

ЖУРНАЛИСТ СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
издается с 2011 г.

№ 2 (38) 2020

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, За-
служенный работник культуры РФ (Журналистика)**

Экспертный совет журнала

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

Валовая Мария Дмитриевна – профессор, доктор экономических наук, про-
фессор, кандидат филологических наук, советник ректора Российского экономи-
ческого университета имени Г.В. Плеханова.

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

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

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

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

Доктору Гилберт – доктор философии (США).

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

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

Ибраева Галлия Джумсудовна – доктор филологических наук, профессор фа-
культета журналистики Казахского национального педуниверситета имени Абая
(Республика Казахстан, Астана).

Коновалова Ольга Васильевна – профессор, доктор филологических наук,
профессор кафедры политологии и этнополитики Южно-Российского института-

Редакционный совет журнала

филиала РАНХ и ГС при Президенте Российской Федерации (Ростов на Дону).

Клинцевич 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.

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

Самусевич Ольга Михайловна – доцент, кандидат филологических наук, декан факультета журналистики Белорусского государственного университета.

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.

Умановский Вячеслав Владленович – кандидат педагогических наук, ректор ФБГОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», секретарь Союза журналистов России.

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 ПР 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

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».

Редакционный совет журнала

Играев Борис Анатольевич – доцент, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой журналистики Тульского государственного университета.

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

75 лет Великой Победы

Р.Д. Гусейнов

Помнить всё! Политическая элита Запада пытается переписать историю, втягивая свои страны в войны памяти с Россией.....5

А.П. Данилов, В.П. Комиссаров

Перестройка прессы Чувашии на военный лад. 1941-1945 гг.....21

Л.А. Речицкий

Тема Великой Отечественной войны в региональной историографии: новые темы и направления.....36

Теория и практика современных СМИ

Кравцов В.В.

Методы манипуляций общественным мнением на российском телевидении51

А.А. Фомин

Законопроект о противодействии дезинформации: новое ограничение деятельности журналистов на Украине.....61

В.И. Штепа, Б.П. Пастухова

Подходы к популяризации науки. Сравнительный функционально-стилистический анализ журнальных текстов.....75

СМИ и общество

Е.Я. Дугин

Доверие российским медиа в эпоху «постправды»72

А.В. Черняк

Чьё слово весомее?101

Социология массовых коммуникаций

Л.А. Коханова, Т.С. Алексеева, С.Б. Головки, Ю.Е. Черешнева

Анализ медийных факторов в освещении вооруженных конфликтов.....121

Медиаобразование

В.М. Таллер, Е.Н. Новицкая

К вопросу о развитии комплекса компетенций конкурентоспособного специалиста в условиях информационной радиации.....143

Аннотации к статьям номера (на английском языке).....155

УДК 327

УДК 32.019.51; 32.019.57

Помнить всё!

Политическая элита Запада пытается переписать историю, втягивая свои страны в войны памяти с Россией

*Р.Д. Гусейнов, кандидат исторических наук, секретарь Союза журналистов России;
e-mail: guseinov-rd@mail.ru*

В жизни каждого народа есть такие события, которые исторически определяют будущее на много лет вперед. Может быть навсегда. Для француза - это день взятия Бастилии, для американца – дата принятия Конституции, для граждан Великобритании, Японии – коронация монарха. Для русского человека, так уж получилось, очень многие исторические события связаны с кровью, жертвами. В новой истории – это революции 1905 и 1917 года, гражданская война. В новейшей – распад СССР, рождение новой России. Но для многих молодых россиян драматические события 1991-1993 годов, потрясшие и изменившие страну, всего лишь страничка из учебника истории, к тому же, переписанная несколько раз за последнее время. А вот 22 июня 1941 года помнят все.

Ключевые слова: исторические мародёры, манипулирование, еврейские политические организации, польский вопрос, пенитенциарная система, роковая конференция, главные державы, пропагандистская война.

Несколько лет назад во время дискуссии с украинскими коллегами, один из них небрежно бросил в наш адрес: «А что из истории СССР осталось в памяти русских, чем вы можете гордиться? Разве что бренд «Великая Отечественная». Меня немного задели эти слова, сказанные в запальчивости, но тогда же я подумал: коллега в чем-то прав. Как ни старались вытравить из сознания многих народов после войны память об этой победе, как ни усердствуют в последние годы на этом поприще не только зарубежные, но и некоторые российские политики и историки, трудно замолчать и невозможно забыть, как мы воевали и какой ценой победили.

Самая страшная война в мировой истории до сих пор остается пред-

метом ожесточенных споров. В последние годы стали активно общаться и обмениваться ранее закрытыми данными российские, европейские, американские и японские историки. Казалось бы, правду о причинах Второй мировой войны, ее ходе, победах и поражениях, героях и предателях, о закулисных интригах лидеров великих держав можно выстроить в понятную всем логическую картину. Но, если желающие переписать историю раньше находились на Западе, то сегодня это охотно делают уже на Украине, в Грузии, в Прибалтике, Польше. Таких людей с уверенностью можно назвать историческими мародерами.

Такое вот негритянство...

В знаменитом романе «Буранный полустанок» Чингиз Айтматов приводит древнюю легенду, как попавшего в рабство пленника кочевые племена жуаньжуанов путем изуверских манипуляций лишали памяти, превращая в манкурта. «Куда легче снять пленному голову или причинить любой другой вред для устрашения духа, нежели отбить человеку память, разрушить в нем разум, вырвать корни того, что пребывает с человеком до последнего вздоха, оставаясь его единственным обретением, уходящим вместе с ним и недоступным для других. Но кочевые жуаньжуаны, вынесшие из своей крошечной истории самый жестокий вид варварства, посягнули и на эту сокровенную суть человека. Они нашли способ отнимать у рабов их живую память, нанося тем самым человеческой натуре самое тяжкое из всех мыслимых и немыслимых злодеяний».

У человека можно отнять жилище, лишить его состояния, близких людей, отобрать имущество и даже жизнь. Сложнее всего это сделать с его памятью, не применяя физического насилия. Современные манипуляторы общественным сознанием не оригинальны, выбирая в качестве своих целей наиболее значимые для россиян, многих граждан постсоветского пространства исторические ценности. Это события, отложившиеся в памяти как часть нашего прошлого, которым стоит гордиться, напоминать об этом новым поколениям. В настоящее время итоги Второй мировой войны становятся предметом наиболее ожесточенных дискуссий и фальсификаций.

Исторически складывается так, что страны-соседи редко живут мирно. Помимо географической близости их связывают, как правило, общая история, культура, язык, ментальность. Нередко соседи когда-то были частью одного государства, разделившегося в силу ряда причин. Споры между ними ведутся разные и, если доходит до территориальных разногласий, могут заговорить и пушки. Серьезное противостояние России и Польши в последние несколько лет носит, в основном, идеологический характер и пушки здесь, уверен, не пригодятся. А вот отношения между людьми, народами такое противостояние заметно осложняет, омрачает и без того непростую обстановку в современной

Европе. Нередко бывая в Польше, не могу сказать, что поляки настроены враждебно по отношению к россиянам, но политическая элита наших соседей пытается переписать историю, втягивая свою страну в войны памяти с Россией. Именно официальная Варшава является заводилой многих антироссийских акций. Неслыханными в истории наших отношений являются открытые оскорбления руководителей России со стороны польских СМИ, а нередко и из уст официальных лиц. При этом польские политики подчеркивают свою самостоятельность, отрицают, что тезисы для подобных заявлений пишут не в Варшаве. Иногда личные беседы польских чиновников становятся известными общественности, и тогда бывает стыдно за политиков страны, которую они сами считают «интеллектуальным центром Европы».

