев – профессор, доктор политических наук, главный редактор газеты «Работнически вестник» (Республика Болгария).

Варганова Елена Леонидовна – профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Гавра Дмитрий Петрович – профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой связей с общественностью Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

Гариффулин Васил Загитович – профессор, доктор филологических наук, руководитель Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Дубовик Сергей Валентинович – профессор, кандидат филологических наук, директор Института журналистики Белорусского государственного университета (Республика Беларусь, Минск).

Дугин Евгений Яковлевич – профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой тележурналистики ФБГОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Иванищева Ольга Николаевна – профессор, доктор филологических наук, заведующая кафедрой культурологии и межкультурных коммуникаций, теории языка и журналистики ФБГУ ВО Мурманского арктического университета.

Ибраева Галлия Джумсудовна – доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Казахского национального педуниверситета имени Абая

Редакционный совет журнала

(Республика Казахстан, Астана).

Коновалова Ольга Васильевна – профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры политологии и этнополитики Южно-Российского института-филиала РАНХ и ГС при Президенте Российской Федерации (Ростов на Дону).

Клинецвич Франц Адамович – кандидат психологических наук, первый заместитель председателя Комитета по обороне и безопасности Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации.

Лозовский Борис Николаевич – профессор, доктор филологических наук, директор департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

Маркин Валерий Васильевич – профессор, доктор социологических наук, руководитель Центра региональной социологии и конфликтологии ФГБУН Института социологии РАН.

Огнев Константин Кириллович – доктор искусствоведения, профессор, ректор ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» (Москва).

Пую Анатолий Степанович – профессор, доктор социологических наук, директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ.

Саринжинов Аслан Бакенович – ассоциированный профессор Школы образования «Назарбаев Университет», министр образования и науки Республики Казахстан.

Скворцов Ярослав Львович – доцент, кандидат социологических наук, декан факультета международной журналистики Московского государственного института международных отношений (университет).

Тарасов Илья Николаевич – профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политики, социальных технологий и массовых коммуникаций Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта.

Усвяцов Борис Михайлович – профессор, доктор политических наук, руководитель Экспертного совета по обороне Государственной думы Российской Федерации

Чумиков Александр Николаевич – профессор, доктор политических наук, генеральный директор ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг».

Шабров Олег Федорович – профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политологии и политического управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Шапиро Брюс – профессор коммуникации Йельского университета (США).

Шкондин Михаил Васильевич – профессор, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории по изучению актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Шомова Светлана Андреевна – доктор политических наук, профессор Высшей школы экономики

Редакционный совет

Богданов Всеволод Леонидович – почетный профессор Санкт-Петербургского государственного университета, председатель Союза журналистов России.

Головко Сергей Борисльевич – кандидат филологических наук, доцент Учебно-научного центра экономики и социологии медиарынка Института массмедиа Российского государственного гуманитарного университета.

Дзялошинский Иосиф Михайлович – профессор, доктор филологических наук, руководитель образовательной программы Медиакоммуникации факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «Высшая школа экономики».

Коханова Людмила Александровна – профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Мальцев Геннадий Петрович – член-корреспондент РАЕН, генеральный директор Издательского дома «Журналист».

Речицкий Леонид Антонович – доцент, кандидат исторических наук, заместитель главного редактора журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Тулупов Владимир Васильевич – профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Хелемендик Виктор Сергеевич – профессор, доктор исторических наук, член-корреспондент Академии образования Российской Федерации.

Содержание

СМИ и общество

Дугин Е.Я.

Конфликт поколений или моделей коммуникации?
(социологический аспект).....5

Цыганенко А.М.

Профессиональные стандарты для печатной индустрии России.....16

Пастухова Б.П.

Особенности популяризации гуманитарных наук
(на примере печатных СМИ).....25

Черешнева Ю.Е.

Новым технологиям – современные знания.....34

Григорьев Ю.А.

Размышления о культуре и архитектуре:
что не попадает в поле зрения журналистов.....46

Сизьмин М.А.

Информационно-психологическое обеспечение операции
российских ВКС в Сирийской Арабской Республике.....53

Социология массовых коммуникаций

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Шкондин М.В.

Медиапубличность региональных пространств: системные
аспекты (По материалам социологического исследования).....60

Казакова А.Ю.

Массовая коммуникация как источник жилищной депривации:
качественно-количественный анализ воздействия.....88

Тарасов К.А.

Проблема развлекательного насилия в фильмах.....106

История журналистики

Черняк А.В.

Журналистика 1917-го.
От Февраля к Октябрю (статья вторая).....118

Конференции

Жилавская И.

Медиаобразование как профилактика
информационных рисков.....147

Аннотации к статьям номера (на английском языке).....152

Конфликт поколений или моделей коммуникации? (социологический аспект)

Дугин Е.Я., профессор, доктор социологических наук, член Научно-экспертного совета при председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации; e.dugin@yandex.ru

В статье на основе анализа социологических исследований рассматриваются причины и следствия недавних молодежных митингов. Автор полагает, что истоки протестного поведения молодежи заключаются не только в традиционном поколенческом конфликте «отцов и детей». Но также и в отсутствии внятной идеологии развития страны, в пренебрежении структурами власти и управления диалогом с обществом, в конфликте коммуникативных моделей поведения власти и граждан.

Ключевые слова: *молодежные митинги, протестное поведение, конфликт поколений, диалог власти и общества, конфликт коммуникативных моделей.*

Массовые протестные митинги 26 марта 2017, прокатившиеся по сотне городов России, всколыхнули общество, заставили говорить о молодежи как нарождающейся политической силе, с которой нельзя не считаться. Вопреки устоявшимся мнениям о молодежи как о аполитичных «сетевых хомячках», днюющих и ночующих в компьютерной сети, не интересующихся реальной жизнью. Волна протестных выступлений обнажила узел нерешенных и неразрешимых проблем, стоящих перед структурами государственного управления и власти, выявила неэффективность деятельности традиционных СМИ и журналистики, других институтов социализации личности. Реакция власти по испытанной модели «страусиной политики» на этот раз оказалась неудачной. Только на четвертый день после событий, когда были арестованы, по разным сведениям, тысячи человек, только в столице, последовала официальная реакция на протестные митинги, которые сводились не к взвешенным политическим оценкам, а слабым попыткам оправдания своей беспомощности и насилия над гражданами страны. Были и другие мнения представителей власти с бухгалтерским уровнем мышления, согласно которому в митингах сотни тысяч граждан участвовали за деньги. Пожалуй, единственный политик высокого уровня председатель Совета Федерации В.И. Матвиенко сразу же заявила о том, что «власть не должна просто констатировать либо делать вид, что ничего не происходит», призвав все ветви власти «не прятать голову под крыло». «Все представители власти – депутаты, сенаторы, органы исполнительной власти в регионах – безусловно, должны встречаться с людьми, понимать,

почему они выходят на протесты, что их волнует, обсуждать способы решения этих вопросов»¹.

Четкая позиция политика корреспондировалась с выступлением знаменитого режиссера А. Сокурова, удостоенного высшей кинематографической награды «Честь и достоинство» имени Э. Рязанова на церемонии вручения «Ники», которая происходила вскоре после митинга. «Мне кажется, – сказал режиссер, – что государство совершает большую ошибку, ведя себя столь фамильярно с молодыми людьми, со школьниками и студентами. Нельзя начинать гражданскую войну среди школьников и студентов. Надо услышать их. Никто из наших политиков не желает их услышать. Никто с ними не разговаривает. Они боятся это делать. Почему? Это невозможно уже больше терпеть. И я хочу обратиться к нашим депутатам – принять законы, запрещающие арестовывать и вообще прикасаться к женщинам, девушкам, которые участвуют в общественных акциях, а их хватали за руки, за ноги и тащили куда-то. Грубо. Это насилие. Этих людей надо понимать. <...> Мы много раз, много лет говорили: «А где же вы, студенты? Где вы, школьники? Вы замечаете, что в этой стране происходит?». В ответ было молчание. И вот они появились <...> все, кто связан со студенчеством, с молодежью, с образованием, мы должны быть вместе. Мы должны бороться за силу просвещения. Только это избавит нас от возможной дикости, от возможных политических катастроф». Эмоциональная речь режиссера эхом разнеслась по социальным сетям при полной тишине, невнимании к митинговым событиям на федеральных телевизионных каналах.

Телевидение не снимает и не показывает

На уже упомянутой здесь церемонии вручения «Ники» известный телевизионный журналист Э. Сагалаев, который тридцать лет назад руководил молодежной редакцией Центрального телевидения, один из основателей знаменитого «Взгляда» вспомнил, что в конце восьмидесятых в стране тоже были митинги, массовые шествия, забастовки. «Мы на свой риск стали показывать забастовки, оппозиционные митинги, которые проходили на улицах и площадях страны. Я тогда и представить не мог, что доживу до того прекрасного времени, когда наше замечательное телевидение не будет ни рисковать, ни показывать митинги».

В самом деле, телевидение замалчивало несколько дней массовый митинг в центре столицы, отдавая предпочтение показу событий, которые не отражают настроения в обществе и далеких от реальной жизни граждан страны.

В конце концов, не столь важны организация митингов, их легитимность и технологии их проведения. Для власти и СМИ не должно быть безразлично, что на улицы вышли массы граждан страны, которые, по видимому, не находят ответа на свои жизненные потребности и заботы

¹ «Не прятаться под крылом» //РБК, 30 марта 2017.

в официальных структурах власти и управления.

Обращает на себя внимание разные скорости реагирования на митинговые события власти, телевидения и социальных сетей. Можно предположить, что мы имеем дело не только с бюрократизированной, неторопкой системой принятия решений, а с различной скоростью проявления гражданской позиции в оценке событий. Похоже, сказывается многолетняя невнятность идеологии и стратегий развития страны и общества, пренебрежение диалогом и интересами общества, цинизм и лукавство властей. В наиболее циничной форме эти приметы российской политической модели проявились в выступлении Г. Грефа на XVI Петербургском международном экономическом форуме 21-23 июня 2012 года, в котором он назвал диалог власти с обществом «страшной вещью». При этом банкира-демократа возмутила сама возможность «передать власть фактически в руки населения. Если каждый человек сможет напрямую участвовать в управлении, что же мы «направляем»? Как только все люди поймут основу своего «Я», самоидентифицируются, управлять, т.е. манипулировать ими будет чрезвычайно тяжело. <...> Любое массовое управление подразумевает элемент манипуляции. Как жить, как управлять таким обществом, где все имеют равный доступ к информации?» озабоченно вопрошал поборник демократии и либеральных ценностей.

Скандальное выступление Грефа буквально «взорвало» социальные сети. Вот одно из характерных суждений на форуме: «Плохо не то, ЧТО он сказал, а то, что они настолько уверены в дегенерации населения, что они уже не скрывают своих мыслей, намерений и действий»¹.

Исходя из подобных циничных речений чиновника и реалий имитационной политики, можно предположить в качестве рабочей гипотезы, что в основе протестных настроений лежит не столько поколенческий фактор, а несовпадение или даже конфликт коммуникативных моделей и стратегий поведения власти и населения, особенно мобильной его части – молодежи.

Почему «живущие в сети» вышли из комфортной компьютерной виртуальности на городские улицы и площади, в реальную жизнь, где насилие и репрессии отнюдь не виртуальны? Почему впервые на протестные митинги вышло так называемое поколение «Z», самая загадочная постперестроечная генерация молодежи?² Все эти и другие вопросы требуют обстоятельного анализа.

Реакция властей и старшего поколения в целом на молодежную митинговую активность не отличается результативностью. В органах вла-

¹ Социальные сети «взорвались» по поводу циничного выступления Грефа на форуме в Петербурге//bloknot.ru/ obshestvo-ny-t-seti...510195.html 13.12.2016.

² Поколение Z или как его принято называть «центениаль», для которых характерны: приоритет сетевого общения, космополитическое и клиповое сознание и мышление, терпимость и спокойствие, стремление получить максимум информации в короткий срок, а также легкий переход из виртуальной в повседневную реальность.

сти и управления, в средствах массовой информации, по-видимому, не знают, что делать с молодежью. Традиционные институты социализации и воспитания, подходы, методы и формы взаимодействия не работают. А привычные методы «тащить и не пущать» слабо пытаются противостоять следствиям, но никак не направлены на искоренение причин и, самое главное, не дают ответа на хрестоматийный для России вопрос «Что делать?». Вот и недавний опрос, проведенный ВЦИОМ с целью выработать мероприятия по снижению протестных настроений в российском обществе, показал, что запрет социальных сетей поддерживают 62 % респондентов. Вместо выявления и устранения причин общественное мнение предлагает бороться с последствиями. Что, конечно, же, контрпродуктивно. Вместе с тем, эксперты считают, что новые ограничения на пользование глобальной Сетью технологически невозможны, потому, что породят хитроумные приемы преодоления блокировок интернета. Запреты могут иметь непредсказуемые социальные последствия, приведут к массовым возмущениям пользователей, коих число на порядки больше, чем участников протестных митингов.

Согласно данным доклада центра «Платформа», 92 % реципиентов полагают, что пользование интернетом имеет больше плюсов, чем минусов. Около 65 % утверждают, что «всемирная паутина» способствует повышению образования, а третья часть опрошенных считают сеть «одним из лучших изобретений человечества». Против каких-либо ограничений пользования интернетом высказались 79 % опрошенных, справедливо полагая, что тотальный контроль за поведением пользователей не приведет к снижению преступности, т.к. эта проблема определяется совсем другими факторами. Эксперты рекомендуют ограничиться борьбой с нежелательным контентом, наказывать не авторов лайков и репостов, а интернет-провайдеров, которые этот контент распространяют¹.

Но эти полезные предложения и рекомендации направлены на преодоление последствий, но никак не позволяют глубоко осмыслить причины возникновения протестных митингов, мотивации их участников. Для ответа на множество злободневных вопросов недостаточно также и журналистской, информационно – публицистической рефлексии. Необходимо обратиться к более глубоким исследованиям массового сознания, процессов становления и развития гражданской идентичности, ценностных ориентаций, предпочтений, настроений, взаимоотношениям молодежи и власти, формирования коммуникативных стратегий и моделей взаимодействия коммуникативных сообществ в социальных сетях и т.д. В подтверждение распространенного мнения о том, что «мы упустили молодежь» можно сказать, что специализированных исследований молодежи как социального слоя в последние годы проведено немного. Исключение составляет фундаментальный труд М.К. Горшкова и Ф.Э. Шереги «Молодежь России: социологический портрет», опубликованный в 2010

¹ Власти оставляют интернет в покое// Новая газета, 20 апреля 2017 г.

году. Можно еще отметить серию социологических исследований крупномасштабного проекта «Российское общество и вызовы времени», проведенных Институтом социологии РАН, в которых различные аспекты молодежных проблем рассматривались в контексте реформирующегося российского общества¹. Нетрудно заметить, что социологический мониторинг молодежных исследований прервался на временную дистанцию, равную, по меньшей мере, жизни одного поколения. Во всяком случае, возраст социализации, ранней молодости «выпал» из наблюдений социологов. Группа молодежи 16-18 лет и вовсе не учитывается в политологических исследованиях, т.к. ее представители не участвуют в избирательных компаниях. В коммуникативных исследованиях эта группа также слабо изучена, поскольку телевидение они не смотрят, а общаются исключительно в своих коммуникативных сообществах, где имеются свои авторитеты, референтные группы, не имеющие ничего общего ни с государственной политикой, ни с коммуникативными стратегиями официальных каналов медиасистемы страны. Под влиянием бурного развития информационных технологий тенденция к фрагментации аудитории СМИ продолжает нарастать, рассыпая пазлы представлений о целостной «картине мира», мировоззрении, созданием которых ранее занимались институты социализации общества, информационно-коммуникативная система страны.

В основе отмеченной тенденции лежит нарастающий конфликт между моделями коммуникации. С одной стороны – вертикальная модель коммуникации с ее жесткой организацией и иерархией, авторитетами, соподчинением и нормативными правилами. С другой – сетевой тип коммуникации с горизонтальными, коммуникативными сообществами с мозаичной, неструктурированной информацией, мнениями, не терпящими авторитетов и регламентирующих норм. И в этом смысле современные средства массовой информации и коммуникации все в большей мере представляют собой сложную, многосоставную модель. На этапе распространения информации – коммуникативная стратегия СМИ ориентирована на массовую аудиторию. Однако затем массовой поток сообщений разделяется на персонифицированные каналы потребления, где действуют иные социально-психологические законы и факторы восприятия, понимания и интерпретации информации.

¹ Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: ЦСПиМ, 2010. – 592с.; О чем мечтают россияне: идеал и реальность/Под ред. М. К. Горшкова, Р. Крумма, Н.Е. Тихоновой. - М.: Весь Мир, 2013. – 400 с.; Российское общество и вызовы времени. Книга первая/ М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. – М.: Издательство «Весь Мир», 2015. – 336 с.; Российское общество и вызовы времени. Книга вторая/ М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. – М.: Издательство «Весь Мир», 2015. – 410 с. Российское общество и вызовы времени. Книга третья/ Под ред. Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е. М.: Весь Мир, 2015. – 424 с. Российское общество и вызовы времени. Книга четвертая/ М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.– М.: Весь Мир, 2016. – 400 с.

Нацеленность на созидание, стремление к поиску нового, которое отличало молодежь во все времена, подменилась ныне жадной виртуального признания в социальных сетях, потому что в реальной жизни приложению молодой энергии не находится места. Медиатизация и виртуализация жизни молодого поколения усугубила расслоение, распад общества на группы и сообщества, отчужденные от власти, государства, где к тому же не работают социальные лифты и традиционные ценности.

Портрет молодежи в интерьере политики

Разумеется, формирование вкусов, предпочтений, ценностных ориентаций молодого поколения сложились не в одночасье и не только под воздействием просмотра видеороликов и лайков в социальных сетях. Мина замедленного действия под поведение молодежи закладывалась с началом процессов деидеологизации страны, с политики вседозволенности, с хищения государственной собственности кучкой циничных нуворишей, с парада суверенитетов регионов, отчуждения населения от принятия политических решений, вакханалии криминалитета, пошлых шоу и других, хорошо известных родимых пятен отечественного воровского капитализма и базарной демократии.

Анализируя причины «социальной травмы» и деформации жизни российского общества, ученые справедливо утверждают, что «показатели состояния и тенденций развития общественного сознания и поведения демонстрируют причудливое сочетание оценок – комбинаций: размытость, неопределенность, фрагментарность и переменчивость ценностных ориентаций, установок, социального настроения, общественных и личных интересов»¹. Иными словами, появление новых характеристик общественного сознания, выражающееся в феномене расщепления, дезинтеграции общества, которые привели к «социальной растерянности», «взбаламученности массового сознания» различных слоев российского общества².

Условия растерянности массового сознания, неопределенности, размытости морально-нравственных критериев стали тем «бульоном», в котором «варились» и продолжают бытовать постсоветские поколения молодежи и более старшего, теперь уже нынешнего населения среднего возраста. На вопрос, поставленный три десятилетия назад в публицистическом фильме талантливого режиссера Ю. Подниекса «Легко ли быть молодым?», по-прежнему не найдено положительного ответа. Судя по данным социологических исследований, нынешнее поколение молодых также, как прежде, не может найти работу, соответствующую уровню их образования, квалификации и жизненным устремлениям.

¹ Тощенко Ж.Т. Фантомы российского общества. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. С. 14.

² Дугин Е.Я. Кабельное телевидение на Западе: программирование, организация, коммерческие секреты (опыт лучших компаний). – М.: «Агар», 1998. С. 3 - 4.

У 75% современной российской молодежи практически отсутствуют устойчивые идеалы в том смысле, что для них жизненные цели не соотносятся с неким прообразом модели поведения, ценностных ориентиров¹. Примечательно, что моральные принципы в иерархии ценностей у молодежи занимают восьмое место. Для сравнения: для старшего поколения моральные принципы стоят на втором месте (после семьи). Для среднего поколения четвертое место². По наблюдениям социологов нынешняя молодежь воспроизводит политическую структуру старшего поколения, изменяющуюся в зависимости от социально-экономической ситуации в стране и в каждой семье.

В качестве основного вывода можно отметить, что «отсутствие устойчивого мировоззрения, ясного образа модели государства в массовом сознании молодежи ведет к конфликтности ее социального поведения, напряжениям во взаимоотношениях с социальными институтами»³. На наличие в российском обществе различных социальных противоречий указывают 90 % молодежи. В частности, доля считающих актуальным противоречие между богатыми и бедными варьируется от 52 % в возрасте 14-17 лет до 64 % в возрасте 25-30 лет. Противоречие между властью и народом отмечают представители всех поколений (молодежь от 14 до 30 лет – 33,1 %, среднее поколение – 52,6 % старше 50 лет – 59,5 % опрошенных)⁴. Как видим, по мере взросления люди более критично относятся к власти, отмечая ее растущую отчужденность от народа. Основным фактором, влияющим на оценки взаимоотношений власти и общества, выступает степень доверия различных слоев населения к институтам власти и управления. Не менее значимый фактор включенность молодежи в политические и коммуникативные процессы. Как показывают данные социологических наблюдений, большинство молодежи (67,8 %) считает, что у них нет возможности влиять сегодня на политику государства, а, по мнению 46,1 % опрошенных, – *нет возможности диалога с властью (выделено мной – Е.Д.)* по проблемам молодежи. И если в обществе не созданы оптимальные условия диалога власти и общества, различные слои населения (и молодежь не исключение) вынуждены выражать свое мнение, пытаться доносить свои интересы до властных структур во вне институциональных формах, в частности, посредством митингов и уличных шествий. В этом смысле нетрудно предположить, что видеофильм о коррупции в высших органах власти, показанный в социальных сетях, лег на благодатную почву недовольства отмеченными противоречиями, отсутствием диалога, нарастанием конфликтной ситуации между властью и народом и вы-

¹ Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: ЦСПиМ, 2010. С. 128.

² Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Указ. соч. С. 128-130.

³ Гусейнов А.А. Философия, мораль, политика. М.: 2002. С.121.

⁴ Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Указ. соч. С. 100.

вел, в конечном счете, на протестный митинг значительное число молодых людей (и не только) в столице и региональных центрах страны.

В структурах власти и управления, в экспертном сообществе склонны обвинять интернет и социальные сети в мобилизации участников протестных митингов, сравнивая их с технологиями подготовки и проведения с «цветными» революциями и террористическими актами. Доля истины в этой позиции есть. Но более глубокое понимание и выводы можно сделать, опираясь на исследования мотиваций использования интернета. Социологические исследования показывают, что 60,4 % пользователей «мировой сети» – молодежь, активно интересующаяся политикой. Для сравнения в этой же группе предпочтение отдают просмотру передач федеральных каналов телевидения 90,6 %. Доля активных пользователей интернета в возрасте 14-30 лет довольно велика – не менее 60 % опрошенных¹.

За минувшее десятилетие с учетом тенденции бурного роста информационных технологий, поколение «живущих в Сети» увеличилось в разы, что и подтверждается данными социологических исследований. Там же отмечается, что «для нынешней молодежи интернет однозначно не является средством мобилизации идеологических соратников для проведения митингов, выступлений – в этих целях стремятся использовать его 0,6 % опрошенных»². Полагаю, что эта цифра требует корректировки, потому что респонденты отвечали на вопрос анкеты весьма осторожно, опасаясь за последствия. И дело, разумеется не только и не столько в масштабах повального увлечения интернетом молодежи. Чтобы получить адекватные представления о поколении молодых людей, необходимо менять методологию и методику социологического исследования, дополняя их психологическими аспектами поведения личности. Специалистам, по-видимому, предстоит пересмотреть всю совокупность методов изучения новой ментальности российской молодежи.

«Система ценностей центениалов почти полностью формируется под влиянием социальных сетей. Как к этому относиться? Нередко погруженность в социальные сети воспринимается как бунт и уход из реального мира. Но если попытаться подойти к изучению этого поколения с помощью антропологических методов, то скорее всего мы получим совершенно иную картину, свидетельствующую о качественно новых чертах этого поколения»³.

Анализ социально-экономической ситуации в стране и господствующих настроений в обществе, показывает, что проблема не в последнюю очередь кроется в содержательной наполненности социальных сетей, в контенте телевизионных и радиопрограмм, коммуникативных стра-

¹ Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Указ. соч. С. 115.

² Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Указ. соч. С. 121.

³ См. подробнее: Шалыгина Н.В. Игреки и центениалы: новая ментальность российской молодежи// Власть, 2017, №1. С. 167

тегиях медиасистемы в целом. Авторитетные эксперты, научные исследования фиксируют отсутствие в теленовостях и социальных сетях системы ценностей, позитивного опыта развития страны. «Квазиновостная и псевдоаналитическая фактура телевещания и спецпроектов в интернете приучает массы к поглощению микро и макросенсаций в нездоровых дозах при невнимании к течению повседневности и состоянию обыденности»¹.

Вот уже по меньшей мере три поколения российской молодежи фактически потребляют по телевидению, по другим каналам незатейливые развлечения, криминальные сериалы, выступления затейников и клоунов всех мастей. Во имя рейтинга вся «медиаархив», упорно избегая в своей деятельности трезвого анализа, настроая общества на созидание, стремится все эфирное время отвести развлечению общества, несмотря на кризис, упорно и последовательно применяют «механизм так называемой понижающей селекции», согласно которому привлечение зрителей легче вести с использованием древнейших праструктур ориентации человека в реальности – сексуальные влечения, переживания возможного насилия, ожидание смерти, чувства неизвестности, опасности, неизбежности подавленности...². Машина телевидения более четверти века раскручивает маховик идеологемы «этой страны», чуждой для так называемой элиты. Как отмечают вдумчивые эксперты, «нет ни одной страны мира, где время формирования государства с ныне действующей Конституцией было бы объявлено не только негероическим, но морально опустошенным. Это своего рода зашифрованная смысловая трагедия внутри самой этой мировоззренческой доктрины. <...> В результате люди все двадцать лет не понимают, в каком обществе они живут. У них нет общих представлений по поводу фундаментальных вопросов: что такое частная собственность, миссия государства, умение власти управлять экономикой, общественный контроль. Нет модели развития родной страны. Нет общего понимания природы и механизмов разлагающей весь социум коррупции. В обществе не создается, а следовательно, не накапливается позитивный опыт.

Мировоззренческое программирование аудитории осуществляется тихо, без каких-либо объявлений, объяснений, без специальных исследований. В конечном счете, по сути, оно табуируется. Как будто засекречено. Производители телеконтента не всегда должны догадываться о том, что на самом деле они делают»³.

Пусть простит меня читатель за обширное цитирование, которое автор позволил себе из-за отсутствия серьезной аналитики по многоаспектному кругу проблем телевизионного вещания.

¹ Рубцов А. Мегафизика власти: Политическая история// Ведомости, 13 марта 2017.

² Дондурей Д. Граждане против гражданского общества. Телерейтинг как воспитатель нации //Искусство кино, 2013, № 3. С. 10.

³ Дондурей Д. Указ. соч. С. 10

«Легко ли быть молодым?» или «как сладить с молодежью?»

Во все времена (и в том числе в недавние советские) структуры власти и управления одной из главных задач во взаимодействии с населением считали воспитание активной жизненной позиции граждан, особенно молодежи. Эта задача включена в повестку дня современной России. Для чего предпринимается немало усилий. Например, последние несколько лет в Москве под патронатом правительства ведется проект «активный гражданин», благодаря которому удалось провести несколько крупных проектов по созданию в столице комфортной обстановки для проживания, навести порядок во дворах и улицах города и т.д. Немалый воспитательный эффект для молодежи, утверждения активной жизненной позиции содержат мероприятия «Валдайского форума», научные и образовательные олимпиады, спортивные соревнования, фестивали, праздники и т.д.

Что касается взаимодействия с завсегдатаями социальных сетей, то, полагаю, что, пожалуй, нет другого способа привлечения молодежной аудитории, кроме создания на государственных каналах телевидения, программ, наполненных не пустыми развлечениями и отвлечениями вроде проекта «Дом-2», а новыми смыслами, отвечающими настроениям, мыслям и чаяниям молодежи, быть интеллектуальными лидерами, способными повести за собой. Как представляется, важна не просто активность личности сама по себе, а *ценностная основа социальной активности*, создание экономических, политических и социально-психологических условий для развития личности и государства.

В качестве примера сошлюсь на позицию советника президента России С. Глазьева, который связал протестное поведение молодежи с последствиями макроэкономической политики, проводимой государством. В результате этой политики происходит сокращение доходов населения, растет безработица и, как следствие, у молодежи утрачиваются жизненные перспективы. Без долгосрочных инвестиций молодежь не получит рабочих мест, у нее теряются ориентиры на будущее. «Для того чтобы загрузить молодежь интересной работой, дать ей перспективы, нужно кардинально изменить денежную политику. Если мы хотим стабильности в обществе, хотим, чтобы люди занимались своим профессиональным делом, получали хорошую зарплату, необходимо изменить денежно-кредитную политику»¹.

Наряду с реформированием финансово-экономических условий жизни общества, необходима разработка концептуальных положений философии и идеологии для обновленной России, направленных на формирование идентичности молодежи, на раскрытие ее созидательного потенциала. Требуется также трансформация коммуникативных

¹ Советник президента РФ связал протесты молодежи с «утратой жизненных перспектив». // RNS Информационное агентство, 30 марта 2017.

стратегий и моделей взаимодействия общества и структур власти и управления, коренное улучшение деятельности институтов социализации общества, СМИ, медиа и, в частности, реформирование телевизионной системы.

Литература:

- Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: ЦСПиМ, 2010;
- Гусейнов А.А. Философия, мораль, политика. М.: 2002;
- Дугин Е.Я. Кабельное телевидение на Западе: программирование, организация, коммерческие секреты (опыт лучших компаний). – М.: «Агар», 1998;
- О чем мечтают россияне: идеал и реальность/Под ред. М.К. Горшкова, Р. Крумма, Н.Е. Тихоновой. – М.: Весь Мир, 2013;
- Российское общество и вызовы времени. Книга первая/ М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. – М.: Издательство «Весь Мир», 2015;
- Российское общество и вызовы времени. Книга вторая/ М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. – М.: Издательство «Весь Мир», 2015;
- Российское общество и вызовы времени. Книга третья/Под ред. Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е. М.: Весь Мир, 2015;
- Российское общество и вызовы времени. Книга четвертая/ М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.– М.: Весь Мир, 2016.
- Тощенко Ж.Т. Фантомы российского общества. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015.

Профессиональные стандарты для печатной индустрии России

Цыганенко А.М., профессор, кандидат технических наук, председатель Совета по профессиональным квалификациям в области издательского дела, полиграфического производства и распространения печатной продукции.

Одним из важнейших аспектов создания сбалансированной системы трудовых отношений, а также приближения образовательных программ к запросам реальных секторов экономики, должно стать внедрение четко сформулированных и согласованных современных требований, оформленных в виде профессиональных стандартов. Профессиональные стандарты важны в процессах формирования кадровой политики и управлении персоналом, при организации аттестации работников, разработке должностных инструкций, установлении систем оплаты труда; при разработке профессиональных образовательных программ и федеральных государственных образовательных стандартов.

Ключевые слова: профессиональный стандарт, национальная рамка квалификаций, отраслевая рамка квалификаций, трудовая функция, образовательный стандарт, оценка квалификации.

В настоящее время российская отрасль печатных средств информации и книжной продукции играет важную роль в жизни государства и общества. В стране насчитывается более 60 тыс. печатных СМИ, издается около 120 тыс. наименований книг тиражом почти 450 млн экземпляров, работает более 7 тыс. полиграфических производств, реализацию печатной продукции обеспечивают свыше 40 тыс. объектов розничной торговли.

Процессы в индустрии печати в последние годы существенно изменились благодаря развитию интернета и цифровых технологий. Предприятия и организации все больше внимания уделяют инновационным технологиям, стремительно растет интерес к производству этикетки и упаковки, технологиям функциональной печати. Новые требования к продукту полиграфии стала предъявлять «зеленая печать». Печатная индустрия готова предоставить клиентам весь спектр новейших технологий и вдохновить их на использование новых бизнес-моделей и решений.

Чтобы осваивать современную технику и внедрять новейшие технологии и методы, нужны работники соответствующей квалификации. Изменения продуктов печати и рабочих процессов приносят с собой новые требования к квалификации и профилям подготовки кадров. Не-

обходимо отметить, что предприятия и организации печатной индустрии сегодня могут успешно и эффективно работать только при условии соответствия высоким технологическим стандартам.

В России, так же, как и во многих странах мира, сегодня значительно активизировалась работа в области квалификаций. Национальная система квалификаций является средством согласования спроса на квалификации работников со стороны работодателей на основе настоящих и перспективных требований рынка труда, сформулированных в терминах таких критериев, как характер знаний, умений и компетенций, и предложения квалификаций со стороны системы образования и обучения. Это согласование осуществляется на основе эффективных механизмов правового и институционального регулирования взаимодействия профессионального образования и рынка труда.

В 2013 году для разработки профессиональных стандартов, востребованных экономикой и бизнесом, президентом Российской Федерации В.В. Путиным была обозначена необходимость в соответствующем консультативном органе. 16 апреля 2014 года им стал Национальный совет при президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям. Особая роль отводится отраслевым Советам по профессиональным квалификациям, которые наделены полномочиями по организации и проведению независимой оценки квалификаций. Сегодня действуют 28 отраслевых советов. Совет по профессиональным квалификациям в области издательского дела, полиграфического производства и распространения печатной продукции был утвержден решением Национального совета в середине 2016 года. В состав Совета вошли представители ассоциаций и союзов в области печатной индустрии, научных организаций и учебных заведений, предприятий и организаций. В задачи Совета входит: проведение мониторинга рынка труда, разработка и актуализация профессиональных стандартов и квалификационных требований, проведение экспертизы федеральных государственных образовательных стандартов; организация профессионально-общественной аккредитации основных профессиональных образовательных программ, основных программ профессионального обучения; организация независимой оценки квалификации работников или лиц, претендующих на осуществление определенного вида трудовой деятельности и др.

Мониторинг кадрового рынка позволяет составить общую картину его динамики, соотношения спроса и предложения на специалистов, реальных и ожидаемых уровней занятости и оплаты труда, помогает оценить изменения и получить данные о потребности в квалификациях и появлении новых профессий в печатной индустрии. Совет по профессиональным квалификациям провел в начале 2017 года мониторинг профильного рынка труда. Информационной базой исследования стал опрос более 600 ведущих организаций, компаний и предприятий, занятых на рынке труда, проявляющих интерес к определенной категории

работников. Опрос проводился с помощью анкетирования по направлениям издательской деятельности, полиграфического производства и книгораспространения.

Что показал мониторинг? На кадровом рынке печатной индустрии ощущается дефицит профильных специалистов и квалифицированных кадров. Более половины организаций в 2016 году оптимизировали или сократили штатный состав. Основным способом повышения квалификации сотрудников является внутрифирменное обучение. Организации и предприятия слабо взаимодействуют с профильными учебными заведениями при комплектовании своих штатов.

Национальная система квалификаций в РФ представляет собой, как уже говорилось, систему механизмов регулирования спроса и предложений на квалификации специалистов со стороны рынка труда. Нормативными источниками в системе определения квалификации работников книжной отрасли и выстраивания системы оплаты труда являются справочники. При этом хотелось бы отметить, что общие положения единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих народного хозяйства утверждены Постановлением Госкомтруда СССР в 1985 году. В этой связи крайне актуальна разработка для печатной индустрии Отраслевых рамок квалификаций на базе Национальной рамки квалификаций. Основные цели можно обозначить следующим образом. Во-первых, определение уровней квалификаций для профессий печатной индустрии и, во-вторых, определение перечня профессий специалистов.

Национальная рамка квалификаций Российской Федерации является обобщенным описанием квалификационных уровней, признаваемых на общедоказательном уровне, и основных путей их достижения на территории России. Она содержит дескрипторы общих компетенций, умений и знаний, которые раскрываются через соответствующие показатели профессиональной деятельности:

- широта полномочий и ответственность;
- сложность;
- наукоёмкость.

Показатель «Широта полномочий и ответственность», например, определяет общую компетенцию работника и связан с масштабом и характером его деятельности, ее социальными, экономическими и другими последствиями, а также с полнотой реализации в профессиональной деятельности основных функций руководства (целеполагание, организация, контроль, мотивация исполнителей).

Рамка содержит 9 уровней квалификаций. Основные пути достижения квалификационных уровней увязаны с системой образования: приобретение квалификации практическим опытом, профессиональная краткосрочная подготовка на производстве (от 1 до 3 уровня), начальное профессиональное образование (4 уровень), среднее профессиональное образование (5 уровень), бакалавриат (6 уровень), магистратура (7 уровень), послевузовское образование (8-9 уровень).

Для сфер издательской деятельности, полиграфического производства и распространения печатной продукции в настоящее время подготовлены три проекта Отраслевых рамок, которые выносятся на общественное обсуждение. Они содержат конкретные названия профессий в соответствии с уровнями Национальной рамки, для которых разрабатываются или должны разрабатываться конкретные профессиональные стандарты.

В отличие от специализированных справочников по квалификациям, профессиональные стандарты дают более четкое представление о рабочих функциях персонала, которые имеют абсолютно точные и подробные описания. При этом профессиональный стандарт имеет многофункциональное применение и наполнение, что отражено на рисунке 1.



Рис. 1. Формирование и использование профессионального стандарта.

Структура профессиональных стандартов в международной практике получила название метод «функционального анализа». Этот метод предусматривает проведение «инвентаризации» определенной области профессиональной деятельности для выявления тех заданий, которые должны быть выполнены, чтобы эта область профессиональной деятельности могла выполнить свое предназначение. Метод «функционального анализа» пришел на смену очень популярному методу описания профессиональных стандартов с позиции должностных обязанно-

стей, который признан устаревшим, т. к. не способен учесть динамику современного производства. Профессиональный стандарт содержит три раздела, представленных на рис. 2.

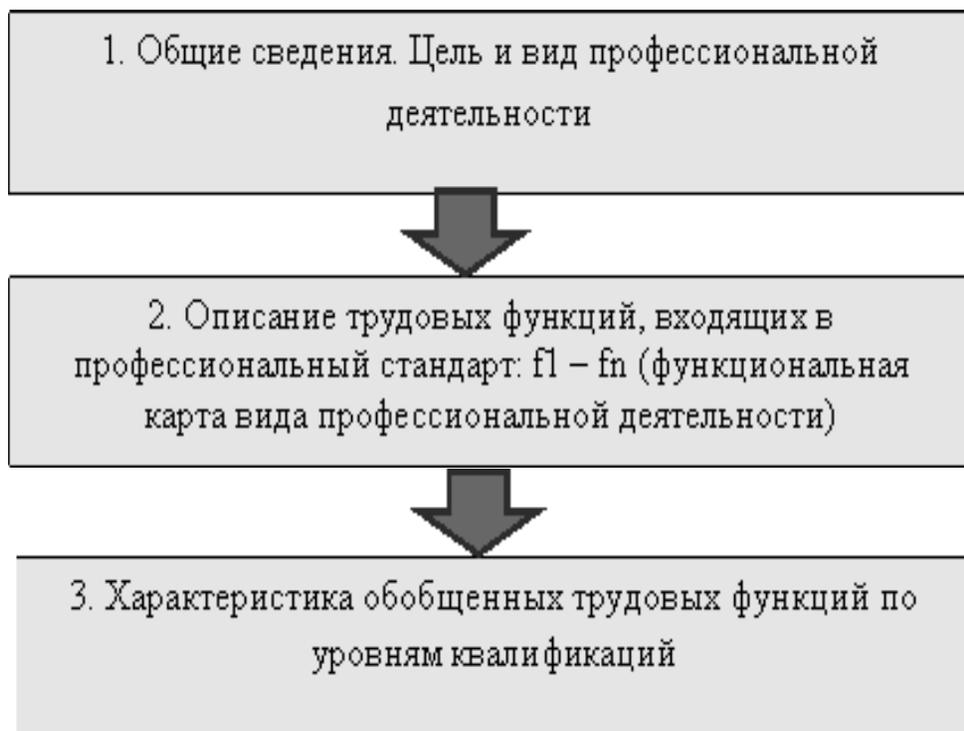


Рис. 2. Содержание профессионального стандарта.

Содержание профессионального стандарта для профессии или области профессиональной деятельности составляют единицы, каждая из которых соответствует трудовой функции. При этом каждая единица содержит перечень действий, входящих в данную трудовую функцию, необходимые знания и умения, а также указание на степень сложности этих действий и уровень ответственности и самостоятельности при их выполнении.

Благодаря такой структуре, профессиональный стандарт может быть достаточно прозрачно и непротиворечиво спроецирован в требования образовательных стандартов и программ профессионального образования.

На данный момент для полиграфического производства разработан ряд стандартов. Это: «Технолог полиграфического производства», «Наладчик полиграфического оборудования», «Контролер печатной продукции, полуфабрикатов и материалов», «Графиче-

ский дизайнер», «Специалист по производству печатных средств информации» и др. На 2017 год намечена разработка профессиональных стандартов операторов оборудования полиграфического производства, а также специалистов в области техники и технологии печати.

На базе профессиональных стандартов в 2016 году началась разработка Федеральных государственных образовательных стандартов, по которым будет вестись в дальнейшем подготовка кадров. Они представляют собой совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ определенных ступеней и профилей образования образовательными учреждениями, имеющими государственную аккредитацию. Такой подход должен обеспечить актуальность программ подготовки, исходя из требований работодателей, преемственность образовательных программ начального, среднего и высшего профессионального образования (рис. 3). При этом закладывается и унифицированная структура основных образовательных программ. В их числе требования к соотношению частей основной образовательной программы и их объёму, а также к соотношению обязательной части основной образовательной программы и части, формируемой участниками образовательного процесса. В стандартах прописываются требования к условиям реализации образовательных программ, в том числе кадровым, финансовым, материально-техническим и иным условиям.

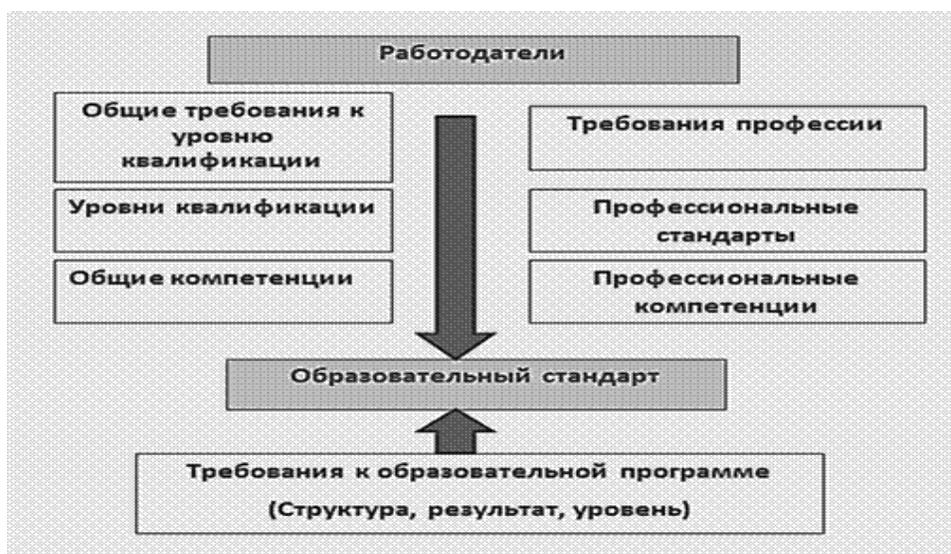


Рис. 3. Формирование образовательного стандарта.