Говорят, язык дипломату дан, чтобы скрывать свои мысли. Но к польскому МИДу это неписанное правило не имеет отношения. Несколько лет назад работавший тогда министром иностранных дел страны Радослав Сикорский, не думая, что его прослушивают, высказал собеседнику свою точку зрения на отношения его страны с США. Цитата уже публично озвучена, поэтому прошу прощения за то, что я ее приведу: «Это дерьмо, мы перессоримся с немцами и французами, так как мы отсасываем у американцев, как последние фраера. Проблема Польши в том, что у нас дешевая национальная гордость и низкая самооценка. Такое вот негритянство»¹. Не станем спорить с бывшим министром, ему виднее, перед какой страной в коленно-локтевую позу стремятся поставить Польшу некоторые ее политики.

Поляки не только наши соседи на протяжении многих столетий. Не так давно два народа были частью одной империи. Речь Посполитая как самостоятельное государство перестала фактически существовать в 1767 году. Николай I в 1829 году был коронован в варшавском дворце как Царь Польский. К слову, во время коронации была использована корона Анны Иоанновны, которую и сегодня можно увидеть в Оружейной палате Московского Кремля. Своих корон к тому времени у поляков не было. В 1795 году по приказу Фридриха Вильгельма III все короны Королевства Польского были вывезены в Пруссию и уничтожены. В составе России полякам, другим народам Царства Польского жилось не так уж плохо. Так, несмотря на то, что евреи в Польше жили, как и везде в России, соблюдая черту оседлости, никаких религиозных притеснений не испытывали. В первую очередь это относилось к ортодоксальным иудеям, традиционно населявшим некоторые провинции Царства Польского. Более того, именно после вхождения в состав России в Царстве Польском стали появляться еврейские политические организации: консервативной, социалистической, сионистской направленности. Показательным является и тот факт, что к моменту восстановления независимости Польши в результате распада Российской империи, в

¹ Комсомольская правда. 2014. 22 июня.

ней проживало более трех миллионов евреев, что являлось одной из крупнейших популяций в мире. Не случайно и население Польши в те годы в целом начало расти. Имперская мощь России впервые сделала безопасными границы Польши на много лет вперед. Показательной мне видится история с наследником русского престола Великим князем Константином Павловичем. Увлечшись польской красавицей Жанеттой Грудзинской, он отрекся от престола, предпочитая проживание в веселой Варшаве интригам императорского двора в сумрачном Петербурге. Как известно, этот шаг привел к внутривосточному кризису в стране и восстанию декабристов.

После Первой мировой войны Польша обрела независимость и, воспользовавшись смутой и Гражданской войной в России, спешно принялась претендовать на восстановление своих прежних границ. Советская Россия была вовлечена в войну с Польшей и потерпела поражение. К Польше отошли Западная Украина и Западная Белоруссия, а в плен попали по самым приблизительным подсчетам около 200 тысяч граждан Российской империи. Именно в польских концлагерях в 1920-е годы советских военнопленных подвергали отсеву, расстреливая на месте коммунистов, комсостав, комиссаров, евреев. Вам это ничего не напоминает из недавнего прошлого? Военный историк генерал-майор Виктор Филатов одним из первых поднял вопрос о массовой гибели бойцов Красной армии в польском плену. Он приводил данные о том, что любимым занятием в некоторых из таких лагерей было ставить связанных пленных красноармейцев на плацу, чтобы польские кавалеристы, которые называли себя «лучшими в Европе», на полном скаку учились «разваливать человека до пояса» ударом шашки. В целом в польских концлагерях погибло более 60 тысяч российских, украинских и белорусских узников. За гибель этих людей, которые содержались в нечеловеческих условиях, нынешние польские руководители с себя ответственность снимают.

Упрекая Советский Союз в сотрудничестве с нацистами перед Второй мировой войной, в Польше предпочитают не вспоминать страницы собственной истории. Давайте мы им это напомним. Маршал Юзеф Пилсудский, ставший в 1918 году «начальником государства Польского» (именно так называлась официально его должность), носил прозвище «Комендант». Ненавистник России с юных лет, Пилсудский проходил по документам Варшавского охранного отделения как «исключительный специалист по организации ограблений поездов, банков, почтовых отделений, а равно террористических актов». Впрочем, этим он не особенно отличался от боевиков большевистской партии: Сталина, Камо, Красина. Пилсудский, по существу, оставался «начальником Польши» до своей смерти в 1935 году, даже не занимая в последние годы жизни официальных постов. Именно при нем концлагеря стали основой пенитенциарной системы страны. Чтобы закончить с характеристикой этого

человека, ныне признанного в Польше национальным героем, скажем, что именно он был одним из главных союзников Гитлера в предвоенной Европе.

Как-то находясь в Польше, я смотрел в гостиничном номере варшавского отеля документальный фильм о начале Второй мировой войны. Польский телеканал трижды за четверть часа показал совместное прохождение подразделений РККА и Вермахта в 1939 году в Бресте, который передавался под контроль СССР. И об этом авторы фильма постоянно напоминали. Но об откровенно пронацистской политике правящих кругов Польши в канун войны почему-то говорить не любят. Министр иностранных дел предвоенной Польши Юзеф Бек, которого часто сейчас вспоминают, держал в своем официальном кабинете портрет Гитлера, которому он поклонялся. Пилсудский был частым гостем нацистских бонз, есть немало снимков, где он позирует рядом с Геббельсом, Риббентропом. На его похороны в Варшаву лично прибыл второй человек в Рейхе Герман Геринг, который шел за гробом в первом ряду рядом с вдовой покойного диктатора. Он же на панихиде сказал проникновенные слова о своем польском соратнике. Более того, Адольф Гитлер объявил в Рейхе всенародный траур и в специальной телеграмме вдове покойного написал: «Образ умершего я навечно сохраню в своей памяти». В 1939 году, когда гитлеровские танки рвали в клочья мостовые Варшавы, в Кракове, у могилы Пилсудского, оккупанты установили почетный караул. Обо всем этом польские школьники и студенты в своих учебниках не прочитают.

Польский преферанс

Вторая мировая война принесла много примеров мужества и самоотверженности союзников, победивших нацизм. В ряду тех, кто сражался с гитлеровцами, немало граждан Польши. Будем об этом помнить. Но не будем забывать и о тех, кто в этой войне изменил присяге, кто сотрудничал с нацистами.

Правда о гражданах Советского Союза, воевавших на стороне Гитлера, сказана в нашей стране полностью и с исчерпывающей откровенностью. Вышли документальные труды, сняты фильмы, написаны диссертации о грузинах, армянах, служивших на стороне нацистов, появились обширные исследования о туркестанских, мусульманских подразделениях Вермахта и СС, подробно рассказано о боевых частях с участием украинских и белорусских коллаборационистов, прибалтийских дивизиях Гитлера. Совсем недавно были практически полностью раскрыты архивы власовского движения. Солидный трехтомник, куда вошли тысячи документов, исчерпал эту тему. Почему же именно нас польские руководители упрекают в искажении прошлого? Разве мы сегодня прячем страницы из собственной истории, которые замалчивались много лет?

По итогам Второй мировой войны одной из самых острых тем в спорах союзников стал так называемый «польский вопрос». В числе других

он обсуждался в Ялте. Советское правительство настаивало, чтобы встреча держав-победительниц в начале 1945 года прошла в СССР. Известно высказывание Сталина, что в Шотландию, где предлагали организовать встречу англичане, он не поедет, так как некомфортно себя чувствует в компании мужчин в юбках. Согласно протоколам Ялтинской конференции и воспоминаниям участников, лидеры союзных государств больше всего времени уделили обсуждению будущих границ польского государства. Для Рузвельта весьма важны были голоса почти пяти миллионов польских избирателей в США. Черчилль полагал, что традиционные связи Великобритании и Польши дают ему право диктовать, кто будет возглавлять страну. Напомним, что всю войну польское «правительство в изгнании» просидело в Лондоне. Аргументы Сталина были посильнее: к тому времени Польшу освободила Красная армия и это давало право именно ему предлагать решения, которые устраивали Советский Союз. В Москве категорически не принимали вариант, при котором эмигранты из Лондона возглавили бы новый кабинет, управляли страной. Была известна и враждебная позиция Армии Крайовой, которая управлялась из Лондона, к СССР. Около трехсот(!) советских солдат и офицеров было убито к тому времени в Польше в результате терактов со стороны польских националистов. И это происходило в стране, которую только что освободили от нацистов именно советские вооруженные силы.

Вот что говорил советский руководитель в Ялте: «На протяжении истории Польша всегда была коридором, через который проходил враг, нападающий на Россию... Польский коридор не может быть закрыт механически извне только русскими силами. Он может быть надежно закрыт только изнутри собственными силами Польши. А для этого нужно, чтобы Польша была сильна. Вот почему Советский Союз заинтересован в создании мощной, свободной и независимой Польши. Вопрос о Польше – это вопрос жизни и смерти для Советского государства»¹. Будучи прагматиками и Рузвельт, и Черчилль уступили Сталину. Была отвергнута и идея о проведении выборов в Польше под международным контролем. Сталин при этом не без иронии заметил, что поляки – это великий народ, слишком гордый, чтобы согласиться на то, чтобы кто-то надзирал за их выборами.

Современные польские историки и политики нередко называют Ялту «символом зла», «роковой конференцией». Постоянно напоминают о том, что Польша «потеряла Западную Украину и Западную Белоруссию», но «забывают» о приобретении солидной компенсации в виде немецких территорий на западной границе. Кстати, о передаче СССР части ее в прошлом российских территорий договорились не в Ялте, а в Тегеране, но не предавали гласности эти решения. Исторически поляки весьма чувствительны к разного рода внешним признакам, протоколу и постоянно подчеркивают свою европейскую значимость. В данном

¹ Громыко А.А. Памятное. Новые горизонты. Книга 1. М.:1990. С. 67.

случае обидным для них стало, что в Ялту они не были приглашены. Но Польша не входила в число главных держав, победивших нацистскую Германию. Не было в Ялте и де Голля, хотя вклад французов в общую победу был гораздо более значительным, чем у поляков. Можно предполагать, что тот же Черчилль, обсуждая «польский вопрос», стремился его решить так, как это было выгодно Британской империи, а не как это хотелось бы эмигрантскому правительству Польши. В Варшаве и сегодня слышны упреки в адрес западных союзников, дескать, «Польшу сдали в Ялте Сталину». Однако все соглашения в Ялте являются результатом компромиссов. Некоторые из них кажутся сегодня спорными. Но это большая политика, где очень мало сантиментов и очень много целесообразности. Нет сомнений и в том, что Черчиллю поднадоели самовлюбленные польские эмигранты, просидевшие всю войну на английских харчах и погрязшие в спорах и интригах между собой. Да и репутация многих польских политиков, неудачно разыгравших перед войной нацистскую карту, была подпорченной, прежде всего в глазах собственного народа.

Важно сказать, что Советское правительство имело принципиальные представления о том, как должны были складываться границы в Восточной Европе, откуда к нам пришла не одна война. Речь шла о том, что на западных границах страны должен быть создан пояс дружественных СССР государств. Один из руководителей советской внешней разведки в те годы генерал Павел Судоплатов позже вспоминал: «Нам было известно, что ни у американцев, ни у англичан нет четкой политики в отношении послевоенного будущего стран Восточной Европы. У союзников не существовало ни согласованности в этом вопросе, ни специальной программы. Все, чего они хотели, - это вернуть к власти в Польше и Чехословакии правительства, находившиеся в изгнании в Лондоне»¹.

Наиболее болезненной темой в отношениях двух стран остается Катынь. Сегодня можно с уверенностью сказать, что это одна из наиболее исследованных страниц Второй мировой войны. Михаил Горбачев, Борис Ельцин, Владимир Путин приносили извинения польскому народу. Известны все виновные, в том числе почти все палачи названы поименно. Что еще ждут от нас в Польше? Несколько лет назад, сопровождая, как журналист, делегацию Совета Федерации России в Польшу, я не раз слышал, как польские официальные лица настойчиво возвращались к теме покаяния. Создается впечатление, что извиняться и каяться должен каждый россиянин, попавший в эту страну, пусть даже проездом. Писатель Виктор Ерофеев, хорошо знающий Польшу и связанный с ней семейными узами, писал: «Катынь, конечно, больше, чем Катынь. Поляки, безусловно, переживают эту беду, но и используют ее в своих

¹ Судоплатов А.П. Тайная жизнь генерала Судоплатова. Правда и вымыслы о моем отце. Кн. 1. М.: Изд-во Современник, Олма Пресс. 1998. С. 175.

целях для создания образа врага и, в конечном счете, для самоутверждения, вплоть до ощущения своей болезненной исключительности»¹. И это слова человека, относящегося к Польше и ее народу с симпатией и уважением.

Многим памятна историческая фраза Штирлица-Мюллеру: «Я не люблю, когда меня держат за болвана в старом польском преферансе». Знатоки этой карточной игры вам пояснят, что если в преферанс играть не втроем, как полагается, а вдвоем, то необходим третий условный партнер, которого принято называть «болваном». Ему сдают карты, хотя в игре он не участвует, «пасует». В пропагандистской войне, которая ведется против России, польской политической элите уготована роль болванов. Без всяких кавычек. И они эту роль заслужили, превратившись в безропотных вассалов США. Чего уж тут дипломатничать!

Нужен ли памятник генералу Власову?

В любой пропагандистской полемике важен оперативный и жесткий ответ любой лжи, инсинуации. Это как в настоящей войне: побеждает тот, кто успел выстрелить первым. Наше государство не всегда адекватно реагирует на прямые оскорбления памяти павших и еще живых ветеранов, исходящие от отечественных псевдоисториков, коллег-журналистов, людей, разыгрывающих «патриотическую» карту в политических целях.