С 1 января 2017 года в России вступил в силу закон «О независимой оценке квалификации». Он устанавливает порядок создания для

работника возможности подтвердить свою квалификацию не у своего работодателя или в образовательном учреждении, а в других, независимых, специально созданных для этого организациях. Предполагается, что такая оценка будет удобна не только для работников, но и для работодателей. Независимая оценка профессиональных квалификаций – это особая процедура, в ходе которой навыки специалиста (соискателя) сравнивают с имеющимся профессиональным стандартом, который урегулирован законодательно. Этим будут заниматься специализированные независимые центры оценки профессиональной квалификации.

Независимая оценка квалификации – подтверждение соответствия квалификации соискателя положениям профессионального стандарта, проведенное Центром оценки квалификации, с подтверждением такого соответствия свидетельством о профессиональной квалификации. Экзамен в Центре оценке квалификаций должен проводиться на соответствие навыков и умений утверждённым профессиональным стандартам. Для этого должны применяться соответствующие комплекты оценочных средств.

Оценочные средства представляют собой комплекс заданий, критериев оценки, используемых центрами оценки квалификаций при проведении профессионального экзамена на соответствие квалификации соискателя положениям профессионального стандарта или квалификационным требованиям, установленным федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. Оценочные средства содержат требования к знаниям, умениям, трудовым действиям соискателя в соответствии с уровнем квалификации. В них описывается также материально-техническое обеспечение для проведения экзамена и др. Они включают задания для теоретического и практического этапа профессионального экзамена и их спецификацию, критерии оценки заданий, перечень нормативных правовых и иных документов, использованных при подготовке комплекта оценочных средств.

Разработку оценочных средств организуют Советы по профессиональным квалификациям. В целях разработки и экспертизы оценочных средств Совет привлекает специалистов, имеющих образование и опыт работы по видам деятельности, соответствующим оцениваемым квалификациям, и дополнительное профессиональное образование по вопросам разработки и экспертизы оценочных средств, или организации, имеющие таких специалистов. Для этого Советом создаются рабочие группы по разработке оценочных средств и их экспертизе. Количественный состав рабочих групп не может быть менее трех человек. Разработанные оценочные средства проходят экспертизу, по результатам которой оформляется заключение на предмет их утверждения или доработки.

Организации, предприятия и компании могут за свой счёт проверить квалификацию не только своих сотрудников, но и кандидатов на соот-

ветствующие вакансии. Законом предусмотрен, так называемый, переходный период. В течение 2017–2019 годов система будет проходить обкатку: будут исправляться недочёты и нестыковки в нормативной базе, создаваться центры оценки квалификации, утверждаться профессиональные стандарты и так далее. Национальное агентство развития квалификаций (НАРК), куда вошли представители Министерства труда и социального развития, Министерства образования и науки и Федерации профсоюзов, будет координировать и контролировать работу в этой сфере.

Для тех, кто стремится получить сертификат, подтверждающий квалификацию, необходимо решить – какую квалификацию необходимо подтверждать, существует ли соответствующий профессиональный стандарт, какая организация занималась разработкой профессионального стандарта, выбрать нужный Центр оценки квалификаций. Эти центры проходят обязательную аккредитацию соответствующим Советом по профессиональным квалификациям.

Пакет документов, необходимый для прохождения оценки квалификации, утверждён Минтруда (приказ от 02.12.2016 №706н). В приказе подробно расписано, как должно выглядеть заявление и как его можно подавать (например, лично или с помощью доверенного лица, через сайт или по почте). К заявлению должны быть приложены: копия паспорта, согласие на обработку персональных данных, фотография и, возможно, ещё какие-то документы – в зависимости от конкретной квалификации. После сдачи экзамена

Центр оценки квалификаций обязан выдать соискателю в течение 30 дней свидетельство о квалификации или рекомендации по дальнейшему совершенствованию его навыков и справку о прохождении экзамена. Если соискатель не согласен с результатом, то он может его оспорить в течение месяца со дня получения решения Центра оценки квалификаций. Свидетельство должно соответствовать образцу, утвержденному приказом Минтруда от 12.12.2016 №725н «Об утверждении формы бланка свидетельства о квалификации и приложения к нему, технических требований к бланку свидетельства о квалификации, порядка заполнения бланка свидетельства о квалификации и выдачи его дубликата, а также формы заключения о прохождении профессионального экзамена».

Данные о свидетельстве вносятся в реестр Национального совета при президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям. Каждый сертификат имеет срок действия, поскольку профессиональные стандарты должны периодически актуализироваться.

Совет по профессиональным квалификациям в области издательского дела, полиграфического производства и распространения печатной продукции запланировал на 2017 год создание пяти Центров оценки квалификаций и разработку комплектов оценочных средств по четырем профессиональным стандартам: «Графический дизайнер», «Тех-

нолог полиграфического производства», «Контролер печатной продукции, полуфабрикатов и материалов», «Наладчик полиграфического оборудования».

Литература:

- *Митрофанова В.В.* Профессиональные стандарты в вопросах и ответах // Секретарь-референт. – 2015. – № 4
- *Блинов В.И., Сазонов Б.А., Лейбович А.Н., Батрова О.Ф., Волошина И.А., Есенина Е.Ю., Сергеев И.С.* Национальная рамка квалификаций Российской Федерации. – М.: ФГУ «ФИРО», Центр начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования, – 2010
- *Зайцева Н.А., Ушанов Ю.В.* Национальная система профессиональных квалификаций: организационно – методические основы создания. – М. ООО «Русайнс», – 2016
- Национальный совет при президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям [Электронный ресурс]. - URL:<http://nspkrf.ru>

Особенности популяризации гуманитарных наук (на примере печатных СМИ)

Пастухова Б.П., аспирант кафедры печатных СМИ ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», Москва; france.bella@gmail.com

В статье анализируются существующие практики популяризации гуманитарных наук. Для этой цели проведен контент-анализ крупнейших универсальных научно-популярных отечественных журналов

Ключевые слова: гуманитарные науки, научная журналистика, популяризация науки, проблемы научной журналистики, компетенции,

В течение последних десяти лет популяризация науки приобретает всюёбольшую актуальность. Запрос идет как со стороны общества, так и со стороны государства. В 2014 году Министерство образования и науки РФ учредило премию в области популяризации научных достижений – «За верность науке». При поддержке министерства выпускаются такие журналы, как «Кот Шредингера», «Коммерсант. Наука». В начале 2016 г. был создан фонд «История России», одной из задач которого является популяризация истории страны через поддержку российских ученых и просветительских программ¹.

На круглых столах, посвященных популяризации науки, часто обсуждают проблему подготовки научных журналистов, одной из задач которых является реализация просветительской функции.

Говоря о научно-популярных проектах и изданиях, основной упор сделан на развитие естественно-научного цикла. Само возникновение научно-популярной литературы исторически было связано с необходимостью объяснить доступным языком последние достижения науки и техники.

Вместе с тем со стороны общества существует потребность в доступном и объективном изложении тем, относящихся к гуманитарным, социальным наукам: история, филология, культурология, лингвистика, психология и другие.

Популяризация гуманитарного знания редко становится объектом исследования, хотя в данной области есть ряд особенностей и отличий от популяризации наук естественно-научного направления.

Первая особенность возникает из того факта, что одной из задач

¹ Указ Президента Российской Федерации «О создании фонда «История отечества» №163 от 06.04.2016 г

научно-популярной литературы является изложение сложных терминов, результатов научных исследований простым языком, понятным аудитории. Тематика гуманитарной направленности представляется интуитивно простой для понимания, не требующей дополнительных разъяснений и интерпретаций. Такая кажущаяся простота становится благодатной почвой для манипуляций терминами, выводами и, в конечном итоге, к появлениям концепций, «открытий» скорее относящимся к лженауке.

Кроме того, в гуманитарных науках зачастую имеют значения не открытия, которых может и не быть, а интерпретации, рассуждения относительно тех или иных объектов, например, анализ художественного произведения или объекта искусства. При упрощении идеи, попытке ее переосмысления для более доступного изложения, может исчезнуть сама ценность предмета исследования.

Во-вторых, есть риск идеологической, политической окраски в интерпретации определенных исторических событий, социальных, культурных явлений. Российские и зарубежные исследователи массмедиа выделяют всеобщую тенденцию к глобализации экономической, политической и культурной жизни. Эти процессы немислимы, по мнению В.А. Сидорова, без укрепления в мире стандартов журналистской деятельности. Именно в переломные периоды роль журналистики и средств массовой информации особенно значима, т. к. в эпоху преобразований социального, экономического и политического характера «уплотняется и ускоряется поток политической информации... А в кризисные периоды исторического развития люди в состоянии социального беспокойства особенно подвержены внушению, легко откликаются на различные новые стимулы и идеи, а также более податливы к пропаганде»¹.

В обществе существует определенная тенденциозность в оценке тех или иных периодов, сформированное отношение к отдельным историческим личностям. Кроме того, через популяризацию социальных, исторических, культурологических наук создаются предпосылки для определенного восприятия отдельных явлений. Как отмечает Рябова Л.К., на журналистах, занимающихся популяризацией истории, лежит повышенная нагрузка, так как они «несут ответственность перед обществом не только за формирование в нём исторического сознания, исторической памяти, исторической культуры, но и в значительной степени за то, как Россия и русские, история страны воспринимаются за рубежом»².

¹ Сидоров В.А., Ильченко С.С., Нигматуллина К.Р. *Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины*; под общ.ред. В. А. Сидорова. СПб.: Роза мира, 2009, с. 31

² Рябова Л.К. *Историческое знание и проблемы социальной ответственности журналиста // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 51-й международной научно-практической конференции (19-20 апреля 2012 г.) / Отв. ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2012.*

В-третьих, еще острее становится вопрос о взаимодействии ученых-гуманитариев с журналистами. Эта проблема существует и при популяризации естествознания. Но именно при популяризации гуманитарного знания важно поддерживать контакт с учеными. Как было отмечено выше, такие направления науки как история, филология, психология, не всегда имеют дело с научными открытиями. Важнее становится корректное понимание и изложение идеи ученого-исследователя той или иной проблемы.

Кроме того, в последние десятилетия гуманитарные науки приобретают все более выраженный междисциплинарный характер, происходит заимствование методологий естественных наук и размывание границ между отдельными научными областями. Ярким примером здесь является когнитивистика, объединяющая теорию познания, когнитивную психологию, нейрофизиологию, когнитивную лингвистику, невербальную коммуникацию и теорию искусственного интеллекта.

На сегодняшний день существуют специализированные журналы по отдельным направлениям гуманитарных дисциплин, прежде всего по истории и психологии. Среди них такие издания, как: «История в подробностях», «Военно-исторический журнал», «Родина», «Историк», «Московский журнал. История государства Российского», «Дилетант», «Исторический журнал HistoryIllustrated», Psychologies (Психология). Многие из них являются продолжениями изданий дореволюционной эпохи, например, «Московский Журнал», основанный Н.М. Карамзиным в 1791 г., «Родина», берущая свое начало в 1879 году.

Интерес представляет ответ на вопрос, каким образом реализована популяризация гуманитарного знания в классических универсальных научно-популярных журналах. Какую долю занимает эта тематика, кто пишет на эту тему – ученый или журналист, есть ли жанровые особенности.

Мы проанализировали номера ведущих универсальных (междисциплинарных) научно-популярных журналов за 2016 г: «Вокруг света» (средний тираж в месяц 227 000 экземпляров), «Кот Шредингера» (тираж 50 000 экземпляров), «Наука и жизнь» (тираж 36 000 экземпляров), «В мире науки «ScientificAmerican» (тираж 12 500 экземпляров), «Знание – сила» (тираж 5 000 экземпляров).

Журнал «Вокруг света» – одно из старейших изданий, ставившее с начала выхода просветительские задачи. «Ежемесячный познавательный журнал для всей семьи. Рассказывает о путешествиях, удивительных уголках нашей планеты, исторических событиях, знаменитых людях, научных открытиях и технических достижениях» – так звучит официальное позиционирование. Тематика представлена широким спектром рубрик. Значительную часть представляют материалы об отдельных странах, народах, обычаях и традициях. Наряду с новостями о достижениях науки и техники присутствует ряд рубрик, посвященных гуманитарной тематике.

В среднем в каждом номере представлено от одной до пяти статей, заметок, посвященных таким областям, как история, культурология, литературоведение, психология, археология. Можем выделить несколько секций, которые присутствуют практически в каждом выпуске: «Культурный код», «Чужая душа», «Чистая правда».

Большая часть статей написана постоянными авторами – журналистами, за исключением нескольких материалов, подготовленных учеными. Так, например, автором двух заметок «11 мифов об Александре Невском» и «10 мифов об Иване Сусанине» стала Мария Лавренченко, младший научный сотрудник отдела типологии и языкознания Института славяноведения РАН.

Стоит отметить, что специфика журнала «Вокруг света» предполагает фокус на развлекающую составляющую, так называемый инфотеймент, что в итоге приводит к значительному упрощению информации, активному использованию иллюстраций вместо текста и как следствие уходу от чистого научно-популярного жанра.

«Кот Шредингера». Данный научно-популярный журнал издается с 2014 года при поддержке Министерства образования и науки. «Мы пишем о Вселенной, об атомах, о материках, об организмах, об обществе» – так описывают круг освещаемых вопросов редакция журнала в обращении к читателю. Журнал выходит ежемесячно, но в 2016 году вышло 8 выпусков: первый номер включал в себя январь и февраль, а летний номер объединил в себе период с мая по август.

Журнал имеет пять разделов, один из которых, под названием «HomoSapiens» посвящен гуманитарным и общественным наукам. К данному блоку редакция относит следующие направления: психология, социология, экономика, педагогика, лингвистика, история, антропология, медицина.

В каждом номере раздел «HomoSapiens» включает в себя следующие материалы: 4-5 заметок о последних исследованиях в выше обозначенных научных областях. У заметок нет автора, но, помимо изложения доступным языком контекста, результатов и выводов, обязательно указывается исследователь, а также отсылка к конкретному выпуску научного журнала – первоисточнику. Также есть заметки, посвященные результатам зарубежных исследований с соответствующей отсылкой на иностранные научные журналы или пресс-релизы научных учреждений.

Далее следуют 1-2 статьи, подготовленные журналистами издания, в которых подробно разбирается тот или иной вопрос, явление. Одна из таких статей – «Решать и плакать», посвященная феномену «математической тревожности», была подготовлена совместно с учениками летней школы научной журналистики, которую организовал главный редактор Григорий Тарасевич.

Кроме того, в журнале публикуются интервью с учеными–гуманитариями, например, с лингвистом Владимиром Плунгяном (11 номер, но-

ябрь), либо в тексте приводятся комментарии ученых в формате прямой речи. Например, в статье «Так или эдак, а может никак// о чём спорят российские философы»¹, которая посвящена исследованию российского философского сообщества, проведенному Московским центром исследования сознания (МЦИС) при философском факультете МГУ им. М.В. Ломоносова. Приведены комментарии Алексея Старобинского (академик РАН, физик-теоретик, один из создателей современной теории рождения Вселенной), Егора Задереева, (кандидат биологических наук, учёный секретарь Института биофизики СО РАН), Валерия Рубакова (академик РАН, физик-теоретик, специалист в области квантовой теории поля, физики элементарных частиц и космологии), а также других ученых.

Тексты статей иногда сопровождается легкими к восприятию графиками с результатами исследований и тематическим иллюстративным материалом.

«Наука и жизнь». Журнал издаётся с 1890 года и является одним из старейших отечественных научно-популярных изданий. Исторически сложилось, что естественно-научная тематика, популяризация достижений науки и техники занимают основную долю публикаций. Вместе с тем есть несколько сложившихся рубрик, которые относятся к области гуманитарных наук: «Беседы о языке», «Из истории фамилий», «У книжной полки», «По музеям и выставочным залам», «По страницам всемирной истории», «Отечество. Страницы истории» и другие.

В среднем на каждый номер приходится две полноценные авторские статьи, а также несколько заметок без указания автора, которые подготовлены, в том числе, по материалам зарубежных изданий. Среди наиболее популярных гуманитарных направлений – история, лингвистика, психология, искусствоведение, юриспруденция.

Редкая статья подготовлена журналистом, в основном, публикуются статьи, написанные учеными. Например, одну из постоянных колонок, посвященную юридической науке, «Природа человека» ведет кандидат юридических наук Сергей Шишков. Автором переходящих из номера в номер «Бесед о языке» является доктор филологических наук Елена Первушина, а исторические колонки ведет ученый – историк Генрих Иоффе.

На страницах журнала часто встречаются интервью с учеными естественно-научного цикла. Аналогичной практики по ученым-гуманитариям пока нет.

В качестве особого формата можем отметить публикацию обсуждений за «круглым столом» на тему: «Что могут фантасты в XXI веке». Начиная с мартовского (третьего) номера, в каждом выпуске есть публикация с ответами одного из респондентов. Перед каждым ставились следующие вопросы:

¹ Иван Шунин «Так или эдак, а может никак // О чём спорят российские философы», // Кот Шрёдингера, 2016. №3 С11-17.

1. «Существует немало научно-фантастических произведений, в которых высказывались идеи, описывались открытия и изобретения, позднее ставшие реальностью («Гиперболоид инженера Гарина», «Вечный хлеб», «Человек-амфибия», «Голова профессора Доуэля» и т. д.). Могут ли в наши дни фантастические рассказы подтолкнуть учёных к новым открытиям?»

2. «Может ли сейчас научно-фантастическое произведение претендовать на роль футурологического исследования и стоит ли ждать этого от автора? В чём состоит задача научно-фантастического произведения?»

3. «Какие проблемы современности и возможного будущего могут стать объектами внимания писателей-фантастов?».

Для такой заочной дискуссии пригласили писателей-фантастов и критиков: писателя и книгоиздателя Виталий Пищенко; писателя, историка Андрея Быстрова; литературного критика и журналиста Василия Владимирского; писателя, публициста, исследователя космонавтики Антона Первушина и других.

В декабрьском номере журнала были подведены итоги дискуссии и отмечены ключевые идеи.

В мире науки «Scientific American». Данное издание является одним из старейших в мире научно-популярных печатных СМИ. В России журнал издаётся с 1983 г на ежемесячной основе. «В мире науки» наряду с отечественным журналом «Наука и жизнь» относится к числу консервативных просветительских изданий, сохраняющих традиции такого типа журналов.

Из гуманитарных областей науки чаще всего публикуются статьи, относящиеся к таким направлениям, как лингвистика, психология, археология. Материалы распределены неравномерно по выпускам в течение года. Так, на объединённый выпуск за январь-февраль приходилось 3 статьи, в последующих двух номерах не было ни одного материала, а в июльском номере напечатаны четыре статьи по соответствующим темам.

Большая часть статей является переводом оригинальной статьи, вышедшей в материнском издании. Авторами выступают как ученые, представляющие результаты своих исследований, так и профессиональные научные журналисты. В конце каждой статьи приводится перечень дополнительной литературы из двух–трех источников на иностранном языке (как правило, английский).

В номерах за 2016 год были опубликованы четыре интервью с российскими учеными. Известный журналист, писатель, популяризатор науки Владимир Губарев взял интервью у Вячеслава Ивановича Молодина – археолога, академика, заместителя директора Института археологии и этнографии Сибирского отделения РАН. Эта беседа была приурочена к присуждению ученому Демидовской премии в 2016 г.¹

¹ Губарев В. «Академик Вячеслав Молодин: Здравствуйте наши далекие предки!» // В мире науки, 2016, №7 СС 46-51.

В этом же номере представлено интервью с академиком Анатолием Пантелеевичем Деревянко, научным руководителем Института археологии и этнографии Сибирского отделения РАН, сотрудники которого участвовали в экспедиции в провинции Зялай в Центральном Вьетнаме. В ходе исследования были открыты 17 раннепалеолитических местонахождений, в которых обнаружены каменные орудия древностью от 700 тыс. до 1 млн лет¹.

Таким образом, журнал «В мире науки» представляет гармоничную комбинацию авторских материалов, написанных как журналистами, так и учеными, и полноценных диалогов – интервью с ведущими учеными в гуманитарных сферах.

«Знание – сила». Журнал был основан в 1926 году и претерпел ряд изменений в концепции от «Ежемесячного научно-популярного и приключенческого журнала для подростков» к «научно-популярному и научно-художественному». Основной своей задачей редакция видит «разговор с думающими людьми всех возрастов и специальностей о новых тенденциях в науке и обществе, о связях между разными областями науки и мысли и главное – выявления человеческого смысла всякого знания».

Из рассмотренных нами журналов в «Знании – силе» освещение гуманитарных и общественных наук занимает наибольшее место. На номер приходится от семи до пятнадцати статей на указанную тематику. Среди освещаемых направлений – актуальные вопросы философии, истории, лингвистики, искусствоведения и культурологии, археологии, психологии, социологии, педагогики, филологии и литературоведения.

Есть ряд рубрик, которые присутствуют практически в каждом номере: «Вернисаж 3-с», «История цивилизаций», «Империя – зло или благо». Статьи для разделов, как правило, написаны учеными, специалистами, реже – журналистами. Некоторые из рубрик носят весьма оригинальный характер. Например, начиная с майского номера, постоянное место заняла рубрика «На пороге вечности», в которой историк, культуролог Константин Душенко в статьях под названием «Последние слова ученых и философов или что сказал покойник» приводит, собственно, последние изречения великих мыслителей разных эпох.

Имеются также постоянные рубрики, в которые помещены заметки на определенную тематику – психология, археология, история, но не указывается автор: «Мужчина и женщина», «Мозаика», «Лавка древностей», «Во всем мире».

В разделе «Главная тема» публикуется около трех-четырёх статей, посвященных ключевой теме номера. В пяти номерах из 12 она относилась к проблематике гуманитарных наук.

На страницах журнала также представлен жанр интервью с известным ученым. Ольга Балла, журналист, редактор отдела философии и культурологии беседовала с историком Андреем Теслеем; с доктором

¹ Чумаков В. «Мастерские каменного века» // В мире науки, 2016, №7 СС 38-45.

филологических наук, философом, культурологом Александром Марковым; с переводчиком и литературоведом Еленой Зейферт и другими.

Авторами материалов являются как журналисты – обозреватели журнала, так и ученые.

Отдельно можно выделить третью группу авторов, которые не являются ни профессиональными журналистами, ни учеными, но в течение длительного времени интересуются определенной тематикой и выносят по относящимся к ней вопросам экспертные суждения. В качестве примера можно привести Елену Генерозову, которая разбирает произведения живописи в постоянной рубрике «Вернисаж 3-с», Анну Север, рассказывающую про Петербург, Сергея Эйгенсона, пишущего на исторические темы, но являющегося изначально инженером-нефтяником.

Стоит отметить, что в журнале «Знание-сила» в некоторых статьях авторы отходят от научно-популярной стилистики и скорее высказывают свой оценочный взгляд на проблему, пытаются показать, раскрыть её читателю. Таким образом, происходит отход от изначальных позиций классического просветительского журнала.

По итогам исследования мы приходим к следующим выводам.

Во-первых, нет сложившейся, универсальной модели освещения гуманитарных наук в отечественных печатных научно-популярных СМИ. В каждом журнале складывается своя практика, основанная на традициях, сложившейся за годы издания.

Во-вторых, актором популяризации может быть как ученый, так и научный журналист. Данный тезис подкрепляется успешной практикой журнала «В мире науки», который, по сути, представляет копию с зарубежного оригинала, и журналом «Знание-сила», где похожее соотношение авторства статей.

В-третьих, важно уделять внимание построению диалога с научным сообществом и давать слово ученым-исследователям посредством интервью, что уже практикуется рядом изданий.

В настоящий момент в России нет научно-популярного журнала, специализирующегося на гуманитарных науках с охватом нескольких направлений. В мировой практике есть примеры таких изданий. Так, во Франции с конца 1980-х гг. издается ежемесячный журнал «Sciences Humaines» (Гуманитарные науки), к которому на квартальной основе выпускается специальный номер, посвященный отдельной теме.

Журнал максимально широко охватывает тематику, относящуюся к гуманитарным и общественным наукам. Среди направлений – социология, антропология, психология, история, межличностные коммуникации, философия, вопросы образования и педагогика, демография, экономика, этнология, лингвистика, когнитивные науки, религиоведение и другие.

Среди авторов данного издания как журналисты, так и ученые – социологи, лингвисты, историки, психологи, политологи и иные эксперты из научного сообщества.

Этот пример показывает, что российская практика популяризации гуманитарных наук движется в правильном направлении, хотя есть еще большие ресурсы для повышения качества.

Литература:

- *Рябова Л.К.* Историческое знание и проблемы социальной ответственности журналиста // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 51-й международной научно-практической конференции (19-20 апреля 2012 г.) / Отв. ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2012.
- *Сидоров В.А., Ильченко С.С., Нигматуллина К.Р.* Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины; под общ. ред. В. А. Сидорова. СПб.: Роза мира, 2009
- Указ Президента Российской Федерации «О создании фонда «История отечества» №163 от 06.04.2016 г.
- Выпуски журналов «Вокруг света», «Кот Шредингера», «Наука и жизнь», «В мире науки «ScientificAmerican», «Знание – сила» за 2016 г.

Новым технологиям – современные знания

Черешнева Ю.Е., кандидат филологических наук, старший преподаватель факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Статья акцентирует внимание на том, что сегодня культура потребления информации у молодежи уже принципиально другая. В связи с этим нужна новая методика журналистско-преподавательской деятельности в свете новых технологических условий. Современных знаний такой деятельности требует применение так называемых лонгридов – нового формата, с которым уже сегодня активно экспериментируют журналисты, совершенствуя различные приемы привлечения читателей. Новый формат предполагает не просто его чтение-смотрение-слушание, а вовлеченности аудитории в этот процесс.

Ключевые слова: культура, преподавательская деятельность, лонгрид (Long Read), формат, общение.

Профессиональная журналистская деятельность стремительно меняется. Этому во многом способствуют появление новых технологий, изменяющих формы и методы подачи информации.

Вполне резонно можно утверждать, что пришло новое поколение журналистов, выросшее в этой новой технологической реальности. Они на «ты» с айфонами, айпадами, мобильной телефонией, новейшими компьютерными программами, к тому же в большинстве своем живущие в сети, то есть имеющие свои аккаунты в ней. Эти молодые профессиональные журналисты способны ориентироваться в нескончаемых потоках информации и уже имеют свою аудиторию, которая интересуется актуальными событиями в мире и в стране. «Исследования убеждают, что во многих странах растет доля читающей газеты молодежи. Интересно и то, что молодые люди, работающие с компьютерами и имеющие доступ в интернет, потребляют больше (а не меньше!) газет, чем остальное население», – говорит генеральный директор Всемирной газетной ассоциации Тимоти Болдинг¹.

Другое дело, что это в основном электронные газеты, и культура потребления информации у молодежи уже принципиально другая. Поэтому и преподаватели просто обязаны учитывать эти обстоятельства, чтобы идти в ногу со временем и от него не отставать. Иначе ему просто незачем входить в аудиторию, если он хочет быть услышанным и понятым. Это касается как молодых педагогов, так и тех, кто работает

¹ Газеты на пороге новой эры. 52-ой Всемирный газетный конгресс, июнь 1999 года. М., 2001. –С.69.

в вузе ни один десяток лет. Речь идет не только об освоении ими новых технологий в работе с информацией, присутствии в таких сетях, как «ВКонтакте», «Одноклассники» и др., но и во включении новых подходов в обучение будущих журналистов столь обновляющейся профессии.

Задача – не из простых, так как преподавательский опыт нарабатывается сегодня только в процессе практической работы. Он требует обобщения и анализа. Именно этим и продиктована основная задача данной статьи: постараться посмотреть на свою работу как бы со стороны и попытаться сформулировать основные методические приемы. Они уже есть результат практической работы автора при ведении сначала долгие годы занятий в Школе юного журналиста (ШЮЖе), а затем и семинаров по основному курсу «Основы журналистики» на факультете журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Следует отметить, что стоять на месте просто невозможно. То, что хорошо было вчера, уже сегодня требует обновления, а иногда и принципиально нового подхода. Поэтому в преподавательской среде постоянно идет поиск новых форм обучения профессии. Сначала акцент делался на ролевые игры, своеобразную имитацию деятельности редакции, особенно в условиях критических ситуаций, которые становятся первополосными новостями. И сегодня эта практика сохраняется, но этого уже явно недостаточно, нужна новая методика журналистско-преподавательской деятельности в свете новых технологических условий.

Но при этом надо учитывать, что в этом новой постоянно усложняющейся технологической среде меняются и требования к тому, как подается информация. По мнению специалистов, «никому, кроме работающих «по старинке» журналистов, не интересен текст, изложенный сухим, канцелярским языком. Людей интересует «история» (story), у которой есть завязка, развитие, кульминация и развязка. Как в кино, как в театре. Как в жизни. Людей интересуют не сухие цифры, а человеческие судьбы. Любое событие человек «примеривает» на себя, осмысливает его через свою призму. Людям интересны подробности, даже мелкие, которые иногда вообще не заслуживают того, чтобы попасть в пресс-релиз. Но именно это люди и запоминают! Образ чего угодно складывается из мелких деталей и подробностей, чаще всего эмоциональных»¹.

Очевидно, эта смена вектора от сухой информации к истории, рассказе о той жизни, которой мы все живем, в определенной степени можно ответить на вопрос: почему появился формат «лонгрид»? Так, Ольга Каплина, ведущая вебинар 2 апреля 2015 г., ответила так: «Потому что есть

¹ Литвинович М. Как интернет меняет медиaproстранство. – URL.: http://www.intelros.ru/intelros/reiting_09/material_sofiy/8763-kak-internet-menyaet-mediaprostranstvo.html

аудитория, люди, которые хотят читать вдумчиво, много, осмысленно»¹.

Этим отчасти можно объяснить появившуюся потребность в лонгридах, которые привлекли внимание и студентов, и преподавателей. Но главное – появились технологические возможности для их размещения в сети. Поэтому вполне осознано мы стали разрабатывать методику обучения их создания.

Но сначала предстояло определить, что означает понятие «лонгрид», которым столь активно стали заниматься журналисты. Пожалуй, единого определения лонгрида сегодня не существует. Так, Гулим Амирханова считает, что «лонгрид – термин, пришедший из американских медиа. Этим словом изначально обозначали большие текстовые материалы на сайтах. На их чтение требовалось больше времени, чем на заметки. Затем лонгридом стали называть не просто длинные статьи, а истории, рассказанные с помощью большого текста с вкраплениями фоторепортажа, видеосюжетов и инфографики. Появилось и двадцать пять сервисов, которые помогают создать мультимедийный лонгрид»².

Ольга Каплина вебинар 2 апреля 2015 г. озаглавила «Лонгрид – формат для «длинного чтения»³. Она считает, что «лонгрид» – «долгое чтение» – формат подачи информации, предназначенной для мультимедийного рассказа, «глубоких» историй. Точных правил того, что именно должно быть в таких материалах, нет. Но общие характеристики успешных проектов, этапы создания лонгридов описать можно»⁴.

Подобную точку зрения высказывает и Александр Лычавко. Он пишет: «Лонгрид – это такой стиль подачи информации, при котором читатель видит длинную-длинную страницу, на которой текст много раз перебивается различными вставками: фото, видео, инфографика, звук и т.д. Очень часто эти вставки подгружаются динамически, по мере прописывания страницы. Но любая длинная страница текста – это еще не лонгрид»⁵.

Причем, что интересно, так это то, что все советы и правила, как его делать, имеют отношение к лонгриду как формату, который создается журналистами печатных СМИ. Собственно, анализ наиболее интересно и профессионально сделанных лонгридов показывает, что они, по сути, напоминают монотематический выпуск газетного или журнального номера, но только на другой технологической основе. Та-

¹ Каплина О., вебинар 2 апреля 2015 г.

² Амирханова Г. (10.03.2015)/Long read. Лонгрид, мультимедийный проект. Мультимедийный лонгрид. Правила, примеры, сервисы.//<http://bestapp.menu/longrid-pravila-primery-servisy/>

³ Каплина О., вебинар 2 апреля 2015 г.

⁴ Каплина О., вебинар 2 апреля 2015 г.

⁵ Лычавко А. Просто длинный текст – еще не лонгрид: как интернет-издания осваивают новый формат// <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-chto-takoe-longrid.html>

кими примерами можно назвать у «Комсомольской правды» лонгриды «Америка закованных небоскребов» и «Нищета по-европейски», у «Коммерсанта» – «Земля отчуждения» и «День, когда началась война». Журнал «МАХИМ» - это лонгрид «Миру – лайк!». Есть интересные примеры и онлайн-изданий, такие, как лонгрид «Ленты.Ру» – «Первая Мировая. Война, изменившая мировую историю». По мнению специалистов, это те «лонгриды, которые хочется пересматривать и перечитывать»¹. Если продолжить сравнение с традиционными СМИ, то по технологии их разработки они напоминают специальный репортаж, который обязателен в каждодневном эфире. Отсюда и актуальная тематика, и тщательная разработка тем. Только их отличие в том, что используются специальные сервисы для верстки таких тексто-визуальных историй.

Как видим, по мнению Гулим Амирхановой, «до сих пор дать однозначное обозначение мультимедийному лонгриду достаточно сложно. Новые мультимедийные проекты показали большое разнообразие в диффузии элементов, структур и платформ. Одним словом такое разнообразие не объединишь. Среди медиаспециалистов сегодня в ходу несколько слов, которыми описывают этот формат. Иногда их используют как синонимы, иногда, как обозначения разных форматов/производственных процессов. Например, в сервисе tilda.cc вы встретите сразу три варианта обозначения мультимедийного лонгрида»².

Но в одном они единодушны, что «первым лонгридом принято считать проект The New York Times под названием Snowfall («снегопад»), который вышел в 2012 году и был посвящен событиям февраля того года, когда обильные снегопады вызвали лавину в местечке Туннеп Крик. Подготовка «Снегопада» заняла у редакции полгода. В результате читатели получили огромный мультимедийный проект из шести частей: общий объем текста превышал сто тысяч знаков, страницы содержали фотографии (отдельные и в виде слайд-шоу), видео, инфографику и обильный виртуальный снегопад по всему экрану. Получился новый формат подачи информации: не бег по заголовкам и чтение по диагонали, а то, что хочется отложить на потом – когда будет побольше времени, чтобы прочесть статью целиком, «от корки до корки»³.

Особо хотелось бы обратить внимание на слово «мультимедийный» в определении лонгрида, которым впервые называют конкретный визуальный формат. Именно это отличает его от традиционных СМИ, будь

¹ *Лычавко А.* Просто длинный текст – еще не лонгрид: как интернет-издания осваивают новый формат// <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-что-такое-longgrid.html>

² *Амирханова Г.* (10.03.2015)/Long read. Лонгрид, мультимедийный проект. Мультимедийный лонгрид. Правила, примеры, сервисы.//<http://bestapp.menu/longgrid-pravila-primery-servisy/>

³ *Лычавко А.* Просто длинный текст – еще не лонгрид: как интернет-издания осваивают новый формат// <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-что-такое-longgrid.html>

они в своих привычных или онлайн-форматах. Специфика лонгрида и заключается в формате подачи информации, отличной и от основного сайта. У него специфичная верстка и особая структура построения истории. Более того, уже первый мультимедийный проект «Snowfall», который опубликовал The New York Times, показал, что в этом формате впервые фото и видео не иллюстрация, а главные элементы материала. Поэтому медиаэксперты сразу назвали его самым удачным примером веб-дизайна 2012 года и лучшим мультимедийным форматом подачи информации.

Так история про лыжников и сноубордистов, застрявших в ловушке под лавиной в Каскадных горах, в Вашингтоне, названная «Снегопад» (Snowfall), стала началом появления нового формата в журналистике. Очень быстро эта история, которая состоит из текста, фотографий, видео и интерактивной графики, не просто объединенных в один материал, а органично сочетающихся, положила начало созданию нового журналистского жанра, каковым вполне закономерно можно считать лонгрид¹.

Собственно, преподаватель и начинает свою работу с изучения литературы по данному понятию «лонгрид». К сожалению, ее пока немного. На сегодня есть лишь одно учебное пособие А.А. Галустяна и Д.Ю. Кульчицкой «Как делать мультимедийные лонгриды?»². В основном это рассказ практиков о том, как они сами создавали лонгриды и что у них в итоге получилось.

Безусловно, организуя работу со студентами, мы принимали в расчет советы авторов этих публикаций, которые, как правило, имеют уже практический опыт в этом деле. В качестве примера сошлемся на лонгрид, который подготовлен студентами четвертого курса в рамках учебного процесса. Курс «Основы журналистики»,

Подготовка данного лонгрида для преподавателя преследовала и иную цель – отработать методические приемы работы с группой в процессе подготовки данного формата. В данном случае хотелось бы заметить, что, если мы говорим о лонгриде как принципиальной новой форме подачи материала на современной технологической платформе, то методика преподавания зиждется на наработанном материале. Безусловно, новый информационный продукт заставляет и преподавателя искать иные подходы, но поставленная цель будет достигнута, если группа будет мотивирована на работу, и в ней будет создана творческая рабочая атмосфера. Поэтому так важен первый этап работы – выбор темы.

В традиционной журналистике это также значимый момент в орга-

¹ *Амирханова Г.* (10.03.2015)/Long read. Лонгрид, мультимедийный проект. Мультимедийный лонгрид. Правила, примеры, сервисы. // <http://bestapp.menu/longrid-pravila-primery-servisy/>

² *Галустян А.А., Кульчицкая Д.Ю.* Как делать мультимедийные лонгриды? Практическое пособие по созданию материалов для онлайн-СМИ. - М. Ф-т журн. МГУ, 2015 –44с.

низации работы. Но при подготовке нового форма есть свои особенности. В связи с этим А. Лычавко пишет: «Если есть непреодолимое желание сделать лонгрид, то надо выбирать материал, ценность которого не зависит от времени. То есть он должен быть интересен сам по себе, не быть привязанным к конкретным событиям, чтобы его можно было почитать, посмотреть, изучить и спустя месяц, и год, и десять лет после публикации»¹.

Таким образом, ориентируясь на опыт практиков, мы вместе с группой приходим к тому, что в основе нашего лонгрида должна быть история, причем во все не обязательно трагичная. На этот момент обращаем серьезное внимание и в то же время понимаем, что предлагаемая нами история должна быть с завязкой, развитием, кульминацией. Важно также, что она должна быть интересна широкой аудитории. Если мы выходим на факультетском ресурсе, то она должна интересовать, как минимум, студентов факультета, как максимум – более широкую студенческую аудиторию, для которой эта тема важна.

Смотрим, какие темы, по мнению профессионалов, подходят для сторителлинга, рассказа истории? Например, Ольга Каплина, в вебинаре 2 апреля 2015 г. предлагает брать на вооружение следующие темы:

- Все, что связано с историческими событиями. Когда есть очевидцы, материалы, переломные моменты.
- Хорошо «укладываются» в формат путешествия, развитие – истории и героя. Изменения, в человеке и окружающем мире².

Но нас это не очень устраивает. Группа предлагает взять важную для студентов тему из жизни факультета, но постараться подать ее в другом ракурсе, посмотреть на события с необычных сторон. Поиску темы в процессе занятий уделяется достаточно много времени, так как от точности ее выбора зависит, останутся ли до конца истории и будут к ней возвращаться наши пользователи факультетского ресурса. Нам необходимо увлечь их нашим рассказом, погрузить в материал. В итоге долгих дискуссий останавливаем выбор на теме – китайские студенты, которые обучаются на факультете журналистики.

Еще один важный момент, который преподаватель должен учесть в этот момент. Создание лонгрида – работа групповая, командная. Для того, чтобы осмыслить, представить и реализовать проект, необходимо участие нескольких людей, то есть в процесс должна быть включена вся группа. Это возможно сделать при условии, если каждый найдет ту работу, которую он делает лучше других.

Собственно, на этом этапе начинается профессиональная специализация. Причем обозначаются такие виды деятельности, которых не

¹ Лычавко А. Просто длинный текст – еще не лонгрид: как интернет-издания осваивают новый формат//<http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-что-такое-longrid.html>

² См.: Каплина О., вебинар 2 апреля 2015 г.

было в таком виде в традиционной журналистике. Это дизайнер, менеджер или продюсер проекта, режиссер и др. Чтобы объединить всех этих обозначенных специалистов, когда у каждого свой фрагмент работы, преподавателю просто необходимо брать на себя функцию координатора или менеджера проекта. Но также ее можно делегировать лидеру в группе, который вполне может выполнить эти обязанности. Главное – чтобы получился достойный результат, чтобы каждый материал представлял собой ценность, но и в целом должен получиться завершённый проект, а не цикл материалов. При этом, чтобы вся группа была вовлечена в работу (журналист, редактор, фоторедактор, дизайнер, разработчик и т.д.), и каждый сделал свою работу хорошо и вовремя.

Это удастся в том случае, если группа начинает создание лонгридов с составления плана, но опять-таки имеющего свою специфику. Группе необходимо определить, следуя логике профессионалов, что и как именно она будет рассказывать, в каком формате, в какой последовательности¹. Какие изображения будут взяты из интернета, а также какие фотографии, коллажи, инфографика и т.д. будут сделаны самостоятельно, и кто будет это делать.

Итак, студенческая группа сделала лонгрид. Была разработана подробная инструкция, в соответствии с которой студенты выполнили все предписанные им действия. Реализован он в соответствии с таким планом:

Заголовок: «Поднебесная под куполом».

Подзаголовок: «Китайские студенты на журфаке»

1 часть – текст «введение».

Затем вставляется «Инфографика цифры» (автор Ксения Савкина, бакалавр, дневное отделение, 402 группа)

Далее – текст «анкета 1» и инфографика «анкета» (автор Елена Гаврилова, бакалавр, дневное отделение, 402 группа)

2 часть – БЛОК ОБРАЗОВАНИЕ

Текст «Как поступить в российский вуз иностранцу» Фото «Черевко» (ссылка!), «словарь Кит-Рус».

Текст «Стена непонимания: как учатся китайские студенты на журфаке». Фото «преподавателя Абдуллаевой, работающей с китайскими студентами» (ссылка!), «Чхеюань Е», «Кайгэ Тянь» Инфографика «Красный диплом» (автор Ксения Савкина, бакалавр, дневное отделение, 402 группа).

3 часть – БЛОК ЖИЗНЬ

Текст «Как выжить в России, если ты китайский студент» Фото «китайский рынок» (ссылка!), «коллаж Чхеюань», «коллаж Кайгэ»

4 часть – БЛОК ИСТОРИЯ ВОПРОСА.

Текст «Поезд Москва-Пекин».

Безусловно, чтобы получилось все в соответствии с этим планом,

¹ Каплина О., вебинар 2 апреля 2015 г.

группе пришлось еще много работать, а преподавателю использовать ряд методических приемов, чтобы не понижался градус творческого горения и чтобы преодолевались постоянно возникающие по ходу дела трудности. Не все у всех сразу получалось, а если и получалось, то уровень сделанной работы был недостаточно высок. Переделывать, дodelывать, принимать замечания одногруппников – далеко не всем это нравилось.

Чтобы избежать непонимания уже на первых стадиях работы, мы коллективно обсуждали все темы, по каждой формулировали ТЗ – техническое задание, чтобы редактор и корреспондент слышали друг друга. Это было необходимо для того, чтобы в итоге не получилось так: редактору нужно одно, а корреспондент сделал другое. Так обычно делается в каждой редакции, и вряд ли при подготовке лонгридов стоит отказываться от привычных редакционных технологий подготовки как отдельного текста, так и номера в целом.

Это традиция, которую, как показала практика, следует обязательно соблюдать. Но при этом необходимо учитывать, что работа выполняется технологически на другой платформе. В процесс вовлечены фотографы, дизайнеры и другие ответственные за свои участки работы, между которыми должно быть полное взаимопонимание. Поэтому действия всех и каждого постоянно обсуждаются и согласуются. Так что преподавателю в его методическую копилку приходится добавлять такой прием, как умение сочетать традицию и новаторство в подготовке конечного продукта.

Но освоение нового формата дается нелегко. Постоянно возникают вопросы, например, текст – главный гид по истории или он связывает мультимедийные элементы? Может, необходимо отдать предпочтение визуальному материалу: фотографиям, инфографике, и текст будет выполнять только функцию связки между ними? И вообще, лонгрид – это много или мало текста?

Конечно, решать было нам, но в данном случае очень пригодились навыки газетчика, телевизионщика – уметь сочетать, выстраивать номер газеты, телевизионную программу. Текст – фото – газета, текст – видео – аудио – телевидение. Собственно, приходило понимание, что лонгрид – это концерт монотематического газетно-журнального номера.

Также мы понимали, что качественный лонгрид – это не только «много текста и фоток», это еще и интерактивная подача информации. В этом нас убедили примеры лонгридов, так как уже не только за рубежом, но и у нас в стране есть журналисты, которые активно экспериментируют с этим форматом. Они используют самые разные приемы привлечения читателей. Так, в лонгриде «Земля отчуждения» в начале страницы мы слышим счетчик Гейгера, а в «Дне, когда началась война» – звук воздушной сирены. Видно, как по мере прописывания страницы их авторы ставили отдельные фотографии во весь экран или предла-

гали их подбор в виде фотогалереи. К тому же, будто сами по себе по ходу сюжета звучат знакомые мелодии, автоматически начинает проигрываться видео, что способствует эмоциональному восприятию содержания¹.

Как показывает анализ форматов такого плана, не все, что делается таким образом, называется лонгридом. Эту точку зрения разделяет главный редактор портала TUT.BY Марина Золотова, которая пишет: «Меня несколько раздражает, что слово «лонгрид» используют сейчас все кому не лень, особенно не задумываясь над тем, что это слово значит. В понимании многих лонгрид – это длинный текст с картинками. Мне не раз приходилось слышать: «А вы напишите не заметку, а лонгрид». Все-таки под лонгридами я понимаю именно мультимедийные истории, вроде ставшего классикой Snowfall от The New York Times. И еще одно обязательное условие – отдельная страница со специальной версткой. Создание лонгрида – это дорогое удовольствие. И уж если ты его задумал, ты должен четко понимать, зачем тебе это надо»².

Проделав достаточно сложную работу со студентами, мы достаточно критично ее оценили. Прежде всего, мы осознаем, что технологически выполненная работа далека от совершенства. Нам необходимо еще овладеть параллаксной версткой, которая во многом обеспечивает лонгридам их неповторимый облик. Это означает, что отдельные элементы (фото, текст, фоновая картинка) должны двигаться с разной скоростью, иногда при этом – в разных направлениях. Такой прием не подчиняется привычной логике прокрутки, но это и способствует интересу пользователя, привлекает его и заставляет досмотреть материал до конца³.

Именно на эту специфическую черту указывают профессионалы. Например, приводя в пример первый в мире лонгрид, давший начало этому формату, Г. Амирханова пишет: «В этом материале, впервые все элементы мультимедийного лонгрида были сверстаны с использованием эффекта параллакса на отдельной странице. На какое-то время «сноуфолл» стал именем нарицательным и заменил словосочетание «мультимедийный лонгрид». Однако, спустя 1,5-2 года проект «Snow Fall» устарел – стали появлять-

¹ См.: *Лычавко А.* Просто длинный текст – еще не лонгрид: как интернет-издания осваивают новый формат//<http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-chto-takoe-longrid.html>

² Цит. по: *Лычавко А.* Просто длинный текст – еще не лонгрид: как интернет-издания осваивают новый формат// <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-chto-takoe-longrid.html>

³ *Лычавко А.* Просто длинный текст – еще не лонгрид: как интернет-издания осваивают новый формат// <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-chto-takoe-longrid.html>

ся более технологичные, визуализированные проекты. И термин «мультимедийный лонгрид» снова вернулся в обиход»¹.

Как видим, это означает, что нет пределов совершенству. Постоянно появляются новые технологии для его создания и их надо осваивать. Для этого необходимо привлекать специалистов, прежде всего, занимающихся программированием, дизайном, то есть из сфер, далеких от журналистики. Это ставит перед преподавателем еще одну задачу – формировать культуру общения. В данном случае с представителями других профессий, которые должны стать членами одной команды по подготовке данного продукта. Но не только, так как круг общения достаточно широк и включает разные уровни взаимодействия.

Следует отметить, что подготовка лонгрида – это вообще хорошая школа общения студентов между собой, студента и преподавателя и главное – студента в роли журналиста с его героями. Выбрав тему обучения китайских студентов в российском вузе, в данном случае в Московском государственном университете, оказалось, что мы усложнили задачу. Студенты получили опыт общения с представителями другой культуры, которые лучше говорят и понимают на родном китайском языке, чем на русском. Но при этом им было необходимо добыть нужную информацию, достаточную для подготовки текста и визуального материала.

В завершение работы мы опросили студентов, что привлекает их в лонгридах? Что им показалось интересным, с одной стороны, что не устраивает, с другой. Ответы были следующими:

- «Перспективно». Новый формат.
- «Интересно». Текст.
- «Будто ты там находишься». Аудио и анимация.
- «Такие люди, о которых интересно рассказывать». Герои и темы.
- «Красиво». Большие фотографии. Видео.
- «Разнообразие подачи». Чередование форматов.

Конечно, не все признаки успешного лонгрида мы сумели реализовать, а студенты назвать. Например, такой формат предполагает не просто его чтение-смотрение-слушание, а вовлеченность и аудитории в этот процесс. Это могут быть самые разные варианты, например, комментарии профессионалов или непосредственно аудитории. Но главное – педагогической цели, как показала эта работа, мы несомненно добились. Практически все участники его подготовки сказали, что эта работа – это, прежде всего, умение общаться, без чего не может журналист состояться как профессионал.

Что касается недостатков этого формата, то один из них вытекает из

¹ Амирханова Г. (10.03.2015)/Long read. Лонгрид, мультимедийный проект. Мультимедийный лонгрид. Правила, примеры, сервисы. // <http://bestapp.menu/longrid-pravila-primery-servisy/>

самого названия: Long Read – «долгое чтение». На прокрутку страницы с лонгридом надо затратить куда больше времени и усилий, чем обычных страниц. Конечно, можно предлагать упрощенные формы изложения содержания, но тогда вряд ли этот продукт называть лонгридом, так как по сути это просто длинная статья.

Еще один недостаток, который в большей степени касается аудитории, – сложность чтения с мобильного устройства. К тому же, например, параллаксы и подтягивающиеся видеоролики доступны далеко не на всех устройствах. Судя по всему, лонгрид сегодня рассчитан на пользователей, обладающих современнейшими устройствами, так как этот формат требует неимоверного трафика и притом скоростного. Очевидно, для того, чтобы у него была массовая аудитория, должно пройти определенное время. Но как раз к этому времени и должно быть достаточное количество специалистов, которые смогут их делать профессионально.

Пожалуй, это главный вывод, который мы сделали, освоив первые шаги в подготовке лонгридов. Группа признала, что она многому научилась. Прежде всего, на собственном опыте студенты убедились, что лонгрид – это прежде всего герои и законченная история о них или законченная на каком-либо этапе. Она рассказывается с помощью многих элементов. Это – большие фотографии, качественное видео во всех формах, отличный звук, слайд-шоу (со звуком или без), продуманная, обоснованная инфографика, другие анимация и другие мультимедийные элементы или мультимедиаформы.

Как показывает опыт первопроходцев этого формата, лонгрид любит глазами. Верстка лонгрида – это оформление всей истории в единое визуальное целое, которое можно смотреть отдельно. Она продумывается, придумывается, рисуется перед созданием проекта, собственно создается что-то типа макет по образу и подобию сверстанных газетных полос. Но главным остается текст – главный гид по истории, поэтому журналистские навыки обязательны, если вы решите стать специалистом по лонгридом.

Безусловно, преподаватель должен и может помочь студенту освоить эту новую журналистскую специализацию. Конечно, каждый будет нарабатывать свои методические приемы. Но может взять на заметку те, которые нами были апробированы на практике. Назовем основные из них:

- создание творческой рабочей атмосферы, мотивация на конечный результат;
- это коллективная работа – навык умения работать в коллективе;
- сочетание традиции и новаторства в журналистике;
- концерт монотематического газетно-журнального номера.

Умение общаться – задача усложняется – общаться с другими – язык, культура. Сбор материала, больше присуще газете, телевидению (съемка).

Постоянно овладевать новыми технологиями, чтобы не отставать от

студентов, живущих в реальном и виртуальном мире в цифровую эпоху.
Новым технологиям – современные знания.

Литература:

- *Амирханова Г.* (10.03.2015)/Long read. Лонгрид, мультимедийный проект. Мультимедийный лонгрид. Правила, примеры, сервисы.// <http://bestapp.menu/longrid-pravila-primery-servisy/>
- Газеты на пороге новой эры. 52-ой Всемирный газетный конгресс, июнь 1999 года. М, 2001.
- *Галустяна А.А., Кульчицкая Д.Ю.* Как делать мультимедийные лонгриды? Практическое пособие по созданию материалов для онлайн-СМИ. - М. Ф-т журн. МГУ, 2015.
- Интернет-СМИ: Теория и практика / под. Ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010.
- *Кирик Н., Осипов А.* О лонгридах и способах оценивать их эффективность // http://web-analytics.me/about_longread
- *Колесниченко А.В.* Практическая журналистика. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2010.
- *Литвинович М.* Как интернет меняет медиaproстранство. – URL.: http://www.intelros.ru/intelros/reiting_09/material_sofiy/8763-kak-internet-menyaet-mediaprostranstvo.html Лонгрид. Что это такое и с чем его едят? // <http://project189372.tilda.ws/>
- *Лычавко А.* Просто длинный текст – еще не лонгрид: как интернет-издания осваивают новый формат//<http://www.agpp.ru/2009-01-28-14-47-20/276452-chto-takoe-longrid.html>
- Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика. Мат-лы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. – Екатеринбург: Изд-во «Кабинетный ученый», 2011.
- Продающий лонгрид: главный формат коммерческого текста // <http://wordfactory.ru/prodayushhij-longrid-glavnyj-format-kommercheskogo-teksta/>
- *Пуля В.* Как создавать мультимедийные лонгриды // Журналист. – 2015. - №2.

Размышления о культуре и архитектуре: что не попадает в поле зрения журналистов

Григорьев Ю.А., Народный архитектор РФ, академик Российской академии архитектуры и строительных наук (РААСН) и Российской академии художеств (РАХ).

Для общественности страны накопилось немало проблем и задач в области культуры, в широком её понимании. Начатые в конце 80-х и в начале 90-х годов века минувшего перемены в политической, экономической и культурной сферах, в конечном счете, привели к слепому подражанию Западу и были направлены на внедрение агрессивной антикультуры.

Ключевые слова: культурное наследие, архитектура, жилая среда, благоустройство.

Но Россия сильна своими глубокими традициями преемственности и в передаче ценного культурного наследия из поколения в поколение. Наши предки всегда внимательно изучали зарубежные прогрессивные достижения в культуре, науке, технике и практике, но использовали только то, что было полезно для нас, с адаптацией к нашим условиям. Всячески поддерживали и внедряли свое, отечественное.

Еще в 60-х годах прошлого столетия известный советский писатель Илья Эренбург говорил: «Уровень нашей культуры стал резко отставать от нашего образования».

Он имел в виду уровень советского образования. Но сегодняшнее образование подрастающего поколения скопировано с западной системы, скатилось до уровня пресловутого ЕГЭ, несмотря на возмущение и протесты широкой общественности. Свелось к подготовке потребителей, а не создателей. Из воспитательного процесса образование в России за последние годы превратилось в коммерческую услугу с параллельным сокращением числа школ, средних и высших учебных заведений, так необходимых для нашего огромного государства. В результате уже сегодня ощущается дефицит профессиональных кадров для многих отраслей, в том числе и в градостроительстве. Министра, наконец, сменили, но ЕГЭ как символ вредоносной системы пока остается.

Все это выглядит печально на фоне истории российского образования.

Мое поколение – дети войны – получало образование бесплатно в советской системе воспитания молодежи. Оно давало не только крепкую базовую основу знаний, но и глубокое нравственное и патриотическое понимание жизни, что соответствовало высокому уровню общей культуры.

А ведь образование, культура и духовность народа – фундамент государства.

Вспомним, светлой памяти, академика Д. Лихачева, который возглавлял «Фонд культуры». По его инициативе Россия присоединилась к всемирной конвенции по охране природного и культурного наследия. В нее вошли, как национальные ценности, многие наши города и поселения, памятники зодчества, в том числе церковной архитектуры, а также природные заповедники, требующие особого контроля и охраны от браконьеров и жуликов. И если работы по сохранению и обновлению памятников истории и культуры ведутся в Москве, Петербурге и в некоторых других крупных городах, то в провинции, где уровень многовековой и многонациональной культуры продолжает оставаться на достаточно высоком уровне, отношение местных властей к данным проблемам оставляет желать лучшего. К их решению надо подходить профессионально, грамотно, чтобы не допустить непоправимых ошибок.

По данным статистики, менее 40 % объектов исторического и культурного наследия, находящихся в субъектах Российской Федерации, пребывает в удовлетворительном и более или менее терпимом состоянии.

В то же время и в этой сфере крутится много «жучков-короедов». С ними пытаются бороться честные специалисты, патриоты, но пока без заметных успехов.

Я – архитектор, и приведу ряд примеров, которые ближе к моей профессии. Начну с проблем, касающихся природных ценностей. Ибо архитектор, организуя и создавая материальное пространство, должен беречь окружающую среду, совместно с согласующими и утверждающими проекты организациями.

Вспомним, что отношение к лесопарковому поясу вокруг Москвы – «лёгким» столицы – и со стороны местных властей, и со стороны граждан всегда было очень бережным. Однако строительный бум с начала двухтысячного года и бездумный отвод земель под новое строительство в ближнем Подмосковье способствует сокращению зон природного ландшафта, лесов, речек, а также исторической застройки в поселениях. На их месте, как грибы после дождя, вырастают безликие коробки. Чем у неё больше этажей на одном фундаменте, тем выгоднее заказчику и подрядчику. При этом не учитываются вопросы экономики эксплуатации объекта в будущем, а также безопасность в случае какого-либо катаклизма. Ведь чем выше дом, тем больше проблем при его эксплуатации.

Добавьте сюда территории, необходимые для прокладки внешних коммуникаций и дорог, а также многочисленные свалки. И все это тесно связано, как следствие, с ухудшающимся в целом состоянием экологии самого мегаполиса, являющейся важнейшим аспектом жизнеобеспечения. А чтобы хилые саженцы, якобы компенсирующие вырубку леса под застройку, выросли и стали деревьями, нужны десятилетия.

Или другой пример из 80-х годов. Москва, район «Крылатское» –

одна из самых чистых экологических зон с активным рельефом: рядом река Москва, канал, целая группа спортивных объектов, построенных к Олимпиаде-80. Так правительство столицы вместо создания на этом месте главной зоны отдыха и спорта, завалило её «типовухой панельной» в угоду валу квадратных метров плохого качества.

Кто знает, сколько в последние годы включено в списки Всемирного наследия ЮНЕСКО объектов нашей огромной страны с её богатейшей историей?

Ведь для этого необходима квалифицированная работа по выявлению, сохранению и обновлению памятников истории, архитектуры, искусства, в том числе и советского периода, где также было создано немало выдающихся объектов и примеров высокой культуры. Преимущество культуры и её дальнейшее развитие, конечно, требует большого участия государства. И для этого нужны чёткие программы, в которых определены главные задачи, приоритеты на ближайшую и более отдалённую перспективу, финансирование из различных источников.

Программы по сохранению культурного наследия должны приниматься после ознакомления и обсуждения их широкой общественностью, с экспертной оценкой специалистами высокой квалификации в той или иной отрасли культуры, образования, науки и практики. При этом очень важен высокий уровень культуры дискуссий, необходимый в процессе принятия программ. Так, в соответствии с требованиями наших градостроительных нормативов в охранных зонах нельзя вести строительство, разрушать то, что необходимо воссоздать и береечь как историко-градостроительную среду.

В Москве в начале нынешнего столетия, в эпоху Юрия Лужкова, был воссоздан Храм Христа Спасителя и ряд других исторических объектов. Но, в то же время, в угоду бизнесу, изменили архитектуру здания «Военторг».

Руководство города постоянно уделяет внимание сохранению и обновлению исторической среды столицы. Вместе с тем эта тематика специфическая и сложная, требует глубокого и всестороннего профессионального анализа, изучения всех аспектов. Такой подход позволит принять оптимальное решение. Например, на территории Китай-города.

Слава Богу, в свое время снесли огромную гостиницу «Россия», придавившую ценную древнюю историческую среду рядом с Кремлем. Все приветствовали идею президента страны создать на этом месте красивый ландшафтный парк с выходом на реку. Был проведен закрытый конкурс, на котором жюри рассматривало представленные проекты. Среди них оказалось немало неплохих проектов, бережно учитывающих все видовые точки восприятия памятников истории без искусственного нагромождения новых объектов. Но мало кто знает, какое было принято решение и насколько оно правильное и объективное. А ведь в таких значимых местах должен соблюдаться принцип

«семь раз отмерь, один раз отрежь», с широким общественным обсуждением до начала реализации проекта.

Или другой пример – зона Поклонной горы. Здесь к 50-летию Победы создали уникальный мемориальный комплекс, посвященный памяти погибшим в Великой Отечественной войне, и ставшим национальным достоянием. И надо ли было в самом начале зоны размещать памятник солдату первой мировой войны – вместо памятника воину Красной Армии-победительницы. Памятник прекрасный, но неужели другого достойного места для него не нашлось?

Вместе с тем историческим событием стало открытие на Боровицкой площади памятника князю Владимиру. А все ли создаваемые памятники и монументы должны быть независимы от конкретной прилегающей к ним среды?

Чем крупнее город, тем должно быть больше открытых природных водно-зеленых рекреаций, в т.ч. с фонтанами, декоративными бассейнами, разнообразным подбором деревьев и кустарников, где человек может летом передохнуть от городской суеты и духоты, от автомобильной загазованности. Ведь главная водная артерия города река Москва, в основном, давно отрезана от людей с двух сторон транспортными магистралями. И целый ряд ее притоков закопан в трубы вместо создания на их базе природных зон. Это является крупными градостроительными упущениями ещё советского времени.

В столице много уделяется внимания благоустройству парков, улиц, площадей, бульваров. На улицах центра, начиная с Тверской, когда-то всегда стояли хорошо ухоженные деревья, в основном липы и клены, которые создавали уют и связывали горожан с природой в каменном окружении. Вместо них появились хилые кустики в кадках, широченные тротуары, ничем не защищенные от транспорта и загазованности. Правда, в последние годы стали высаживать деревья, убирая уродливые каменные цветочницы, похожие на «гробницы», как это произошло на Большой Дмитровке и в Столешниковом переулке. На Новом Арбате также появились группы деревьев на пешеходной зоне. А на Бульварном кольце много погибающих деревьев, но зато - избыточное по количеству и безвкусице оформление, закрывшее от людей памятники.

Для озеленения города необходимо развивать собственные питомники, а не закупать где-то деревья. Еще есть в охранных зонах неухоженные территории, прикрытые заборами, о чем уже писал известный историк Москвы Лев Колодный.

Вместе с тем следует отдать должное руководству города – успешно осуществляется не только огромная и важная работа по модернизации и созданию современной транспортной системы, включая дальнейшее развитие метрополитена, необходимой для мегаполиса, но и снос несметного количества различных ларьков и лавочек, уродующих историческое лицо столицы. Но где купить газеты?

При продолжающемся активном строительстве и благоустройстве постоянно отстает решение проблемы парковок и паркингов, особенно в центре. Все улицы забиты автомобилями. А ведь в этой зоне сосредоточено большое количество различных частных объектов торговли – ресторанов, кафе, продуктовых магазинов со своей спецификой, в основном, размещенных на первых этажах жилых домов.

Небольшие дворы, прилегающие к домам и предназначенные для жильцов, буквально оккупированы и забиты чужими машинами. Несмотря на протесты жильцов, дворы превращены в самовольные платные автостоянки. Но жилой двор – это моя «малая родина», прежде всего, необходимая территория для детей и стариков, и является частью нашей культуры бытия.

Город, тем более такой мегаполис как Москва, – это живой организм, где какие-то его клетки отмирают, заменяются новыми, и его комплексная инфраструктура должна постоянно совершенствоваться, но при разумном профессиональном планировании и регулировании его развития и реконструкции. Урбанистика – составная часть градостроительства – основывается на развитии комплексной городской среды, а не отдельных штучных сооружений. Но мы стали терять понятие: человек – мерило всех вещей.

При постоянно продолжающемся большом строительстве энергозатратной различной недвижимости, растет плотность и этажность застройки, и город, к сожалению, теряет окружающую среду масштабную человеку. Но такова пространственная участь многих слишком крупных городов со сверхчеловеческими масштабами и ускорением динамики жизни. И есть опасность превратить Москву в огромный переуплотненный муравейник с проблемами миграции, с постоянным ростом недвижимости, в том числе жилого фонда, требующего капитального ремонта или сноса, с ростом транспорта и ухудшающейся экологией. Ведь плотность населения в городе без учета новых территорий достигла более десяти тысяч человек на один квадратный километр. Огромные новые территории были присоединены к городу для разрядки складывающейся тяжелой ситуацией, однако, они также, фактически как пылесос, втягивают в себя не жителей Москвы, а в основном, людей из других регионов страны и ближнего зарубежья.

Но Москва, прежде всего, столица Российской Федерации, а не деловой мегаполис, как Нью-Йорк или Гонконг. Не слишком ли мы скороспешно изменяем и теряем свою историческую систему регулирования роста города и его разумные географические параметры, при необходимости приоритетного сохранения и развития именно столичных функций с центральными органами управления государством, ведущими организациями науки, образования, здравоохранения, культуры, а также инновационного высокотехнологичного производства, тесно связанного с наукой.

Для жителей Москвы, как и других крупных городов, важное значение имеет видеозекология, активно влияющая на психологию человека и его эстетическое воспитание. Хорошо, что лицо города очистили от нагромождения наглой рекламы. Однако Москве, традиционно светлой, белокаменной, нужно ли так в новой застройке зрительно темнеть из-за мрачной или

«петушиной» колористики фасадов огромных зданий и сооружений, из-за их примитивного «плоскомордия», с утратой архитектурной пластики и тектоники, с приоритетом бездуховной стекломании, несвойственных нашему климату и традициям? Особенно это важно в жилой застройке, где вся среда не должна отрицательно влиять на психику людей, а быть светло-солнечной, уютной и адресной, долговечной и экономичной в эксплуатации. Её качество также показатель уровня культуры общества.

К сожалению, для массовой жилой среды домостроительные комбинаты вместе с заказчиками, несмотря на многие предложения архитекторов по обновлению продукции и ее адресной индивидуализации, более 10 лет почти ничего не хотели менять, что привело к определенной видовой обезличке жилой застройки. Правда, уровень качества квартир при создании и внедрении в строительство нового поколения проектов в начале 2000-х годов и новых приёмов квартальной застройки с замкнутыми дворами, отвечает и сегодня всем современным требованиям. Наконец, власти сейчас буквально заставляют комбинаты обновлять производство. Однако такая сложная задача должна решаться на высоком профессиональном уровне как по модернизации технологий, так и по разработке новых проектов, в том числе и для замены сносимого, давно устаревшего жилого фонда.

В советский период истории столицы, да и в последние десятилетия создано нашими зодчими и строителями немало уникальных объектов, украсивших облик Москвы и других городов страны. Но в последние годы многие выгодные заказы на интересные проекты оказываются у иностранцев.

Архитектурный облик столицы, конечно, должен включать в себя разнообразие стилей и творческих направлений, но с учетом преемственности московского градостроительства и гармоничного сочетания прошлого и нового, а не уродливого их противостояния. Сдержанность и благородство в архитектуре города должны быть приоритетными в отличие от штучного абстрактного трюкачества.

Может достаточно эксперимента с так называемым «Сити» с подражанием, начиная с названия, Нью-Йорку и нагромождением зданий в центральной части столицы. Ведь от проекта известного архитектора Б. Тхора, одобренного в свое время, в процессе создания фактически мало чего осталось в угоду монетизации. Но это мое субъективное мнение.

В других городах, даже небольших, появляются в случайных местах палкообразные объекты-стекляшки, также нарушающие исторический и человеческий масштаб застройки.

Некоторые прозападные деятели-«реформаторы» даже начали настоятельно требовать изменить многовековые исторические каноны нашей православной церкви при возведении храмов.

Все это демонстрирует наглядно необходимость не только повышения квалификации и ответственности специалистов, но и уровня общей культуры.

Архитектурное сообщество, где приветствуются различные творческие направления, не должно, вместе с тем, способствовать потере самобытно-

сти и преемственности отечественного искусства градостроительства и ансамблевой архитектуры, а также имен ее создателей, включая и советский период творчества. На зданиях и сооружениях, особенно крупных и уникальных, необходимо размещать небольшие доски с именами их авторов и строителей.

Важная роль архитектуры в развитии культуры у нас искусственно принижена со времён Хрущёва. Кто сегодня знает, например, имена авторов «сталинских» высотных зданий, созданных профессионально по размещению и выразительному пластичному силуэту или уникальных по своей архитектуре станций метрополитена того времени? А кто помнит имя автора комплекса могилы Неизвестного солдата с Вечным огнем и знаками городов-героев у Кремлевской стены? Архитектор Д. Бурдин стал создателем уникального памятника всем павшим в годы Великой Отечественной войны.

Недавно исполнилось 100 лет со дня рождения академика архитектуры Я. Белопольского, ведущего автора создания совместно с не менее известным скульптором Е. Вучетичем величественных мемориалов в Берлине и Волгограде-Сталинграде, Дворца молодежи, нового цирка в Москве и других знаковых объектов, вошедших в золотой исторический фонд архитектуры советского периода. Но ни на телеканалах, ни в периодической печати не нашлось места даже об упоминании его имени. Это относится и к целому ряду других выдающихся отечественных деятелей – творцов культуры, архитектуры и искусства.

Вот почему нужны мудрая государственная стратегическая политика и программа возрождения и сбережения, начиная с образования, отечественной культуры, нашего исторического наследия и его преемственности при создании новых объектов, произведений с активным участием настоящих профессионалов. В том числе, архитектурно-градостроительной политики, направленной на повышение качества застройки в наших городах.

И, конечно, столице страны должно хватить сил, мудрости, культуры, профессионализма и энергии, чтобы сохранить и преумножить свои неповторимые черты в сумятице времён.

Литература:

- *Григорьев Ю. П.* Задачи и проблемы развития жилого строительства // Промышленное и гражданское строительство, 2013. № 7.
- Итоговый документ общего собрания РААСН за 2013 год, № 5. Раздел «Градостроительство».
- *Гурари М. Н., Григорьев Н. С.* Москва между прошлым и будущим на перепутье цивилизаций. // Архитектура и строительство России. 2012, № 8.
- *Иодо И. А.* Основы градостроительства, теория, методология. М.: 1993.

Информационно-психологическое обеспечение операции российских ВКС в Сирийской Арабской Республике

Сизьмин М.А., аспирант кафедры печатных СМИ ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»; mrwizard@bk.ru

В статье представлен анализ информационно-психологического противостояния вокруг сирийского конфликта с момента включения в него российских ВКС.

Ключевые слова: информационная (информационно-психологическая безопасность), сирийский конфликт, операция российских ВКС.

В контексте данной работы не будем вдаваться в подробное описание геополитической обстановки на Ближнем Востоке, а также подробно описывать хронологию расширения гражданской войны в Сирийской Арабской Республике. Возрастание уровня информационно-психологических угроз национальным интересам России, иначе говоря, проявление фактов медийной агрессии, проявилось вместе с началом операции российских воздушно-космических сил (далее - ВКС) 30 сентября 2015 года.

Единственное, на что стоит указать, проводя ретроспективный анализ предшествующих российской операции событий, это схожесть медиаплана зарубежных СМИ по освещению событий с уже рассмотренным периодом военной агрессии Грузии против Южной Осетии.

До 30 сентября 2015 года на международном информационном рынке доминировали следующие тезисы «Асад – тиран, осуществляющий геноцид собственного народа», «справедливые действия (так называемой – прим. авт.) «оппозиции»», «свержение тирании правительства Асада», «борьба народа с узурпирующей властью» и т.п. В то же время, оставались в стороне и замалчивались факты насилия «оппозиционеров», скрывались сведения о заинтересованности других государств в смене легитимной власти, не освещалось участие террористических организаций на стороне оппозиции. Подобное происходило во время обстрела грузинскими войсками спящего Цхинвала – западные СМИ практически игнорировали событие, однако активнейшим образом включились в освещение «нападения русского медведя на беззащитную Грузию».

Действуя в соответствии с Договором «О дружбе и сотрудничестве между СССР и Сирийской Арабской Республикой» от 8 октября 1980 года, 30 сентября 2015 года с официальной просьбой об оказании военной помощи к России обратился президент Сирии Башар Асад. В тот же день Совет

Федерации дал Президенту Российской Федерации Владимиру Путину согласие на использование Вооружённых сил Российской Федерации на территории Сирийской Арабской Республики.

Появление российских ВКС, ожидаемо, нашло отражение в прессе, как российской, так и зарубежной. Здесь и зародилось медийное противостояние. Представляется целесообразным определить основные его характеристики и отличительные черты с тем, чтобы дополнить общее представление о структуре, системе и актуальном состоянии вопросов ведения информационно-психологической войны посредством СМИ.

Оценивая информационное противостояние с позиции России, необходимо отметить, что, в сравнении с предыдущими историческими примерами, ситуация заметно изменилась в лучшую сторону. Во-первых, позиция России зазвучала в международном информационном пространстве. И, что особенно важно, она появлялась не только в российских международных СМИ, но и в национальной прессе США, Великобритании, Германии, Испании, Италии. Во-вторых, в зарубежной прессе уже не наблюдалось единодушного осуждения действий России, как было еще в 2008 году. В-третьих, зарубежные СМИ стали активно реагировать на информационную работу российских специалистов, посвящая целые материалы «развенчанию путинской пропаганды».

Третья характеристика для данной работы представляется наиболее интересной, поскольку свидетельствует о положительной тенденции в российской практике проведения информационных и информационно-психологических операций. Не в последнюю очередь этот перелом произошел благодаря созданию в ВС РФ «войск информационных операций», о наличии которых Министр Вооруженных Сил С.К. Шойгу сообщил 22 февраля 2017 года в ходе Парламентского часа депутатам Государственной думы¹.

Оценивая методику информационных действий, следует выделить несколько методов, наиболее характерных для формирования международной повести вокруг действий России в Сирии.

К традиционным методам следует отнести прямую и косвенную критику действий российских ВКС и позиции России в отношении Сирии в целом. «Есть мнение, что наращивание российского военного присутствия раздувает сирийский пожар»², «У Ирана и России свои цели в регионе, и умиротворение в эти цели не входит»³, «Россия не урегулирует конфликт в Сирии»⁴, «Никакого бартера по Украине и Сирии. Путин не должен применять силу»⁵, «Россия заняла ведущее место в списке угроз безопасности Британии»⁶. Подобные высказывания — это неотъемлемая часть инфор-

¹ URL: <https://rg.ru> Дата обращения 03.03.2017

² URL: <https://www.nytimes.com> Дата обращения 03.03.2017

³ URL: <https://www.wsj.com> Дата обращения 03.03.2017

⁴ URL: <http://www.lefigaro.fr> Дата обращения 10.03.2017

⁵ URL: <http://www.lastampa.it> Дата обращения 07.03.2017

⁶ URL: <http://www.thetimes.co.uk> Дата обращения 07.03.2017

мационной кампании, она достаточно проста и изучена, чтобы останавливаться на ней подробнее.

В международном масштабе хорошо зарекомендовал себя метод «координации», суть которого заключается в дублировании тезиса СМИ разных стран, что дополнительно усиливает потенциал темы выйти в мировую информационную повестку дня.

С применением этого метода, к примеру, распространялась информация о том, что российские добровольцы, вернувшись с Украины, отправились в Сирию. «Российские добровольцы жаждут сражаться в Сирии¹» - пишет «The Washington Post» от 12.10.2015. Ей вторит «The Wall Street Journal» (26.10.2015), - «Россия передислоцирует элитные подразделения с Украины»². Подобный тезис в тот же день, что уже обращает на себя внимание и отвергает идею перепечатки, публикует немецкий «Tagesanzeiger»: «Оружие на востоке Украины молчит уже больше месяца, и бывшие бойцы пророссийского ополчения начинают задумываться о своем будущем. Часть из них, не желая возвращаться к мирной жизни, уезжает воевать в Сирию»³. Пропагандистский эффект от такого тезиса довольно очевиден, поэтому останавливаться на этом не будем, добавим лишь, что он внедрялся именно в СМИ западных стран, которым насадили мысль об оккупации Крыма Россией и попытками российских военных, под видом ополченцев, отвоевать Донбасс.

Следует обратить внимание и на психологический метод дезинтеграции российского общества – сообщение о жертвах среди российских военнослужащих. Стоит отметить, что американские специалисты по управлению военной информацией на личном опыте выучили силу негативного воздействия подобной информации на население страны еще во время Вьетнамской войны. Поэтому первых сведений о гибели российских солдат буквально ждали, «разогревая» и «подготавливая» медиополе к появлению подобных сведений. «В субботу в Сирии погиб 19-летний российский военнослужащий, уроженец хутора Гречаная Балка Вадим Костенко, утверждает СИТ»⁴, – сообщает The Financial Times в номере от 27.10.2015 года.

На этом примере стоит заострить внимание, поскольку здесь задействован один из наиболее используемых методов ведения медиавойны американской стороной – «метаинформирование», когда информационным фактом становится не сам факт действительности, а сообщение о нем! Причем, зачастую, источники этих сообщений «не самые надежные». Так, официальный представитель Госдепа США в брифингах ссылаясь на аккаунты социальных сетей, принимая эту информацию как официальную. В данном материале факт о гибели российского солдата приводит не офи-

¹ URL:<https://www.washingtonpost.com> Дата обращения 28.02.2017

² URL:<http://www.wsj.com> Дата обращения 28.02.2017

³ URL: <http://www.tagesanzeiger.ch> Дата обращения 03.03.2017

⁴ URL:<https://www.ft.com> Дата обращения 15.04.2017

циальный источник, а блог некоего Руслана Левиева, состоящего в международной группе расследований со штаб-квартирой в США – «Conflict Intelligence Team».

Для раскрытия темы жертв используется и уже известный прием «координации»: вместе с «The Financial Times» немецкий «Bild» приводит информацию из указанного блога: «Официальное известие о гибели первого российского военнослужащего в Сирии – 19-летнего Вадима Костенко, который предположительно погиб в прошлую субботу – может «существенно подорвать навязываемую в государственных СМИ»¹.

Как уже отмечалось, одной из наиболее знаковых тенденций этого вооруженного конфликта стало противостояние западных СМИ «российской пропаганде», то есть проведению Россией своей информационной политики. Противодействие информационному воздействию может быть симметричным и не симметричным.

Международная пресса активно публикует материалы, оказывающие контр воздействие российским усилиям в информационно-психологическом пространстве. «Сотрудники «Звезды» – журналистами я бы их называть не стала - по всей видимости, без всяких угрызений совести выдумали свою статью и в один момент сделали из меня французскую Опру»², – пишет «Politico». «Государственные (российские – прим. авт.) СМИ создают «картинку чистой и хирургически точной войны»³; «Копните еще – и вы получите поразительные знания о том, насколько продуманно работает пропагандистская машина Москвы. Отвлечение - потом дезинформация»⁴; «В России это называется «битвой телевизора с холодильником»: патриотическая эйфория, которую питает пропаганда, противостоит тускнеющим реалиям экономики»⁵; «Ток-шоу на российском телевидении облегчают Путину переход от кризиса к кризису»⁶. Все это свидетельствует о том, что российская информационно-психологическая работа в международном информационно-психологическом пространстве становится все более успешной. Если национальное медиаполе российской стороне удалось обезопасить еще в 2008, то в период операции российских ВКС в Сирии российская медиакампания уже имела успех в глобальном информационном пространстве.

Несмотря на то, что данное исследование направлено на изучение информационных методов противостояния, следует отметить, что, как и в украинском конфликте, российские оппоненты прибегали к «не конвенционным» средствам – уничтожению каналов распространения информации. Если на Украине в этих целях были убиты российские журналисты,

¹ URL:<http://www.bild.de> Дата обращения 15.02.2017

² URL: <http://www.politico.eu> Дата обращения 15.01.2017

³ URL: <https://www.nzz.ch> Дата обращения 10.02.2017

⁴ URL: <https://www.forbes.com> Дата обращения 13.02.2017

⁵ URL:<http://foreignpolicy.com> Дата обращения 13.02.2017

⁶ URL: <https://www.washingtonpost.com> Дата обращения 13.03.2017

то в глобальном информационном противостоянии вокруг Сирии жертвой пал Михаил Лесин, бывший российский министр и медиаменеджер, «человек принимающий решения». Примечательно, что смерть его настигла в США. «Смерть человека, который был одним из разработчиков медиамашинеры путинской России, породила в Москве предположения и конспирологические теории»¹, – сообщает «The Financial Times» 9 ноября.

Теперь следует обратиться к изучению специфических характеристик западной медиакампании, выразившихся в отдельных журналистских приемах и повторяющихся тезисах.

Первый «месседж», направленный через глобальное информационное пространство на российский национальный медиарынок, – это аналогии действий России в Сирии с исполнением интернационального долга советскими солдатами в Афганистане и российскими – в Чечне. Как известно, обе кампании имели весьма негативное отношение граждан СССР, а затем и России. Именно поэтому западные СМИ навязывают эти ложные аналогии: «Путин в Чечне применил для войны с террором метод ковровых бомбардировок»²; «тогда, как напоминает издание, СССР послал в Афганистан 85 тыс. солдат. Сегодня Россия отправляет пока только летчиков»³; «дальнейшие действия Путина «покажут, чему он научился на примере катастрофического вторжения Советского Союза в Афганистан в 1979 году»⁴; «у Путина сформировалось решение развернуть самое непростое со времен катастрофического вторжения СССР в Афганистан вооруженное вмешательство»⁵; «Сирия станет для России «новым Афганистаном»⁶.

Еще один тезис, массово внедряемый в международное медиaprостранство – Путин воюет не с ИГИЛ, а с врагами Асада. «Путин призывал бороться с джихадистами, а удары, по предварительным данным, нанес по другим группировкам, противостоящим режиму Асада»⁷; «Россия борется не с «Исламским государством», а с суннитскими группировками, сражающимися против Асада, в том числе подготовленными США»⁸; «российские ВВС бьют по политическим противникам Башара Асада»⁹; «Российские бомбардировщики в Сирии метят вовсе не в ИГИЛ»¹⁰; «За два месяца бомбардировок Сирии Россия причинила много косвенного ущерба: почтовое отделение (17 погибших мирных жителей), 4 больницы, рынок (30

¹ URL:<https://www.ft.com> Дата обращения 18.01.2017

² URL:<https://www.wsj.com> Дата обращения 14.01.2017

³ URL:<https://www.welt.de> Дата обращения 12.02.2017

⁴ URL: <https://www.washingtonpost.com> Дата обращения 18.01.2017

⁵ URL: <http://time.com> Дата обращения 14.03.2017

⁶ URL:<https://www.welt.de> Дата обращения 14.03.2017

⁷ URL:<https://www.ft.com> Дата обращения 14.01.2017

⁸ URL:<https://www.washingtonpost.com> Дата обращения 13.02.2017

⁹ URL:<http://www.independent.co.uk> Дата обращения 23.02.2017

¹⁰ URL: <http://www.liberation.fr/> Дата обращения 23.02.2017

жертв)»¹.

В качестве приемов информационной агрессии используется прямая ложь, клевета, переворачивание фактов. «Башар Асад широко раскрыл двери перед джихадистскими группировками, действующими в Ираке. «Но варварство сирийского режима мало чем отличается от варварства ИГИЛ»²; «Россия не урегулирует конфликт в Сирии»³; «Повстанческие группировки обвинили россиян в «бойне» гражданского населения в Хомсе»⁴. Подобные выпады — неотъемлемая часть любой информационной кампании, не представляющая особого интереса для данной работы в силу своей тривиальности.

По мнению автора, большую практическую ценность представляет изучение приемов противостояния западной медиапрограммы российской информационной кампании, о которых говорилось выше. И так, приемы развенчания «российских мифов» давно апробированы, СМИ подвергают сомнению сообщения российских СМИ и официальных лиц. «Все это, отмечает журналист, «напоминает упорное отрицание президентом Владимиром Путиным того, что «зеленые человечки», оккупировавшие Крым в феврале 2014 года на самом деле были российскими солдатами»⁵; «Но теперь Кремль испытывает огромное облегчение, обретая возможность воевать с открытым лицом. Русским, наконец, не приходится испытывать чувство вины, неизбежное во время войны против бывших советских братьев»⁶; «Эти официальные цели иллюстрируют талант российского руководства для «Дипломатическая маркетинга», но не должны заслонять структурных целей России»⁷; «Истинная цель Владимира Путина (не то, что вы подумали): российский диктатор хочет контролировать нефтяные ресурсы во всем мире»⁸; «Какая роль подобает США в новом мире информационной войны, когда террористы вербуют сторонников по интернету, а президент Путин превращает «новости» на своем пропагандистском ТВ в оружие»⁹.