Готовя эту статью, специально обошел несколько крупных книжных магазинов Москвы. Прилавки завалены прекрасно изданными книгами и альбомами о различных подразделениях Вермахта: пехота, авиация, танковые войска, артиллерия. Подробно описывается боевой путь гитлеровских армий, дивизий, и даже полков. Немало изданий об СС, гестапо, Абвере, политической разведке Третьего рейха. Широко представлена литература биографического характера: Геринг, Гиммлер, Геббельс, Канарис, Кейтель. Подробно описывают свои битвы и победы отсидевшие и выжившие Гудериан, Манштейн, Гот, Шпеер, Гальдер. Может создаться впечатление, что в этой войне победителями были нацисты, а преступник только один – Гитлер. Все остальные нацистские генералы всего лишь выполняли долг и были верны присяге. Разумеется, больше всего жизнеописаний Гитлера. Продавец-консультант, заметив мой интерес, предложила свою помощь, заметив, что занимать несколько полок подряд Гитлером не очень правильно, поэтому «фюрера разложили по разным углам». Разложенный по «разным углам» Гитлер выглядел весьма солидно. Здесь были представлены не только его политические взгляды, но и военные доктрины, отношения с соратниками, беседы за обеденным столом, история жизни, интимные связи. Отдельно стоят воспоминания его охранников, адъютантов, садовников, секретарш, дантистов, шоферов и садовников. Мемуары

¹ Независимая газета. 2010. 19 апреля.

Жукова, Рокоссовского, Конева, Соколовского смотрятся на этом фоне достаточно скромно, как количественно, так и по полиграфии. Зато любители чтить историю войны узнают из книг невозвращенца Резуна-Суворова. Замечу, что крупные западные историки, работающие по этой теме, к его «трудам», написанным в «содружестве» с английскими спецслужбами, относятся достаточно брезгливо. У нас же Резуна обильно издают, цитируют. Хотел бы сказать, что к трудам серьезных западных историков, даже если у них свое видение процессов, протекавших в канун и во время Второй мировой войны, отношусь с уважением. Такие книги тоже встречаются. Это труды Э.Бивора «Вторая мировая война» и «Сталинград», Й. Кершоу «Конец Германии Гитлера», Л.Риса «Нацисты: предостережение истории», И.Феста «Гитлер. Биография. Триумф и падение в бездну». Отдельно хотел бы выделить блестящее исследование английского военного историка сэра Ричарда Эванса об истории и корнях гитлеровского режима. Критики оценивают его трехтомник как «подробную инвентаризацию безумия в одной империи». Очень интересными являются воспоминания американского журналиста Уильяма Ширера, переведенные и изданные недавно в Москве. Ширер, работая в предвоенном Берлине, был свидетелем многих событий, происходящих в Германии, и смог проникательно вскрыть идейные корни нацизма. С автором этих воспоминаний я был знаком, общался с ним в США и знал о том, что Ширер мечтал об издании его книг в Москве.

Но эта литература издается редко, небольшими тиражами и, скажем откровенно, рассчитана на серьезного, подготовленного читателя. А благодаря книгам Резуна, который не особенно стесняясь повторяет цитаты Геббельса, появляются публикации о том, что войну развязал Советский Союз, а его солдаты мародерствовали, убивали стариков и насиловали женщин в освобожденной Европе. Резун поднимает на щит генерала Власова как «настоящего патриота России». В этом у него нашлись помощники и в нашей стране. Бывший мэр Москвы Гавриил Попов написал книгу, в которой предложил поставить Власову памятник в Москве, назвав генерал-предателя «предтечей демократического движения в России» и утверждая, что «мы живем в государстве, построенном по заветам Власова»¹. Замечу, что во многих европейских государствах сам факт восхваления нацистских приспешников, пропаганда их идей вызывает резкую реакцию не только общества, но и прокуратуры. У нас же можно публично сравнивать СМЕРШ и СС, писать и говорить о том, что Ленинград, дескать, надо было сдать немцам, а не мучать соотечественников блокадой, называть «мясником» маршала Победы Георгия Жукова.

Несколько лет назад ныне покойный писатель-фронтовик Даниил Гранин выступил в немецком Бундестаге. Вот его слова: «Рискну сказать, что до сентября 1941-го года мы были разоружены - не в смысле

¹ Попов Г.Х. Вызываю дух генерала Власова. М.: Издательский дом Международного университета в Москве. 2008.

техники, с которой все обстояло из рук вон плохо, а в смысле недостатка этой самой ненависти. О фашизме не было адекватного представления. Советский Союз мог быть сколь угодно жесток, но до таких степеней расчеловечивания не доходил. Я склонен думать, что судьба войны решилась в первую зиму – когда не пустили немцев к Москве и когда выстоял Ленинград. Потому что потеря Москвы и Ленинграда даже притом, что оставались еще огромный Урал и вся Сибирь – была бы смертельна»¹.

В рамках дискуссии о том, надо ли было оборонять Ленинград, обрекая город и его жителей на муки голода и холода, хотелось бы напомнить тем, кто призывал «сдать город и спасти людей», что Гитлер мог бы взять Ленинград, если бы сильно захотел. Но ему не нравилась идея кормить три миллиона горожан. Сохранились документальные подтверждения нацистских планов: водная гладь на месте двух крупнейших городов Европы – Москвы и Ленинграда. Русским и другим народам СССР, но в первую очередь именно русским, было уготовано массовое уничтожение или роль рабов. Поэтому наши деды и родители боролись за свое физическое существование, за право свободно жить на своей земле. Не призываю к единомыслию в выводах и трактовке нашей непростой истории. Просто предлагаю не трогать эти темы не совсем чистыми руками.

В некоторых странах стремление украсть нашу общую победу, унижить советского, русского солдата принимает форму государственной политики. В Польше, на Украине, в Прибалтике функционируют не первый год так называемые Институты национальной памяти. «Память» эта очень короткая и избирательная. Она не помнит прибалтийских дивизий Гитлера, бандеровских банд, польских националистов, сотрудничавших с нацистами в массовом уничтожении евреев. Институты национальной памяти, выполняя госзаказ, ориентированы однозначно на фальсификацию и переписывание истории. Именно в этих центрах вот уже несколько десятилетий терпеливо и настойчиво готовили базу для фальсификации истории Второй мировой войны. Варшавский центр находился под контролем покойного президента Качиньского. В Киеве этот институт был создан по образцу польского, финансируется из госбюджета как десять (!) академических. Музеи «советской оккупации» работают в Тбилиси, Вильнюсе.

В литовской столице я побывал в этом музее по приглашению руководителя местного телевидения. Любезный директор музея лично нас сопровождал и давал пояснения. Музей находится в бывшем здании НКВД, здесь впечатляюще воссоздана система репрессий сталинского режима, включая расстрельный подвал. Когда же я поинтересовался, а кто здесь квартировал в период нацистской оккупации, ответ был ожидаем – гестапо. Но ни одного экспоната об этом в экспозициях вы не

¹ Новая газета. 2014. 12 февраля.