Все названные приемы, несмотря на определенную степень новизны, уже встречались прежде, что, в общем-то, объяснимо. Вместе с тем, эта западная информационная кампания в начале была отмечена весьма самобытным приемом западных PR-специалистов: положительная оценка Президента России и его политики представителями ЛГБТ-сообщества. Так, по «TheDailyMail» сообщает: «Путин «по-настоящему приятный»,

¹ URL:<http://time.com> Дата обращения 18.01.2017

² URL: <https://www.letemps.ch/> Дата обращения 18.01.2017

³ URL:<http://www.lefigaro.fr> Дата обращения 23.02.2017

⁴ URL:<http://www.spiegel.de> Дата обращения 14.01.2017

⁵ URL:<http://www.faz.net> Дата обращения 23.02.2017

⁶ URL: <http://www.lastampa.it/> Дата обращения 18.01.2017

⁷ URL:<http://www.lemonde.fr> Дата обращения 23.02.2017

⁸ URL:<http://www.washingtontimes.com> Дата обращения 23.02.2017

⁹ URL:<http://foreignpolicy.com> Дата обращения 14.01.2017

говорит муж Элтона Джона»¹. Британская «TheTimes» приводит цитату другого эстрадного исполнителя, получившего известность после «Евровидения 2014»: «Кончита Вурст: «Путин хорош собой, но я люблю, когда пластики поменьше»². Цели этого приема не очевидны, но можно предположить, что это попытка дискредитировать российского лидера, учитывая не однозначное отношение к ЛГБТ-сообществу в России.

Выводы

Несмотря на то, что в Сирийском конфликте наметилась позитивная динамика, называть его завершенным преждевременно. Поэтому, как и в случае с конфликтом на Юго-Востоке Украины, не представляется возможным сделать целостный и законченный вывод о информационно-психологическом противостоянии вокруг сирийского конфликта. Тем не менее, уже сейчас можно утверждать, что методика медиапротивостояния не претерпела существенных изменений в сравнении с уже изученными в работе конфликтами. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что действия российской стороны в локальном и международном информационных пространствах стали более выверенными и эффективными, что подтверждается агрессивному противодействию, которое оказывали западные СМИ отражению российской точки зрения.

Литература:

- Die Welt, URL: <https://www.welt.de/>
- Der Spiegel, URL: www.spiegel.de
- Der Standard, URL: <http://derstandard.at/>
- Financial Times, URL: www.ft.com
- Frankfurter Allgemeine, URL: <http://www.faz.net>
- La Stampa, URL: <http://www.lastampa.it/>
- Le Figaro, URL: <http://www.lefigaro.fr>
- Le Temps, URL: <https://www.letemps.ch/>
- Tagesspiegel, URL: <http://www.tagesspiegel.de/>
- The New York Times, URL: <https://www.nytimes.com>
- The Washington Post, URL: <https://www.washingtonpost.com>
- The Daily Beast, URL: <http://www.thedailybeast.com/>
- The Wall Street Journal, URL: <https://www.wsj.com>
- The Guardian, URL: <https://www.theguardian.com>
- The Independent, URL: <http://www.independent.co.uk/>
- The Times, URL: <http://www.thetimes.co.uk>
- USA Today, URL: <https://www.usatoday.com/>

¹ URL: <http://www.dailymail.co.uk> Дата обращения 14.01.2017

² URL: <http://www.thetimes.co.uk> Дата обращения 21.03.2017

Медиапубличность региональных пространств: системные аспекты (По материалам социологического исследования)

Свитич Л.Г., доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник, кафедра периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; svitichb@yandex.ru

Смирнова О.В., кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; smirnova.olga@smi.msu.ru

Шкондин М.В., доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник, кафедра периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; skond@mail.ru.

В статье исследуется публичность как системное качество, интегративный результат функционирования региональной медиасферы. Особое внимание уделяется репрезентации публичности различных социальных пространств как фактор оптимизации информационных отношений в общественной системе. Работа содержит результаты социологического исследования, проведенного в малых и средних городах России, в котором анализируются характеристики газет, содействующие проявлению публичности региональных социальных пространств.

Ключевые слова: публичность, медиапубличность, газеты средних и малых городов, медиакартина, медиаконтент, медиатекст, тематическая структура, проблематика газет.

Публичность и массмедиа

Публичность (от *public* в словарях определяется обычно как открытость, гласность, доступность, общеизвестность. «Характер публичности, ее облик определяются интенсивностью ассоциативной жизни общества, ее организованностью, демократической открытостью самого общества»¹).

Соответственно публичность СМИ – это открытость информации, обозначение важных для общества проблем, доступность информации по содержанию и по форме, вовлечение населения, общественности в процесс создания контента СМИ, выражение общественного мнения.

¹ Новая философская энциклопедия. М., 2001.

Исследуя журналистику как систему, нужно, согласно системному подходу, определить, прежде всего характер ее целостности¹. Эта целостность представляет собой интегративный результат, который возникает в процессе массовой информационной деятельности.² Этим результатом, по мнению ряда ученых, и является публичность³.

Открытость, гласность – необходимое условие жизнедеятельности социума. Без нее не могут успешно действовать российские и мировые сообщества в системе общественного разделения труда, действовать сознательно, согласованно, адекватно условиям окружающей среды. Без публичности не достичь организованности в социуме. Публичность – это неотъемлемое свойство социальной деятельности в демократическом обществе, субъекты которой имеют возможность на основе информационных ресурсов быть активным фактором в процессах освоения и преобразования мира на пути цивилизационного развития⁴.

Потребности в публичности испытывают различные социальные субъекты, участвующие в процессах освоения и преобразования мира. Это и личность, и различные социальные общности, структуры, представители социальных пространств, в том числе политических, экономических, этнических, региональных и др.⁵

Суть этих потребностей состоит в том, что публичность неразрывно связана с информацией, которую потребляют, производят, передают друг другу участники массового информационного процесса. Чтобы участвовать в том или ином виде социальной деятельности, необходимо участвовать в массовой информационной деятельности по производству, распространению и потреблению информационных продуктов, содержащих знаниевые, аксиологические и поведенческие ресурсы⁶.

В рамках медийной сферы, инфосферы в целом происходит **создание и обновление информационного поля, информационного потенциала общества**. Это, по сути, есть процесс превращения знаниевых и других ресурсов, содержащихся в интеллектуальном потенциале общества, в ресурсы информационные, которые могут быть затем получены и освоены нуждающимися в них членами общества. На основе этих информационных ресурсов непрерывно обновляется медиакартинка мира в сознании личности, различных социальных общностей, социума в целом. Это освоение является условием и результатом создавае-

¹ См.: Блауберг И.В. Становление и сущность системного подхода. М., 1980. 248 с.

² См.: Абрамова Н.Т. Целостность и управление. М., 1974. 248 с.

³ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1995, 334 с.;

⁴ Маклюэн Маршал. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003. 464 с.

⁵ Вартанова Е.Л. «Медиасистема»: термин, концепция или реальность? // Медиаальманах. – 2013. – № 2. – С. 4.

⁶ Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика. М., 2014. 328 с.

мого при этом взаимодействия между различными видами деятельности: духовно-теоретической (наука, искусство), духовно-практической (управление, образование и др.), а также практической (производство, потребление и др.).

Интеллектуальный потенциал общества, считает В.Ж. Келле, это интегративное понятие, которое объединяет науку, образование, технологии, все виды интеллектуальной деятельности и ее субъектов. Это инновационные возможности общества, непрерывно обновляющиеся в ходе общественного развития. Их использование может помочь в решении имеющихся и возникающих проблем, вносит в процессы освоения и преобразования мира новые знания, аксиологические и поведенческие составляющие¹.

Публичность не может существовать без постоянного обновления информационного потенциала общества и без обновления на его основе медиакарты мира в индивидуальном, групповом и общественном сознании.

Публичность необходимо постоянно репрезентировать, постоянно воспроизводить, чтобы учитывать в полной мере характер происходящей изменчивости. Хотя повседневная жизнь, повседневная социальная практика полны устойчивых тенденций, определяемых соответствующими знаниями, аксиологическими и поведенческими информационными ресурсами, однако в процессе динамики необходимо всякий раз выявлять, что именно эта изменчивость меняет в укладе жизни, в повседневности, добавляет к устойчивым тенденциям и процессам в обществе. Поэтому информационные ресурсы нужно непрерывно обновлять в связи с непрерывными изменениями в условиях жизни общества, в интеллектуальном потенциале общества.

В медийных сферах современного российского общества происходят активные преобразования, связанные с процессами становления информационного общества. Они направлены на дальнейшее **расширение информационных возможностей личности, социальных общностей**, в том числе пребывающих в многочисленных региональных пространствах. Эти преобразования в значительной степени связаны с необходимостью полнее удовлетворить информационные потребности участников процессов переустройства условий жизни общества, действующих в рамках субъективного фактора цивилизационного развития.

Вместе с тем эти преобразования в медийной сфере пока недостаточны, чтобы избавиться от дефицита публичности. В современных условиях дефицит публичности проявляется в том, что непрерывно возрастающие информационные потребности общества, различных его общностей, институтов, групп, организаций пока не могут быть в полной

¹ См.: Келле В.Ж. Духовность и интеллектуальный потенциал // В диапазоне гуманитарного знания. – СПб., 2001. – Вып.4. – С.3-13.

мере удовлетворены как количеством, так и качеством потребляемых информационных ресурсов, поставляемых отечественными СМИ, в том числе на региональном уровне. Отсутствие необходимых возможностей удовлетворить потребности общества в потреблении информации и участвовать в полной мере в ее производстве и распространении сказывается на медиакартине мира, которая рождается в сознании аудиторных групп. Проблема заключается в том, что в современных условиях публичность обновляет свои критерии применительно к характеру развивающегося информационного общества. Происходят существенные перемены в отношениях между личностью и обществом, отдельной социальной общностью и социумом в целом между различными социальными пространствами, между ними и центром.

Суть этих перемен состоит в том, что любой социальный субъект, представляющий науку, искусство, образование, сферы экономики и политики, регионы и локалы, благодаря своим инновациям (новым знаниям, мнениям, поведенческому опыту) получает возможность активно воздействовать на процессы жизнедеятельности общества.

Вместе с тем в условиях публичной сферы непрерывно обновляемая медиакартина мира в сознании различных общностей, входящих в то или иное социальное пространство, должна быть различна для каждого отдельного пространства, в том числе регионального, вбирая в себя общее и особенное.

Особенности публичности региональных информационных пространств

Каковы те системные характеристики, которыми располагает публичность регионального социального пространства, создаваемая и поддерживаемая медиасферой? Происходящая в мире глобализация в сферах экономики, науки и культуры и связанная с нею глокализация, осуществляемая в отдельных социальных пространствах, требуют кардинального изменения характера целостности инфосферы этих социальных пространств, общества в целом. В значительной степени это касается и характера деятельности медиасферы, средств массовой информации, журналистики в целом, региональных СМИ.

Исследователи отмечают возрастающие возможности населения крупных, средних и малых городов России в расширении информационных взаимодействий, участия в региональных, общероссийских и международных коммуникациях¹. Ответственность отечественных журналистов состоит в том, чтобы обеспечить публичность больших и малых социальных пространств, без чего невозможна публичность

¹ *Вартанова Е.Л.* Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика, 2015, № 6, с. 5-26; *Смирнова О.В.* (в соавт. со Свитич Л.Г., Ширяевой А.А., Шкондиным М.В.) Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика, 2014, №№ 5, 6.

единого социального пространства. Реализация этой важнейшей закономерности теории журналистики требует значительных усилий со стороны теоретиков и практиков массмедиа¹. Необходимость укрепления внутривидового и межвидового взаимодействия в эпоху глобализации отмечает известный исследователь Мануэль Кастельс в монографии «Информационная эпоха: экономика, общество и культура»². Кастельс считает, что современное общество построено вокруг потоков: капитала, информации, технологий, организационного воздействия, изображений, звуков и символов. По его мнению, в условиях глобализации локальные образования могут потерять свою самобытность. Структурное раздвоение, пишет он, между двумя пространственными логиками угрожает разрушить коммуникационные каналы в обществе. Тенденции глобализации навязывают свою логику сегментированным местам, все слабее связанным друг с другом, все менее способным пользоваться общими культурными кодами³.

Репрезентация публичности в региональном социальном пространстве это:

– непрерывная репрезентация информационного поля, информационного потенциала медиасферы, действующей в рамках данного пространства, с участием всех социально активных субъектов этого пространства, создающих интеллектуальные продукты, которые востребованы как знаниевые, аксиологические и поведенческие информационные ресурсы входящими в пространство общностями.

– непрерывная репрезентация медиакартины мира в сознании потребителей информационных ресурсов этого пространства с учетом их информационных потребностей, а также места в системе общественного разделения труда. На этой основе происходит непрерывное обновление информационных ресурсов личности, различных социальных общностей – участников процессов освоения и преобразования мира в рамках субъективного фактора цивилизационного развития;

– обеспечение со стороны СМИ открытости, публичности субъектов социальной деятельности перед обществом, различными социальными общностями; в том числе открытость, публичность представителей властных структур, гражданского общества, права, бизнеса и др.;

– важнейшим проявлением публичности является открытость процессов теоретического, художественного, духовно-практического и практического освоения действительности, а также взаимодействия

¹ Методологические предпосылки системного исследования городских газет/Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В.//Вопросы теории и практики журналистики, 2015, № 1, С. 5-19.

² Кастельс Мануэль. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000.

³ Кастельс Мануэль. Информационная эпоха: экономика, общество и культура, с. 385-386. http://business.poibu.ru/kastels_informepoch/cy56_iv.html

между субъектами теории и практики, науки и производства, политики и гражданского общества, между всеми представителями различных сфер деятельности в данном социальном пространстве;

– создание возможностей для участия всех субъектов интеллектуальной деятельности в обогащении информационного потенциала общества и освоении обогащенного ими потенциала общественностью¹.

Каждое отдельное социальное пространство не может обходиться без информационного пространства *личности, отдельных социальных групп, организаций*, существующих в системе общественного разделения труда, которые испытывают потребность в информационном потенциале, отражающем информационные ресурсы, в которых нуждаются представители данного социального пространства. Причем информационные потребности могут быть удовлетворены только при информационном взаимодействии различных социальных пространств: глобальных, локальных, экономических, политических и др.².

На современном этапе цивилизационного развития, трансформации системы общественного разделения труда стремительно возрастают информационные потребности различных социальных пространств в обеспечении их единства и активного взаимодействия друг с другом. В условиях становления и развития информационного общества инфосфера социальных пространств испытывает острую потребность в обновлении своего информационного потенциала на основе значительного обогащения интеллектуального потенциала общества, различных субъектов духовно-теоретической, духовно-практической и практической деятельности.

Именно инфосфера необходимо свойство для социальных пространств, формирующая и постоянно поддерживающая их публичность. Публичность – это такое качество информационного взаимодействия внутри социальных пространств и между ними, которое:

– обеспечивает открытость социальных субъектов перед всей общностью, входящей в это пространство, в субъективный фактор цивилизационного развития;

– обеспечивает доступность знаниевых, аксиологических, поведенческих информационных ресурсов, которые рождаются и постоянно обновляются в интеллектуальном потенциале общества;

– обеспечивают создание и непрерывное обновление информационного поля отдельного информационного пространства;

– обеспечивает реализацию познавательных-отражательных функ-

¹ Шкондин М.В. Медиа-система как фактор репрезентации публичности в процессах освоения мира социумом // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Филологические науки, 2017, № 2 (23), т.1.

² Попов В.Д. Социальная информатология и журналистика. М., 2006, 201 с.

ций инфосферы, связанных с возможностью для субъектов отдельного социального пространства сформировать и непрерывно обновлять в своем сознании медиакартину мира¹.

Естественно, что публичность должна обеспечиваться на всех уровнях информационного поля, от федеральных СМИ до локальных. Чтобы понять, каким образом проявляется публичность в контенте локальных газет, приведем данные контент-аналитического исследования средних и малых городов России, проведенного факультетом журналистики МГУ в 2013-2015 гг., в ходе которого был осуществлен опрос редакторов и журналистов², а потом проведено контент-аналитическое исследование газет общего содержания средних и малых городов. *Выборка* формировалась на основе 66 газет, сотрудники которых участвовали в опросе на первом этапе исследования. В нее попало 10 газет: 4 газеты средних городов (от 50 до 100 тыс. чел.) и 6 газет малых городов (до 50 тыс. чел.). Всего закодировано 17362 текстовых и иллюстративных материалов. В структуре контента изданий представлено 22,4 % журналистских публикаций, 9,7 % официальных материалов, 13,2 % иллюстраций и 46,7 % рекламных сообщений. В данной статье представим результаты исследования об открытости, наполненности информационного поля, тематических границах, проблемном поле, представленности в публикациях самих горожан, представителей общественности³.

Открытость, гласность как проявление публичности

Российское общество последние десятилетия считало своим глав-

¹ Шкондин М.В. Медиасистема как фактор репрезентации публичности в процессах освоения мира социумом // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Филологические науки, 2017, № 2 (23), т.1.

² В ходе первого этапа исследования опрошены редакторы и журналисты 66 газет 26 субъектов всех 8 субъектов РФ. Получены и проанализированы позиции и ориентации сотрудников газет по широкому кругу вопросов, связанных с состоянием и перспективами развития местной прессы: функции, содержание, жанровая структура; конвергентные процессы; взаимоотношения с аудиторией, учредителем и владельцем; статус и экономическое положение изданий; кадровая ситуация; проблемы и пути развития местной прессы (руководители проекта: О.В.Смирнова и М.В.Шкондин, авторы и руководители процедур Л.Г.Свитич и А.А. Ширяева).

³ Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. (результаты опроса редакторов и журналистов). – М.: Факт журналистики МГУ, 2015; они же: Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика.– 2014. – №№ 5, 6; они же; Функциональная и проблемно-тематическая модели городской газеты //Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2014. – № 5. Газеты средних и малых городов России в 2000-х гг. Контент-аналитическое исследование. М., 2016.

ным достижением свободу слова и гласность общественной жизни, обнародование проблем в социальной, экономической, политической и культурной сферах, которые волнуют население. В нашем исследовании речь шла о жизни малых и средних городов России. Это предполагает анализ актуальных проблем, оценок, мнений, доказательную критику негативных явлений, предложения по их решению, выработку эффективных моделей поведения властей и горожан.

Проведенный на первом этапе проекта опрос редакторов и журналистов этих изданий показал, что на момент исследования существовал довольно большой блок проблем, которые все еще находятся в зоне неполной гласности, местные власти не хотят их обнародовать, а журналисты не вполне свободны в том, чтобы их обнародовать, то есть сделать публичными. Редакторам и журналистам был задан вопрос о том, какие острые проблемы они хотели бы, но не могут обнародовать в своем издании (табл. 1).

Таблица 1

Ответы на вопрос: «Каковы наиболее острые, злободневные проблемы, которые Вы хотели бы, но по каким-то причинам не можете поднять в вашем издании?» (в % к числу опрошенных)

Варианты ответов	СГ	МГ	Сред-нее
Работа властных структур, некомпетентность чиновников, коррупция, случаи нарушения правовых норм ответственными лицами, равнодушие к нуждам горожан	46	54	50
Теневая экономика, криминальный бизнес	31	28	29
Злоупотребления в здравоохранении, образовании, сфере спорта и пр.	24	27	25
Безработица, несправедливость в оплате труда, незащищенность работающих на частных предприятиях и т.п.	19	25	22
Методы работы органов внутренних дел, коррупция представителей полиции	14	27	21
Недостаточность финансирования на муниципальном уровне	7	27	18
Проблемы экологии области, города, района (в т.ч. работа предприятий, нарушающих природоохранное законодательство)	16	18	17

Формирование и расходование городского бюджета	13	14	14
Поляризация уровня жизни населения города	7	17	12
Проблемы сокрытия доходов, ухода от налогов	21	14	11
Разрушение культурного наследия, памятников истории, нарушения в градостроительстве	11	11	11
Другое	14		7
Затрудняюсь ответить, нет ответа	13		7

Проблемы с освещением острых тем, связаны, главным образом, с непрозрачностью деятельности властей, со злоупотреблениями в сфере бизнеса и деятельности различных городских организаций. Труднопроходимы для публикации темы о недостатках в работе властей, некомпетентности чиновников. В значительной мере закрытой являются расходование городского бюджета, теневой бизнес, сокрытие налогов. На эту тему практически нет публикаций в местной прессе. Непросто печатать материалы о злоупотреблениях в учреждениях здравоохранения, образования, несправедливости в оплате труда, поляризации в доходах и уровне жизни населения. Горячая тема – разрушение исторических памятников в связи с новым строительством и недостатком финансирования. Поэтому наличествует определенное ограничение профессиональной независимости редакций, что негативно сказывается на введении острых проблем в поле публичности

Контент-анализа подтверждает существование ограничений на освещение некоторых тем и проблем, о которых в ходе опроса говорили редакторы и журналисты. Хотя в целом сотрудники 66 редакций городских и районных газет, как показал опрос, довольно хорошо знают нужды и интересы горожан и потому мимо внимания газет не проходят вопросы, которые волнуют население. На открытый вопрос о самых важных проблемах журналисты назвали следующие (табл.2.)

Таблица 2

Ответы на открытый вопрос: «Каковы самые важные проблемы вашего города?» (абс.)

Проблемы	СГ	МГ	Среднее
----------	----	----	---------

Безработица, разрушена промышленность, закрыты градообразующие предприятия, крупные производства, упадок сельского хозяйства, нет рабочих мест, негде работать молодежи	37	39	76
ЖКХ (ремонт, нет жилья, отсутствие жилого фонда социального найма, бесконтрольность в этой сфере, нет ТСЖ, нет газификации, проблемы с канализацией и водоснабжением)	19	28	47
Сокращение численности и старение населения, дефицит кадров, отток населения в крупные города, молодежь остается там, уде училась, нет мест для досуга молодежи, апатия молодежи, миграционная политика	20	18	38
Отсутствие благоустройства (неразвитость инфраструктуры, мало налогов остается в городском бюджете, не хватает денег на благоустройство), плохая экология (плохая вода, воздух, нет очистных сооружений, свалки и т.п.)	21	13	34
Низкие зарплаты, низкий уровень жизни, высокие цены на все	13	14	27
Плохие состояние дорог, транспорта, дороговизна транспорта	9	18	27
Бедственное положение культуры и образования, низкий культурный уровень, полуразрушенные памятники архитектуры, невнимание к историческому наследию (нехватка кадров, не финансируется, нет лицеев, гимназий)	8	14	22
Здравоохранение (платность, нет кадров, нет специалистов, диагностики)	8	14	22

Социология массовых коммуникаций

Некомпетентность и кадровый голод в руководстве города, отсутствие ярких людей в руководстве, слабая власть, отсутствие воли что-то решать и делать, коррупция, закрытость власти, отсутствие системности в решении вопросов, разрыв между местной властью и человеком, гражданским обществом, имитация обратной связи, бюрократия	10	10	20
Бюджетный дефицит муниципалитетов, экономическая нестабильность, нет инвестиций, снижение финансовых поступлений в бюджет	8	11	19
Нехватка мест в детсадах	4	3	7
Кадровый голод в полиции, преступность, криминал	13	3	6
Алкоголизация, апатия, депрессивность	3	3	6
Слабо диверсифицирована экономика, не развит малый и средний бизнес, альтернативные основному производству сегменты экономики, нет пищевой промышленности, работают в основном торговые предприятия		6	6

Во время опроса в 2013-14 гг. основными проблемами были названы безработица, низкие зарплаты, бедность, недостаток рабочих мест и отток молодежи в крупные города. Следствие – старение население, обострение демографической ситуации. Вечно больной проблемой являются ЖКХ, дороги работа транспорта, проблемы экологии. Острая проблема – экономическое состояние малых и средних городов, малые муниципальные бюджеты, бедственное положение культуры, образования, здравоохранения. И весьма серьезные проблемы, касающиеся менеджмента, коррупции чиновничества, некомпетентность сотрудников муниципалитетов. Безусловно, основная функция газет содействовать решению названных проблем. И надо сказать, что контент-анализ показал – местные журналисты многое делают для гласности, публичности на уровне информационного поля городов для решения этих проблем. В газетах средних городах 21 % публикаций, в которых поднимаются различные проблемы, в малых городах – 31 %. В целом в анализируемых нами изданиях каждый четвертый материал поднимает какую-то нерешенную проблему. Перечислим их (табл.3).

Таблица 3

ПРОБЛЕМЫ*(в % к числу публикаций, в которых поднимаются проблемы)*

Проблемы <i>Ранжировано по 4 колонке</i>	СГ	МГ	Среднее
Социальные болезни и проблемы	15,1	16,3	15,8
Проблемы ЖКХ	12,6	17,6	15,6
Плохое состояние транспортной инфраструктуры	8,5	6,4	7,2
Экономические, производственные проблемы	5,9	6,2	6,1
Морально-этические, духовные, ценностные проблемы, религия	8,7	4,3	6,1
Проблемы становления и функционирования гражданского сектора	11,8	1,9	5,9
Социальные проблемы	3,3	6,2	5,1
Проблемы в области здравоохранения	2,3	5,4	4,1
Проблемы экологии	2,3	4,8	3,8
Низкий уровень жизни населения	3,1	3,1	3,1
Проблемы, связанные с работой правоохранительных органов	3,3	2,9	3,0
Проблемы в области образования	3,1	2,8	2,9
Проблемы в области градостроительства и благоустройства населенных пунктов	1,5	3,8	2,9
Проблемы семьи	4,9	1,7	2,9
Проблемы в области культуры	1,0	4,0	2,8
Проблемы функционирования муниципальных организаций	1,8	3,1	2,6
Молодежные проблемы	2,3	2,1	2,2
Неэффективность работы государственных властных структур	0,3	3,1	1,9

Социология массовых коммуникаций

Финансовые и иные злоупотребления	2,3	1,4	1,8
Безработица	1,0	0,7	0,8
Демографические проблемы	0,3	1,0	0,7
Гендерные, женские проблемы	0,5	0,9	0,7
Проблемы межнациональных отношений	0,5	0,2	0,3

Социальные болезни и проблемы ЖКХ занимают первые места, что закономерно, поскольку они действительно самые больные. Далее следуют проблемы транспорта и дорог, экономические, производственные проблемы, морально-этические, духовные, ценностные и наконец, трудности становления и функционирования гражданского сектора и социальные проблемы.

Нетрудно заметить, что проблемы, которые журналисты называли закрытыми для критики, действительно крайне редко появляются на страницах газет. Это касается низкого уровня жизни населения (3,1 %), безработицы (0,8 %). Недостатки в сфере руководства городами поднимаются примерно в 2 % публикаций, еще реже пишут журналисты о злоупотреблениях в финансовой и экономической сферах.

Разница в контенте средних и малых городов проявилась особенно ярко относительно проблем становления и функционирования гражданского сектора (11,8 % публикаций в газетах средних городов и только 1,9 % в изданиях малых городов, где данный сектор не развит). Это подтверждают и результаты опроса редакторов и журналистов: в редакциях средних городов этот вопрос считают более важным, чем их коллеги из малых городов, где слабо развит этот сектор.

К сожалению, проблемы обычно просто констатируются, иногда предлагаются пути их решения, но гораздо реже они анализируются, выясняются причины и факторы, их порождающие. Только в одной трети публикаций есть анализ проблемной ситуации (в 7 из 21 общего перечня): финансовых и иных злоупотреблений, функционирования муниципальных организаций, ЖКХ, экономических, производственных проблем. В небольшом количестве публикаций анализируются социальные болезни типа алкоголизма, наркомании, а также проблемы семьи и морально-этические, духовные, ценностные проблемы.

Пока мы анализировали только крупные, комплексные проблемы, выносимые на суд читателей. Но сфера публичности, гласности еще отчетливее выявляется при детальном анализ проблематики попавших в выборку газет (табл.4).

Таблица 4

ПРОБЛЕМЫ(в % к числу проблем в целом (выделено полужирным)
и к числу каждой из комплексных проблем (светлым)¹

Социальные болезни и проблемы	15,8
Криминал	83,1
Алкоголизм	25,4
Наркомания	10,2
Девиантное поведение, самоубийства	5,1
Детская преступность, наркомания, алкоголизм, проституция	3,4
Игромания	3,4
Проблемы ЖКХ	15,6
Недостатки в области газификации, проблемы с канализацией и водоснабжением, ремонтом	40,8
Содержание жилого фонда и территории	38,8
Бесконтрольность в данной сфере, недостатки в работе системы товариществ ТСЖ, управляющих компаний	14,3
Рост тарифов ЖКХ	10,2
Недостаток жилья, отсутствие жилого фонда социального найма, информации о строительстве и вводе жилья в городе	2,0
Отсутствие нормативно-правовой базы, регулирующей те или иные отношения в сфере ЖКХ	2,0
Плохое состояние транспортной инфраструктуры	7,2
Несоблюдение правил поведения на дорогах	63,6
Плохая организация работы транспорта	24,2
Недостаток дорог, плохое состояние дорог	12,1
Плохое состояние и недостаток транспорта	9,1
Экономические, производственные проблемы	6,1
Упадок сельского хозяйства, недостаток инвестиций	26,3
Банкротство, долги	26,3
Не развит малый и средний бизнес	15,8
Экономические преступления	10,5
Разрушена промышленность, закрыты градообразующие предприятия, крупные производства, не создаются новые рабочие места	5,3

¹ В итоговой таблице с целью ее сокращения опущены позиции кодификатора, которые остались не заполненными, хотя они несут важную информацию о тех проблемах, которые совсем не поднимаются на страницах газет.

Социология массовых коммуникаций

Морально-этические, духовные, ценностные проблемы, религия	6,1
Падание нравов, размывание нравственных ценностей	41,2
Проблемы воспитания патриотизма	29,4
Проблемы самоидентификации, продолжения отечественных традиций	29,4
Безверие, апатия, бездуховность	8,8
Превалирование телесного над духовным	2,9
Проблемы становления и функционирования гражданского сектора	5,9
Слаборазвитая структура общественных организаций	66,7
Неумение профсоюзного лидера выстроить отношения с работодателем	66,6
Социальные проблемы	5,1
Проблемы помощи инвалидам, отсутствие доступной среды для инвалидов, помощь ветеранам, дома для престарелых	42,9
Некомпетентность соцработников, нехватка соц. работников	35,7
Пенсии, пособия	14,3
Отсутствие/недостаток детсадов, детских лагерей и т.п.	7,1
Проблемы сиротства, беспризорные дети	7,1
Проблемы в области здравоохранения	4,1
Недостаток финансирования	33,3
Отсутствие современного оборудование, низкий уровень медицинских услуг	22,2
Недостаток квалифицированных специалистов	11,1
Нарекания в работе скорой помощи	11,1
Плохая организация работы медучреждений, непрофессионализм мед. сотрудников	11,1
Проблемы экологии	3,8
Отсутствие мер по сохранности и обновлению лесных массивов и зеленых насаждений	44,4
Работа предприятий, нарушающих природоохранное законодательство	22,2
Плохое качество воды, воздуха, отсутствие или недостаток очистных сооружений, свалки и т.п	22,2
Несовершенное природоохранное законодательство	11,1
Низкий уровень жизни населения	3,1
Поляризация уровня жизни различных слоев населения	58,3

Низкие зарплаты, несправедливость в оплате труда, бедность	25,0
Высокие цены на товары и продукты, рост цен	16,7
Проблемы, связанные с работой правоохранительных органов	3,0
Правовая безграмотность населения	93,3
Усиление криминогенной ситуации	20,0
Проблемы в области образования	2,9
Недостатки в работе органов образования	45,5
Недостаток финансирования	18,2
Неэффективная образовательная политика	18,2
Недостаточное количество школ, лицеев, гимназий	9,1
Недостаточный уровень образования населения	9,1
Проблемы семьи и воспитания детей	2,9
Трудности, связанные с воспитанием детей	42,1
Проблемы выживания, финансовые трудности семьи	31,6
Взаимоотношения в семье	21,1
Неполные семьи	21,1
Проблемы во взаимоотношениях поколений	10,5
Проблемы в области градостроительства и благоустройства населенных пунктов	2,9
Проблемы в области культуры	2,8
Разрушение культурного наследия, памятников истории, архитектуры, отсутствие средств на их восстановление	75,0
Плохо развитая система и недостаточное количество учреждений культуры	50,0
Проблемы функционирования муниципальных организаций	2,6
Кадровые, организационные проблемы	85,7
Недостатки законодательной базы	42,9
Молодежные проблемы	2,2
Отсутствие внятной молодежной политики	42,9
Преступность среди молодежи	42,9
Проблемы в организации досуга, спорта и т.п.	28,6
Неэффективность работы государственных властных структур	1,9
Некомпетентность чиновников, недостаток квалифицированных кадров, слабая власть, отсутствие воли что-то решать и делать, отсутствие системности в решении вопросов	50,0

Социология массовых коммуникаций

Бюрократизм, равнодушие к нуждам горожан, разрыв между местной властью и человеком, гражданским обществом имитация обратной связи	50,0
Финансовые и иные злоупотребления	1,8
В органах социального обеспечения населения	55,6
В органах здравоохранения	33,3
На частных предприятиях. Теневая экономика, серые зарплаты, криминализация бизнеса, закрытость бизнеса, сокрытие доходов, уход от налогов	11,1
Несвоевременная выплата зарплаты работникам	11,1
Безработица	0,8
Безработица	78,6
Недостаток рабочих мест	14,3
Беззащитность работающих на частных предприятиях, произвол с увольнениями работников, отсутствие социальных гарантий	14,3
Недостаток квалифицированных работников	7,1
Демографические проблемы	0,7
Сокращение численности, низкий уровень рождаемости, старение населения	50,0
Внутренняя миграция, отток населения в крупные города прежде всего молодежи	50,0
Гендерные, женские проблемы	0,7
Женская преступность, наркомания, алкоголизм, проституция	100,0
Проблемы межнациональных отношений	0,3
Проблемы адаптации и условий жизни мигрантов, беженцев	100,0

Если не пересказывать таблицу, которая и без того красноречива, то можно сказать, что активнее отражаются в газетах этого типа проблемы, связанные с повседневной жизнью человека и его поведением, с социальными болезнями, морально-этическими вопросами, с преступностью, чем с деятельностью социальных и институтов и властей, хотя тема работы властных органов является одной из основных в тематическом поле газет, но не в критическом, а позитивном контексте.

Тематическая широта изданий как показатель репрезентативности публичной сферы

Еще одной стороной публичности, как мы говорили в теоретической части статьи, является широта охвата различных сфер жизни региона. Медиакартина, представляемая городской газетой, должна быть

комплексной, отражающей основные сферы жизни локала. Контент-анализ показал, что в изданиях освещается весьма широкий круг тем, которые позволяют формировать у аудитории довольно полную картину жизни городов, хотя и не по всем темам (см. табл. 5).

Таблица 5

ТЕМАТИКА ПУБЛИКАЦИЙ
(в % к числу публикаций)

Темы <i>Ранжировано по 4 колонке</i>	СГ	МГ	Сред- нее
Работа городских органов власти	11,9	12,9	12,4
Происшествия, криминал	16,1	5,3	10,8
Работа органов правопорядка, борьба с преступностью	16,3	4,6	10,6
Сфера культуры (обеспеченность учреждениями культуры, кадры, материально-технические, финансовые условия и т.п.)	7,8	10,3	9,0
Сфера образования (обеспеченность и состояние учебных заведений, кадры, качество образования, развитие профтехобразования и т.п.)	8,4	9,3	8,8
Досуг, отдых, туризм	8,2	8,5	8,3
Спорт, физкультура	5,4	10,5	7,9
История, этнография, народные промыслы, тур. потенциал	5,3	9,9	7,5
Социальное обеспечение (пенсионная сфера, инвалиды, детские дома, помощь многодетным семьям и т.п.)	5,7	7,5	6,6
Состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб	4,3	8,8	6,5
Семейная тематика, воспитание детей	6,9	5,6	6,2
Патриотическое воспитание	7,5	3,9	5,8
Местное (муниципальное) самоуправление	3,2	8,3	5,7
Сфера здравоохранения (обеспеченность медучреждениями, кадры, оплата труда, оборудование, качество и платность мед. услуг и т.п.)	4,8	4,0	4,4

Социология массовых коммуникаций

Развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса	4,0	4,6	4,3
Морально-этическая тематика	4,1	2,3	3,3
Чрезвычайные ситуации, МЧС, безопасность, гражданская оборона	3,7	2,8	3,3
Сельское хозяйство, приусадебное хозяйство	2,6	3,7	3,1
Молодежная тематика	1,9	4,5	3,1
Транспортное обеспечение, работа городского транспорта	2,6	3,4	2,9
Экология, благоустройство, озеленение городов	2,3	3,5	2,9
Стиль жизни, внешность, мода, здоровый образ жизни и т.п.	3,8	1,9	2,8
Военные конфликты, военная служба	2,3	2,8	2,6
Экономика города в целом (<i>бюджет, финансы, налоги</i>)	1,8	3,3	2,5
Работа учреждений торговли (обеспеченность товарами, ценовая политика, культура торговли и т.п.)	2,5	2,2	2,4
Религия, милосердие, благотворительность	3,3	1,5	2,4
Домоводство, быт, дизайн дома	2,4	2,1	2,2
Строительство, ремонт муниципального жилья	0,6	3,6	2,0
Строительство, ремонт дорог, других коммуникаций	1,2	2,4	1,8
Сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест	1,5	1,3	1,3
Демография	0,3	1,3	0,8
Миграция, межнациональные отношения	0,7	0,4	0,6
Гендерная тематика	0,5	0,7	0,6
Психология взаимоотношений, сфера сексуальных отношений	0,6	0,5	0,5
Сад, огород, устройство приусадебного участка и т.п.	0,3	0,4	0,4

Необычные явления, астрология и пр.	0,2	0,1	0,1
Работа общественных организаций, защита прав граждан	0,2	1,0	0,5
Работа со СМИ	1,0	-	0,5
Международные отношения	-	0,2	0,1

Темы, которые обеспечивают публичность городской жизни, распределены на несколько зон. Первая зона – *тематика городского управления* (10-12 %): работа местных властей, органов правопорядка и тесно связанные с этим тема криминала. Тема власти занимает первые места и среди тем, которые журналисты в опросе назвали очень важными. Это объясняется близостью к местной власти и нацеленностью на реализацию ее решений, хотя нередко властные структуры злоупотребляют своей властью для продвижения официальных текстов в ущерб другим, сужает информационное поле за счет тем, интересных широкой аудитории.

Вторую зону тематической публичности (7-9 %) можно назвать *культурно-образовательной и рекреативной*, крайне важную для развития одного из элементов публичности в расширении кругозора и ценностного ориентирования аудитории. Это темы культуры, образования, истории, этнографии, народные традиции и промыслы и тесно связанные с ними досуговые публикации.

Третья зона публичности (ниже 6 %) это острые социальные проблемы (социальное обеспечение, здравоохранение, сфера занятости, производственные проблемы, экономика, семейные проблемы и темы воспитания), которые особенно волнуют горожан (и о которых сотрудники газет говорили как об очень важных), но в реальном контенте они не занимают того места, которого заслуживают.

Темы, которые журналисты считают очень важными и они занимают первые места в их ответах (ЖКХ, строительство и ремонт дорог, и строительство, ремонт муниципального жилья), в реальном контенте – на 9, 21 и 22 местах.

Исследование показало, что газеты малых городов ближе к своей аудитории и ее нуждам, чем издания средних городов. А их сотрудники более точно реализуют свои представления о важных для газет темах и более точно выполняют свои задачи о широте информационного поля публичности.

В проанализированных изданиях в основном преобладают материалы положительного характера и очень мало критических. Чаще всего позитивно освещаются события и персоны в сфере образования, культуры, истории, досуга, а также работа городских органов власти. Это обычно зарисовки о хороших людях, педагогах, врачах, работниках культуры, освещение культурных и досуговых, юбилейных мероприятий, решений и действий местных властей. Безусловно, позитивный

настрой потребителей информации очень важен, но проблем в жизни городов и горожан сегодня много, и они должны адекватно оцениваться на страницах газет, но критических материалов крайне мало. Например, только в 0,7 % критикуются городские органы власти, газеты опасаются критиковать начальство, срабатывает механизм самоцензуры. Критический взгляд наличествует при освещении очень малого числа тем.

Участие граждан в создании медиаконтента как условие публичности

Такое участие бывает непосредственным, например, авторство текстов, и опосредованным – участие в обсуждении важных проблем, письма, звонки, интернет-форумы, информация которых учитывается редакцией в том или ином виде. Проявляется это и в еще более опосредованном виде, через выбор персонажей для публикаций, трансляции их взглядов. Данные исследования помогают оценить эту сторону публичности. Представим состав авторов городских газет, трансляторов информации (табл. 6).

Таблица 6

АВТОРЫ ПУБЛИКАЦИЙ (в % к числу публикаций)

СГ – данные контент-анализа газет средних городов, МГ – малых

Авторы публикаций <i>Ранжировано по 4 столбцу</i>	СГ	МГ	Среднее
Журналист	32,2	56,6	43,9
Редакция	5,1	0,6	2,9
В целом журналист и редакция	37,3	57,2	46,8
Представители властей, органов управления	13,2	6,4	9,9
Информационное агентство	12,4	2,3	7,5
Простые люди, жители	9,2	5,7	7,0
Специалисты, эксперты	8,0	4,8	6,4
Представители общественных организаций	2,2	2,9	2,6
Другое	1,4	1,7	1,6
Без подписи	11,4	12,1	11,8
Не ясно	5,6	1,4	3,5

Естественно, что журналистские публикации составляют около половины текстов. Кроме журналистов, активно транслируют или презентуют информацию в рамках феномена публичности представители власти, специалисты и руководители различных организаций.

Рядовые горожане тоже имеют доступ к публичной трибуне, но очень редко транслируют свое мнение в качестве авторов публикаций общественных организации.

Но в целом, состав субъектов – авторов контента достаточно сбалансирован. Интересно сравнить эти результаты с контент-анализом газет крупных городов: в них до 90 % публикаций написаны журналистами. активны в качестве авторов представители власти (9, 9%). В меньшей степени представлены специалисты, руководители различных организаций и рядовые горожане, очень редко – общественные организации. Таким образом, состав нежурналистского контента в целом по своей коммуникативной субъектности достаточно сбалансирован (в газетах крупных городов до 90% публикаций написано журналистами).

Спектр публичности расширяется и за счет источников информации, которые являются ее носителями (табл. 7)

Таблица 7

**ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ
ЖУРНАЛИСТАМИ**

Результаты контент-анализа (в % к числу публикаций)

Ответы журналистов на вопрос: «Какие источники информации Вы чаще всего используете в своей работе?» (ранг ответа)

Источники информации <i>Ранжировано по 4 столбцу</i>	Контент-анализ			Опрос
	СГ	МГ	Сред- нее	Ранг ответа
1. Собственное наблюдение ситуации журналистом	16,1	32,0	23,8	3
2. Специалисты, эксперты	12,6	21,6	16,8	12
3. Представители власти	13,7	17,8	15,7	4
4. Рядовые работники, простые люди	11,1	12,5	11,8	1
5. Пресс-службы, пресс-конференции, брифинги, пресс-релизы	15,5	7,8	11,8	7
6. Непосредственное общение журналиста с людьми, с жителями	5,3	12,8	8,9	1
7. Юридические, правовые документы	4,6	5,1	4,9	16
8. Статистические, данные	4,3	3,9	4,1	13
9. Архивы	1,1	6,5	3,7	*
10. Редакционная почта	5,8	1,0	3,5	5
11. Интернет, в том числе:	3,2	3,9	3,5	11
Интернет (без ссылки на ресурс)	2,5	2,6	2,5	

Интернет со ссылкой на ресурс	0,7	1,3	1,0	
12. СМИ (печать, ТВ, РВ)	2,6	2,9	2,7	9
13. Книги	1,0	1,9	1,4	*
14. Финансовые документы	0,8	1,8	1,3	20
15. Личные документы	0,6	1,3	0,9	*
16. Информационные агентства	0,7	0,3	0,5	10
17. Социальные сети, твиттер, блоги	0,1	0,1	0,1	14
18. Не ясно, нет ссылки на источник	19,4	7,5	13,6	

* Данного варианта не было в опросе журналистов.

Поскольку журналисты этих газет часто сами наблюдают ситуацию, или непосредственно общаются с жителями, на страницах локальных городских газет отражается реальная жизнь города. Важными источниками, судя по исследованию, являются эксперты и руководители города, но нередко информацию дают и простые, рядовые горожане, редакционная почта. Однако редко использовались на момент исследования в качестве источников социальные сети, хотя это является обычным для региональных и федеральных СМИ.

Наконец, важный показатель участия в презентации информации являются субъекты мнений, информацию о которых мы получили в исследовании – они адекватны структуре авторов и источников информации. Но, нельзя не отметить, что публикации в основном монологичны, то есть в них высказывается только точка зрения автора. Лишь в каждом десятом тексте присутствуют разные точки зрения (таких публикаций в газетах малых городов в три раза больше, чем средних – 15,3 и 4,4 %). Это говорит о том, что необходимо развешивать дискуссии о злободневных проблемах на страницах газет для формирования более плюралистического медиаконтента и соответственно – медиaprостранства¹.

Многообразие объектов отражения в осуществлении публичности

В методологической части нашей статьи мы говорили о том, что многоуровневость, многоструктурность объекта отражения в публикациях есть важнейший показатель медиапубличности, что каждое отдельное социальное пространство не может обходиться без

¹ Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Городская газета как фактор общественного диалога в социуме (по итогам социологического исследования в газетах малых и средних городов Российской Федерации) // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2014. – № 5 (97). – С. 149–156.

информационного пространства личности, отдельных социальных групп, организаций. Анализ показал, что в контенте газет они достаточно гармонично представлены (табл. 8).

Таблица 8

ТИП ОБЪЕКТА (ПРЕДМЕТА) ПУБЛИКАЦИИ
(в % к числу публикаций)

Объект публикации	СГ	МГ	Среднее
Общество в целом	11,0	12,8	11,9
Организация, предприятие, учреждение	29,2	26,6	27,9
Группа, сообщество, партии	18,9	21,2	19,9
Персона, личность	28,0	17,6	22,9
Социальное явление, проблема	7,2	14,7	10,9
Другое	1,1	2,0	1,6
Объект не выделен, не ясно	4,9	2,7	3,8

В качестве объекта публикации внимание уделено прежде всего организации, группе и личности, что логично для этого уровня публичности, меньше – общим проблемам общества и социальным явлениям. Это значит, что в целом социальный баланс соблюдается.

Причем, если речь идет о персоне, то в 38 случаях из ста – это рядовые, обычные люди, в 15 случаях – руководители, в 13 – специалисты (чаще в газетах средних городов). Эта структура в данном публичном пространстве отличается от прессы крупных городов. Что касается различных характеристик персон, то они представлены тоже довольно широким спектром (табл. 9).

Таблица 9

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОСНОВНОЙ ПЕРСОНЫ
(в % к числу публикаций, где наличествовал основной герой)

Сфера деятельности основной персоны	СГ	МГ	Среднее
Культура	9,7	11,4	10,5
Образование, наука	6,1	13,7	9,8
Управление, властные структуры	7,2	12,2	9,6
Спорт, сфера развлечения	3,8	9,5	6,6
Военная сфера, МЧС	6,1	4,0	5,1

Социология массовых коммуникаций

Промышленное производство	4,5	5,3	4,9
Строительство, ремонт, ЖКХ	3,4	4,8	4,1
Здравоохранение	3,1	3,0	3,0
Социальные службы, пенсионное обеспечение, другие социальные сферы	2,3	3,2	2,8
Криминал	3,4	1,0	2,2
Сельское хозяйство	2,2	1,9	2,0
СМИ, реклама и ПР	2,2	1,0	1,6
Общественные организации	1,1	1,9	1,5
Правовая и судебная система	1,1	1,7	1,4
Религия	2,2	0,4	1,3
Бизнес	0,5	0,6	0,6
Финансы, банковское дело	0,7	0,6	0,6
Транспорт	0,9	0,6	0,7
Торговля	0,4	0,4	0,4
Пенсионер	8,4	10,6	9,5
Не ясно	30,9	13,5	22,4
Пол героя			
1. Мужчина	61,8	47,0	54,6
2. Женщина	30,2	34,0	32,0
Не ясно	8,1	19,0	13,6
Возраст			
1. Дети	5,6	11,2	8,3
2. Молодежь	16,3	16,5	16,4
3. Средних лет	22,4	26,4	24,4
4. Пожилые	21,9	28,7	25,2
Не ясно	33,8	17,1	25,7

Данные показывают, что герои публикаций представляют широкий спектр сфер деятельности, профессий и социального статуса, однако преобладают люди средних лет и пожилые (что соответствует составу читателей), мужчины (особенно в газетах средних городов). Было бы разумно больше публикаций посвящать молодежи. Этот сектор публичности слабо проявлен в газетах данного локала.

Нередко данные газеты являются для населения единственным ис-

точником информации о местных проблемах и естественно, что основным объектом публикаций с точки зрения его административно-территориальной локальности является данный город, его пригороды и близлежащие села – в 76% публикаций (табл. 10).

Таблица 10

ЛОКАЛЬНОСТЬ ОБЪЕКТА ПУБЛИКАЦИИ*(в % к числу публикаций)*

Локальность объекта публикации	СГ	МГ	Среднее
Россия в целом, государство	7,5	8,0	7,7
Федеральный округ	0,7	3,6	2,1
Субъект федерации	13,7	13,0	13,3
Данный город	55,5	56,7	56,1
Пригороды, окрестности, близлежащие населенные пункты	9,5	9,6	9,5
Село, деревня	8,2	12,7	10,4
Зарубежные страны	1,7	1,2	1,5
<i>Другое</i>		0,6	0,3
Не ясно	3,3	1,9	2,6

Но, тем не менее, в контенте присутствуют субъект Федерации, Федеральный округ и Россия в целом. Крайне редко, что естественно для этого уровня изданий, появляется информация о зарубежных странах. Итак, структура объектов публикаций более или менее сбалансирована по разным параметрам, что содействует репрезентации публичности в этой локальности, является показательной характеристикой многообразия информационного поля городов.

Общие выводы о медиапубличности региональных пространств, в данном случае локальности малых и средних городов России, при сопоставлении с методологическими посылками показывает, что информационная сфера информации весьма широкая, можно сказать, универсальная, хотя и не без диспропорций. По отдельным направлениям анализа можно сделать такие выводы.

1. У журналистов изданий этого уровня есть желание и соответствующие профессиональные ориентации, чтобы выполнять основные требования публичности, они достаточно хорошо представляют себе острые проблемы городов и нужды жителей, стараются по мере сил помогать их решению. Однако из-за малых штатов и, следовательно, не-

достатка времени, спешке и высокой интенсивности труда в редакциях, дефицита профессиональных и компетентных журналистов (только 25 % журналистов имеет журналистское образование), отчетливо выявился конституционный тип представления проблемы, то есть только простая их фиксация при недостатке анализа причин и факторов, которые их породили. При этом повседневные проблемы жизни городов, типа ЖКХ, дорог, транспорта, некоторых социальных проблем артикулируются и предаются гласности. Но зафиксирован дефицит гласности и открытости, прозрачности в обнародовании традиционно закрытых проблем, касающихся некомпетентности властей, коррупции, экономических злоупотреблений, бедности населения и т.п.

2. Спектр тем, освещаемых газетами, позволяет говорить об очень широком их спектре, что позволяет говорить о репрезентации различных сфер жизни города в газетах. Однако и здесь есть редко артикулируемые сферы жизни общества. Это касается, прежде всего, морально-нравственной темы, межличностных отношений, молодежных проблем. Зато на первом месте информация о работе органов власти, в основном, в позитивном ключе. Приоритетной оказывается и сфера досуга, неплохо освещается сфера культуры и образования, что позволяет говорить о знаниевом и ценностном аспекте, о реализации крайне важной просветительской функции, которая также является, как мы говорили вначале, значимой характеристикой публичности. Издания (особенно малых городов) немало внимания уделяют культуре, истории, традициям городов, семье, воспитанию, в том числе патриотическому. Сопоставление данных контент-анализа, касающихся тематики публикаций, с опросом редакционных сотрудников показывает, что журналисты нередко преувеличивают внимание газеты к одним темам и преуменьшают – к другим, не вполне осознают существующий тематический дисбаланс.

3. Включение населения, граждан в сотрудничество с газетой, участие в процессах публичности информации в регионе, судя и по опросу и по контент-анализу, реализуется неплохо, потому что довольно широк состав авторов, источников информации, субъектов мнения.

4. В целом структура объектов публикаций более или менее сбалансирована по разным параметрам. Основными героями публикаций являются простые люди, горожане, работники культуры, учителя, работники сферы управления. Но преобладают более старшие возрастные группы, как и в аудитории. Внимание к молодой аудитории недостаточно. Данные по административно-территориальной локальности отражают местный уровень: город и близлежащие населенные пункты, однако газеты пишут и о том субъекте федерации, в который входят, и о стране в целом.

Литература:

- *Абрамова Н.Т.* Целостность и управление. М., 1974. 248 с.
- *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. М., 1995, 334 с.

- *Блауберг И.В.* Становление и сущность системного подхода. М., 1980. 248 с.
- *Вартанова Е.Л.* «Медиасистема»: термин, концепция или реальность? // Медиаальманах. – 2013. – № 2. – С. 4.
- *Вартанова Е.Л.* Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика, 2015, № 6, с. 5-26.
- Газеты средних и малых городов России в 2000-х гг. Контент аналитическое исследование. М., 2016.
- *Кастельс Мануэль.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000.
- *Келле В.Ж.* Духовность и интеллектуальный потенциал // В диапазоне гуманитарного знания. – СПб., 2001. – Вып.4. – С.3-13.
- *Коломиец В.П.* Медиасоциология: теория и практика. М., 2014. 328 с.
- *Маклюэн Маршал.* Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003. 464 с.
- Методологические предпосылки системного исследования городских газет/
- *Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В.* // Вопросы теории и практики журналистики, 2015, № 1. С. 5-19.
- *Попов В.Д.* Социальная информაციология и журналистика. М., 2006, 201 с. *Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В.* Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. (результаты опроса редакторов и журналистов). – М., 2015. *Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В.* Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика.– 2014. – №№ 5, 6. *Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В.* Функциональная и проблемно-тематическая модели городской газеты // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2014. – № 5.
- *Шкондин М.В.* Журналистика как фактор освоения мира социумом // Социально-гуманитарные знания. – 2013. – № 4.
- *Шкондин М.В.* Медиасистема как фактор репрезентации публичности в процессах освоения мира социумом // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Филологические науки, 2017, № 2 (23), т.1.

Массовая коммуникация как источник жилищной депривации: качественно-количественный анализ воздействия¹

Казакова А.Ю., преподаватель кафедры философии и социологии Калужского государственного университета им. К.Э.Циолковского, кандидат социологических наук; kazakova.a.u@yandex.ru

В данной статье рассматривается роль массовой коммуникации в негативизации образа домашнего жизненного пространства и снижении социального самочувствия населения, неудовлетворенного своими жилищными условиями. На эмпирическом материале качественного исследования (тестирования рекламных материалов), проведенного автором в 2009 году, и количественного анализа статистических данных о распределении между регионами РФ индикаторов качества жилищных условий населения и охвата каналов массовой коммуникации, проведенного автором в 2016 году, описываются эффекты воздействия массовой коммуникации в условиях наличия жилищной депривации и ее отсутствия; строится регрессионная модель, определяющая значимость фактора этого воздействия.

Ключевые слова: жилищные условия, удовлетворенность, депривация, культурно-потребительский стандарт, воздействие массовой коммуникации.

Введение

Инвайронментальная (экологическая) психология и социология жизненной среды хорошо изучила вопрос об индивидуальных и – отчасти – социально обусловленных особенностях пространственного восприятия, поведения в пространстве и стрессовых реакциях человека на пространственную среду. Экономическая социология традиционно изучает жилье как имущественный ресурс, который может быть обращен в капитал, как экономическую ценность в целом. Социология семьи, социология здоровья, демография учитывают уровень жилищной обеспеченности как фактор репродуктивного поведения и семейного благополучия в целом.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ (ОГОН) и Правительства Калужской области, проект № 16-13-40002 а(р) - *Типы жилищной депривации населения Калужской области: уровни, источники, последствия.*

К числу психологических состояний и процессов, связанных с восприятием пространства, поведением в нем и стрессовой реакцией на пространство жизненной среды, становящихся значимыми факторами социального поведения, влияющих на деятельность целых социальных институтов, можно отнести жилищную депривацию. В современной европейской статистике, основываясь на сформированном П. Таунсендом подходе учета лишений, депривации определяют «как невозможность для человека или социальной группы иметь доступ к базовым потребностям по причине их материального положения»¹.

Исследование жилищной депривации предполагает сочетание количественного и качественного подходов, чтобы рассмотреть и жилищно-ресурсную обеспеченность (депривационная ситуация – качество жилья в заданных временных и пространственных рамках), и ее социально-психологические и социальные функции и эффекты (депривация как состояние). Границы жилищной депривации, как в случае с депривацией по доступу к любому виду потребления материальных ресурсов и благ, могут варьировать от физиологического минимума (бездомность) до исторически сложившегося и культурно одобренного, конвенционального набора признаков жилищной обеспеченности, свойственной большинству населения данного общества.

Роль СМИ, рекламы, других форм массовой коммуникации и в формировании, и в унификации набора этих признаков очевидна. Сложно подсчитать общее количество выполненных филологами, культурологами, философами работ, содержащих социокультурный анализ, часто сравнительный, концепта «дом» в национальной языковой картине мира, в традиционном фольклоре и актуальных тенденциях архитектуры, ландшафтного дизайна, обустройства повседневного быта, в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Экономисты отмечают «формирование спекулятивного спроса на рынке недвижимости. В этом контексте иррациональная составляющая становится определяющим фактором ценообразования на объекты недвижимости, что усложняет процесс управления и прогнозирования на рынке недвижимости, а также усугубляет жилищную проблему»². Юристами учитываются негативные эффекты недобросовестной рекламы, растет уверенность в необходимости контроля за этой сферой, правовой и этической регуляции и саморегуляции СМК. Осуществляя экспликацию важнейших для национальной ментальности «домашних» ценностей, которые эксплуатируются рекламным дискурсом, А.В. Марьина задается вопросом о том, в какой мере особенности рекламы как специфической сферы мас-

¹ Обобщение международного опыта по формированию системы социальных индикаторов условий жизни населения// Статистика СНГ, 2012, № 5.- URL: <http://www.cisstat.com/0base/frame-rus.htm>

² Лисицкая Т.С., Юркина Е.А. Иррациональные составляющие рынка недвижимости// Интернет-журнал «Науковедение», 2016, № 2, т.8, с. 1-2.

совой коммуникации (институциональность, асимметричность, массовость) способны «изменять или даже формировать структуру концепта в картине мира человека»¹. Предпринимаются отдельные попытки проследить формирование набора социально значимых компонентов качества жизни через оценку соответствия выборов респондентов наиболее частотным репрезентациям в общественно-политических СМИ. Но изолированное рассмотрение фактора массовой коммуникации не позволяет сколько-нибудь надежно определить его весомость по сравнению с иными факторами формирования удовлетворенности населения своими жизненными, в том числе жилищными условиями.

Роль массовой коммуникации в негативизации образа домашнего жизненного пространства и снижении социального самочувствия населения, неудовлетворенного своими жилищными условиями, мы рассматриваем на эмпирическом материале качественного исследования (тестирования рекламных материалов), проведенного автором в 2009 году, и количественного анализа статистических данных о распределении в регионах РФ индикаторов качества жилищных условий населения и охвата каналов массовой коммуникации, проведенного автором в 2016 году. Таким образом, мы описываем эффекты воздействия массовой коммуникации в условиях наличия жилищной депривации и ее отсутствия на уровне социальной системы «личность» и на уровне системы «территориально-поселенческая общность».

Депривация личности: анализ «мягких» данных (результаты исследования 2009 года)

В 2009 г., реконструируя социальное представление горожан о трущобах, мы выявили его абсолютную идентичность у лиц с различной жилищно-ресурсной обеспеченностью, уровнем доходов, половозрастными и семейно-брачными характеристиками. Характеризуя признаки и локализацию трущоб, все они оперировали одними и теми же категориями, иллюстрировали свои представления о малоценном жилье ссылками на одни и те же объекты, расположенные в строго определенных ареалах городского пространства².

Единство и конвенциональный характер конструкта «трущобы» как части современного жилищного стандарта формируется в немалой степени за счет влияния средств массовой коммуникации: при обработке данных мы обнаружили сильную положительную корреляцию между количеством используемых респондентом (выявленных по методике «вчерашнего дня») каналов коммуникации ($r = 0,85$, знач-ть 0,000 на

¹ *Марьина А.В.* Концептуальный анализ рекламного дискурса (на материале концепта «Дом»)// Медиаскоп, 2015, № 2. С. 13.

² *Казакова А.Ю.* Современные городские трущобы: социальный портрет и образ жизни обитателя (на материале г. Калуга)// Научно-методический электронный журнал Концепт. 2013. Т. 4. С. 2531-2535.

уровне знач-ти 0.01), в том числе СМИ ($r = 0,75$, 0,001 на уровне знач-ти 0,05), и требовательностью в отношении жилищных условий. И напротив, выявлена средней силы отрицательная связь между интенсивным потреблением информации ($r = - 0,56$, знач-ть 0,000 на уровне знач-ти 0,05), в том числе СМИ ($r = -0,51$, знач-ть 0,000 на уровне знач-ти 0.05), и удовлетворенностью имеющимися жилищными условиями. То есть, чем большее количество каналов коммуникации использует респондент, чем выше его аудиторная вовлеченность по отношению к системе СМИ, тем большим оказывается количество признаков, без которых, по его мнению, жилье классифицируется как «трущобы», и тем ниже он оценивает свои жилищные условия.

Культурно-потребительский жилищный стандарт, представленный в информационном пространстве, формируется средствами прямой рекламы и косвенно – телепередачами типа «Школы ремонта», глянцевыми журналами, предлагающими покупку дорогостоящих предметов интерьера, множество рецептов эстетизации и гармонизации повседневного быта в соответствии с теми или иными эстетико-философскими принципами (например, фэн-шуй), современными достижениями техники и инновационными технологиями (экодома). Все коммуникативное пространство современного общества создает чрезвычайно невыгодную перспективу социального сравнения для подавляющего большинства российских граждан, особенно в провинции и в сельской местности.

Наиболее опасной с точки зрения морального состояния личности, социальной напряженности мы считаем идею доступности любому активному трудоспособному гражданину приобретения жилья, улучшения жилищных условий, создания бытового комфорта в доме, которая непосредственно и откровенно навязывалась прямой рекламой по мере развития в нашей стране программ ипотечного кредитования. Именно она размывает социальную норму как естественно возникшее отражение типичных, массово распространенных жилищных условий. Это происходит за счет «ножниц» между намеренно заниженным жилищно-бытовым стандартом, заложенным в государственную социальную политику и соответствующим уровню жизни населения, и намеренно завышенным потребительским стандартом, который активно внедряется в массовое сознание банками, строительными фирмами, агентствами недвижимости и рынком товаров для дома.

Экспериментальный этап: методика, данные, обсуждение

Гипотеза о различном влиянии «жилищной» рекламы на жильцов зданий, относящихся к разным типам жилищного фонда, осенью 2009 года была проверена нами экспериментально, в форме тестирования эффектов воздействия рекламы банковских услуг (ипотеки), застройщиков и агентств недвижимости. Тестировался слоган «Учитесь экономить на покупке жилья» и модульная (макетная) реклама, размещен-

ная в ведущих информационно-рекламных изданиях региона «Из рук в руки» и «Моя реклама». Испытуемые в количестве 21 человек были отобраны из числа респондентов предварительно проведенного массового опроса на основе ответов на вопросы об уровне жизни, включая качество жилищно-коммунальных условий, о конструкте «трусоб» и источниках его формирования. Из них семеро являлись новоселами новостроек (при этом три домохозяйства приобрели жилье самостоятельно с использованием заемных средств, четыре – расселены в новостройки в результате подошедшей очереди на улучшение жилищных условий в рамках программы сноса и переселения граждан); семеро на правах собственников проживали в общежитиях секционного типа, переведенных в статус многоквартирных домов; семеро являлись жителями неблагоустроенного ветхого здания, построенного в 1939 г. (с коммунальными квартирами, где изначально запроектированным элементом коммунальных «удобств» был только туалет).

Несмотря на использование невероятностного принципа отбора, по социально-демографическому, образовательному, профессионально-должностному принципу производилось выравнивание. Отбирались только женщины, находящиеся в наиболее активной стадии жизненного цикла, и общий размах вариации по признаку возраста не превышал 13 лет как для всей совокупности, так и для каждой из трех отобранных подгрупп. Образование – среднее специальное или среднее техническое; все испытуемые на нынешнем или последнем месте работы не относились ни к категории руководителей, ни к категории специалистов высокой квалификации (рядовые исполнители).

В начале тестирования предлагалось устно прореагировать на слоган. Все испытуемые его вспомнили (никто не оказался в состоянии идентифицировать его с конкретным юридическим лицом), обычно упоминая средства транзитной рекламы («А! То, что по городу катается!») как канал информации. Все 100 % выразили неприятие данного слогана. Независимо от социального статуса и типа жилья доминировало суждение «Вот здесь нас конкретно дурят /разводят / за дураков держат» и пр. Эмоции спровоцированы откровенно дидактичным и манипулятивным характером рекламы, намеренно смещающей акцент с возможностей на желания и умения, то есть характеристики личности. Общее отношение можно передать фразой жительницы ветхой «сталинки»: «Экономить можно. И мы умеем. Но – на колбасе».

И если отторжение слогана можно отнести на счет некорректности самого текста, то следующие результаты свидетельствовали об общественной значимости проблемы. Поскольку отбор респондентов предполагал нивелировку различий в уровне жизни, в количестве источников и размере доходов, реакции отражали именно особенности жилищной ситуации. Все категории опрошенных выразили большую или меньшую степень недоверия рекламе банков и ипотеки («Красиво, но недоступно», «Свежо предание, но верится с трудом», «Нереально»),

включая тех, кто уже воспользовался банковским займом. Эти новоселы новостроек в опросе демонстрировали высокую тревожность относительно будущего, опасаясь ухудшений жилищных условий и благосостояния, а в отношении рекламы займов выражали эмоции гнева и возмущения («страшная кабала», «обман»).

Эмоционально-установочный характер эффектов созерцания макетной рекламы оказался жестко зависящим от типа жилья.

К числу эмоциональных эффектов мы отнесли в первую очередь интерес, для его оценки воспользовавшись шкалой Мешле, Маддена и Алена, где для расчета (при оценках в баллах от 1 до 5) предлагается формула $I = (A + (6 - B) + C + D) / 4$ [9, с.130], где I – степень итогового интереса (как индивидуального, так и группового), а A, B, C и D – баллы, выставленные по соответствующим подпунктам вопроса, определяющего заинтересованность в марке (в нашем случае – типе социального действия: покупке жилья с привлечением банковского займа).

Расчет данных по формуле показал, что степень заинтересованности в банковско-кредитных продуктах и предложениях застройщиков (возможный максимум – 5 баллов) мала и снижается в следующем порядке: современная новостройка – 1,7; общежитие – 1,6; ветхий дом (сталинка) – 1,2.

Интерес может быть длительным и краткосрочным, устойчивым и ситуативным. Дополнительной характеристикой долговременной вовлеченности в проблему, по Блоху, Риджвею и Шереллу [9, с.168], является эмоция, взволнованность. Факторами, которые обуславливают глубину их переживания, можно считать социальную значимость проблемы (то есть, осознание ее связи с социальным статусом), личностный смысл, частоту мысленного обращения к проблеме (или объекту, бренду и пр.).

По оценке социальной значимости предмета рекламирования - при максимально возможном балле 7 – наши испытуемые расположились в последовательности: ветхий дом (сталинка) – 2,8; современная новостройка – 2,1; общежитие – 1,6.

По степени личной заинтересованности – по четырехбалльной шкале: общежитие – 3,5; ветхий дом (сталинка) – 1,8; современная новостройка – 1,7.

Наконец, по силе удержания в памяти рекламы жилищно-банковских и жилищно-строительных услуг, от полного безразличия до навязчивых мыслей (по пятибалльной шкале): общежитие – 4,8; современная новостройка – 1,8; ветхий дом (сталинка) – 1,3.

Для всей выборки обнаружилась сильная отрицательная корреляция ($r = -0,65$, значимость 0,001 на уровне знач-ти 0.05) между частотой мысленного обращения к объекту рекламы и оценкой собственных жилищных условий; отсутствие статистически значимой связи между частотой этих мыслей и оценкой социальной значимости изменения жилищных условий; средней силы прямая связь ($r = 0,36$, значимость 0,000

на уровне знач-ти 0.05) между личной заинтересованностью в рекламе и оценкой собственного жилья. То есть, независимо от того, считает ли испытуемый, что качество жилищных условий влияет или способно влиять на другие стороны его социальной деятельности и взаимодействий с людьми (в сфере труда, семьи, досуга), он проявляет тем более сильную личную заинтересованность в рекламе банковских продуктов и услуг застройщиков, чем лучше его жилищные условия, но вспоминает и думает о ней тем чаще, чем эти жилищные условия хуже.

Видно, что связь эмоциональной ангажированности, стойкого интереса к идее улучшения жилищных условий и объективной потребности в этом улучшении с характером имеющегося жилья неодинакова.

Естественно, максимально высокими были оценки жилищных условий новоселами новостроек, где модальным значением стало предпоследнее перед максимальным (соответствующее варианту ответа «Грех жаловаться, все устраивает»), а худшими жилищные условия представляли в оценке жителей общежитий, которые наиболее последовательно демонстрировали и готовность бороться за их улучшение. Только они при тестировании реагировали на рекламу положительными стеническими эмоциями («посмотрим, может и получится что-то купить»; «никто нам не поможет, кроме нас самих»). Но именно в этой группе максимальным было и количество астенических негативно окрашенных реакций («хорошего ждать не приходится»; «все бесполезно»; «я лично для себя выхода не вижу»).

Примечательно, что жители ветхой довоенной «сталинки» со смешанным составом квартир по характеру собственности (как отдельными, так и коммунальными) и благоустроенности (за счет не предусмотренной планом последующей самостоятельной установки отдельными жильцами душевых кабин, водонагревательных котлов и пр.) оказались, как и жители общежитий, весьма далеки от удовлетворенности жилищными условиями. Их оценки были предельно низкими, они так же, как испытуемые из общежития, пессимистично говорили о перспективах их улучшения, так же скептически воспринимали рекламу. На этом фоне парадоксально их сходство с новоселами новостроек в равнодушном, безразлично-пассивном отношении к обсуждаемой проблеме, хотя объективных оснований для этого, в отличие от удачливых переселенных очередников, у них не было. Ориентацию неудовлетворенного жизнью человека не на активный поиск возможностей изменить условия, а на адаптацию к ним, на компенсаторные и ретритистские модели поведения, социологи, экономисты, психологи считают признаком «культуры бедности», «которая не позволяет преодолеть бедность и продвинуться в какие-то другие страты общественной жизни. Культуру бедности можно охарактеризовать как социальную депрессию. У определенных групп людей складывается представление, что они не в силах справиться с этим сложным миром, что-то изменить. Развивается

социальная апатия, безразличие к собственным возможностям, – объясняет кандидат психологических наук Татьяна Чеснокова».

Такую же выжидательную позицию занимали и расселенные очередники, связывавшие возможность дальнейшего роста, например, с исследованием.

У той же части испытуемых, которая в социально-психологическом отношении действительно может считаться социальной базой, целевым адресатом подобной рекламы (жители общежитий и новоселы, самостоятельно приобретающие жилье в новостройках), ее созерцание вызывало короткий, но резкий и сильный дискомфорт (возмущение, обиду, тревогу, отчаяние). Реакции новоселов указывали еще и на вторичную – пост-фактум – астенизацию, которой сменяется эйфория переезда, когда на первый план выходит проблема длительных регулярных выплат (одна из реакций на рассматривание макета рекламы ипотеки: «Знать, где падать, – соломки постелить»).

Данные тестирования, как и предшествовавшего ему опроса, показали сильную отрицательную связь между обилием каналов рекламной информации, в том числе СМИ, где испытуемому раньше встречалась реклама – объект тестирования, и уровнем его удовлетворенности жилищными условиями ($r = -0,88$, значимость 0,000 на уровне значимости 0.01). Выявилась и довольно сильная корреляция между количеством этих источников и выраженностью негативных эмоциональных переживаний, вызываемых рекламой ($r = -0,69$, значимость 0,001 на уровне значимости 0.05).

Выводы по результатам 2009 года

Итак, результаты 2009 года отчетливо показывали, что лица с различной жилищно-ресурсной обеспеченностью действительно по-разному реагируют на рекламу недвижимости, но острота субъективных реакций на одинаково неблагоприятные жилищные условия у них разная. Более того, как оказалось, всплеск негативных эмоций, переживаний, ожиданий, связанных с жильем, возможен и в очень благоприятных условиях, которые, казалось бы, не создают объективных предпосылок для такой реакции, – в ситуации переезда в новое, безопасное, благоустроенное жилье, но на фоне опасений, что уровень жизни в результате этого снизится.

Таким образом, следует различать объективную жилищную депривацию как совокупность потребностей, которые находятся в устойчиво подавленном состоянии в результате неблагоприятных жилищных условий, и субъективную жилищную депривацию как психоэмоциональный комплекс, являющийся результатом отражения собственной жилищной ситуации, но преломленной сквозь призму надбиологических потребностей (социальных, духовных) и культурно-потребительских стандартов жилья.

Депривация социальной общности: анализ «жестких» данных (результаты исследования 2016 года)

Несовпадение или только частичное совпадение объективной и субъективной сторон депривации является одной из причин того, что рост жилищного строительства, поступательное увеличение средней обеспеченности населения жильем (см. рисунок 1) не сопровождается пропорциональным ростом удовлетворенности населения жилищными условиями.

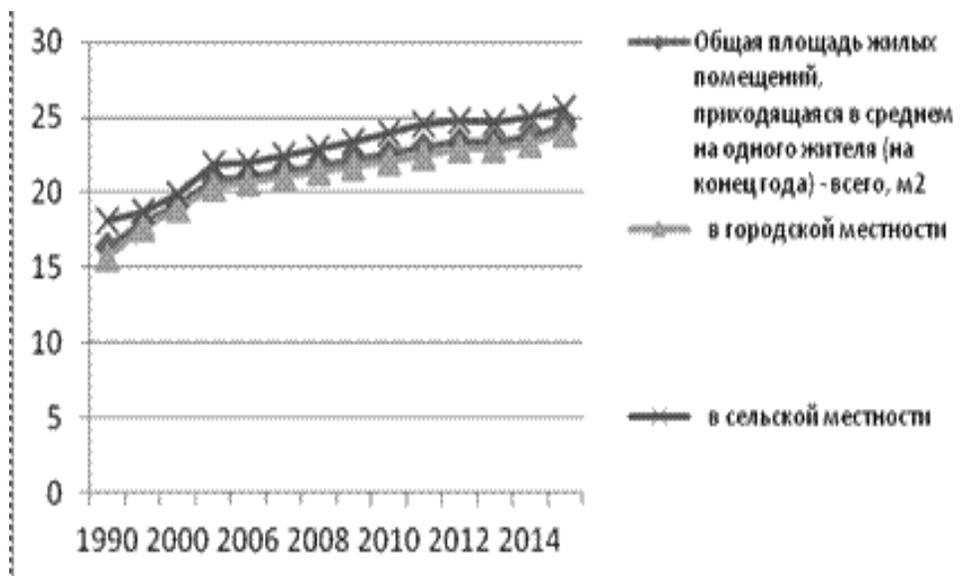


Рисунок 1. Основные показатели жилищных условий населения РФ*

*Источник данных: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/housing/#

Так, если разность в обеспеченности жилой площадью на одного жителя за период с 2005 по 2010 год составила 1,8 м², а относительный прирост 2010 года к 2005, соответственно, – 8,65%, то количество удовлетворенных своими жилищными условиями за тот же период, согласно данным доклада руководителя Центра маркетинга и международных связей Всероссийского центра уровня жизни С.Н. Варламовой «Уровень и качество жизни в России: оценка населения», выросло на 3,1 % (прирост 5 %). При этом «60 % россиян по-прежнему декларируют невозможность приобрести жилье ни при каких условиях»¹. При-

¹ Варламова С.Н. Уровень и качество жизни в России: оценка населения/ URL: <http://www.lawinrussia.ru/node/28290>

рост жилищной обеспеченности, таким образом, опережает рост жилищной удовлетворенности, но для остро нуждающихся в улучшении жилищных условий картина не меняется годами, то есть положительная динамика отсутствует.

И хотя ни одно исследование, посвященное анализу качества жизни населения или характеристике жилищных условий как его важнейшего компонента, не обходится без признания важности субъективной оценки этих условий населением и поиска возможных источников неудовлетворенности, оценку важности культурно-потребительского стандарта, меры коммуникативного воздействия на удовлетворенность или неудовлетворенность осуществить практически весьма сложно. Данные, полученные в ходе переписей органами официальной статистики или по итогам рейтинговых обследований регионов, параметр удовлетворенности не учитывают. Данные, собранные социологическими службами или инициативными исследователями, - выборочные, то есть менее надежные, чем сплошная перепись, и ограниченные, как правило, рамками одного региона.

Задавшись целью выявить возможный вклад СМК в оценку населением собственных жилищных условий, мы прибегли к поиску в системе ЕМИСС данных, характеризующих объективную и субъективную сторону качества жилищных условий за одинаковый период времени, представленных в региональном разрезе, а также содержащих сведения о количестве и покрытии регионов РФ отдельными каналами массовой коммуникации. Полный набор данных, необходимых для построения модели, нам удалось обнаружить за 2007: публикационная таблица 3.46. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ ПО СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СВОИМИ ЖИЛИЩНЫМИ УСЛОВИЯМИ ПО СУБЪЕКТАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ в 2007 г. (по данным выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств; в процентах)¹; Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя²; 19.5. ОХВАТ НАСЕЛЕНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫМ И РАДИОВЕЩАНИЕМ в электронном выпуске сборника «Связь в России» за 2006 г.³; 8.5. ВЫПУСК ГАЗЕТ НА 1000 ЧЕЛОВЕК НАСЕЛЕНИЯ (разовый тираж; экземпляров) – показатели в динамике с 1990 по 2009 г.⁴; Доля лиц (домохозяйств), имеющих доступ к сети Интернет (процент)⁵.

¹ http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_69/IssWWW.exe/Stg/03-46.htm;

² http://www.gks.ru/bgd/regl/B10_04/IssWWW.exe/Stg/d10/jil-t1.htm

³ http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139916409938

⁴ http://www.gks.ru/bgd/regl/B10_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/08-05.htm

⁵ <https://www.fedstat.ru/indicator/34078>

Ввиду ограниченного количества единиц наблюдения (83, по количеству субъектов РФ без Республики Крым, для которой отсутствует статистика за «украинский» период), мы намеренно отказались от использования большего количества переменных, позволяющих подробно охарактеризовать как качество жилья (например, уровни его благоустройства), так и взаимодействие на территории регионов разных коммуникационных потоков (исключили из рассмотрения радиовещание, непериодическую печать и ряд специфических форм или технических средств коммуникации).

Вместе с тем, для принципиального ответа на вопрос, имеется ли связь между этими потоками и удовлетворенностью населения и какова мера вклада массовой коммуникации в социальное самочувствие населения по сравнению с объективными жизненными условиями, этих переменных оказалось достаточно, как показал анализ остатков в построенных нами регрессионных моделях для зависимых субъективных переменных (оценок жилья) с помощью 6 предикторов: Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя (кв.м.), 2007; Доля лиц (домохозяйств), имеющих доступ к сети Интернет (%), 2007; Выпуск газет на 1000 человек населения (ед.), 2007; Охват населения государственными телепрограммами (% , средний для трех телеканалов), 2007; Охват населения коммерческими телепрограммами (% , средний для четырех телеканалов), 2007; Охват населения телепрограммами в целом (% , средний для семи телеканалов), 2007.

Итоги регрессионного анализа

Многомерное развертывание показывает, что оценки жилищных условий населением, исходный совместный график которых представлен на рисунке 2, образуют четыре группы значений: экстремально высоких, экстремально низких, срединных, которые населением оцениваются как «хорошие», и ниже среднего, которые объединяют оценки «удовлетворительно» и «плохо».

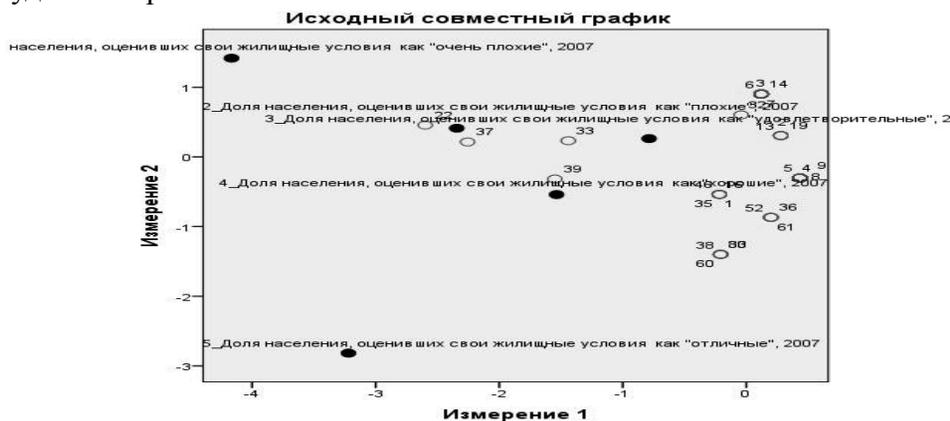


Рисунок 2. Итоги шкалирования оценок удовлетворенности

Регрессионный анализ свидетельствует, что вынесение наихудших оценок (ниже отметки «удовлетворительно») и наилучших оценок (выше отметки «удовлетворительно») управляется различными факторами, а также на то, что роль этих факторов различна в регионах с экстремально высокими или низкими показателями жилищной обеспеченности (см. карту на рисунке 3, где за пределы контрольного диапазона средних значений в 3σ выходят показатели жилой площади в Центральном и Северо-Кавказском федеральных округах, а показатели Сибирского федерального округа оказываются на нижней границе диапазона; в Северо-Кавказском федеральном округе за верхнюю границу контрольного диапазона выходит также значение размаха, указывая на сильную внутреннюю дифференциацию регионов внутри округа).

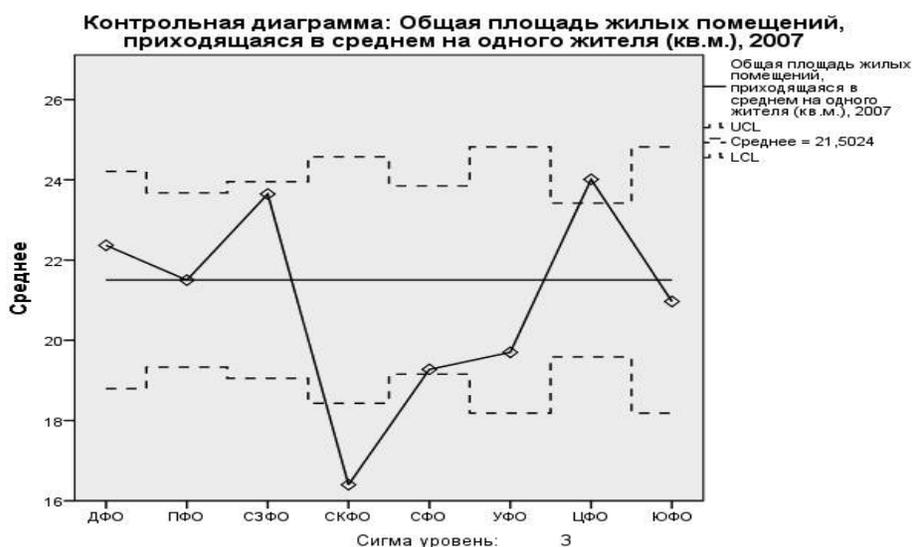


Рисунок 3. Средние значения жилой площади на 1 жителя в федеральных округах

Построенная методом исключения (критерий: вероятность F-исключения $\geq 0,100$) модель линейной регрессии (на последнем шаге исключения $R^2=0,229$ со стандартной ошибкой оценки 9,294) для зависимой переменной «Оценки выше среднего» (включающие оценки «отлично» и «очень хорошо») сохраняет три значимых предиктора из шести перечисленных выше исходных переменных. В порядке убывания важности и статистической значимости это: Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя (кв.м.), 2007 (стандартизованный бета-коэффициент 0,420 со значимостью 0,000), Доля лиц (домохозяйств), имеющих доступ к сети Интернет (%), 2007 (стандартизованный бета-коэффициент 0,224 со значимостью 0,037), Выпуск газет на 1000 человек населения (ед.),

2007 (стандартизованный бета-коэффициент - 0,208 со значимостью 0,053).

Результаты показывают, что жилая площадь как необходимый минимум качества жилья создает основу для общей и высокой удовлетворенности жилищными условиями, чему сопутствуют интенсивные Интернет-коммуникации и, напротив, низкий охват периодической печатью.

Низкая удовлетворенность (оценки «плохо» и «очень плохо») также основана на количестве площади (ее дефиците), но еще сильнее прямая связь с функционированием телевидения. Для зависимой переменной «Оценки жилищных условий ниже уровня «удовлетворительно» (на последнем шаге исключения $R^2=0,151$ со стандартной ошибкой оценки 3,889) только эти два предиктора модель сохранила как статистически значимые: у переменной «Общая площадь жилых помещений» стандартизованный бета-коэффициент - 0,228 со значимостью 0,033; у переменной среднего значения охвата населения телепрограммами (обоих типов) стандартизованный бета-коэффициент 0,364 со значимостью 0,001.

Процедура подгонки кривых также показывает, что роль площади нельзя переоценивать. Подгонка осуществлялась на основе независимой переменной «Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя (кв.м.), 2007» для пяти зависимых переменных: долей в составе населения региона людей, оценивших свои условия как отличные (все статистики незначимые), как хорошие ($R^2=0,204$; ошибка оценки 8,090; $F = 20,732$ со значимостью 0,000; стандартизованный бета коэффициент 0,451 со значимостью 0,000); как удовлетворительные ($R^2=0,053$; ошибка оценки 10,403; $F = 4,496$ со значимостью 0,037; стандартизованный бета коэффициент 0,229 со значимостью 0,037); как плохие (все статистики незначимы); как очень плохие (все статистики незначимы).

Таким образом, для негативных оценок жилищных условий критерий одной площади недостаточен - источником депривации являются какие-то иные компоненты объективных средовых условий жилища либо их субъективного восприятия.