увидите. Директор нам туманно объяснил, что «работа над этим разделом продолжается». Остается предположить, что костоломы Мюллера читали здесь заключенным стихи Гёте или исполняли Баха на клавесине. Перед пражским музеем оккупации я видел небольшую очередь школьников, которых сюда привезли на экскурсию. Реклама музея известна в чешской столице – это олимпийский Мишка с автоматом Калашникова и зверски оскаленной мордой. С такими автоматами освобождали столицу Чехии в мае 1945 года советские солдаты. 12 тысяч из них и сегодня лежат в этой земле.

Западные СМИ, пропагандистские центры ведут беспощадную «психологическую войну» против России. Украина становится в этой войне разменной монетой. Используются известные по классическим учебникам методы идеологических диверсий со всеми вытекающими из этого последствиями. Ставки в этой войне нешуточные. Ведь речь идет не только о будущем Украины, но и том, что останется в памяти двух народов, когда военная стадия конфликта на востоке Украины отойдет в прошлое. Результатом этой «психологической войны» будут и изменения сложившихся за последние годы ценностных установок во взаимоотношениях Европы, США, России, Украины. И эти изменения уже происходят.

Все войны вокруг территорий начинаются с психологической обработки своего и враждебного населения. Обывателю объясняют, что земля, на которой родились и выросли несколько поколений предков, на самом деле его временно приютила, говорить на своем родном языке ему не положено, и чем быстрее он это поймет, тем будет лучше для его же здоровья.

Так действовали нацисты, перед вторжением последовательно обрабатывая население Чехословакии, Польши, Австрии, других стран. Так же сильно эта нацистская пропаганда влияла и на самих немцев, создавая в их глазах образ польских, советских, еврейских «недочеловеков», обладающих всеми известными в мире пороками и недостойных жить рядом с высшей расой.

Геббельс, надо признать, был умелым пропагандистом. Он владел знаниями в области человеческой психологии, очень хорошо знал менталитет, настроения и образ мысли немцев, выстроил гигантскую машину пропаганды и успешно манипулировал соотечественниками до последних дней войны. В конечном счете, это закончилось самой большой катастрофой в истории немецкого народа.

Войны памяти на постсоветском пространстве начались с распадом страны. Когда-то мирно проживавшие в одной стране народы, начали выяснять на повышенных тонах, кто и кого все эти годы притеснял, обирал и обманывал, кто чью икру ел и сало нарезал, кто мандарин собирал, и кто нефть добывал. Одним из самых ярких националистов, сразу взявшихся переписывать историю, был президент Грузии Зви-

ад Гамсахурдиа. Общаясь с ним лично, я не мог себе представить как высокообразованный человек, писатель, переводчик Шекспира, Шелли может так относиться к своим согражданам негрузинской национальности. Именно из-за политики Гамсахурдиа в обнищавшей Грузии резко обострились национальные проблемы. Это привело к тому, что страна стала распадаться на глазах. В первую очередь этому способствовали крайне резкие заявления и действия Гамсахурдиа. Поднимая вопрос о «чистоте нации», он не мог не понимать, что это повлечет за собой этнические чистки. Гамсахурдиа как президент способствовал откровенному переписыванию истории, особенно в той ее части, которая касалась отношений с Россией, вхождения Грузии в состав империи. Маргинальная часть общества поняла его призывы как сигнал к погромам, изгнанию «чужих». При этом чужими в один день стали все граждане страны негрузинской национальности. Цитируем только некоторые из заявлений Гамсахурдиа, чудовищных для политика конца XX века. «Мы в раздумье, как спасти Кахетию? Тут татарство поднимает голову, там – армянство, а там еще осетинство, и они вот-вот проглотят Кахетию. Сила на нашей стороне, грузинская нация с нами, и мы расправимся со всеми предателями и всех этих врагов, приютивших тут злых негрузин, выгоним из Грузии». «Армяне и азербайджанцы, составляющие вместе 20 процентов населения Грузии – это угроза грузинской нации. Большинство из них – враги».

Подробно цитирую эти высказывания еще и потому, что сегодня из Тбилиси нередко слышны голоса о «происках России», расчленяющей грузинское государство. Важно понять, что именно при «демократе» Гамсахурдиа началось отторжение Южной Осетии и Абхазии от Грузии. При Гамсахурдиа в Грузии вполне серьезно обсуждали необходимость довести процентный состав грузин в государстве до 95 процентов. В этой связи предлагалась целая система репатриаций, включающая в себя вывоз «иностранцев» и ввоз грузин, живущих за пределами республики. Очень часто по отношению к «чуждым» народам Гамсахурдиа употреблял термин «размножение», как будто речь шла не о людях, сотни лет живущих на этой земле, а о тараканах. Кстати, любил это словечко использовать и Гитлер, когда рассуждал о будущей судьбе славян. Не случайно после таких высказываний Гамсахурдиа стали называть «первым фюрером грузинского рейха».

Антироссийская пропаганда, извращение исторического пути двух народов – российского и украинского началось задолго до событий 2014 года в Крыму и на Донбассе. Сегодня, когда приходится вступать в дискуссии с украинскими коллегами, я спрашиваю у них: «Вы можете показать мне российскую книгу, фильм, статью, где бы автор глумился, унижал, оскорблял Украину, ее народ». Даже сейчас, когда конфликт на Украине приобрел зловещие смертельные очертания, российские СМИ, уже потерявшие коллег, погибших от рук украинской

армии, сохраняют в целом взвешенный тон, не опускаются до грязных оскорблений и клеветы.

На телеканале «Россия 24» с января этого года выходит передача «Типичная Украина». Всего спланировано 49 программ по 26 минут. В этой по-доброму снятой программе почти нет политики, зато активно продвигается идея близости украинского и российского народов. Заметим, что и ведущий несколько необычный для разговоров о дружбе и братстве. Это Кирилл Вышинский, российский журналист, просидевший год в украинской тюрьме по сфальсифицированному обвинению.

При всех без исключения президентах Украины с помощью некоторых политиков и местных СМИ в повседневную жизнь украинцев перекочевал из пошлых анекдотов образ злого, завистливого москаля, который так и норовит стянуть добрый шмат сала с богатого украинского стола. Даже в Крыму, казалось бы, форпосте русской культуры я с удивлением наблюдал в симферопольской библиотеке имени Пушкина выставку книг, которую организовал местный чиновник с говорящей фамилией Пробей-Голова. Заметим, что речь идет о событиях до 2014 года. Здесь была выставлена книжонка этнического украинца, живущего в Канаде, Павло Штепа. «Труд» назывался незамысловато «Московство» и был целиком посвящен доказательствам ничтожности и зловерности существ, именуемых «москалями». Вот что пишет автор во введении: «Еще в доисторические времена припутешествовал из Азии маленький финно-угорский народец. Огромный древний лес на вязком грунте отгородил тот народец от всего мира так, что он отстал от культурного развития человечества на много веков. Например, свой литературный язык стал создавать аж в XIX веке от А.Пушкина, то есть на 800 лет позже украинцев».

Озадачивает, не правда ли? Но еще больше впечатляет содержание книги. Достаточно назвать только оглавление: «Лень и бродяжничество москаля», «Безбожие, распутство москаля», «Рабство и деспотия москаля», «Творческое бесплодие москаля». Нет сомнений, что канадский господин относится к числу тех, кто-либо сам служил в фашистских войсках, либо является родственником нациста. Именно в Канаде окопались после Второй мировой войны те из бывших граждан СССР, кто не просто служил нацистам, а состоял в эсэсовских частях, карательных командах, лагерной администрации.