В условиях сверхобеспеченности отсутствие дефицита площади воспринимается как норма, и экстремально высокие оценки обусловлены такими характеристиками жилья, которые повышают его комфортность по сравнению с «просто хорошим».

На уровне максимально высоких оценок подгонка кривых указывает на заметную роль информатизации региона (стандартизованный коэффициент Бета = 0,305 со значимостью 0,000), причем со всеми другими оценками Интернет никак не связан.

Интернет-коммуникации позволяют объяснить около 31 % дисперсии самых высоких оценок населением жилищных условий, а наибольшую распространенность по состоянию на 2007 год они имели в Ураль-

ском федеральном округе (см. контрольную диаграмму на рисунке 4). При этом для всех округов значения размаха укладываются в пределы контрольного диапазона, то есть внутри них существенной дифференциации регионов в этом отношении нет.

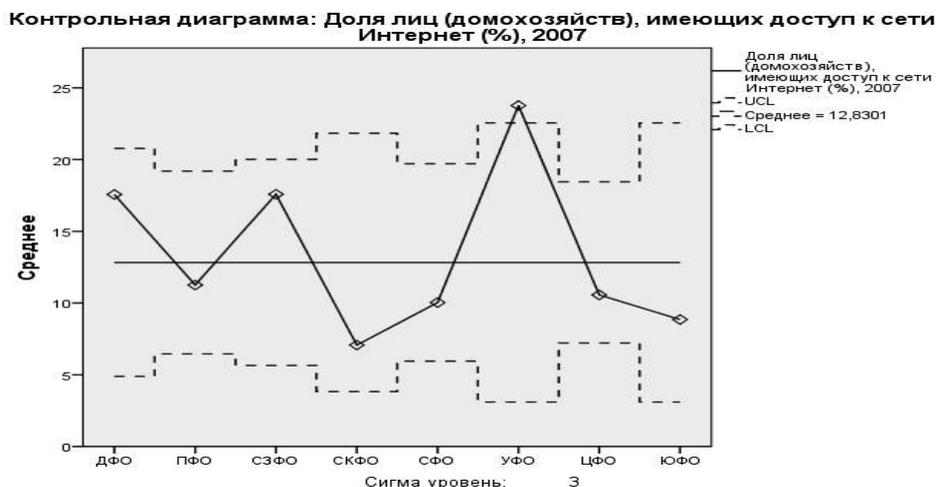


Рисунок 4. Средние значения интернетизации домохозяйств в федеральных округах

Подгонка кривых выявила и принципиально разную роль государственных и коммерческих программ в их влиянии на социальное самочувствие аудитории, оценивающей свои жилищные условия как удовлетворительные (стандартизованный коэффициент Бета 0,259 со значимостью 0,018); с другими оценками статистически значимой связи нет.

С одной стороны, очевидна весьма ограниченная роль государственного телевидения по сравнению не только с жилой площадью, но даже Интернет-коммуникациями, которые в 2007 году были развиты меньше, чем на сегодняшний день. Но роль эта важна, поскольку связь между двумя переменными прямая: официальные потоки коммуникаций способствуют увеличению доли тех, кто считает свои жилищные условия удовлетворительными, то есть снижают социальную напряженность.

С другой стороны, поддерживать удовлетворенность оказываются способными и коммерческие СМИ, но их роль амбивалентна, поскольку с их увеличением растет доля не только тех, кто считает свое жилье сносным (стандартизованный коэффициент Бета для переменной «Доля оценивших свои жилищные условия как удовлетворительные, 2007» = ,322 со значимостью 0,003) но и тех, кто оценивает его как плохое (стандартизованный коэффициент Бета для переменной «Доля оценивших свои жилищные условия как плохие, 2007» = ,314 со значи-

мостью 0,004), а на последних иные каналы коммуникации не влияют.

С точки зрения потенциальной телеаудиторной вовлеченности жителей федеральные округа не слишком различаются между собой (все значения лежат в пределах контрольного диапазона), за исключением внутренней дифференциации Северо-Западного федерального округа, между регионами которого наблюдается сильное варьирование в покрытии как государственным, так и коммерческим телевидением.

Наконец, мы рассмотрели признаки площади и количества СМК всех видов в повернутом факторном пространстве (методом Варимакс) в единстве с оценками выше и ниже отметки «удовлетворительно», вынесенными в регионах качеству жилья (см. рисунок 5).

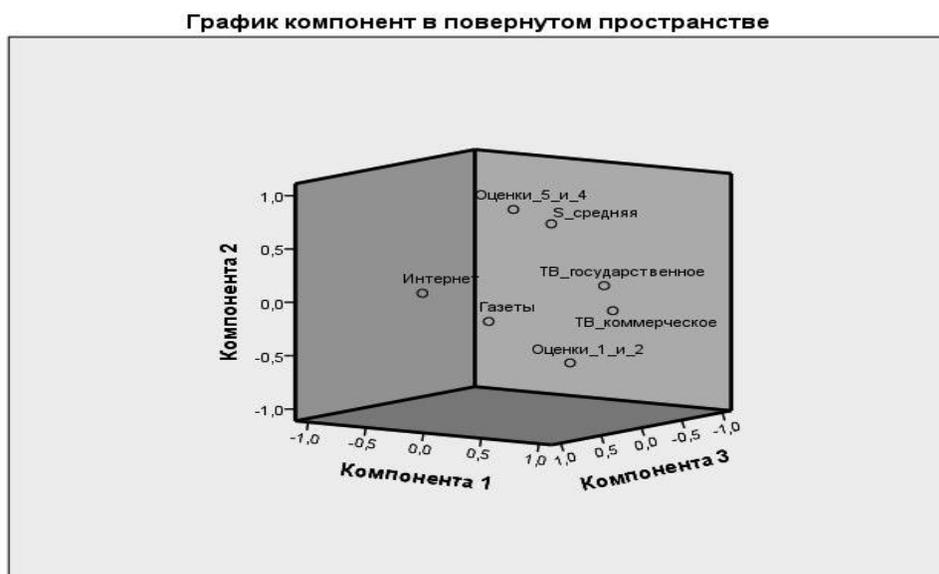


Рисунок 5. Близость переменных в факторном пространстве

Как видно из рисунка, положительные оценки («4» и «5») теснее связаны с площадью, а отрицательные («1» и «2») – с деятельностью СМК, а именно коммерческого телевидения.

Таким образом, связь между удовлетворенностью жилищными условиями и вовлеченностью в массовую коммуникацию существует; связь эта различна по силе и знаку в условиях низкого и высокого качества жилищных условий, в разных регионах (независимо от доли приходящихся на них СМК, поскольку дискриминирует регионы в этом отношении именно та переменная, которая оказывается почти не связанной с вынесением оценок, а именно относительные газетные тиражи); наконец именно коммерчески ориентированное телевидение в первую очередь создает тот образ домашнего пространства, исходя из которого реальные жилищные условия оцениваются резко отрицательно (оцен-

ка жилищных условий как очень плохих) населением, доля которого в разных регионах колеблется от 0 до 4 %.

Выводы

Итак, можно выделить три основные причины для объяснения диспропорции между жилищной обеспеченностью и удовлетворенностью населения жилищными условиями.

Во-первых, удовлетворенность жильем обусловлена не только наличием и площадью жилья. Как отмечалось исследователями, анализирувавшими жилищные условия россиян в терминах ресурсной обеспеченности, «даже если выделить респондентов, которые отмечают у себя наличие действительно большой площади, приходящейся на одного человека (свыше 35 кв.м.), то и в этом случае большая площадь еще не означает хорошие жилищные условия. Люди, живущие в таких помещениях, чаще всего оказываются сельскими пенсионерами, у которых обеспеченность централизованным отоплением, водоснабжением, газом, канализацией и т.д. крайне мала»¹. Если вспомнить о том, что жилье должно давать возможность удовлетворения не только витальных потребностей, но и потребностей высшего порядка (семейно-брачные, репродуктивные, досуговые, эстетические, творческие), становится ясным, что доля населения, чьи жилищные потребности подавляются, оказывается намного больше той, о которой мы можем судить исходя из динамических показателей средней площади.

Во-вторых, помимо динамики строительства, благоустройства и улучшения жилищных условий, необходимо учитывать и динамику ветшания, износа, аварий, ухудшения жилищных условий как в результате изменения прав собственности, так и в результате увеличения плотности размещения людей в жилом помещении. Главный параметр, который редко прослеживается в официальной статистике – уровень экономической доступности жилья на первичном и вторичном рынке, который, как показывают исследования в отдельных регионах, на протяжении последних десятилетий не только не растет, а даже снижается². Более того, индикаторы доступности, которые введены ФЦП «Жилище», несколько завышают итоговую оценку, поскольку «характеризуют только доступность покупки жилья, вопросы же доступности приватизации, наследования, строительства, найма (социального и коммерческого), а также оплаты текущих расходов, связанных с содержанием жилья, до сих пор остаются открытыми, что обуславливает актуальность выделения факторов, определяющих указанные состав-

¹ Тихонова Н.Е., Акатнова А.М., Седова Н.Н. Жилищная обеспеченность и жилищная политика в современной России// Социологические исследования, 2007, № 1. С. 74.

² Котельникова А.С. Анализ дифференциации регионов РФ по степени доступности жилья// Региональное развитие, 2014, № 2. С.121.

ляющие доступности жилья для населения, и индикаторов их оценки»¹.

В-третьих, по мере роста реального качества жилищных условий растут и запросы, и в итоге для большинства населения вновь формируемый и тиражируемый массовой коммуникацией стандарт по-прежнему остается недостижимым. Норма как необходимый стандарт удовлетворения потребностей в жилище на уровне физиологических, санитарно-гигиенических, эргономических, социальных и экологических требований к безопасности и комфорту среды человеческой жизнедеятельности очень далека от статистической нормы как явления массового, типичного, характерного для большинства. Аномическая ситуация расхождения общественно одобренных целей и средств чревата личностными и семейными конфликтами, дисфункциями микроэкономики семейных, родственных, производственных групп, патологизацией образа жизни и межличностных отношений наиболее ценной в социально-экономическом отношении категории населения: занятой, нацеленной на достижение, стремящейся к профессиональному росту, к вхождению в средний класс. Это значит, что социальная острота проблемы не исчерпывается дефицитностью жилищного ресурса: «Для оценки собственных жилищных условий как плохих очень важен фактор сравнения их с ситуацией у окружающих. Если человек считает, что он в целом «живет не хуже других», то он достаточно оптимистично оценивает личные жилищные условия, несмотря на объективно неблагоприятную картину»², – говорится в работе Н.Е. Тихоновой, А.М. Акатновой, Н.Н. Седовой. Таким образом, чем выше имущественное расслоение, чем сильнее поляризовано население по признаку обеспеченности жильем и качеству жилищных условий, тем глубже в перспективе такого социального сравнения фрустрация, зависть, социальная напряженность. Недобросовестная реклама и коммерческие телепрограммы еще больше увеличивают разрыв между ожиданиями и реальностью, целями и доступными гражданам средствами их достижения.

Литература:

- *Алчагирова Л.Т.* Репрезентация дома в адыгском фольклорном дискурсе// Доклады Адыгской (Черкесской) Международной академии наук, 2015, № 2, т.17. С. 74 – 79.
- *Белинцева И.В.* Деревянные виллы Светлогорска: фрагменты немецкого прошлого// Academia. Архитектура и строительство, 2014, № 1. С. 13 – 17.
- *Воловатова М.В., Десятов Л.В., Швец А.В.* Маркетинговый образ и реальность в архитектуре современных жилых комплексов

¹ *Королькова Д.И., Герасимова Н.А., Каченко Г.И.* Доступность жилья как индикатор уровня жизни населения в регионе// Фундаментальные исследования, 2014, № 9-3. С. 637.

² *Тихонова Н.Е., Акатнова А.М., Седова Н.Н.* Жилищная обеспеченность и жилищная политика в современной России// Социологические исследования, 2007, № 1. С. 75.

- Екатеринбурга// Новые идеи нового века: Материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ, 2016, № 2. С.31 - 39.
- Герасименко Э.В. Концептуализация понятия «Дом» в национально-культурной картине мира// Общество и право, 2014, № 1(47). С. 338-342
 - Гришаев С. Реклама финансовых услуг//Хозяйство и право, 2015, № 12. С. 73- 84.
 - Кутлалиев А., Попов А. Эффективность рекламы. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 416 с.
 - Мохова С. Как избавиться от культуры бедности.- URL: <http://ladno.ru/stranar/22730.html>
 - Старовойтова К.В., Клюкина Э.С. Отражение проблемы качества жизни в местных печатных СМИ// Труды Кольского научного центра РАН, 2014, № 2(21). С. 147 – 165.
 - Щеглова Т.К. Традиции и новации в обустройстве жилой среды русского населения юга Западной Сибири в контексте исторического развития (1860-1980 гг.)// Традиционная культура, 2016, № 1(61). С. 163 – 174.
 - Townsend P. Poverty in the United Kingdom. A Survey of Household Resources and Standards of Living. Harmondsworth: New York; Victoria; Ontario; Auckland; Penguin Books Ltd, 1979.URL: <http://www.poverty.ac.uk/system/files/townsend-book-pdfs/PIUK/piuk-whole.pdf>

Проблема развлекательного насилия в фильмах

Тарасов К.А., доктор культурологии, старший научный сотрудник НИИ киноискусства (ВГИК); профессор кафедры социологии МГИМО МИД РФ; k.tarasov@inno.mgimo.ru

Рассматривается вопрос о «развлекательном насилии» (Астрид Линдгрен) в мировой и российской кинокоммуникации. Изображение насилия над человеком с целью развлечения публики, в постсоветский период вошедшее в повседневные культурные практики подрастающих поколений России, и его воздействие рассматриваются в качестве социокультурной проблемы, заслуживающей серьезного внимания науки и практики социального регулирования. Отмечается необходимость обращения к мировому опыту изучения и регулирования этих процессов. Наука в России пока не сказала своего веского слова. Необходимые институты и практики социального регулирования воздействия развлекательного насилия должного развития не получили. Эти проблемы ждут своего решения.

Ключевые слова: массовое кино, Голливуд, коммерция, развлекательное насилие, публика, подрастающие поколения, коммуникация, воздействие образов насилия, моральная обеспокоенность, Конвенция по правам ребенка, эстетика, социология, социальное регулирование.

Развлекательное насилие, о котором пойдет речь ниже, в «духовную» жизнь России начало внедряться четверть века назад. Довольно быстро в формате «агрессивной кинодиеты» оно стало весьма привычным культурным продуктом, прежде всего, подрастающих поколений. В разной степени приобщились к нему и другие социально-демографические группы. Социологический опрос репрезентативной¹ выборки кинопосетителей, в Год российского кино (2016 г.) проведенный нами в г. Кирове, позволил заглянуть в культурный досуг его жителей. По показателю потребления экранного насилия названный город от других российских городов в целом, конечно, не отличается. И вот что мы обнаружили.

¹ Под репрезентативностью понимается «достаточно точное отражение генеральной совокупности выборкой по заданному состоянию и составу репрезентируемых признаков на момент репрезентации каждого из них». См.: Жабский М.И. Обоснование репрезентативности социологического исследования // Социологические исследования. – 1983, №2. С. 149. Опрос проведен в рамках исследовательского проекта НИИ киноискусства (ВГИК) при организационной поддержке местного Министерства культуры. В трех кинотеатрах (всего пять кинозалов) в течении одной недели на 100 сеансах 12 фильмов опрошен 461 зритель в возрасте от 11 лет.

Индивидуальный репертуар 41% кинопосетителей наполовину, либо большей частью, состоит из фильмов, изрядно приправленных агрессивной начинкой. Примечательно и то, какие чувства определенная их часть испытывает, сидя в кинозале и видя на экране, казалось бы, леденящее нервы зрелище *крови и ран*. Для 13,2 % зрителей такое зрелище, оказывается, просто интересным, а 4,8 % зрителей и вовсе приходят в восторг, восхищаются им. Последняя – явно противоестественная реакция – среди взрослых зрителей старше 30 лет не обнаружена. Чаше всего (7,6 %) она встречается в наиболее активной по посещаемости возрастной группе – 19–24 года. Неприятные чувства в ее составе испытывают только 35,3 % зрителей. Остальные развлекаются, отдаленно напоминая публику гладиаторских боев в Древнем Риме.

Для многих кинопосетителей, в основном детей и более старших возрастных групп молодежи, зрелище насилия это, несомненно, добро. Согласно с ними, надо полагать, те, кто зрелище насилия производит и распространяет. Ведь речь идет о курице, несущей золотые яйца для киноиндустрии. Но присоединятся ли к коммерсантам от кино другие – кто, касаясь этой темы, задумывается о нравственном здоровье нации? А таких много – и в нашей стране, и во всем мире.

Формула создания образа героя по законам рынка

Примечательно, что в России эскалация эстетически не мотивированного экранного насилия началась как раз в тот период, когда цивилизованный мир продолжал напряженно искать способы обуздания социальной функциональности этого зрелища. Так, в 50-летний юбилей ООН и ЮНЕСКО (1995 г.) в Швеции (Гётеборг) состоялась конференция, посвященная проблеме «Насилие на экране и права ребенка». 130 ее участников представляли пять континентов и более чем 20 стран. Предваряя конференцию, ее организаторы определили сущность и масштаб обсуждаемой проблемы. Ссылкой на Библию первый акт насилия одного человека над другим был интерпретирован как событие семейного порядка: Каин убил своего брата – Абея. Открытием цивилизованного способа разрешения конфликтов это семейное событие не стало. В историю человечества Каин вошел антигероем. При всем том «в современной индустрии развлечений насилие, похоже, является формулой номер один создания образа героя. И оно больше не является всего лишь семейным делом. Насилие – проблема семьи народов мира»¹.

Констатировалось, что главная проблема защиты прав ребенка обусловлена массивным предложением и доступностью фильмов, которые прославляют насилие и убийство. Выступившая на конференции автор всемирно известных книг для детей Астрид Линдгрэн заявила: «Худший мир, который я знаю, это *развлекательное насилие*, которое

¹ Violence on the Screen and the Rights of the Child. Report from a Seminar in Lund, Sweden, September.–Stockholm: Regeringens kansliets off set central, 1998. P. 3.

является нашим шведским выражением, означающим вымышленное или медиальное насилие. Само это словосочетание ясно описывает подразумеваемый ужас и духовную нищету. Те, у кого есть возможность извлекать из массмедиа прибыль, и глазом, кажется, не моргнут при вероятности вредного воздействия развлекательного насилия на тысячи детей»¹. Медийная практика, в которой законы экранной репрезентации насилия устанавливает только рынок, ораторами характеризовалась как противоестественное положение вещей. Свобода при этом становится деструктивной по отношению к самой свободе. Высказывалось мнение о необходимости искать новый баланс между правами и ответственностью как на национальном, так и на международном уровнях. Министр культуры Швеции Маргот Валлстрём заявила в этой связи: «Современная ситуация взывает к международному сотрудничеству»². Другие ораторы, указывая на то, что дети должны иметь доступ к разнообразным национальным и зарубежным источникам информации, подчеркивали: благополучие подрастающего поколения при этом должно быть защищено, в частности, от всякого рода ментального насилия. Отмечалась и крайняя сложность, ощущаемая, кстати, в современной России, существующей задачи, поскольку экранное насилие распространяется *вполне легально*. А это означает, что объем и характер развлекательного насилия необходимо изменять в лучшую сторону, не прибегая к цензуре и не нарушая свободу художественного выражения. Но как?

Сермяжная правда рыночного кино

У тех, кто снимает и распространяет зрелище экранного насилия, есть своя сермяжная правда. Современное рыночное кинопроизводство – процесс одновременно социальный и художественный, технологический и экономический. Миссия художника состоит в том, чтобы рассказывать публике интересные, впечатляющие ее истории. В типичной истории повествуется о том, что с кем-то (или с чем-то) что-то где-то произошло. Возникла конфликтная ситуация, которая в результате столкновения героев, действий и событий благополучно разрешилась. Добро одолело зло. За более впечатляющим экранным повествованием о случившемся стоят сложные технологические и организационные процессы, связанные с производством, тиражированием и показом фильма. В острейшей форме встает вопрос: как эстетически мотивированным образом фильм, кино можно сделать рентабельным? Ведь эстетика в кино неразрывно связана с капиталоемкой экономикой.

Каждая кинодержава и мировое кино в целом постоянно бьются над этой проблемой. Один из способов ее решения – кинематографические контакты между странами, расширяющие рынок сбыта национальных фильмов, совместное их производство в частности. Живой интерес на-

¹ Ibid. P. 8.

² Ibid. P. 25.

родов мира к продуктам других кинематографий способствует международным культурным контактам. Издержки конкретного национального кинопроизводства могут в какой-то мере окупаться на зарубежных зрительских рынках. Но такой способ возврата затраченных средств, как правило, больше теоретическая, нежели реальная практическая возможность. Международный монополист, Голливуд, давно уже правит бал на зрительских рынках многих стран. Национальным кинематографиям приходится искать место под солнцем главным образом на собственном рынке, который принадлежит им лишь частично. «Голливудом, – отмечает М.И. Жабский, – найдены и умело эксплуатируются эстетические модели глобального фильма, реально способного содержанием и способом показа своих историй привлекать и удерживать внимание зрительских аудиторий не только в США, но практически во всех странах мира. Созданы и эксплуатируются также инфраструктура и модели глобального маркетинга фильмов»¹.

В процессе более чем вековой истории рыночное кино выработало многочисленные способы решения существующей экономико-эстетической проблемы. Некоторые из них стали стереотипными – «бродячие сюжеты», например. Особенно часто используется зрелищный аттракцион насилия. В престижной газете «Лос Анжелес Таймс» М. Олсен, ведущий колонку о кино, писал по этому поводу: «Жанровое кино помогает постичь мир тем, что создает коды, с помощью которых могут быть поняты кажущиеся иррациональными способы поведения людей. Благодаря моделям рассказывания историй, путешествующим из страны в страну, а это криминальный фильм, ужастик, экшн-фильм, жанровое кино преодолевает границы и барьеры между аудиториями во всем мире. Экранное насилие может рассматриваться как международный язык»². Но если «бродячие» сюжеты вызывают неодобрение только со стороны художественной критики, то с обильным и часто изощренным живописанием насилия дело обстоит иначе. Социальная история культуры знает, что порой оно вызывало «моральную панику», проявлявшуюся в увеличивающейся враждебности в обществе³. Из истории кино известно, что общественность, особенно в США, предпринимала серьезные протестные действия вплоть до угрозы бойкота кинотеатров. Безрезультатными они не остались. Киноиндустрия вынуждена была прибегнуть к самоцензуре по критериям кодекса Хейса, указывавшего на неприемлемые для кинопоказа моменты.

¹ Жабский М.И. Глобализм и функции кино в обществе / Российская наука: нам гранты думать и жить помогают. Сборник научно-популярных статей. – М., 2004. С. 249.

² URL:<http://articles.latimes.com/2013/feb/15/entertainment/la-et-mn-violence-in-world-cinema-20130217> (дата обращения – 10.06.2017).

³ Goode, E., Ben-Yehuda, N. Moral Panics. The Social Construction of Deviance. 2nd edition. – Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell, 2009.

Опора на «здравый смысл» или науку?

В вопросе о социальном регулировании воздействия развлекательно-го насилия, распространяемого с помощью фильмов, есть один нюанс, на который особенно важно обратить внимание. Моральная обеспокоенность и протестные действия обычно вырастают на почве догадок и домыслов относительно характера влияния насилия на подрастающие поколения, молодежь. Именно таким путем на Западе в свое время возникало, например, представление об эпидемии духовной «интоксикации» многомиллионной зрительской аудитории. Но принимать за истину представление «здорового смысла», не подвергнув их строгой научной проверке, нет оснований. Воздействие фильмов на эмоции, социальные установки и поведение человека – процесс, трудно поддающийся даже научному исследованию. Обыденное сознание способно порождать о нем немало мифологически гипертрофированных представлений

Со своей стороны кинематографисты, эксплуатирующие аттракцион насилия, усложняют решение существующей проблемы, когда с позиций все того же «здорового смысла» убеждают общественность в том, что образы насилия вредного влияния на молодежь не оказывают. Дескать, «агрессивная кинодиета» одним дает разрядку агрессивных импульсов (катарсис), другим – помогает обрести готовность и способность контролировать себя, поскольку в кино насилие, как правило, наказуемо. Сталкиваются в итоге полярные точки зрения.

Корректно разрешить возникающий в обществе спор можно только в результате тщательного научного изучения данной проблемы. Например, сколько истины в оправдательном утверждении, что в кино насилие, как правило, наказуемо? В упомянутом выше социологическом исследовании, проведенном в г. Кирове, посетителям кинотеатров задавался вопрос: «Герои фильмов, пытающиеся добиться успеха в жизни с помощью насилия, чаще всего бывают наказаны. Какие чувства обычно вызывает у вас такая концовка?». «Такую концовку я практически не замечаю», – ответили 7 % респондентов. Каждый пятый (22,3 %) выбрал ответ «Мне всё равно». А 10,4 % опрошенных кинопосетителей пошли еще дальше. Они сожалели, что создателям фильма именно так виделся «счастливый конец» рассказанной истории. С производителями картин согласились лишь 58,1 % опрошенных (затруднились ответить на вопрос 2 %). Кинокоммуникация, как видим, – процесс, в котором коммуникант имеет свою точку зрения на то, что предлагается его вниманию. И с этим нельзя не считаться.

В статье «Этический кодекс»: никакого секса и насилия в кино» А. Ситникова утверждает: «Для большинства жителей города Кирова, любящих покой и семейный уют, наиболее проверенным способом получения впечатлений является телевидение и, в частности, кино». Далее она ссылается на мнение специалиста по прокату кинотеатра «Смена», посетители которого в 2016 г. тоже отвечали на поставленные нами вопросы. «Как говорится, – утверждает специалист, – «Спрос рождает

предложения». Аудитория кинотеатра в общей массе – молодежь 14-35 лет. Они ходят в кино, чтобы развеяться, получить новые впечатления или посмотреть на то, что им недостает в реальной жизни. Поэтому мы показываем то, что хочет зритель. Артхаусное кино, семейные фильмы интересны далеко не всем. Если взять, например, фильмы, где учат доброте и вообще хорошему, то современная молодежь просто не пойдет на них в кино. К сожалению, им это просто сейчас не интересно»¹. Прокатчик в данном случае апеллирует к стереотипному оправдательному утверждению: «Спрос рождает предложения», которое, однако, применительно к киноиндустрии серьезной наукой опровергается. Практики коммерческого кино об этом не знают. Да и какой смысл знать, в тех рыночных условиях, в которые они поставлены? У нас нет возможности останавливаться на этом вопросе. Ограничимся лишь ссылкой на очевидные факты. В 1980-е гг. спрос российских кинозрителей на «фильмы, где учат доброте и вообще хорошему» могут подтвердить прокатчики, работавшие в ту пору, социологи кино, зрители старших поколений, в 1990-е годы, кстати, отказавшиеся от посещения кинотеатров еще и потому, что новое предложение фильмов не соответствовало их спросу. На рубеже веков на смену «советским зрителям» пришли новые поколения. И предложен им был уже совершенно другой кинематограф. Сегодняшний спрос молодежи на кино, который не без основания констатирует работник кинотеатра «Смена», возник как раз по той причине, что было изменено *предложение*. И сделали его, кстати, отнюдь не российские кинематографисты. Они только «подтанцовывали». Приобщение зрителей к «агрессивной кинодиете» и мода на просмотр фильмов в прикуску с попкорном – всё это возникло не само собой, а как результат трансплантации в российскую кинокультуру паттернов, которые ей прежде не были свойственны. Новая зрительская идентичность сформировалась по образу и подобию предложенных публике зарубежных культурных образцов. Постсоветский зритель изменялся вслед за предложением, а не наоборот.

К должному осознанию деструктивного потенциала, заключенного в развлекательном экранном насилии, широкая российская общественность еще не пришла. Отсюда распространенная толерантность к нему в формате «агрессивной кинодиеты». Когда же количество существующих в стране проблем поубавится и их острота снизится, а работа морально встревоженной и протестующей сегодня общественности относительно «агрессивной кинодиеты» российской наукой будет подтверждена, многое изменится. За этим, по логике вещей, могут последовать соответствующие решения практического характера и появиться институты, призванные конкретными действиями способствовать разумному, взвешенному решению проблемы.

¹ URL: <http://gorodkirov.ru/content/article/eticheskij-kodeks-nikakogo-seksa-i-nasiliya-v-kino-20111122-1810> (датаобращения – 12.06.2017).

Такого рода события в разное время происходили на Западе. В нашей стране их можно ожидать при условии признания, что социокультурная проблема показа экранного насилия на самом деле существует и, следовательно, необходимо в той или иной приемлемой форме социальное регулирование его воздействия. Аргументами в пользу наличия такой проблемы в России может быть и сегодня существующая моральная обеспокоенность в среде общественности, столкновение противоположных точек зрения заинтересованных сторон, связанное с этим обращение социальной науки к изучению проблемы, разумеется, с учетом наших реалий. Как отмечает академик РАН М.К. Горшков, «важные различия между российским обществом и странами Западной Европы проявляются в плоскости отношений между личностью, обществом и государством. Это непосредственно выражается в характере преобладающих форм идентичности, в межнациональных отношениях, в трактовке взаимных обязанностей гражданина и государства»¹.

Сама наука, заметим, в подходе к обсуждаемой проблеме не должна абсолютизировать коммерческий фактор в качестве причины репрезентации насилия на киноэкране. Проблема не только в нем. Значительный интерес к насилию со стороны создателей фильмов в какой-то степени связан с самой природой изобразительных средств кинематографа, с изобразительными возможностями его «боевой, конфликтной природы» (М.И. Ромм). «...Кинематограф, – полагает сценарист и режиссер О.А. Ковалов, – кажется, единственный вид культуры, словно, созданный для изображения насилия»².

Двойственное отношение к изображению насилия

В самом факте репрезентации насилия в фильмах нет ничего противоестественного, противоречащего нравственным и эстетическим нормам. Насилие в жизни человека и общества исстари исследуют философия и социальная наука. Оно, как показывает история, присутствует в искусстве всех времен и народов. Что касается кинематографической картины мира, в котором столь много насилия, то она в целом ангельской быть никак не может, да и права не имеет.

Было бы наивно выстраивать социальное регулирование воздействия образов насилия путем изгнания их из фильмов. Будучи реальностью человеческой истории, одной из ее движущих сил, проявлением человеческого стремления к доминированию, оно не случайно заявило о себе уже в первой обложке люмьеровских фильмов. Правда, в форме совершенно безобидной, вызывающей не более чем милую улыбку («Политый поливальщик», 1895). Образы насилия предлагал зрителю и первый российский фильм «Понизовая вольница» (реж. В.Ф. Ромашков, 1908). Ки-

¹ Горшков М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). В 2 т. Т. 2. –М.: Новый хронограф, 2016. С. 462–463.

² Ковалов О.А. Весь мира насилия мы разрушим... // Искусство кино, 2003. № 7. С. 12.

нематографическая картина мира, в которой нет места насилию, была бы не более правдоподобна, чем та, которую кино предлагает зрителю сегодня. Обоснованным представляется поиск некоей разумной меры, соблюдение рациональных и гуманистических критериев представительства насилия на экране. «Если кино, – считает польский режиссер К. Занусси, – объясняет человеку природу этого явления, то уже ему помогает. Если же, наоборот, побуждает к насилию, – это призыв человечества к саморазрушению»¹. Такое влияние кинематографа неприемлемо и по той причине, что в современной ситуации, как отмечает С.А. Кравченко, особенно актуален поворот к гуманизации человеческих отношений, востребованность которого обусловлена усложняющейся социокультурной реальностью².

Современный кинематограф демонстрирует двойственное отношение к феномену насилия. В произведениях серьезного киноискусства предпринимается попытка осмыслить и объяснить насилие в его истоках, проявлениях и последствиях. Можно сослаться на сцену насилия в финале «Калины красной» В.М. Шукшина, на исполненные высокого нравственного звучания фильмы Г.Н. Чухрая «Баллада о солдате» и М.К. Колотозова «Летят журавли», где сцены насилия вплетены в идейно-художественную ткань и контекстуально с огромной эмоциональной силой раскрывают антигуманную сущность войны.

Можно также сослаться на фильм американского режиссера О. Стоуна «Взвод» (1986). Сам переживший ужасы вьетнамской войны, просыпавшийся после ее окончания в холодном поту от преследовавших его сновидений и находивший возле себя связанную в узлы простынь и мокрую от слез подушку, режиссер показал, что происходит с обычным нормальным человеком, когда война неумолимо ставит его вне рамок культуры с ее гуманистическими ограничениями, превращает одновременно в убийцу и мишень, в объект охоты, подлежащий безжалостному уничтожению. В подобных произведениях насилие отнюдь не выдвигается на передний план повествования. Напротив, коммерческое кино большей частью не размышляет о насилии, а с его помощью сознательно и методично устраивает для зрителя ловушки экранного насилия. «Произведение искусства, – замечает А.Ю. Герман, – вещь редкая, а в такие периоды, как сейчас, редкая особенно. Отражение жестокости и насилия в мире не может не входить в сферу его, искусства, внимания и, возьму на себя смелость, его содержания. Коммерческие же варианты, где из насилия и страдания извлекаются только барыши, я не рассматриваю. Мне вообще, как в детстве, кажется: закрою глаза, и все это исчезнет»³.

¹ Занусси К. Кино должно снизить градус насилия // Литературная газета, 2004. 2 ноября.

² Кравченко С.А. Востребованность гуманистического поворота в социологии // Социальная наука и социальная практика, 2013. № 1. С. 12–23.

³ Герман А.Ю. Весь мира насилия мы разрушим... // Искусство кино, 2003. № 7. С. 6.

Но обычный зритель, юный в частности, приходит в кино и, не закрывая глаз, смотрит то, что ему показывают. Его реакция на экранное зрелище насилия – предмет специального обсуждения. Здесь же уместно обратить внимание, что в советский период проблема насилия в кино как таковая на повестке публичных дискуссий не стояла, общественность соответствующего государственного регулирования не требовала, особой необходимости обращения к мировому опыту осмысления и решения данной проблемы не было. Это, однако, не значит, что насилия на киноэкране зритель не видел, а процесс его производства и показа государством не регулировался. Производство и распространение фильмов осуществлялись в планово-централизованном порядке. Текущий кинорепертуар обязательно включал в себя картины о Великой отечественной войне, Октябрьской революции и гражданской войне, военно-исторические ленты и о Советской армии. Зрители смотрели эти фильмы, и сцены насилия в них, естественно, воздействовали каким-то образом на их чувства, мысли и действия. Но можно ли расценивать происходившее в ту пору воздействие как социокультурную проблему, сопоставимую с той, что существует сегодня?

В постсоветский период на экране в схватке сталкиваются преимущественно не классы и страны, а простые люди. Как отреагировала общественность на предполагаемый эффект воздействия бытового и ему подобного зрелища, когда в 1990-е годы оно лавиной обрушилось на посетителей кинотеатров и телезрителей? В этот период, как и некогда на Западе, возникла общественная обеспокоенность специалистов по поводу эскалации образов насилия на кино-, теле- и видеоэкранах. «Общеизвестно, – писал, например, культуролог Б.С. Ерасов, – разлагающее влияние масскульта: пропаганда насилия, порнографии, наркотиков превратилась в его атрибут»¹. Били в колокола врачи. Сглашались с ними многие работники правоохранительных органов, которые обнаруживали в своей практике, что применение насилия преступником соседствует с активным восприятием насилия на экране. Озабоченность охватила и некоторых создателей аудиовизуальной культуры. Выступая на IV (внеочередном) съезде кинематографистов России, Н.С. Михалков попросил продемонстрировать присутствующим видеоролик с отрывками из созданных в 1990-е годы российских фильмов. Ролик сплошь состоял из сцен жестокого насилия и грубого секса. Оратор прокомментировал его риторическим вопросом: «Кто же вырастет из этих детей? Что они будут знать про свою страну? За что они должны ее любить? Что может их удержать на этой земле? Что может помочь выживать в тяжелых условиях?»². Проникла озабоченность и

¹ Ерасов Б.С. Социальная культурология. Изд. 2-е. – М.: Аспект Пресс, 1997. С. 418.

² Михалков Н.С. Доклад «О концепции восстановления и развития киноотрасли и о месте Союза кинематографистов в этом процессе» // Стенограмма Четвертого (внеочередного) съезда Союза кинематографистов России. 29–30 мая 1998 г. – М.: Союз

в коридоры власти, свидетельством чего является, в частности, обсуждение в Государственной думе РФ по инициативе депутатов В. Гальченко (2003 г.) и А. Скоча (2004 г.) специальной поправки к закону «О СМИ». Но заявляя о необходимости принятия определенных мер, инициаторы «законодательных ограничений» руководствовались всего лишь «здравым смыслом», их предложения не подкреплялись научно установленными фактами. Наличие деструктивных последствий, по сути, мыслилось как нечто, само собой разумеющееся, легко обнаруживаемое и не требующее научных доказательств. Отсутствие опоры на научные факты, свидетельствующие о наличии причинно-следственной связи между насилием на экране и в жизни, лишало убедительности любые практические предложения. Мало того, по этой же причине высказываемые предложения нередко становились объектом язвительной иронии в массовой печатной прессе. Тем самым реальная социокультурная проблема из повестки дня изгонялась. И в этом дополнительная сложность ее практического решения.

Изображение насилия над человеком в качестве средства развлечения кинозрителей и телезрителей в советский период не признавалось и не культивировалось. Ситуация радикально изменилась, когда «железный занавес», на протяжении многих лет ограждавший Советский Союз от международных процессов в сфере сравнительно свободного информационного и культурного обмена, во второй половине 1980-х гг. начал приподниматься. В начале следующего десятилетия он и вовсе рухнул. В стране, открывшейся западному миру и в организации своей кинематографической жизни, особенно решительно пошедшей по пути вестернизации¹, массовая культура, прежде считавшаяся сугубо буржуазным явлением, обрела права гражданства. Россия стала более интегрированной в культурную жизнь мирового сообщества, приобрела новые черты, сближающие ее с другими странами, что хорошо видно на примере массового кино, широкого импорта развлекательного насилия. Ранее нелегитимное зрелище внедрилось в повседневные культурные практики подрастающих поколений, и не только их. Возникшие при этом задачи в сферах науки и практики социального регулирования, несмотря на всю их объективную остроту, сегодня находятся в начальной стадии решения. Коммерческий интерес производителей фильмов перевешивает моральную тревогу определенной части родителей, учителей, врачей, юристов и т.д. по поводу дисфункционального воздействия образов насилия на подрастающее поколение. В качестве третьей стороны науки еще должна сказать свое веское слово. Также необходимые

кинематографистов РФ, 1998.

¹ *Жабский М.И.* Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории // Социологические исследования. 1996. № 2. С. 25–35.

институты и практики реального, но деликатного социального регулирования воздействия развлекательного насилия должны еще возникнуть. Широкомасштабное распространение, восприятие и дисфункциональное воздействие эстетически немотивированного экранного насилия, которое Россия не только импортирует, но и в значительной степени производит сама по зарубежным рецептам, – проблема слишком серьезная, чтобы ее игнорировать. Существует объективная необходимость включения страны в мировой процесс разработки проблематики функционирования развлекательного насилия в обществе, освоения имеющегося мирового опыта по проблеме и практического применения оправдавших себя социальных технологий ее решения.

Литература:

- *Герман А.Ю.* Весь мира насилья мы разрушим... [Текст]// Искусство кино, 2003. № 7. – С. 6.
- *Горшков М.К.* Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). [Текст]. В 2 т. Т. 2. М.: Новый хронограф, 2016. – 496 с.
- *Ерасов Б.С.* Социальная культурология. [Текст]. Изд. 2-е. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 591 с.
- *Жабский М.И.* Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории [Текст] // Социологические исследования, 1996. № 2. – С.25–35.
- *Жабский М.И.* Глобализм и функции кино в обществе / Российская наука: нам гранты думать и жить помогают. [Текст] / Сборник научно-популярных статей. – М., 2004. – С. 247–257.
- *Жабский М.И.* Обоснование репрезентативности социологического исследования [Текст]// Социологические исследования. – 1983, № 2. – С. 148–157.
- *Занусси К.* Кино должно снизить градус насилия [Текст]// Литературная газета, 2004. 2 ноября.
- *Кравченко С.А.* Востребованность гуманистического поворота в социологии [Текст]// Социальная наука и социальная практика, 2013. № 1. – С.12–23.
- *Ковалов О.А.* Весь мира насилья мы разрушим... [Текст]// Искусство кино, 2003. № 7. – С. 12.
- *Культура толерантности: опыт дипломатии для решения современных управленческих проблем.* [Текст]. Учебное пособие / Г.К. Ашин, Г.И. Волкова, В.С. Глаголев и др.; под ред. И.Г. Тюлина. – М.: МГИМО (У) МИД России, 2004. – 304 с.
- *Михалков Н.С.* Доклад «О концепции восстановления и развития киноотрасли и о месте Союза кинематографистов в этом процессе» [Текст]// Стенограмма Четвертого (внеочередного) съезда Союза кинематографистов России. 29–30 мая 1998 г. – М.: Союз кинематографистов РФ, 1998.

- *Glucksmann, A.* Violence on the Screen. A report on research into effects on young people of scenes of violence in films and television. [Text]. – London: The British Film Institute Education Department, 1971 – 75 p.
- *Goode, E., Ben-Yehuda, N.* Moral Panics. The Social Construction of Deviance. [Text]. 2nd edition. Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell, 2009 – 309 p.
- *Violence on the Screen and the Rights of the Child.* Report from a Seminar in Lund, Sweden, September. [Text]/ – Stockholm: Regeringskansliets off set central, 1998.–177 p.

Журналистика 1917-го. От Февраля к Октябрю (статья вторая)

Черняк А.В., доктор исторических наук, профессор, заслуженный работник культуры России (журналистика).

Печать – зеркало нашей жизни. Это ещё раз подтверждает знакомство с газетными публикациями 1917-го года. Анализируя их, автор прослеживает события от Февраля к Октябрю. В статье осмысливаются взаимоотношения Временного правительства и Советов, рассматриваются глубинные причины провала Временного правительства, перерастания Февральской революции в Октябрьскую, действия политических партий в этот период и роль печати в революциях.

Ключевые слова: печать после февраля, в июльские дни; двоевластие, конфликты Временного правительств и Советов, кризис власти.

Лебедь, рак, да щука

Итак, февральская революция свершилась. В России не стало монарха. Власть перешла к Временному правительству во главе с князем Львовым. Но не успели отцвести цветы и листья опать, как широкие массы стали разочаровываться в Февральской революции. Разочарование, как отмечали газеты в те дни, прежде всего, шло от ухудшения экономического положения в стране. В Петрограде остро ощущалась нехватка продуктов, одежды, топлива... Быстро обесценивались деньги. С обострением товарного дефицита увеличивался разрыв между заработной платой и возрастающей стоимостью жизни. Больше всего инфляция ударила по петроградским рабочим. Нехватка сырья из-за развала транспорта вынуждала владельцев сокращать производство, что повлекло рост безработицы. Расцвел махровым цветом криминал. Не решенным оставался национальный вопрос. Бурлили Финляндия, Польша...

Не принесла радости революция и солдатским массам, хотя на первых порах они отстранили ненавистных офицеров, приветствовали демократические порядки – выборы командиров и комитетов с широкими, но неопределенными полномочиями. Солдатские массы ждали окончания войны, быстрее возвращения домой. Словом, у народа день ото дня нарастало недовольство Временным правительством, которое воспринималось, как орган имущих классов, пренебрегавший интересами простых людей.

...Уже в апреле произошел и первый серьезный конфликт между Временным правительством и Исполкомом Петросовета по вопросу о войне. Министр иностранных дел Милюков, сообщили газеты, (см. «Русскую волю», «Речь», «Русское слово») подготовил для союзников ноту, в которой заверял их, что Россия будет вести войну до победного конца. Петросовет, писали «Известия», осудил эту ноту, принял резолюцию, где говорилось, что революционная демократия не допустит лить кровь народа ради завоевательских целей, война будет вестись только до подписания мира без аннексий и контрибуции. Большевики вывели на улицы рабочих. Командующий Петроградским военным округом генерал Корнилов, прибыв на заседание Временного правительства, заявил о своей готовности разогнать «мятежников». Министры уговорили его не прибегать к силе.

Кадетская «Речь» напечатала воззвание в поддержку своего лидера, призвав людей выйти на улицу для поддержки Милюкова. Призыв услышали офицеры, студенты, чиновники, т.е. электорат партии Народной Свободы. «Речь» сообщала: «...они несли лозунги «Да здравствует Милюков», «Долой Ленина...». 20 апреля две колонны манифестантов (за Милюкова и за Ленина) столкнулись на Невском, и лишь благодаря усилиям Исполкома Петросовета удалось избежать, казалось бы, неминуемого кровопролития.

На 21 апреля большевики наметили свою демонстрацию. Как отмечают некоторые историки (Е. Сикорский, например), видимо, готовилась акция по свержению Временного правительства вооруженным путем, хотя подтверждения этому в документах руководящих органов РСДРП(б) нет. Да и большевики еще не были силой, и взять власть они едва ли бы смогли. Демонстрация состоялась, хотя не столь грандиозная, как предполагалось. Опять же произошло столкновение двух процессов. Одни скандировали: «Да здравствует Временное правительство!», другие – «Долой Временное правительство!» На этот раз раздались и выстрелы. Погибло три человека. Исполкому Петросовета удалось уладить конфликт, принять решение о запрете всех демонстраций на 48 часов и без зова Исполкома на улицы с оружием не выходить.

Между Временным правительством и Исполкомом Петросовета наметились серьезные разногласия по отношению к войне и о распоряжении военной силой государства (выход войск на улицу только с разрешения Исполкома). На совместном заседании Исполкома Петросовета и Временного правительства 21 апреля князь Львов попытался выяснить отношение членов Исполкома к кабинету министров. Получив ответ Исполкома, что в принципе кабинет министров устраивает его, Львов высказал мысль о создании коалиционного правительства с приглашением социалистов. В штыки встретил это предложение военный министр Гучков, обвинив Временное правительство в неумении решать стоящие перед ним вопросы, посоветовал отчитаться перед народом о проделанной работе и всем кабинетом сложить полномочия.

Коллеги не согласились с ним, и тогда Гучков ушел в отставку в гордом одиночестве, опубликовав 1-го мая в печати заявление. В беседе с сотрудником «Раннего Утра» (№97) он заявил: «Невозможно управлять армией и флотом, когда через вашу голову делаются распоряжения, совершенно противоположные тем, которые делаете вы...». Вслед за Гучковым, кабинет министров покинул и П. Милюков. Но не совсем по собственному желанию. Под нажимом Петросовета кн. Львов предложил ему вместо поста министра иностранных дел, пост министра образования, на что Милюков не согласился.

5 мая 1917 года, сообщала печать (см. «Русское слово», №100), кн. Львов сформировал новый кабинет Временного правительства. Члены правительства теперь должны были нести ответственность и перед партиями, стало быть, менялся их статус, терялось и без того иллюзорное единовластие. Против коалиции особенно возражали кадеты и большевики, с диаметрально противоположных позиций: кадеты ратовали за признание за кабинетом единоначалия, большевики высказывали свое полное недоверие «временщикам».

...Перетасовка не привела к заметным изменениям в правительственной политике, констатировала пресса. Кабинет министров разделился на либералов и умеренных социалистов. Либералы стремились оттянуть осуществление кардинальных реформ до созыва Учредительного собрания и занимались исключительно вопросами восстановления авторитета власти, укрепления армии и продолжения войны до победного конца. Умеренные социалисты, представлявшие Советы, старались удовлетворить требования масс о проведении реформ и надеялись возглавить переговоры о скорейшем окончании войны на основе отказа от аннексий и контрибуций. Поэтому сформированное в мае коалиционное правительство оказалось еще менее способным взяться за решение национальных проблем, чем его предшественники.

4-28 мая в Петрограде проходил I Всероссийский съезд крестьянских депутатов. «Торжественно, пышно и даже величаво совершено его открытие 4-го мая, – писало «Русское слово» (№101). – Были министры свои и иностранные, в лице французского гостя Альбера Тома. Были герои революции...». С фронта прибыло 558 делегатов, с мест – 609. Эсеры избрали 537 делегатов, большевики – 9. Естественно, Ленинское предложение немедленно стать на позиции организованного захвата помещичьих земель и в целом ликвидации частной собственности на землю не получило одобрения. Съезд проголосовал за эсеровскую резолюцию, одобрявшую политику Временного правительства.

Выступивший на съезде 22 мая Ленин говорил: *«...У нас с нашими противниками основное противоречие в понимании того, что есть порядок и что есть закон... Помещичья собственность была и остается величайшей несправедливостью. Бесплатное владение крестьянами этой землей, если владение это будет по большинству, не есть самоуправство, а есть восстановление права... И по-*

тому ни одной недели, ни одного часу ждать с устранением этой кабалы нельзя, но всякий захват должен быть захватом организованным, не в собственность, не в раздел, а только в общее пользование землей общенародной..»¹

За предложение Ленина, проголосовало 6 депутатов, предложения Временного правительства поддержало 800 делегатов,

Есть такая партия!

Перетягивание «каната власти» продолжилось на I Всероссийском съезде Советов, который проходил 3-24 июня 1917 года. Съезд представлял 379 Советов, армию и флот. Первую скрипку играли социал-демократы, меньшевики (248 мандатов, эсеры – 285 мандатов). У большевиков было лишь 105 мандатов. Еще около ста имели умеренные социалистические партии и кружки. 6 июня 543 делегата при 126 «против» и 52 воздержавшихся одобрили решение Исполнительного комитета принять участие во власти в коалиции с буржуазией. Большевики внесли свою резолюцию. В результате Съезд принял противоречивое решение: поддержать Временное правительство и создать «единый полномочный представительный орган всей организованной демократии России» из представителей съездов рабочих и крестьянских депутатов.

Но делегатам стало известно, что на съезд готовится нападение. Было обнаружено два штаба – один на даче Дурново, где заседали 123 анархиста, готовых поднять народ и выступить против Временного правительства, другой – в казармах Измайловского полка. «Временщики» обвинили большевиков, но те отмежевались от этих центров, более того – 10 июня «Правда» призвала трудящиеся массы на улицы не выходить. Таким образом, демонстрация была сорвана. Съезд объявил свою манифестацию на 18 июня, поставив в повестку дня созыв Учредительного собрания.

I съезд Советов вошел в историю еще и тем, что здесь большевики официально заявили, что готовы взять власть в свои руки. 3 июня с трибуны съезда лидер меньшевиков и министр Временного правительства Церетели, говоря о необходимости начать наступление революции, заявил, что кроме коалиционного правительства в России нет партии, способной стать у руля государства и навести порядок в стране.

И вдруг, словно выстрел, в зале прозвучало: – Есть!

...Это заявление сделал Ленин. Он же провозгласил основные программные требования своей партии: «Вся власть Советам!», «Хлеб трудящимся!», «Землю крестьянам!», «Мир народам!». От имени фракции большевиков предложил резолюцию, в которой большевики требовали перехода всей государственной власти в руки Советов, призывали покончить с войной без аннексии и контрибуции. Эсеры, меньшевики и кадеты, используя свое большинство, призывали Временное правительство отклонить требования большевиков о прекращении войны и передачи власти Советам. В

¹ «Правда», 1917, 23 мая.

ответ на это Керенский заявляет: «То, что предлагает Ленин, – детский лепет» («Утро России», № 139).

ЦК и ПК РСДРП(б) призвали своих сторонников высказать недоверие «временщикам» и выйти 10 июня на демонстрацию. Съезд Советов запретил ее и с целью примирения социалистов, наметил общий митинг на 18 июня, для того чтобы почтить память жертв революции и возложить венки на их могилы. Однако большевики, хотя и приняли в ночь с 9 на 10 июня постановление об отмене демонстрации, не сумели ее приостановить. Более миллиона человек вышло на улицы. Демонстрации прошли и в Москве, Киеве, Риге, Иваново-Вознесенске...

Не произошло примирения между социалистами и 18 июня: партии социалистической ориентации оказались на противоположных полюсах: эсеры и меньшевики с Временным правительством, большевики и анархисты против него. В демонстрации участвовало свыше 400 тысяч человек. При этом чувствовалась симпатия масс к большевикам – колонны шли под лозунгами: «Долой 10 министров-капиталистов!», «Пора кончать войну!», «Вся власть Советам!»

Читаем прессу. «Правда». 20 июня 1917 года:

«Ясный солнечный день. Бесконечная лента демонстрантов. Шествие идет к Марсовому полю с утра до вечера. Бесконечный лес знамен. Закрыты все предприятия и заведения. Движение приостановлено. Мимо могил демонстранты проходят с наклоненными знаменами. «Марсельезу» и «Интернационал» сменяют «Вы жертвою пали». От возгласов в воздухе стоит гул. То и дело раздаются: «Долой десять министров-капиталистов!...», «Вся власть Совету рабочих и солдатских депутатов!». В ответ со всех сторон несется громкое одобрительное «Ура!»...»

Демонстрация 18 июня была демонстрацией чисто пролетарской, ибо главными ее участниками были рабочие и солдаты. Кадеты еще накануне 18 июня объявили демонстрации бойкот...

...Громадное большинство демонстрантов ... выразило прямое недоверие политике соглашения с буржуазией — демонстрация прошла под лозунгами нашей партии. (РСДРП(б) — Авт.)

Эти строки из статьи в «Правде» И.В. Сталина. Там же, в «Правде», напечатана и статья В.И. Ленина: «...18-е июня было первой политической демонстрацией действия, разъяснением – не в книжке или в газете, а на улице, не через вождей, а через массы – разъяснением того, как разные классы действуют, хотят и будут действовать, чтобы вести революцию дальше...».

Между тем ситуация в стране ухудшалась. Пресса с тревогой пишет о промышленной разрухе, которая идет «не по дням, а по часам» («Новое Время», № 14780, «Раннее Утро» № 131), бьет тревогу по грядущему продовольственному кризису, сообщает о введении карточной системы, незаконном перераспределении земли в Пензенской губер-

нии. «Московский листок» (№ 145) лелеет надежду на закон о хлебной монополии. «Утро России» (№ 140) информирует о решении коллектива Ростокинской красильно-аппретурной фабрики взять управление предприятием в свои руки.

На заводах и фабриках активизировалась борьба за рабочий контроль, в коем люди видели спасение предприятий от закрытия (в июне вновь остановилось более 330 заводов и фабрик), а значит, и спасение своих семей от голода. Они создавали свои организации – завкомы, фабкомы, вводили свои порядки: 8 часовой рабочий день, нанимали и увольняли персонал, создавали охрану (отряды Красной Гвардии), посылали своих людей в деревню не только за продуктами, но и вести агитацию. По 43 губерниям прокатились крестьянские волнения. Люди требовали решить земельный вопрос, захватывали участки самовольно.

... Все партии, как и Временное правительство, боролись за усиление своего влияния в армии.

Керенский, в первый же день после получения портфеля военного и морского министра, издал грозный приказ:

ДОКУМЕНТ

«1) Отечество в опасности и каждый должен отворотить ее по крайнему разумению и силе, невзирая на все тяготы. Никаких просьб об отставке лиц высшего командного состава, возбуждаемых из желания уклониться от ответственности в эту минуту, я поэтому не допущу; 2) самовольно покинувшие ряды армии и флотских команд (дезертиры) должны вернуться в установленный срок; (15 марта с.г. – Авт.); 3) нарушившие этот приказ подвергнуты будут наказанию по всей строгости закона»¹.

11 мая газеты публикуют приказ Керенского «О правах военнослужащих», в котором восстанавливает права офицеров подвергать подчиненных дисциплинарным взысканиям, включая использование силы в случаях нарушения субординации во время боевых действий на фронте.

Далеко не все в войсках одобрили этот приказ. Свое полное недовольствие им выразил командующий Западным фронтом генерал Ромейко-Гурко. Осудил приказ вождь большевиков Ленин, опубликовав в «Правде» статью «Декларация о бесправии солдат». Кстати, влияние большевиков в армии росло. В мае создан Центробалт – высший выборный орган революционных частей, который координировал работу флотских комитетов. В нем главенствовали анархисты и большевики. Центробалт фактически установил контроль над всем Балтийским флотом, без его санкции не имел силы ни один приказ Временного правительства. К лету 60 организаций большевиков вели работу в подразделениях на фронтах. К осени их направляла военная организация РСДРП(б) – «Военка».

¹ Вестник Временного правительства. 1917. 6 (19 мая), № 49

Половинчатые меры Временного правительства никого не удовлетворяли. И в самом кабинете министров, априори не могло быть и речи о единстве – каждый, как в басне Крылова, тянул воз на себя. Под давлением кадетских министров и Керенского, 18 июня на фронте началось летнее наступление, которое на первых порах было успешным. «Речь» (№ 147) ликует, но вскоре вынуждено констатировать, что войска остановились. Правительство кн. Львова все более и более теряло авторитет, отмечала пресса. Боясь, что народ призовет к ответственности за фактически неподготовленное и потому потерпевшее крах наступление войск, инспирированное кадетами, 2 июля запросились в отставку А.А. Мануйлов, В.Н. Шаховской, А.И. Шингарев, В.А. Степанов. Правда, официально они мотивировали свой уход из правительства несогласием, якобы, с решением своих коллег о предоставлении автономии Украинской Раде.

В России снова запахло грозой, назревал взрыв...

Конец двоевластия

И взрыв произошел. 3 июля, сообщают «Петроградская газета» (№ 153), «Биржевые ведомости» (№ 1315), другие издания, на улицы с оружием в руках вышли солдаты Первого пулеметного полка. Вскоре по зову пулеметчиков к ним присоединились подразделения Московского и Гренадерского полков. К военным колоннам примкнуло около 20 тысяч путиловцев, рабочих других предприятий.

В советской историографии утверждалось, что большевики противились выводу людей на улицы 3-го июля. Накануне ЦК РСДРП(б) принял решение воздержаться от участия в демонстрации, мотивируя несвоевременностью момента. Действительно, 3 июля, во второй половине дня, ЦК проголосовал еще раз против участия в демонстрации. В Петрограде не было и Ленина, главного закаперщика продолжения революции – 29 июня он уехал в Финляндию отдохнуть и подлечиться.

Некоторые историки после развала СССР (Е. Сикорский, например) утверждают, что события 3-4 июля – это попытка большевиков свергнуть Временное правительство с помощью силы, вооруженным восстанием. Зарубежные историки возражают, профессор Р. Пейн считает, что демонстрация 3-4 июля стихийная. «Это была неорганизованная толпа»¹. Ему вторит коллега Р. Слассер: «Инициатива вооруженной демонстрации 3 июля исходила, судя по всему, от самих солдат, которых подстегивала нависшая над ними опасность переброски из столичного гарнизона на фронт для подкрепления терявшего силу наступления»². И еще один американский профессор – А. Робинвич считает, что «июль-

¹ Пейн Р. Ленин. М.: Молодая гвардия, 2008. С. 339.

² Слассер Р. Сталин в 1917 году. М.: 1989. С. 160.

ское восстание было, конечно, прежде всего, мятежом гарнизона»¹. И, думается, они правы. «Правда» (№ 98), «Известия» (№ 108) публикуют обращение к массам Бюро ВЦИК Советов рабочих и солдатских депутатов, Бюро ВЦИК Совета крестьянских депутатов – не выходить на улицы с оружием. И хотя все партии высказались против демонстрации, она все-таки состоялась. Читаем прессу.

«Правда» (№ 98), 2 июля 1917:

«Первый революционный народный пулеметный полк устроил в воскресенье в народном доме митинг, который прошел с исключительным подъемом радости зреющего революционного движения... С особым подъемом сказал свою речь тов. Троцкий, указав, что, как в вертящейся воронке, в чаду, угаре, не может вырваться и тонет светлая русская революция в схватке этой войны.

Отданным приказом о наступлении открыта глава, окончание которой неизвестно...

...Речи перебивались несколько раз аплодисментами, доходившими до оваций, в особенности первым двум ораторам (Луначарскому и Троцкому – Авт.).

«Новая жизнь», 4 июля 1917 г.:

«Эти, бешено мчавшиеся по городу автомобили, нагруженные и перегруженные солдатами с винтовками, штыками, которые вздерошенной щетиной направлены были на ничего не понимающих людей... Эти пулеметы (по 3, по 5, по 6 штук на автомобиле), своими дулами направлены на обалдевших обывателей... Эти дрожащие пальцы на курках винтовок и затворов пулеметов. Эти вытянутые в пространство руки с револьверами... Этот бесшабашный и дикий свист с автомобилей...

В чем дело, в кого должны стрелять эти пулеметы и разве не могли они сами начать стрельбу, если дрожат от страха руки?

И ночью стрельба была. Мы не знаем, кто ее начал, мы не знаем, сколько крови пролито в душную июльскую ночь на улицах Петрограда. Но мы знаем одно: эта кровь, если она пролита, пролита не в жертву разума и свободы, не в жертву великой революции».

«Рабочая газета» (меньшевистская), 4 июля 1917 года:

«... В тот момент, когда началось наступление, когда гибнут тысячи людей, в некоторых частях на фронте темные, преступные личности, всякие проходимцы, освобожденные уголовные, бывшие городовые и жандармы, немецкие шпионы и т. д. определенно призывают солдат не подчиняться боевым приказам ... Они усиленно подстрекают несознательных солдат против Временного правительства, особенно министра Керенского, против всей революционной демократии...»

¹ Робинович А. Большевики приходят к власти. Революция 1917 года в Петрограде. М.: Прогресс, 1989. С. 55.

«Речь», 4 июля:

«... Фактически страной распоряжается революционная демократия, когда центральная правительственная власть составляется по согласованию с Советом..., когда местное самоуправление уже в руках социалистического большинства, — всякое применение оружия может быть только на пользу притаившимся темным силам контрреволюции».

...В десять часов вечера к митинговавшей в Таврической колонне вышли представители Военной организации РСДРП(б) Подвойский и Невский, призывавшие солдат вернуться в казармы. Их освистали...

3 июля в Кронштадте побывали посыльные из Первого пулеметного полка, с целью убедить моряков присоединиться к демонстрации. Прежде чем делегатам от пулеметчиков разрешили выступить на митинге перед моряками, по утверждению Раскольниковова, он позвонил в большевистский штаб. Каменев его предупредил, что солдаты игнорируют решение ЦК и уже носятся вооруженные по улицам в автомобилях. Каменев повторил, что партия считает демонстрацию не своевременной.

Однако в Кронштадте митинг уже наэлектризовался, Раскольниковова не стали слушать. Но и он не сдался просто так – предложил создать комиссию для выяснения ситуации в Петрограде. Как член только что созданной комиссии, снова позвонил в столицу. На этот раз услышал от Зиновьева, что большевики готовы поддержать демонстрацию как вооруженную, так и мирную. «Так брать ли оружие?» – спросил Раскольников. И по утверждению Д. Бедного, якобы Сталин ему ответил: «Это ваше дело. Мы же, журналисты всегда ходим с карандашами». (Сталин тогда работал в «Правде» – Авт.)

Прибыв к дому Кшесинской с оружием, матросы пожелали встречи с Лениным. Он сначала отказывался выходить, считая, что этим выразит свое согласие с демонстрацией, но все же уступил требованиям манифестантов. Направляясь на балкон, чтобы приветствовать моряков, по воспоминанию М. Кедрова, сердито проворчал, обращаясь к членам «Военки»: «Бить вас всех надо!»¹. Ленин оказался в трудном положении. Отправить обратно в казармы моряков не мог, революционно настроенные моряки просто не поняли бы его. Призывать открыто к свержению Временного правительства тоже не мог, – у него не было рычагов управления массами, да и события предыдущего дня подтверждали, что ВРП еще пользуется небольшой поддержкой у части людей. В своей речи, кстати, последней до октябрьского публичного выступления, Ленин выразил уверенность, что лозунг «Вся власть Советам!» в конце концов, восторжествует, и закончил призывом к морякам проявить стойкость и бдительность. Те оказались в растерянности – как, зачем вооруженной колонне, которая рвалась в бой, шествовать по городу и не свергать «временщиков»? Революционный запал их про-

¹ Кедров М. Воспоминания о Владимире Ильиче Ленине. М. : 1956. Т. 1. С. 485.

ходил, чертыхаясь, они шли к Таврическому.

Читаем прессу.

«Биржевые ведомости», 4 июля:

“Во втором часу дня с Васильевского острова стройными колоннами двинулась 100-тысячная манифестация, в состав которой входили рабочие, кронштадские моряки, вооруженные винтовками, и бесконечной лентой тянулись солдаты. Громадную толпу сопровождали броневые автомобили и автомобили с пулеметами, вооруженные солдатами.

Над морем голов колыхались красные знамена с надписями: «Долой Временное правительство!», «Вся власть – Советам рабочих и депутатов!». Кронштадцы несли черное знамя с девизом «Да здравствует коммуна».

До двух часов дня манифестанты шли спокойно, направлялись к Таврическому дворцу. Первый выстрел раздался на углу Садовой улицы и Невского проспекта.

Полки безоружных рабочих и множество публики бросились в разные стороны, давя друг друга. Большинство бросились в подьезды, в частные коридоры, умоляя впустить их и спасти от шальной пули...

Через несколько минут порядок был восстановлен...

Драма разыгралась на углу Троицкой и Невского пр., около кофейни Филиппова. Вооруженные солдаты успели повернуть на Линейный проспект. Шествие замыкалось рабочими с кронштадскими моряками.

В это время, совершенно неожиданно и неизвестно откуда, раздались несомненно провокаторские выстрелы. Замыкавшие шествие матросы повернули налево – кругом и открыли беспорядочную стрельбу, не зная, куда и в кого стреляют...

...Солдаты другого полка, шедшие по Невскому, вблизи Гостиного двора услышали пальбу и начали в свою очередь стрелять. Затем беспорядочная стрельба загрела по всему протяжению Невского проспекта. Что там творилось в это время, – описанию не поддается. Тысячи людей заметались в ужасе, бросаясь на землю, вставая, падая... Солдаты – манифестанты смешались с толпой.

...После 12 часов ночи стрельба на улицах прекратилась. Невский опустел, вооруженные автомобили исчезли...

У Таврического дворца идет митинг...

К 2 часам ночи к Дворцу пришли путиловцы и своей массой заняли всю площадь...»

Прибыв к Таврическому, моряки потребовали у министра юстиции Переверзева объяснения, почему арестован их товарищ – матрос Железняков и его другие анархисты. Вышедший к ним Церетели заявил, что Переверзева здесь нет, и что он уже подал в отставку, хотя тот пока этого не сделал. Сообщение несколько обескуражило митингующих,

но они посчитали, что все министры ответственны друг за друга и заговорили об аресте Церетели, но тот успел скрыться. Собравшихся попытался успокоить Чернов, но они наоборот, разгорячились – требовали немедленно объявить, что земля переходит к крестьянам, а власть – к Советам! Когда же узнали, что Чернова, члена ВЦИК Советов, схватили и потащили в автомобиль в качестве заложника, чтобы Советы взяли власть. Чем бы все закончилось, сказать трудно, но тут произошло нечто... Читаем прессу.

«Известия Петроградского Совета рабочих депутатов», № 109.

«Освобождение В.М. Чернова состоялось следующим образом: Троцкий, случайно вышедший на улицу и заметивший арестованного Чернова, обратился к кронштадцам со словами: «Революционная гордость русской революции! Кто из вас за насилие?» В ответ — молчание...

Троцкий взял за руку Чернова и проводил его в зал заседаний, где министра встретили шумными аплодисментами».

Обратите внимание — «случайно вышедший на улицу Троцкий» тут же успокоил разгоряченную толпу. Как помните, члены «Военки» большевики Невский и Подвойский были освистаны, председатель Петросовета меньшевик Церетели еле ноги унес, а Лев Давидович, словно маг, загипнотизировал скопище людей, взял из рук разгоряченных матросов уже изрядно потрепанного своего единомышленника, и спокойно препроводил его в Таврический дворец. Чудеса, да и только! Впрочем, чудеса ли? Тот же Троцкий накануне проводил митинги в Первом пулеметном, Гренадерском, Московском полках. Судя по всему, он их вывел на улицы и только ему они подчинялись. Вот и здесь, у Таврического, преобладали солдаты этих частей и кронштадские матросы. Собравшиеся, не смея перечить, отпустили Чернова.

Небольшие вооруженные группы занимали все ключевые точки Петрограда — основные типографии, Финляндский и Николаевский вокзалы, Петропавловскую крепость. Был отрезан штаб Петроградского округа от места пребывания Временного правительства. Кульминационным пунктом этого действия, подготовленного и шедшего, в основном, судя по всему, под руководством Л.Д. Троцкого (правда, Троцкий отказывается от своей руководящей роли. В «Уроках Октября» утверждает: «В июльском движении момент самочинного напора питерских масс играл решающую роль»¹. Кульминацией должно было стать прибытие делегации 54 фабрик и заводов в Петросовет, с предложением Совету взять власть в свои руки. Кто-то же это подготовил, ведь поднять коллективы 54 предприятий без координатора невозможно.

Но тут, как отмечала пресса, случилось непредвиденное – у Таврического прозвучал выстрел, солдаты и матросы схватились за винтовки, и началась пальба наобум Лазаря. Толпа частью бросилась врассыпную

¹ Троцкий Л. Д. Истории русской революции. М.: Терра, 1997. Т. 1. С. 264,

от дворца, а часть ринулась во дворец, будто на штурм его. Чем бы дело кончилось, сказать трудно, не подойди 176 пехотный полк, вызванный ранее из Красного большевиками для защиты Исполкома Петросовета. Однако руководство большевиков не встретило солдат и они стояли не зная, что делать. Один из лидеров меньшевиков – Ф.И. Гуревич (Дан) первым подошел к прибывшим и велел исполнять только его приказания. Тут же распорядился занять оборону вокруг Таврического. Вскоре в город стали прибывать и войска, подчинявшиеся Керенскому. К утру Петроград успокоился. Временное правительство удержалось и приступило к наведению порядка, прежде всего, отдало распоряжение об аресте большевиков. «Нет больше большевиков!» – радостно извещали своих читателей буржуазные газеты.

Поздним вечером 3 июля министр юстиции П.Н. Переверзев предложил опубликовать в газетах материалы, будто бы Ленин получает финансовую помощь от германского генштаба. С момента возвращения Ленина из-за границы в столице постоянно муссировались слухи о нелояльности большевиков и их служении германским интересам, что оказывало значительное воздействие на умонастроения, особенно в армии.

Временное правительство с энтузиазмом поддержало предложение Переверзева, а бывшего члена большевистской партии Григория Алексинского уговорили выступить в роли главного обвинителя и с его помощью разоблачить предательство Ленина. К вечеру 4 июля приготовления Переверзева были закончены, и редакции всех городских газет оповестили о том, что их представителей приглашают на пресс-конференцию, где будет распространена информация обо всей этой истории¹.

«Новое слово» 5 июля вышло под шапкой «Ленин, Гонецкий и Ко – шпионы», другие газеты писали, что Германское правительство дает Ленину деньги для агитации против войны с Германией. «Деньги и инструкции пересылаются через доверенных лиц. Согласно только что поступившим сведениям, – сообщало «Новое слово», – такими доверенными лицами являются в Стокгольме: большевики Яков Фюрстенберг, известный больше под фамилией Ганецкий, и Парвус (доктор Гельфанд), в Петрограде – большевики, присяжный поверенный М.Ю. Козловский, родственница Ганецкого – Суменсон, занимающиеся совместно с Ганецким спекуляциями, и другие. Козловский является главным получателем немецких денег, в настоящее время на его счету имеется свыше 2 000 000 рублей.

В случае успеха задуманного, Временное правительство рассчитывало на негодование самых широких масс против большевиков, а также надеялось, что воинские части выделят необходимые силы для защиты кабинета министров. «Я сознавал, что сообщение этих сведений долж-

¹ Слассер Р. Указ. соч. С. 166.

но было создать в сердцах гарнизона такое настроение, при котором всякий нейтралитет станет невозможным, признавал в «Биржевых вестях» министр юстиции. – Мне предстояло делать выбор между предполагавшимся (когда неизвестно) окончательным выяснением всех корней и нитей грандиозного преступления (имеется ввиду расследование шпионской деятельности Ленина – Авт.) и верным подавлением мятежа, грозившего ниспровержением власти»¹.

На следующий день М. Козловский, член ЦИК Совета рабочих и солдатских депутатов сделал в печати заявление:

«1) Никаких сношений с кем-либо из агентов Германского Генерального штаба у меня не было.

2) На текущем счету в Сибирском или в каком-нибудь другом банке 2 миллиона рублей я никогда не имел. Вся сумма, имеющаяся у меня на текущем счету, не превышает несколько тысяч рублей».

3) Получателем «немецких денег из Берлина в Стокгольм» или другим каким-либо путем я никогда не был».

Козловского власть предержавшие не услышали. Маховик дискриминации большевиков раскручивался. Вслед за разгромом редакции «Правды» последовал разгром и ее типографии, в которой половинным форматом газеты едва успели отпечатать «Листок «Правды». В «Листке», вышедшем 6 июля, были опубликованы статьи В.И. Ленина «Где власть и где контрреволюция», «Злословие и факты», «Гнусные клеветы черносотенных газет и Алексинского», «Близко к сути», «Новое дело Дрейфуса». Ленин опровергал распространявшиеся в прессе утверждения, что большевики 3–5 июля хотели силой овладеть городом, посягали на власть Советов. Но, несмотря на это, враждебность к большевикам возрастала, что проявилось и в отношении к «Листку «Правды». Казачьи разъезды и патрули преследовали его распространителей. На Шпалерной улице был убит один из них – рабкор «Правды» И.А. Воинов.

Антидемократические действия Временного правительства не только не встретили осуждения, но и были одобрены социалистическими газетами, не говоря уже о буржуазных. «Большевики открыто идут против воли революционной демократии, – заявляла 5 июля правозесеровская газета «Воля народа». – Революционная демократия обладает достаточной силой, чтобы заставить всех подчиниться своей воле. Она должна это сделать... В наши горячие дни всякое промедление смерти подобно». Не менее суровыми в адрес большевиков были и обвинения Г.В. Плеханова. «Беспорядки на улицах столицы, – писал он 9 июля в «Единстве», – очевидно, были составной частью плана, выработанного внешним врагом России в целях ее разгрома. Энергичное подавление этих беспорядков должно поэтому со своей стороны явиться составной частью плана русской национальной самозащиты... Революция должна

¹ Биржевые вести. 1917. 9 июля (Утренний выпуск).

решительно, немедленно и беспощадно давить все, что загораживает дорогу».

«Пропагандистская компания Временного правительства – вспоминает Церетели, набрав обороты, застопорилась, – кн. Львов лично, обратился к прессе с просьбой не раздувать этого дела. Особенно шпионажа и использования немецких денег, и просил снять материалы с обвинениями Ленина о шпионаже в пользу Германии»¹. Не только Церетели, но и Милуков, со ссылкой на Керенского, замечал, что вопрос о немецких деньгах был очень щепетильным для Керенского и всех других революционных партий. Но менее всего, для РСДРП(б). Тот же Ленин, категорически отверг предложение Парвуса о финансировании его.

Вопрос о якобы финансировании немецким Генштабом большевиков муссируется до сегодняшнего дня. Известный английский разведчик Джордж Хилл в автобиографической книге «Моя шпионская жизнь» рассказывает, кто изготовил поддельные документы о финансировании большевиков немцами. Инициатором легенды о том, что большевики, в частности Ленин, были агентами Германии, стал министр вооружений Франции Альбер Тома, а разработчиком и исполнителем – капитан французской разведки Пьер Лоран. Он-то и пропагандировал летом 1917 года идею об использовании немцами большевиков и лично Ленина как «платных германских агентов». В распространении этой информации ему помогал начальник контрразведки Временного правительства Борис Никитин.

Фальшивка получила в журналистике и исторической литературе название «документы Сиссона» (по имени американского издателя Эдгара Сиссона). В России до сих пор принято ссылаться на многотомные дела правительства Керенского и на созданную им специальную комиссию, якобы установившую факт участия «германского золота» в русской революции. Комиссия эта действительно была создана, и некоторые факты она установила. Оказалось, что германский генштаб никаких денег на русскую революцию не давал: война поглощала все ресурсы Германии. В действительности же деньги на революцию поступали из Франции, но только не большевикам, а партии эсеров, члены которой входили в состав правительства Керенского. Поэтому следствие было тихо свернуто, а сами дела сданы в архив.

Спустя три дня после начала пропагандистской кампании против большевиков, ушел в отставку министр юстиции Переверзев, подвергнутый критике за то, что без санкции Временного правительства начал эту кампанию. «Живое слово» в очередном номере (№ 53) отреагировала на сообщение, что Исполнительный Комитет как будто пытается замять дело обличенных в государственной измене ленинцев. Газета

¹ *И. Г. Церетели И. Г.* Воспоминания о февральской революции. Париж, Mouton, 1963. Т. 2. С. 333-334.

занились поиском самого В.И. Ленина. Печать высказывала самые разные версии. Читаем прессу. «Петроградская газета», 12 июля 1917 г.:

«Точных сведений о месте пребывания этого запломбированного слуги кайзера пока еще нет. По частным же сведениям, он перебрался в Кронштадт, переодевшись матросом...»

«Петроградская газета», 14 июля:

... «Окончательно установлено, где скрывается Ленин, он же В.И. Ульянов. Как наша газета давно указывала, Ленин бежал через Лисий Нос в Кронштадт. Там большевики укрывали его под видом арестанта в одном из тюремных помещений.»

«Биржевые вести», 14 июля. Вечерний выпуск:

«По сведениям из официального источника, Ленин из Стокгольма отправился в Германию, где в настоящее время и находится...»

«Русское слово», 25 июля:

«Прокурор петроградской палаты И.С. Коринский приказал начальнику уголовной милиции арестовать гг. Троцкого и Дуначарского.»

«Петроградская газета», 27 июля:

«Ленин и Зиновьев, вопреки сообщениям газет, за границу не выезжали и находятся в постоянном контакте с Центральным Комитетом большевистской партии...»

Буквально за несколько минут до разгрома «Правды» Ленин ушел из редакции домой, на Карповку. Здесь он скрывался несколько дней, написал пять коротких статей, в которых отрицал намерение большевиков взять власть и клеймил позором «подлых клеветников», пытавшихся представить его германским шпионам. «В «Новой жизни» Ленин писал: «...С каким неслыханным ... легкомыслием (это — неподходящее, слишком слабое слово) ведется эта травля, показывают следующие простые факты. «Живое Слово» сначала напечатало, что Ленин — шпион, а потом, под видом не меняющей дело «поправки», заявило, что в шпионстве он не обвиняется!...»

... Приплетают имя Парвуса, но умалчивают о том, что никто с такой беспощадной резкостью не осудил Парвуса еще в 1915 году, как Женевский «Социал-Демократ», который мы редактировали и который в статье «У последней черты» заклеил Парвуса как «рenegата», «лизущего сапог Гинденбурга» и т. п. Всякий грамотный человек знает или легко может узнать, что ни о каких абсолютно политических или иных отношениях наших к Парвусу не может быть и речи.

Припутывают имя какой-то Суменсон, с которой мы не только никогда дел не имели, но которой никогда и в глаза не видели. Впутывают коммерческие дела Ганецкого и Козловского, не как, коммерция была прикрытием шпионства. А мы не только никогда ни прямого, ни косвенного участия в коммерческих делах не принима-

ли, но и вообще ни копейки денег, ни от одного из названных товарищей ни на себя лично, ни на партию не получали...»

Объяснение объяснениями, а распоряжение об аресте висело над ним, как дамоклов меч. И это заботило не только Ленина, но и всю партию. Часть его единомышленников возмущалась тем, что он исчез, бежал, считая, что Ленин обязан явиться на суд и раз невиновен, доказать это, превратив судебный процесс, в процесс над Временным правительством. Ленин и сам, по воспоминаниям Крупской, склонялся к этому, но колебался. Когда Елена Стасова сообщила Ленину, будто в полицейских архивах найдены документы, изобличающие Ленина в шпионаже, он решительно заявил, что в таком случае у него один выход – сдать и добиваться суда.

Но прежде чем передать двух своих вождей (Ленина и Зиновьева) в руки властей, большевики выставили свои условия. Они потребовали, чтобы Ленин и Зиновьев были заключены в Петропавловскую крепость, потому что доверяли стражам только этой тюрьмы. Требовали и гарантии открытого суда. Гарантий таких никто не давал и потому руководство РСДРП(б) посоветовало Ленину уйти в подполье..

Противоречивые газетные сообщения тех дней, приведенные выше, и послужили основанием некоторым нынешним историкам утверждать, что Ленин, переодевшись в женское платье, вначале укрывался в Кронштадте, потом в Германии. Документов, других материалов, кроме приведенных выше газетных сообщений, они не приводят. Не приводят историки и серьезных документов о связях Ленина с германской разведкой. Их не обнаружили, проводившие тщательное расследование контрразведчики Временного правительства, ни кадеты, ни эмигрантские, ни нацистские, ни нынешние исследователи. Германским шпионом, как это признают сами германские источники, он никогда не был, – отмечал известный ученый-германист, бывший посол СССР в Германии, ознакомившийся с немецкими архивами Ю. Квицинский¹.

В стране окончилось двоевластие. Советы приняли сторону Временного правительства. «В данную минуту эти Советы похожи на баранов, которые приведены на бойню, поставлены под топор и жалобно мычат, – негодовал В.И. Ленин. – Советы теперь бессильны и беспомощны перед победившей и побеждающей контрреволюцией». Он предложил, временно снять лозунг «Вся власть Советам!», так как он мог быть понят массами, как призыв к переходу власти именно к данным Советам. Но в будущем, после завоевания власти большевиками в Советах, он снова поставит этот лозунг в повестку дня².

Загнанным в подполье большевикам ничего не оставалось, как взять курс на завоевание власти вооруженным путем.

¹ Наш современник. 2006. № 2. С. 177.

² Ленин В. И. Полн. собр. соч. (Пятое издание). М. : Политиздат, 1967–1981. Т. 34. С. 17.

Временное правительство наступает решительнее на завоеванные в феврале свободы, а также на провозглашенную в апреле свободу печати. 22 августа «Вестник Временного правительства» опубликовал новые «Временные правила о специальной военной цензуре» и утвержденное правительством положение «О военной цензуре печати». В этих документах было записано, что «за непредоставление экземпляров периодических или непериодических изданий военно-цензурным комиссиям, издатели подвергаются заключению в тюрьме на время от восьми до одного года и четырех месяцев или аресту от трех недель до трех месяцев, или денежному взысканию от трехсот до десяти тысяч рублей». В соответствии с этими новыми правилами последовал приказ Керенского о запрещении «Пролетария». 24 августа в его типографии были разбиты матрицы, а отпечатанные номера газеты конфискованы. В конце августа были закрыты также большевистские газеты «Циня» («Борьба», Рига), «Звезда» (Минск), а 2 сентября ЦО РСДРП(б) газета «Рабочий». В это же время закрытию подверглась «Новая жизнь» Максима Горького, выходившая с 2 по 6 сентября под названием «Свободная жизнь».

К власти приходит Керенский

Сегодня установлено, что Керенский был масоном, кои с первых дней Февральской революции делали ставку на него. Не случайно в последнюю минуту Керенского ввели вместо Шульгина в первое правительство кн. Львова, во втором правительстве добились передачи ему очень весомого портфеля военного и морского министра, а после отставки кн. Львова, сделали все возможное, чтобы поставить во главе нового коалиционного правительства.

Впрочем, Керенский уже в начале июльского кризиса был главной фигурой во Временном правительстве. Именно действия Керенского ускорили двойной кризис, который едва не свалил правительство: будучи инициатором военного наступления, он спровоцировал тем самым к открытому мятежу ряд военных подразделений Петроградского гарнизона и он же пошел на компромисс с украинскими националистами. Министры — кадеты ушли в отставку, что послужило началом правительственного кризиса, считает Р. Слессер¹.

Как отмечали СМИ, Керенскому не сразу удалось сформировать новое коалиционное правительство — упорствовали в своих требованиях кадеты. Он делает ход конем — 21 июля заявляет об отставке. Ее не принимают, тогда Керенский требует полной свободы действий при формировании кабинета министров. Получив «добро», отказался от представительского принципа в подборе членов кабинета, таким образом, министры уже не являлись представителями партий и не отвечали перед Советами. Кабинет в целом не связан был и с Декларацией,

¹ Слессер Р. Указ. соч. С. 175.

что основательно урезало силу Советов. Газета «Новое слово» (№ 169) пишет, что кабинет образован единолично Керенским «на началах ответственности перед собственной совестью и родиной». В состав кабинета вошли восемь социалистов и семь либералов. Керенский расчистил политический плацдарм, казалось теперь ему ничто и никто не мешает наводить порядок. Одним из первых его шагов в роли главы Временного правительства стал приказ провести тщательное расследование только что улегшихся событий, едва не переросших в настоящее восстание. Он отдал приказы о расформировании Первого пулеметного полка и отправке на фронт других частей.

Большевики меняют курс

В этой связи хотелось бы обратить внимание читателей на такой весьма интересный факт. Предложения большевиков потерпели фиаско на I съезде Советов рабочих и солдатских депутатов, на I съезде Советов рабочих и солдатских депутатов, на I съезде Советов крестьянских депутатов в июльские дни. Большевиков облили грязью с ног до головы, после 4 июля их лидеры перешли на нелегальное положение. Иные политики посчитали, что РСДРП(б) ушла с политической сцены. Читаем прессу.

«Речь», 7 июля:

«Большевизм скомпрометировал себя безнадежно... большевизм умер. Так сказать, внезапной смертью...»

«Живое Слово», 8 июля:

«Большевики скомпрометированы, дискредитированы и уничтожены... Мало того, они изгнаны из русской жизни, их учение бесповоротно провалилось и оскандалило себя, и своих проповедников перед целым светом и на всю жизнь...»