Как-то в Торонто я по случаю общался с ними и спросил, почему так далеко от исторической Родины они выбрали место жительства. «Оно, знаете, чем подальше от сибирских лагерей, тем спокойнее», - откровенно мне объясняли. Сегодня эти люди желанные гости в Киеве. Не случайно и то, что именно Канада раньше других начала вводить санкции против России в начале конфликта на Украине. Особую активность при этом проявляла г-жа Христя Фриланд депутат Палаты общин в 2013-2015 годах, министр внешней торговли в 2015-2017, министр

иностранных дел Канады в 2017-2019 годах. Непривычное для канадцев имя Христя было популярным в дореволюционной Украине. Именно из этих краев корни Фриланд по матери. Ее мать носила имя Галина Хомяк и родилась в 1946 году в оккупированной союзниками Германии. Сама Фриланд, комментируя в 2015 году в интервью «The Toronto Star» историю своей семьи, утверждала: «Мыкола Хомяк был до войны юристом и журналистом, поэтому предвидел захват советскими войсками западной части Украины и покинул свою историческую родину. А после войны у него родилась дочь Галина, моя мать. Это произошло в лагере для перемещенных лиц»¹. Получается, что родные Фриланд-жертвы войны, пострадавшие в первую очередь от Сталина, но и немного от Гитлера. Однако в январе 2017 года через пару недель после назначения Фриланд министром иностранных дел в кабинете Джастина Трюдо, она оказалась в центре международного скандала после того, как Польша открыла архивы Второй мировой войны. Из них следовало, что родной дедушка Фриланд - Мыкола Хомяк честно служил нацистам все годы войны. Причем он не был рядовым полицаем или капо в концлагере, а занимал достаточно высокопоставленные посты в нацистской иерархии, что и помогло ему эвакуироваться с отступающей армией в Германию. Мыкола Хомяк работал главным редактором коллаборационистской газеты «Краківські вісті», которая издавалась в оккупированном Кракове на украинском языке. У него была приличная зарплата, личный автомобиль, ему выделили дом, выкинув оттуда прежних владельцев. Такие условия нацисты создавали только самым верным своим соратникам. При этом, бывший владелец газеты еврей Моше Кафнер был отправлен нацистами в концлагерь Берген-Бельзен, где и погиб.

Я нашел в Интернете несколько номеров газеты, издаваемой в те годы Хомяком. Это типично нацистское издание антисемитской, антипольской и антисоветской направленности. Судя по всему, Мыкола работал на нацистов хорошо, вместе с отступающей армией он прибыл в Вену, а затем в Мюнхен, который стал американской зоной оккупации. Согласно публикациям польских источников, здесь он союзникам и пригодился. Так что мать Фриланд – Галина родилась в госпитале, который администрировался армией США.

В Варшаве утверждают, что секретные архивы армии США еще должны раскрыть тайну двухлетнего сотрудничества Хомяка с американскими спецслужбами, которые, как можно предположить, и помогли нацисту перебраться в Канаду. Польское правительство не случайно заинтересовалось историей семьи Фриланд, не приняв за правду романтическую версию госпожи министра. Согласно архивным данным польской стороны, Хомяк-дедушка виновен в убийствах жителей польского Кракова. В Варшаве даже пошли на беспрецедентный шаг, дав

¹ Новые известия. 2017. 21 января.

понять канадской стороне, что визиты в польское посольство в Оттаве госпожи Фриланд нежелательны. Разумеется, внучка не отвечает за деда. Но именно Фриланд в бытность ее министром иностранных дел дирижировала войнами памяти, фальсифицируя историю Второй мировой войны, представляя Советский Союз агрессором. Делала она это и раньше. Фриланд – дипломированный специалист по России. Она получила степень бакалавра по русской истории и литературе в Гарвардском университете и магистра по славистике в Оксфордском университете. В качестве стрингера она представляла на Украине такие известные издания, как «The Washington Post», «The Economist». Возглавляла московское бюро «Financial Times». Не случайным видится и то, что «заслуги» Фриланд на ниве антироссийской пропаганды были соответственно оценены. В марте 2014 года она была внесена в список официальных лиц, которым запрещен въезд в Россию, в ответ на санкции со стороны властей Канады.

Человеческая память избирательна. С годами многое забывается, стирается. Но есть события и вехи, которые надо помнить всем. Чтобы не было искушения повторить то, о чем мы не забыли. Потому что и мы «можем повторить», как заметил Владимир Путин.

Литература:

- *Абрамян Э.* Кавказцы в Абвере: Из истории Особого Соединения «Бергманн». М.: Издатель Быстров. 2006.
- *Айтматов Ч.* Буранный полустанок (И дольше века длится день). М. 1981.
- *Бивер Э.* Падение Берлина. 1945. М.: Изд-во АСТ. 2004.
- *Гилязов И.А.* Легион «Идель-Урал». М.: Изд-во Вече. 2009.
- *Дробязко С.И.* Под знаменем врага. Антисоветские формирования в составе германских вооруженных сил: 1941-1945 гг. М.: Изд-во Эксмо. 2004.
- *Ларин М.Ю., Хватов А.В.* Неизвестные войны России. М.: Изд-во Славянский Дом Книги. 2012.
- *Мамулия Г.Г.* Грузинский легион вермахта. М.: Изд-во Вече. 2011.
- *Матвеев Г.Ф.* Пилсудский. (Жизнь замечательных людей: сер. биогр.; вып. 1131). М.: Молодая гвардия. 2008.
- *Попов Г.Х.* Вызываю дух генерала Власова. М.: Издательский дом Международного университета в Москве. 2008.
- *Судоплатов П.А.* Спецоперации. Лубянка и Кремль. 1930-1950 годы. М.: Олма-Пресс. 1997.
- *Фест И.* Гитлер. Биография. Триумф и падение в бездну. М.: Изд-во Вече. 2009.
- *Ширер У.* Взлет и падение Третьего рейха. В двух томах. М.: Изд-во «Захаров». 2010.

- *Эванс Р.* Третий рейх. Дни войны. 1939-1945. Екатеринбург: У-Фактория; М: Астрель. 2011.

Поступила в редакцию 28 апреля 2020 года.

УДК 070 (09.1);
070:422.1

Перестройка прессы Чувашии на военный лад. 1941-1945 гг.

А.П. Данилов, кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»; e-mail: anatoliy.p.danilov@gmail.com;

В.П. Комиссаров, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова», председатель Союза журналистов Республики Чувашия; e-mail: valerijkomissarov134@gmail.com.

В отечественной историографии, посвященной деятельности средств массовой информации страны в годы Великой Отечественной войны, доминируют исследования по организации системы военной печати. Наиболее обстоятельно изучена фронтовая печать, армейские издания. Особое внимание исследователи уделяли формам партийно-государственного управления СМИ в условиях войны, кадровой политике партийных и военных органов в отношении журналистов, творчеству военных корреспондентов. Выявляли роль и влияние отдельных групп газет на моральное состояние бойцов Красной армии. В настоящей статье внимание сосредоточено на организации системы печати в регионах страны в условиях военного времени. Авторы обращаются к творчеству журналистов Чувашии, продолжавших выполнять свой профессиональный долг, работая в различных изданиях, чаще всего – в «дивизионках».

Ключевые слова: кадры редакций, тема войны, чувашская печать, эпистолярная публицистика, дивизионные газеты, военкор, боевой опыт, письма, жанры.

С первых дней войны серьезной перестройке подверглась система средств массовой информации страны. Известный исследователь истории отечественной журналистики профессор факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова И.В. Кузнецов писал: «Война сразу же изменила весь облик советской печати: более чем в два раза сократилось число даже центральных газет – до войны их было 39, а осталось всего 18. Перестали выходить многие центральные отраслевые газеты, такие, как «Лесная промышленность», «Текстильная промышленность» и др. Некоторые специализированные центральные газеты были объединены. Так, вместо «Литературной газеты» и «Советского искусства» стала выходить газета «Литература и искусство». После закрытия «Совхозной газеты» и газеты «Животноводство», интересую-

щие их читателей проблемы стали освещаться в газете «Социалистическое земледелие»¹. Одновременно шло реформирование системы военной периодической печати, основными компонентами которой были центральные газеты и журналы, фронтовые, армейские и корпусные, бригадные и дивизионные издания. Пресса пограничных частей и соединений и военно-морского флота. Перед ней ставились новые задачи, отвечающие требованиям военного времени.

Уже в начальный период войны партийные, государственные и военно-политические органы принимают документы, направленные на реформирование системы военной печати. 23 июня 1941 года Главное управление политической пропаганды Красной Армии выпускает следующие директивы: «О содержании фронтовых, армейских и дивизионных газет» и о «Содержании окружных, армейских и дивизионных газет»². В них изложены главные задачи военной печати в боевых условиях – воспитание патриотизма у бойцов Красной армии на примерах проявленного мужества и героизма. Все газеты были обязаны пропагандировать главное требование руководства страны: любой ценой выполнить боевой приказ командира, отбить нападение врага и изгнать его из пределов СССР.

Военное и политическое руководство СССР принимает документы «О мобилизации журналистских кадров в военную печать», «Об организации партийно-политической работы в условиях войны», «О работе на фронте специальных корреспондентов»³.

Партия и правительство, Министерство обороны СССР уделяют постоянное внимание деятельности военной прессы, указывают основные направления в работе военных журналистов. В 1942 году Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) и Главное Политическое управление Красной Армии выпускают совместное положение «О работе военных корреспондентов на фронте»⁴.

В ходе преобразования системы военной печати пришлось отступить от одного из главных требований, предъявляемых к кадрам редакций, чтобы журналистский коллектив в основном составляли члены партии. Такую большую армию военных корреспондентов из коммунистов сформировать на практике было невозможно, поэтому в редакции дивизионных газет направляли и беспартийных.

«Главной задачей военных корреспондентов, – подчеркивалось в

¹ Кузнецов И.В. История Отечественной журналистики (1917–2000). Учебный комплект: учебное пособие, хрестоматия. М.: Флинта. Наука 2002. С. 280.

² Гужва Д.Г., Рахимова И.О. Работа советских военных корреспондентов в первые месяцы Великой Отечественной войны // Военно-исторический журнал [Электронный ресурс] URL: <http://history.milportal.ru/rabota-sovetskix-voennyx-korrespondentov-v-pervyeme-syacu-velikoj-otechestvennoj-voj> (дата обращения 15 февраля 2020 года).

³ КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат. 1987.

⁴ О партийной и советской печати: сборник документов. М.: Изд-во «Правда». 1954. С. 499-500.

документе, – является показ людей фронта и командиров Красной армии (Военно-морского флота), хорошо владеющих военной техникой и тактикой ведения боя, их инициативы, военной сметки и хитрости в борьбе с врагом, их ненависти к немецко-фашистским захватчикам, стойкости, самоотверженности и дисциплины в выполнении приказов командования»¹.

Перечень обязанностей военкора был предельно конкретизирован данным положением: обобщать и описывать боевой опыт красноармейцев, командиров и воинских частей; рассказывать о содействии населения прифронтовой полосы боевым действиям армии; обличать чинимые врагом зверства, грабежи и насилия над мирным населением оккупированных районов.

Кроме того, военный корреспондент должен был:

а) проявлять максимум личной инициативы в выполнении возложенных на него задач, постоянно находиться непосредственно в частях и соединениях Красной армии (Военно-морского флота), неустанно работать над повышением своей военной подготовки;

б) широко привлекать к участию в печати или радио бойцов, командиров и политработников Красной армии (Военно-морского флота);

в) строжайше хранить военную тайну;

г) всем своим поведением на фронте показывать образец дисциплины, смелости и неутомимости в работе, стойко и мужественно переносить все трудности и лишения фронтовой жизни, быть готовым в любую минуту к участию в бою, если этого потребует сложившаяся обстановка...»².

Уже через полгода система военной печати работала в полную мощь. В 1942 году для личного состава Вооруженных сил СССР издавалось 13 фронтовых газет, 8 газет флотов и ВВС флотов, 18 газет военных округов, 135 армейских и флотильских изданий. Объем фронтовых газет оставался постоянным – четыре полосы половинного формата центральной газеты (А2), армейские печатались на двух полосах. Средний тираж армейской газеты составлял 15 000 экземпляров³.

Печать республики в годы войны

С началом войны перестроилась на военный лад и чувашская печать. Сократилось число изданий. Республиканские газеты «Чăваш коммуни» и «Красная Чувашия» стали выходить сначала 5 раз в неделю на двух полосах, затем 2–3 раза. На «двухполоску» перешли и районные

¹ Указ.соч. С. 499-500.

² О партийной и советской печати: сборник документов. М.: Изд-во «Правда». 1954. С. 499-500.

³ Цит по: *Жирков Г.В.* Одухотворенное слово: журналистика Великой Отечественной войны: учеб. Пособие по истории русской журналистики 1939–1945 годов. СПб. 2014. С. 21.

газеты: вместо трех выпусков в неделю стали выходить один раз. Прекратилось издание многотиражных газет предприятий, колхозов и совхозов, учреждений и учебных заведений. Закрылись молодежные и детские газеты.

Тема войны стала основной темой в республиканских СМИ. Газеты печатали сводки с фронтов, рассказывали о ходе боевых действий. Публиковали корреспонденции и заметки о работе предприятий, о помощи промышленных предприятий, колхозов и совхозов республики фронту. Газеты писали, как население принимало беженцев, эвакуировавшихся из областей, к которым приближалась война. Жители городов и сел помогали им обустраиваться на новом месте. В эти годы проявились лучшие черты чувашского народа – радушие, гостеприимство, доброта.

На территории Чувашии осенью 1941 года формировалась 324-я стрелковая дивизия, где выпускалась красноармейская газета «Вперед к Победе». В дальнейшем дивизия участвовала в разгроме гитлеровских войск под Москвой, прошла боевой путь от Рязанской области до Кенигсберга.

Чувашское радио призывало к решительной борьбе с врагом

Перестроило свою работу и Чувашское радио. Его передачи стали более оперативными, информационно насыщенными. Первым в республике оно сообщило о нападении фашистской Германии на Советский Союз. День за днем в эфире звучали сводки Совинформбюро. В специальных выпусках давался краткий обзор боевых действий Красной армии и партизан.