Эти пророчества оказались несостоятельными. Уже в августе влияние большевиков начало быстро расти. Что это? Извечная русская симпатия к обиженным? Возможно, но ведь царя обидели больше, а его пожалели лишь спустя 90 лет, признав великомучеником. Тогда, что же? Прежде всего, бессилие Временного правительства навести порядок. Ленин уловил еще только наметившийся поворот в сознании масс – переоценку их отношения к Советам и Временному правительству. 13 июля, менее через две недели после июльских событий, ЦК РСДРП(б) созвал в Петрограде тайное совещание по вопросам стратегии. Ленин подготовил тезисы, в которых отошел от июльских установок, доказывал, что контрреволюции удалось при полной поддержке меньшевиков и эсеров взять под свой контроль правительство и революцию. Не только партии умеренных социалистов, но и Советы превратились в «фиговый листок» контрреволюции. Теперь, по его мнению, мирный путь развития революции исчерпан.

Однако не все участники совещания согласились с Лениным. Его тезисы были отвергнуты. Большинство высказалось за сотрудничество

с другими партиями. В принятой резолюции ничего не говорилось об окончании мирного периода революции и необходимости готовиться к вооруженному восстанию. Когда Ленин узнал о принятой резолюции, рассердился и встревожился – его явно не хотели понимать. На отклонение своих тезисов он ответил фундаментальным трактатом «К лозунгам», в котором убеждает соратников, что отныне пролетариат сможет взять власть в свои руки лишь путем вооруженного восстания, а до тех пор ему ничего не остается, как ждать, пока «русские Кавеньяки» (генерал Луи Ковеньяк, подавивший восстание парижан в 1948 г.) во главе с Керенским расправятся с Советами, а обе «соглашательские» социалистические партии капитулируют безо всякой борьбы. А тем временем пролетариату под руководством большевиков следует терпеливо готовиться к тому моменту, когда он лицом к лицу столкнется с «русскими Кавеньяками» в решающей и окончательной схватке¹.

Разработкой новой тактики, ввиду изменившейся обстановки, занялся VI съезд РСДРП (б), собравшийся полулегально в Петрограде 26 июля. Ленин не мог присутствовать на съезде, скрывался в Разливе, но подготовил тезисы «О политическом положении». Они и его статьи «К лозунгам», «Уроки революции» легли в основу доклада И.В. Сталина.

Наряду с важнейшими вопросами о свершении социалистической революции делегаты съезда значительное внимание уделили партийной печати. Было отмечено, что с 5 марта по 5 июля вместе с «Правдой» издавались «Социал-демократ» (Москва), «Приволжская правда» (Самара), «Борьба (Царицын)», «Пролетарий» (Харьков), журналы «Спартак», «Жизнь работницы» (Москва) и др.

На этом съезде большевики в очередной раз обсуждали и вопрос «об объединении партии». Большинство делегатов высказались против объединения с меньшевиками, ставшими прислужниками империализма, признали своей задачей разоблачать их продажную политику. Но съезд принял в партию «межрайонцев» во главе с Троцким, заявивших, что они согласны со всеми положениями большевиков.

Группа «межрайонцев» сложилась еще до войны из части большевиков и меньшевиков. Во время войны они заняли центристские позиции, признавали войну империалистической, были против оборонничества, но не соглашались на полный разрыв с меньшевиками. Группу эту «влил» в РСДРП (б), взявший ее под свое крылышко, Лев Давидович Троцкий, прибывший со специальным поручением Якова Шиффа развивать революцию, не допустить возрождения монархии. Присматриваясь первое время к обстановке, Троцкий держался независимо, но, потерпев фиаско с июльской демонстрацией, и, видя рост влияния большевиков, запросился в ряды РСДРП (б).

В кратких заметках, которые Ленин оставил в своем блокно-

¹ См. : Ленин В. И. Указ. соч. Т. 34. С. 15.

те во время встречи с Троцким, есть таинственные слова: «Бюро – (Центральный) Комитет...» приемлемо»¹.

После VI съезда, Троцкий ринулся не во внутривластную работу, а в более широкий мир – в мир рабочих митингов, солдатских и матросских собраний, всевозможных публичных сборищ. Ему надо было стать вождем масс и играть руководящую роль в Петросовете, который становился все более и более истинным органом власти.

Не дремал и Керенский. Дабы укрепить свою власть и видя, как падает авторитет Советов в массах, Керенский созывает 12-14 августа в Москве государственное совещание, надеясь найти поддержку своей политики. Собралось почти 2,5 тысячи человек – «весь цвет русского общества», писала пресса. В политическом плане делегаты делились на две практически равные половины – твердо поддерживающих Керенского и тех, кому симпатичен Корнилов, с его крутыми мерами. Большевики бойкотировали совещание. Вопреки решению Московского Совета организовали стачку, в которой участвовало свыше 400 тысяч человек. Эта акция показала силу рабочего класса, возрастающее влияние РСДРП(б). «Известия» Московского Совета вынуждены были признать: «пора, наконец, понять, что большевики – это не «безответственные группы», а один из отрядов организованной революционной демократии, за которым стоят широкие массы, быть может, не всегда дисциплинированные, но зато беззаветно преданные делу революции».

Но государственное совещание не поняло этого. Делегаты говорили о наведении порядка в стране жесткой рукой. Внешне вроде цель совещания – добиться единения государственной власти со всеми организованными силами была достигнута.

Уже в изгнании Керенский корил себя, что не придавал значения существенному факту этого совещания – пышной встрече, которую организовали делегаты на вокзале генералу Корнилову. Его засыпали цветами, оглушали здравицами. «Вы теперь символ нашего единства, – заявил в приветственной речи от имени собравшихся кадет Ф. Родичев. – На веру в вас мы сходимся все, вся Москва. Спасите Россию, и благодарный народ увенчает вас»².

Государственное совещание потребовало «сильной внепартийной власти» – а это был звонок председателю ВРП. Керенский тогда его не расслышал. Корнилов же не пропустил мимо ушей, хотя на совещании, поддавшись на уговоры Керенского, не гнать волну, выступил сдержанно.

После совещания премьер и главноверх вроде поняли друг друга, но трещина между ними пошла вглубь: оба видели только себя в качестве сильной личности – спасителя России. Корнилов начал снимать

¹ Ленинский сборник. 1925. № 4. С.303.

² Цит. по Рабинович А.Е. Большевики приходят к власти: Революция 1917 года в Петрограде: Пер. с англ.: / Общ. ред. и послесловие Г. З. Иоффе. М.: Прогресс. 1989. С. 6.

с фронта и концентрировать вокруг Петрограда, на всякий случай, самые дисциплинированные войска. Американский историк А. Рабинович замечает, что «главный комитет Союза офицеров и Военная лига подготовили детальный план правого путча, который должен был произойти при приближении к Петрограду фронтовых воинских частей. Этот план, как видно, увязывался с серией массовых митингов, посвященных шестимесячному юбилею Февральской революции, которые руководство Советов намечало провести 27 августа»¹.

Керенский, зная об этих приготовлениях, распорядился удалить из Могилева Комитет Союза офицеров и арестовать его активистов. Корнилов пытался убедить Керенского сформировать новое правительство и перейти к решительным мерам. Посредником между их переговорами стал Б. Савинков. Обе стороны начали предлагать различные варианты выхода из кризиса.

Навести мосты между Керенским и Корниловым взялся бывший обер-прокурор Синода В.И. Львов. Встретившись 22 августа с Керенским, изложил ему позицию «определенных групп внушительной силы» – спасение России в создании мирным путем «национального правительства», состоящего из представителей основных патриотических сил. По утверждению Львова, Керенский согласился с этим, и предоставил ему полномочия вести переговоры с Корниловым. Керенский, уже будучи в эмиграции, отрицает это, излагает иную интерпретацию, дескать, он согласился на переговоры лишь для того, чтобы иметь побольше информации из стана главноверха. Как бы там ни было, побывавшись с главой ВРП, В.Н. Львов 24 августа уже встречался в Могилеве с Корниловым. Переговоры шли несколько часов, генерал подробно расспрашивал Львова, тоже хотел иметь больше информации. Корнилов настаивал на своем: Петроград должен быть объявлен на военном положении, а вся власть, военная и гражданская, передается Верховному главнокомандующему. Львов доложил позицию Корнилова Керенскому.

Читаем прессу.

«Раннее утро». 2 октября 1917 год:

«26 августа, – рассказывает Корнилов, – у меня в кабинете... был набросан проект «совета народной обороны» с участием верховного главнокомандующего, Керенского, Савинкова, ген. Алексеева, адм. Колчака и Филоненко. Этот Совет обороны должен был осуществлять коллективную диктатуру, так как единоличная диктатура была признана нежелательной...»

Керенскому, Родзянко, кн. Г.В. Львову и Милюкову были посланы телеграммы с просьбой прибыть в Ставку не позже 29 августа. Керенский, выслушав предложения, и связавшись с Корниловым, попросил повторить все сказанное. Но, видимо, поста военного министра ему

¹ Рабинович А. Е. Указ. соч. С. 142.

показалось мало, и он тут же нарушил стговор. С телеграфной лентой пошел в Малахитовый зал, где заседало правительство, обвинил Корнилова в измене и потребовал предоставить ему всю полноту власти для принятия в данной обстановке таких мер, которые он сочтет нужными. Кадеты Кокошкин и Юренев высказались против. Большинство же поддержало и официально предложили отставку кабинету, дав, таким образом, возможность Керенскому сформировать новый кабинет министров таким, каким он его видит. Керенский принял отставку, но попросил всех оставаться на своих местах в качестве и.о. Кокошкин отказался. В конце заседания, уже утром 27 августа, Керенский телеграфирует в Могилев о смещении Корнилова с поста главноверха и назначении на этот пост генерала Лукомского. Тот отвечает премьеру: «Остановить начавшееся с Вашего одобрения дело невозможно... Ради спасения России Вам необходимо идти с генералом Корниловым... Смещение генерала Корнилова поведет за собой ужасы, которых еще Россия не переживала... Не считаю возможным принимать должность от генерала Корнилова»¹.

Читаем прессу.

«Раннее утро». 2 октября 1917 года:

«Корнилов ждал, что Керенский придет в Ставку 27 августа, но утром в этот день он получил телеграмму с подписью «Керенский», и с предложением сдать должность Верховного Главнокомандующего Лукомскому и выехать в Петроград...»

После этого Корнилов решает выступить открыто против правительства и произвести на его давление.

Он поручил ген. Крымову в случае выступления большевиков немедленно двигаться с корпусом на Петроград, занять город, обезоружить части Петроградского гарнизона, которые примкнули к движению большевиков, обезоружить население Петрограда и разогнать Советы...»

Такого поворота событий Керенский не ожидал и ввел в Петрограде военное положение, поручил Савинкову организовать его оборону, обратился за помощью к Советам. Большевики, боясь, что Корнилов реставрирует монархию, поднимали массы на борьбу с корниловщиной, но при этом заявили, что они не защищают ВРП, а спасают революцию. По призыву РСДРП(б) начали создаваться отряды Красной Гвардии (в Петрограде в первые дни в ее отряды записалось 40 тысяч добровольцев), рабочие Обуховского завода спешно изготовили 100 пушек. Рабочие рыли траншеи, делали проволочные заграждения. На защиту Петрограда прибыло 3 тысячи моряков из Кронштадта. Большевики отправили агитаторов в корниловские части.

Многим казалось, что положение Керенского безнадежное. Войска

¹ Цит. по *Революционное движение в России после свержения самодержавия: [сб. документов и материалов] / ред. Л. С. Гапоненко [и др.]. 1957. С. 448.*

по велению Корнилова, ведомые Крымовым, шли на Петроград. Глава ВРП впал в отчаяние. 28 августа на своем заседании кабинет министров решал, что делать с Корниловым и Временным правительством. Приняли резолюцию оставить правительство в том же составе, лишь дополнив образовавшиеся вакансии, и в ближайшее время созвать новое государственное совещание. Керенский же настаивал на создании облеченной всей полнотой власти Директории из 5 человек.

Меж тем Крымов наступал на Петроград. Советы создали чрезвычайный оборонительный орган – Комитет народной борьбы с контрреволюцией, который начал действовать во второй половине дня 28 августа. Как грибы после дождя подобные комитеты стали появляться по всей стране – с 28 по 30 августа их было создано 240. На борьбу с Корниловым поднялись самые широкие массы. Многие сделали железнодорожники (ВИКЖЕЛЬ), задерживая и изменяя направление движения войск, игнорируя приказы Корнилова.

Читаем прессу.

«Раннее утро». 19 сентября 1917 г.:

«Меня обманули, – позже заявлял Корнилов. – Лица, бросившие меня в последнюю минуту, знали о каждом моем шаге. О, трусы! О, предатели! ... Судить меня военно-революционным судом им, по-видимому, не удастся... Ведь они прекрасно понимают, что на суде я раскрою эту неслыханную, чудовищную историю. У меня есть неопровержимые доказательства...»

Своим козырем Корнилов считает шифрованную телеграмму от 27 августа Савинкову, свидетельствующую о соглашении Корнилова с военным министерством касательно подвоза к Петрограду конного корпуса.

В стране по существу установилась военная диктатура Керенского. Но политические весы качнулись в сторону большевиков.

Разгром корниловщины привел к новой расстановке политических сил. Потерпели поражения наиболее активные правые партии, движения и союзы, выступающие за реставрацию монархии. Чувствительный урон понесли кадеты – люди в очередной раз увидели, что слова у них расходятся с делом. Тяжелый кризис переживала партия меньшевиков: после спада в августе ее численность уменьшилась наполовину. Газета «Новая жизнь» писала: «Остается признать несомненный факт полного краха меньшевистского крыла социал-демократии, перехода его в политическое небытие».

Не лучшие времена переживали эсеры – от левого крыла ПРС откололась группа и образовала партию левых эсеров. А вот авторитет большевиков возрастал. В августе-сентябре численность партии увеличилась до 350 тысяч человек.

31 августа на заседании Петроградского Совета большинство проголосовало за политическую программу РСДРП(б), вновь выдвинутый лозунг «Вся власть Советам!» 5 сентября за такую же резолюцию про-

голосовал Московский Совет. Вслед за этим по всей стране прошел процесс большевизации Советов – 126 Советов направили в ЦИК резолюции с требованием разрыва с «буржуазным правительством».

Кстати, в Советах шла не шуточная борьба за влияние. Тем же Петросоветам руководил Президиум, состоящий из меньшевиков и эсеров. В него входили: Чхеидзе, Церетели, Чернов, Дан, Скобелев, Гоц, Анисимов. Большевики поставили вопрос о пропорциональном представительстве. Это не встретило энтузиазма у их противников. И все же 25 сентября Петроградский Совет рабочих и солдатских депутатов был полностью реорганизован.

Читаем прессу.

«Известия ЦК и Петроградского Совета рабочих и солдатских депутатов». 26 сентября 1917 года:

«В выборах членов Исполкома Комитета участвовало 396 членов рабочей части Совета, причем голоса распределились следующим образом: за большевиков подано 230 голосов, за С.-Р. 102 гол., за меньшевиков 54 гол. и за мень.-интернационалистов 10 гол.

Затем председатель предлагает собранию принять намеченный фракциями президиум в следующем составе: от большевиков т.т. Троцкий, Каменев, Рыков и Федоров; от с.-р. тт. Чернов и Каплан, и от меньшевиков тов. Бройдо.

Состав утверждается собранием.

Председателем Петр. С.-Р. и С. Д. избран тов. Троцкий».

Представляете, какую огромную политическую работу надо было проделать Льву Давидовичу, чтобы возглавить Петросовет! В ход были пущены и еврейско-масонские связи, и партийные, и дружеские связи, и огромные деньги, и дипломатия, и пр. пр. Но Троцкий окончательно убедился к этому времени – именно этот пост дает ему возможность реально управлять ходом революции.

Напомним читателям, что после падения монархии, между Временным Комитетом Государственной Думы и Исполкомом Совета было заключено Соглашение о том, что до созыва Учредительного собрания в стране не будет устанавливаться какая-либо определенная политическая система. Однако Керенский все время навязывал Советам, членам Временного правительства идею объявления России республикой, но не получал поддержки. Став же во главе Директории, протасил эту идею и 1 сентября провозгласил Российскую Республику.

Читаем прессу.

«Русская Воля» (№ 209): «От Временного правительства... Считая нужным положить предел неопределенности государственного строя... Временное правительство объявляет, что государственный порядок, которым управляется Российское государство, есть порядок республиканский, и провозглашает РОССИЙСКУЮ РЕСПУБЛИКУ... Министр-председатель А. Керенский, Министр юстиции Зарудный».

Объявление России республикой завершило историю Российской империи, – считают историки¹. Распад государства ускорился. Государственное единство российских народов разрушалось. В бурном полове революционного процесса активизировались национальные и региональные движения за независимость и автономию. Сепаратистские движения поддерживались и подготавливались западными державами с целью ослабления России и усиления своего влияния. На Украине была создана буржуазно-националистическая Центральная Рада, выступившая за автономию с перспективой полного отделения. ВРП предоставляет Украине автономию, дает согласие на независимость Польши. Ширится движение за отделение от России Финляндии. О своем праве на автономию заявило казачество.

Процесс отделения «всех ото всех», а главное – от Центра, охватил огромные территории страны. В регионах создаются свои правительства. На Дону, Тереке, в Оренбурге – казачьи круги, на Кубани – крайевая Рада, в Крыму – Курултай, в Закавказье и Прибалтике – национальные Советы, в Сибири – областные Думы.

Объявив Россию республикой, Керенский озаботился и органом управления ею. По его инициативе создан Временный Совет республики, или, как называли его эсеры – предпарламент². Это была попытка создать видимость введения парламентского строя, ставя основной его задачей заменить Советы, попавшие под влияние большевиков.

Меньшевики, эсеры, кадеты особые надежды возлагали на Демократическое совещание. Подготовка к нему шла полным ходом. Представители Советов рабочих, солдатских, крестьянских депутатов, городских дум, профсоюзов и других организаций получили 1198 мандатов. Однако большинство было не за большевиками. Тем не менее, в данный момент они поддерживали созыв Демократического совещания, надеясь сформировать социалистическое правительство и взять власть мирным путем.

По ступенькам вниз

С большим трудом Керенскому удалось сформировать коалиционное правительство. 24-го сентября он его обнародовал, но состав ново-старых министров не встретил одобрения народа. Так, «Рабочий путь» писал: «...**Возьмите их послушной список:**

Церетели – разоружил рабочих, вместе с генералом Половцевым «усмирил» революционных солдат и одобрил смертную казнь для солдат.

Скобелев – начал с того, что пообещал отнять у капиталистов 100% прибыли, а кончил... попыткой разогнать фабрично-заводские комитеты рабочих.

¹ См. *Курс отечественной истории IX–XX веков*. Под ред. Ольштынского. М.: 2002. С. 218.

² Газета «День». № 184.

Авксентьев – посадил в тюрьму несколько сот крестьян, членов земельных комитетов, закрыл несколько десятков рабочих и солдатских газет.

Чернов – подписал царистский манифест о разгоне финляндского сейма.

Савинков – вступил в прямой союз с генералом Корниловым и не сдал Петроград этому “спасителю” отечества только по не зависящим от Савинкова обстоятельствам.

Зарудный – вместе с Алексиинским и Керенским засадил в тюрьму тысячи революционных рабочих, матросов и солдат, помог сочинить клеветническое “дело” против большевиков, которое ляжет таким же позором на русский суд, как дело Бейлиса.

Никитин – выступил в роли заурядного жандарма против железнодорожников.

Керенский – но о сем уже умолчим. Его послужной список слишком длинен...»

Да, Керенского люди уже раскусили. Съезд депутатов Балтийского флота в Гельсингфорсе принял следующую резолюцию: «Требовать от Всероссийских комитетов Р., С., Д. и Кр. Д. и Центрофлота немедленного удаления из рядов Временного правительства социалиста в кавычках и без кавычек, политического авантюриста Керенского, как лица, позорящего и губящего своим бесстыдным политическим шантажом в пользу буржуазии великую революцию, а также вместе с нею весь революционный народ».

Дальнейшая деятельность «временщиков» обернулась очередным кризисом власти, ибо в стране царила анархия и разруха. Керенский проделывал всевозможные «перуа», чтобы удержаться у власти, делая основной упор на силу. Армия колебалась, но пока оставалась на его стороне. По распоряжению Керенского неблагонадежные части выводились из Петрограда, Гельсингфорса и заменялись казачьими, формировались специальные ударные отряды, верные правительству. Керенский рассматривал и вариант сдачи Петрограда немцам, переезд правительства в Москву. Избавившись от Корнилова, он теперь мнил себя единственным спасителем России. Но в реальности он шел по ступенькам вниз.

Читаем письма в газетах тех дней

«Берите назад свободу с революцией. Нам лучше жилось прежде, без свободы и товарищей. Пусть лучше ограниченная монархия...»

«Устройте порядок, душа исстрадалась. Армия ваша убивает и гробит своих, милиционеры ваши – убийцы и грабители. Дайте власть, пустите немца, и вся сволочь уgomонится. Тоска и мрак кругом, грустно, у меня нет партии, я хочу порядка»...

«Мое предложение – выберите военного диктатора. Только скорее»...

Выбирайте кого-нибудь хотя бы на три месяца, лишь бы только

порядок установить, ну к чему эта вся ваша болтовня приведет?»

«Товарищи рабочие! Куда вы смотрите? Новое правительства ведет Россию по старому пути» ...

«Свергните всех министров Временного правительства во главе с министром Керенским...»

Даже этот небольшой социологический анализ показывает настроение масс. Как заметил А. Деникин, «власть падала из слабых рук Временного правительства, и по всей стране не оказалось, кроме большевиков, ни одной организации, которая могла бы предъявить свои права на тяжкое наследие во всеоружии реальной силы»¹. Главная газета московских кадетов «Русские ведомости» 20 сентября причитала о распаде демократии и усилении власти толпы «взбунтовавшихся рабов».

Учитывая ситуацию, большевики готовились к решительному штурму. Из под пера Ленина, находящегося на нелегальном положении, в августе-октябре (за 110 дней) вышло 65 статей, писем, циркуляров ЦК РСДРП(б) с указаниями, что и как делать. И хотя не все указания безоговорочно принимались, все же партия чувствовала направляющую руку и видела цель.

Следует отметить в этот период рост большевистской периодики. К октябрю уже выходило 75 большевистских изданий, общий тираж которых составлял 3,5 млн. экземпляров. Из числа вновь созданных газет следует выделить «Деревенскую правду», издававшуюся в Москве с 4 октября, «Деревенскую бедноту» – с 12 октября в Петрограде, газету на армянском языке «Нацук» («Опора»), выходившую в Азербайджане. Вся большевистская пресса, печатавшая ленинские и другие руководящие статьи, готовила массы к завоеванию власти Советами.

Февральская революция вызвала кардинальные изменения в российской журналистике. С одной стороны, было закрыто большинство правых изданий, при этом в марте-октябре стали выходить десятки новых газет. В новых реалиях отечественные журналисты начинают активно обращаться к тем вопросам, чье обсуждение ещё вчера было немислимо на страницах периодических изданий. Несмотря на то, что политический дискурс часто выходил на первый план, именно газеты позволяют погрузиться в ту напряженную эпоху, сделать слепок исторического момента.

На страницах изданий публиковались приказы и распоряжения правительства, официальные объявления и разъяснения, отчеты о митингах и демонстрациях, партийных съездах... Практически в каждом номере освещалась ситуация на фронтах Первой мировой войны. Но наиболее подробно боевые действия представлены на страницах главной военной газеты – «Русского инвалида» («Армия и флот свободной России»). О положении на отдельных фронтах можно судить по материалам газет действующих армий, например, «Вестника X Армии», «Голоса III армии», «Голоса фронта» и др.

¹ Цит. по *Курс отечественной истории...* С. 215.

Если говорить о буднях Петрограда, который в 1917 году был центром политической жизни страны, то стоит обратиться к «Петроградскому листку» («Петроградский голос»), «Петроградской газете» («Новая Петроградская газета»). В них можно найти не только материалы, посвященные политике, но и заметки о вопросах, которые волновали каждого жителя города – ценах на продовольствие и дрова, преступности, организации коммунального хозяйства. А едкие карикатуры, которые публиковались как на страницах этих газет, так и в иллюстрированных приложениях к ним, наглядно демонстрируют, чем жил город в те переломные дни.

Партийные и около партийные издания позволяют рассмотреть революционные события с позиций разных политических сил. Сопоставление разных точек зрения на ключевые моменты 1917 года (Февральскую революцию, формирование Временного правительства, его кризисы, двоевластие, Июльские дни, Корниловский мятеж, объявление России республикой, подготовку к выборам в Учредительное собрание) показывает неоднозначность восприятия современниками событий вековой давности.

Культурная жизнь в те дни также была ключом. Во многих газетах публиковались рецензии на премьеры, отзывы критиков. Тут стоит особо отметить специализированные издания - «Русскую музыкальную газету» и «Обозрение театров». Именно в них шла активная дискуссия профессионального сообщества о векторах дальнейшего развития отечественного театра и кино, публиковались подробные рецензии на новые постановки. И, конечно же, страницы газет буквально забиты объявлениями, рекламой.

И все же на страницах печати в марте-октябре 1917 года доминируют материалы, которые отражают острую политическую борьбу различных партий. Четко прослеживаются два направления. Большевики выступали против Временного правительства, призывали к перерастанию буржуазно-демократической революции в социалистическую. Другие партии *выражали интересы имущих людей, поддерживали Временное правительство, считая революцию завершенной. Внутри партий имелись всевозможные более мелкие политические течения и воззрения, отражающие взгляды объединений и групп. Все более обострявшаяся политическая борьба между буржуазными, буржуазно-демократическими и социалистическими партиями таила в 1917 году самые различные перспективы: буржуазно-демократическую (Керенский), генеральско-диктаторскую (Корнилов), однородно-социалистическую (Мартов), большевистско-леворадикальную (Ленин). Всё это отражалось на страницах печати.*

Литература:

- «Архив русской революции». Т. 18. Берлин, 1926.

- Керенский А.Ф. Россия на историческом повороте. М. 1993.
- Кузнецов И.В. История Отечественной журналистики. (1917-2000). М.199
- «Курс отечественной истории. IX–XX веков». М., 2002.
- Миллюков П. Очерки второй русской революции. Киев. 1916.
- Рабинович А. «Большевики приходят к власти. Революция 1917 года в Петрограде». М.. 1989.
- Солженицын А.И. Размышления над Февральской революцией.
- «Российская газета», № 40, 2007.

**МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК
ПРОФИЛАКТИКА ИНФОРМАЦИОННЫХ РИСКОВ
В Московском педагогическом государственном университете
обсуждали проблемы введения медийного образования
в систему образования России**

Внедрение медиаобразовательного профиля в систему подготовки кадров в педагогических вузах России – ключевая тема недавно прошедшего в Москве Международного форума «Медиаобразование в педагогической сфере: опыт и новые подходы к управлению» (ММФ).

Целью Форума в этом году стала консолидация усилий административного, образовательного и медийного сообществ для формирования общероссийской системы управления медиаобразованием и создания открытого информационного образовательного пространства, включающего в себя эффективные педагогические медиатехнологии и инновационные медийно-информационные ресурсы.

Организаторами Форума выступили Московский педагогический государственный университет, Евразийская ассоциация педагогических университетов, Ассоциация развития педагогических университетов и институтов и Ассоциация специалистов медиаобразования. Участниками Форума стали руководители и специалисты региональных и муниципальных органов управления образованием, педагогических вузов России и стран СНГ, редакторы вузовских СМИ и других медиаресурсов. В течение двух дней они обсуждали вопросы медийно-информационной грамотности молодежи и самого педагогического сообщества, информационного здоровья общества и информационной гигиены личности, а также рассмотрели роль СМИ в системе информационной безопасности и медиаобразования граждан.

«В условиях глобальной информатизации важнейшей задачей образования становится подготовка молодого поколения к восприятию информации, поступающей по разным каналам, в том числе и через СМИ. Одним из ключевых инструментов ее решения, может стать медиаобразование, в арсенале которого система знаний и навыков по работе с источниками новостей, оценка их качества, достоверности, умение защититься от массового распространения недобросовестных и опасных сообщений», – в своем приветственном слове акцентировала внимание участников Форума министр образования Ольга Васильева.

Однако в настоящее время существенной проблемой педагогического образования в нашей стране является способность в принципе использовать медиаобразование как инструмент формирования гражданских качеств личности, формирования метапредметных компетенций, критического мышления. Школа сегодня не готова работать с такими

понятиями как «критическая автономия личности», «открытая информационная среда», «доступ к информации», «свобода самовыражения», которые являются базовыми в системе медиаобразования граждан. Это притом, что молодой человек сегодня находится в полифонической информационной среде, наполненной мифами, фейками, просто дезинформацией. И неважно, с какой стороны поступают сообщения – с Запада или Востока, от христиан, мусульман, буддистов, представителей различных социальных меньшинств или уверенного в себе большинства – для того, чтобы разобраться в потоке этой информации и найти определенный смысл, необходима медийная и информационная грамотность, которая приобретается в результате медиаобразования. Под таким углом зрения и рассматривались проблемы медийного образования на мартовском Форуме в ведущем российском педагогическом университете.

Как подчеркнул в своем выступлении ректор МПГУ Алексей Лубков, более четверти детей в Российской Федерации проводят в Сети практически круглые сутки. Еще треть имеют симптомы компьютерной зависимости. Нам хорошо известно, какой негативный опыт они получают в информационной среде, если делают это бесконтрольно, неосознанно, в отсутствие надежной медийной навигации. И вопрос информационного медиасопровождения подростков – это не вопрос отдельного педагога или директора какой-то конкретной школы. Это масштабная государственная задача сегодняшнего дня.

Алексей Владимирович также отметил, что российскими медиapedагогами-практиками накоплен богатый опыт работы со школьниками: издание ученических газет и журналов, создание кино- фото- и видеоматериалов, документальных и анимационных фильмов и многое другое. Пока все это делается в школьных студиях и редакциях бессистемно. И сегодня требуется комплексная программа поддержки этой чрезвычайно полезной работы.

В рамках Деловой программы ММФ экспертное сообщество подтвердило, что медиаобразование, являясь профилактикой медийных и информационных рисков у населения, направлено на формирование современных медиакомпетенций, воспитание патриотизма, культурных и нравственных ценностей.

«К сожалению, сегодня среди молодого поколения наблюдается снижение доли непосредственного контакта друг с другом, – обратила внимание участников Форума зав. лабораторией клинической психологии и психотерапии ФГБУ «ФМИЦПН им. В.П. Сербского» Минздрава России Алла Холмогорова. – Из-за этого у подростков обостряется социальная тревожность, мешающая им общаться друг с другом. Она ведет к избеганию живых контактов, ведь гораздо легче общаться в сети, не надо тратить на взаимодействие эмоции, интеллект. Отсутствует тренировка по выработке коммуникативных навыков, и социальная тревожность растет. Вот почему уйти из сети становится все труднее».

В продолжение этой темы профессор НИУ ВШЭ Александр Шариков привел статистические данные о том, что с начала этого года Роскомнадзор выявлял в социальных сетях в день от 20 до 50 групп, которые содержали в себе призывы к суициду. По мнению спикера, более четкое регулирование законодательства в медиасфере поможет побороть это явление.

«Однако проблемы подросткового суицида наблюдались и 10 и 20 лет назад, – напомнил ответственный секретарь Комиссии по вопросам информационного сопровождения государственной национальной политики Совета по межнациональным отношениям при президенте РФ Андрей Худолеев. – Но в наши дни молодежь реализует старую русскую поговорку: «На миру и смерть красна». И вопрос уже не в том, чтобы покончить жизнь самоубийством, а в том, чтобы это показать».

«Основной канал получения информации сегодня, особенно у молодежи, – это интернет. В России почти 50 % пользуются им с мобильных устройств. Это значит доступность информации почти моментальная. Вы у себя статус ВКонтакте поставили, через доли секунд все ваши друзья его увидели. Несколько лет назад мы проводили эксперимент в Томске. У студентки в аккаунте было 4 500 друзей, 200 групп, четыре группы она модерировала сама. Мы математически посчитали: чтобы вся молодежь Томска с ее помощью узнала о социально значимом событии, нужно всего 8 секунд. Однако мы не воспитываем сегодня ни педагогов, ни студентов-журналистов быстрому реагированию», – подтвердил актуальность подготовки профессиональных медиакомпетентных кадров для работы в образовательных организациях А.Н. Худолеев.

«Родители должны понимать, куда уходит их ребенок, что он делает в интернете, в какие игры играет. В интернете появляются технологии, которые вербуют детей или доносят ту информацию, которую им не нужно знать: это экстремистские группы, асоциальные. Мы не понимаем масштаба этого явления, – обозначила родительскую проблему директор Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, проректор МПГУ Татьяна Владимирова. – Информационная безопасность необходима для того, чтобы сохранить российскую идентичность. Так как вместе с отсутствием информационной безопасности разрушается культура и сама жизнь».

На круглых столах Форума эксперты обсудили вопросы: кто сегодня может управлять медиаобразованием; медиаграмотность и медиаобразование – новые подходы к информационно-медийной работе; методика преподавания медиа; неформальное и массовое медиаобразование; использование технологий медиаобразования в школьном и высшем образовании; какие возможности дает нам глобальный опыт медиаобразования для построения интегрированных коммуникаций и педагогических технологий; использование социальных акций в качестве технологии массового медиаобразования и роль общественно-государственного партнерства в повышении медиаграмотности детей и молодежи.

На основании дискуссий, которые состоялись на площадках Форума, принимая во внимание проблемы социализации молодежи в активно развивающемся информационном пространстве, сложность решения задач, стоящих перед педагогическим сообществом в связи с изменением структуры информационных потребностей школьников и студентов, увеличением каналов поступления информации, способов ее переработки и презентации, участники Форума сформулировали предложения в итоговый документ. Резолюция Форума была передана в Министерство образования и науки Российской Федерации для продолжения работы.

Ирина Жилавская,
зав. кафедрой ЮНЕСКО медийно-информационной грамотности
и медиаобразования граждан
Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования
МПГУ, канд. филол. наук.

**РЕЗОЛЮЦИЯ
Международного форума «Медиаобразование
в педагогической сфере:
опыт и новые подходы к управлению»
Москва, МПГУ, 16-17 марта 2017 года**

Мы, участники Международного форума «Медиаобразование в педагогической сфере: опыт и новые подходы к управлению», состоявшегося 16-17 марта 2017 года в Московском педагогическом государственном университете, на основании дискуссий, которые состоялись на площадках Форума, принимая во внимание проблемы социализации молодежи в активно развивающемся информационном пространстве, сложность решения задач, стоящих перед педагогическим сообществом в связи с изменением структуры информационных потребностей школьников и студентов, увеличением каналов поступления информации, способов ее переработки и презентации, ответственность педагогического сообщества за формирование личности молодого человека в соответствии с базовыми гуманистическими идеалами и ценностями в условиях стремительно развивающейся информационной цивилизации, считаем целесообразным:

1. изучить возможности расширения академической и профессиональной мобильности студентов и преподавателей в области медийного и информационного образования;
2. провести работу по формированию перечня совместных исследовательских проектов, учитывающих международный и российский опыт медиаобразования;
3. обратиться в Министерство образования и науки Российской Федерации с предложением разработать Концепцию развития медиа-

- образования в Российской Федерации, включив в нее раздел, связанный с системой подготовки педагогических кадров в области медиаобразования для всех ступеней и уровней общего и педагогического образования;
4. просить Федеральное учебно-методическое объединение по общему образованию принять следующую редакцию п.5 Федерального государственного образовательного стандарта среднего (полного) общего образования в части требований к метапредметным результатам освоения основной образовательной программы: умение использовать медиа как средства коммуникации, информационные и коммуникационные технологии (далее - ИКТ) в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм медиа- и информационной безопасности;
 5. обратить внимание на необходимость при создании программ и учебников по предметам «Русский язык», «Литература», «Информатика», «Основы безопасности жизнедеятельности», «Обществознание», «История», «Технология», «Экология» разработки тематических разделов, посвященных истории медиа, проблемам медиабезопасности, информационной гигиены, медиа-информационной грамотности и т.д.;
 6. всячески способствовать расширению общественно-государственного партнерства в области медиаобразования молодежи, для чего создавать некоммерческие общественные организации, партнерские союзы, советы и другие негосударственные структуры, способствующие повышению уровня медийно-информационной грамотности молодого поколения;
 7. обратиться к Министерству образования и науки Российской Федерации с предложением разработать модуль по медийно-информационной грамотности ФГОС ВО по направлению подготовки Педагогическое образование и ввести его в базовую часть национальных учебных планов;
 8. организовать работу по введению медиаобразовательного профиля во ФГОС общего образования;
 9. поддерживать корпоративные СМИ образовательных организаций как эффективные площадки для развития массового медиаобразования;
 10. рассмотреть возможность создания при МПГУ научно-исследовательского и методического центра по проблемам медиаобразования.

Москва, 16-17 марта 2017 г.

Mass media and society

E.Ya. Dugin

Conflict of generations or communication models? (sociological aspect)

This article is dedicated to the reasons and consequences of the recent youth political meetings based on the analysis of sociological researches. The author believes that sources of the protest behavior of youth lies not only in the traditional generational conflict of "fathers and sons", but in the absence of clear ideology for state development, in neglecting structures of power and management of a dialogue with the society, in conflict of communication models of behavior of the government and society.

Key words: youth political meetings, protest behavior, conflict of generations, dialogue of the government and society, conflict of communication models.

A.M. Tsyganenko

Professional standards for printing industry of Russia

One of the most important aspects for creating the balanced system of labor relations as well as adjusting educational programs to the requests of real sectors of economics shall be implementation of clearly-worded and agreed modern requirements executed as professional standards. Professional standards are important in the processes of forming personnel policies and personnel management, during organization of personnel appraisal, development of position description, establishing labor payment systems, when developing professional educational programs and federal state educational standards.

Key words: professional standard, national qualification framework, field qualification framework, labor function, educational standard, qualification appraisal.

B.P. Pastukhova

Special features of popularization of

liberal arts (based on the examples of print mass media)

Existing practices of popularization of liberal arts are being analyzed in the article. For this purpose a content analysis of the largest universal popular science national journals is carried out

Key words: liberal arts, science journalism, science popularization, problems of scientific journalism, competences

Yu. E. Cheresheva

New knowledge for new technologies

The article draws attention to the fact that nowadays the culture of consuming information among the youth is fundamentally different. Due to this fact a new approach of journalism teaching activity is required in the light of new technological conditions. New knowledge of this activity requires application of so-called longreads

– a new format, which journalists have been experimenting already with, improving various approaches of audience attraction. The new format supposed not only reading-watching-listening but engagement of the audience into this process.

Key words: *teaching activity, log read, format, communication.*

Yu.A. Grigoryev

Thinking of culture and architecture:
what does not come into the view of journalists

There are numerous problems and tasks of culture in the broad meaning for the public of the state. Started at the end of the 80s and 90s of the last century changes in political, economic and cultural fields ultimately have led to slavish imitation of the West and have been aimed at implementation of aggressive anti-culture.

Key words: *architecture, living environment, provision of amenities.*

M.A. Sizemin

Information and psychological support for the operations
of the Russian HQs in Syrian Arab Republic

The article presents an analyses of the psychological warfare during Syrian conflict, since the beginning of Russian military air-force operation.

Key words: *information and psychological defense, Syrian military conflict, Russian military air-force operation.*

Sociology of mass communications

L.G. Svitich, O.V. Smirnova, M.V. Shkondin

Media publicity of regional areas: system aspects
(Based on the materials of sociological research)

The article deals with the publicity as a system quality, integrative result of regional media environment functioning. Special attention is being paid to representation of publicity of various social spaces as a factor of optimization of information relations in the public system. The work contains the results of sociological research carried out in small and middle cities of Russia, where characteristics of newspapers facilitating demonstration of publicity of regional social spaces are being analyzed.

Key words: *publicity, media publicity, newspapers of middle and small cities, media picture, media content, media text, thematic structure, problems of newspapers.*

A.Yu. Kazakova

Mass communication as a source of living deprivation:
qualitative-quantitative analysis of the impact

Nowadays leaders including heads of states and scientists around the world are

Summary

Key words: *economy, economics, GDP, classical and neoliberal approach, degradation, new system of indicators of social and economic dynamics. This article deals with the role of mass communication in negativization of the image of home living space and reduction of social well-being of population, not satisfied with their living conditions. Effects of the impact of mass communication within the conditions of existence of living deprivation and its absence are described based on the empiric material of the qualitative research (testing advertisement materials) carried out by the author in 2009, and the quantitative analysis of statistical data on distribution of indicators of the quality of living conditions among the regions of the Russian Federation and covering mass communication channels carried out by the author in 2016; a regression model determining significance of the factor of this impact is being built.*

Key words: *Living conditions, satisfaction, deprivation, cultural and consuming standard, mass communication impact.*

K.A. Tarasov

The Problem of entertainment violence in movies

The issue of “entertainment violence” (Astrid Lindgren) in the world and Russian cinema communication is being considered in this article. Demonstration of violence over a human for the purposes of public entertainment that came into everyday cultural practices of growing generations of Russia during the post-soviet period and its impact is being considered as a sociocultural problem, which is worth serious attention of science and social regulation practice. Necessity of referring to the world experience of studying and regulating these processes is being noted. Russian science has not weigh in on yet. Required institutes and practices of social regulation of entertainment violence impact have not gained proper development. These problems are to be solved.

Key words: *mass cinema, Hollywood, commerce, entertainment violence, public, growing generations, communication, violence images impact, moral concern, Convention on the Rights of the Child, esthetics, sociology, social regulation.*

History of journalism

A.V. Cherniak

Dedicated to the 100th anniversary of the February and October revolutions in Russia

Journalism in the 1917th. From February to October (the second article)

Publishing is a mirror of our live. Acquaintance with newspaper publications of 1917 proves it one more time. Analyzing them, the author follows the events from February to October. Relations of the Provisional Government and Soviets are being comprehended, there are being considered deep reasons of the fail of the Provisional

Government, the February revolution evolving into the October revolution, actions of political parties during this period and the role of publishing in revolutions.

Key words: *1917, publishing after February, July days; duality of power, conflicts of the Provisional Government and Soviets, power crisis.*

Conferences

MEDIA EDUCATION AS A PREVENTIVE MEASURE OF INFORMATION RISKS

The problems of implementation of media education into the Russian education system have been discussed in the Moscow State University of Education.

Журнал «Журналист. Социальные коммуникации» зарегистрирован
Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-66931
от 22 августа 2016 года

Учредитель: Автономная некоммерческая организация
«Институт региональной журналистики»

Главный редактор Черняк А.В.
Адрес редакции: 119019, г. Москва, Никитский бульвар, дом 8-а, стр.1,
Центральный Дом журналиста, офис 305

e-mail: journalist-vak@yandex.ru
Тел. (499) 152-88-71, доб. 421 или +7 910 436 05 92

Ответственный секретарь: Антоновская Ю.Н.
Оформление: Колышев Е.В.
Верстка, корректура: Антоновская Ю.Н.
Подписано в печать .12.07.2017
Формат 70x108/16
печатных листов
Тираж 560 экз.
Заказ №

Отпечатано в ФГУП Издательство «Известия»
Управления делами Президента РФ
127994, Москва, Пушкинская пл., 5

При использовании материалов ссылка на журнал
«Журналист. Социальные коммуникации» обязательна.

ISSN 2221-6073



9 772221 607771 >