В годы войны сложился и получил признание у аудитории такой журналистский жанр, как эпистолярная публицистика. Чаще всего к нему прибегали радиожурналисты.

Изучая прессу республики военных лет, можно сказать, что жанр эпистолярной журналистики стал основным в передачах радио и публикациях газет. Был выбран коллегами осознанно. Война с первых дней носила народный характер. На фронт уходило все мужское население. Не было ни одной семьи, чтобы кто-нибудь из мужчин – отец, сын, муж, брат – не был призван в армию и не воевал с фашистами. Письма оставались единственным каналом связи с ними. Объединив личную переписку (эпистолярный жанр) с беседой, эссе, портретной зарисовкой, очерком (жанры публицистики) журналисты, таким образом, создали жанр эпистолярной публицистики и широко применяли его в передачах республиканского радио и в газетах.

Большой интерес у радиослушателей вызывали передачи «Письма на фронт» и «Письма с фронтов Отечественной войны». В передачах зачитывали письма бойцов и командиров к родным и близким, проживающим в Чувашии, а также письма жителей республики воинам армии и флота. У микрофона выступали знатные труженики промыш-

ленности и сельского хозяйства, руководители предприятий, колхозов и совхозов. Особый интерес у радиослушателей вызывали сообщения о бесстрашии и мужестве земляков, проявленных в боях с фашистами. Героизм становился массовым. Это вселяло надежду на скорый перелом в ходе войны, усиливало веру людей в победу.

Героем одной из передач стал капитан Федот Никитич Орлов, прославившийся тем, что угнал с вражеского аэродрома самолет и таким образом спасся из фашистского плена. Вернувшись к своим, он продолжил воевать с коварным врагом.

Интересный очерк был посвящен подполковнику В. Винокурову. Вячеслав Петрович получил звание Героя Советского Союза в боях у озера Хасан. Теперь его танковая бригада успешно сражалась с фашистскими захватчиками.

С первых дней нападения Германии на Советский Союз перед средствами массовой информации стояла задача – используя различные жанры журналистики, воздействовать на читателя и радиослушателя словом, внушать им уверенность в неизбежности победы над врагом. Рассказывая о зверствах фашистов, пробуждать ненависть к врагу и стремление к мести за принесенные на родную землю беды и несчастья. Из эфира и с газетных полос звучало: защита Родины – священная обязанность каждого жителя республики. Не допустить врага вглубь страны можно сражаясь на фронте и самоотверженно работая в тылу.

Для достижения поставленной цели журналисты Чувашии и обратились к жанру эпистолярной публицистики, передавая письма земляков по радио и публикуя их на страницах газет. Адресованные широкому кругу радиослушателей и читателей, они позволяли выносить на обсуждение актуальные события на фронте и в тылу, поддерживать моральный дух аудитории. Рассказы о фронтовых буднях земляков, об их ратных подвигах, как и портретные зарисовки о передовиках производства и сельских тружеников вселяли в людей веру в неизбежность разгрома фашистской Германии.

7 июля 1943 года в эфире чувашского радио прозвучало «Письмо чувашского народа своим сынам-фронтовикам с призывом мужественно сражаться с фашистскими захватчиками». Это было необычное коллективное послание. Его подписали 378634 человека. В нем говорилось:

«Мы – ваши отцы и матери, братья и сестры, жены и дети – здесь в тылу работаем на своих колхозных полях, на фабриках и заводах, не зная усталости, не считаясь со временем, чтобы обеспечить фронт всем необходимым для победы над врагом. Как великая Волга мощным потоком несет свои воды вперед, к Каспию, так и наш народ бесперебойно снабжает фронт хлебом, мясом, маслом, а промышленность – сырьем. Никогда не иссушится волжская вода, никогда не иссякнет сила нашего народа!».

В письме были названы отважные фронтовики – сыны Чувашии, в

том числе 22-летний пулеметчик старший лейтенант Иван Смирнов. Погиб на Ленинградском фронте.

Письмо заканчивалось горячим призывом: «Будь героем, сын чувашского народа! Победи и разгромай врага! Возвращайся домой с победой, тебя ждет любовь и ласка народа!»¹.

Республиканское радио регулярно зачитывало и отклики воинов-чувашей на письма земляков. Из воинской части (полевая почта № 32796-Р) группа чувашских бойцов и командиров написала: «Мы, бойцы и командиры, по национальности чуваша, получили письмо представителей чувашского народа, адресованное нам, фронтовикам. С глубокой радостью мы прочитали в нем о славных делах земляков, сражавшихся в рядах Красной Армии и трудящихся в тылу... Выполняя ваш наказ, мы клянемся уничтожить ненавистного врага и очистить родную землю от немецких захватчиков. Нас зовут вперед подвиги лучших сынов чувашского народа. Смерть немецким захватчикам!».

От имени бойцов и командиров письмо подписали: Матвеев В., бывший налоговый агент Канашского райпо; Михайлов С., колхозник колхоза «Красное Сормово» Аликовского района; Кузьмин А., колхозник колхоза им. Ворошилова Аликовского района.

Боец-фронтвик Яков Ухсай с помощью радио обнародовал свое «Письмо бойцов и командиров Н-ской дивизии к чувашскому народу».

Важную роль в организации переписки жителей республики с земляками-фронтовиками, подготовке эфирных материалов сыграли журналисты Чувашского радио.

Широко освещали ход Великой Отечественной войны и печатные средства массовой информации республики. Они не только рассказывали о самоотверженном труде труженников городов и сел, пропагандировали передовой опыт, но часто журналисты сами выступали инициаторами различных патриотических починов, акций в поддержку армии и флота.

«Шел второй год войны. В это суровое время в Чувашии, как и во всей стране, зародилось массовое движение по сбору средств на производство боевой техники для фронта. Труженники Ишлейского района обратились с призывом собрать деньги на создание звена самолетов «Осоавиахим Чувашии». Возглавила патриотическое движение журналистка Зинаида Митрофанова. Из личных сбережений она первой внесла 500 рублей. Инициатива нашла поддержку: за два месяца было собрано более двух миллионов рублей. На одном из заводов было создано звено самолетов для ведения боевой разведки»².

Люди жертвовали всем ради победы над фашистскими захватчиками. О бескорыстии, душевном порыве, о том, как лозунг «Все для фронта,

¹ Красная Чувашия. 1943. 7 июня.

² Михайлов А. Построено на средства жителей республики // Советская Чувашия. 2009. 11 мая.

все для победы» наполнялся конкретным содержанием и рассказывали на страницах газет журналисты. Публиковали приходившие с фронта письма-благодарности за материальную помощь Красной Армии.

Летом 1943 года республиканская газета «Красная Чувашия» под заголовком «Танкист Андрей Ширманов воюет на танке, купленном родителями», опубликовала письмо капитана В. Молокова, где он писал: «26 июня 1943 года Мария Филипповна и Илья Андреевич Ширмановы, колхозники из колхоза имени Максима Горького Анаставского сельсовета Порецкого района Чувашской АССР, преподнесли своему сыну Андрею подарок – танк Т-34. Этот танк Ширмановы приобрели на свои трудовые сбережения. Когда родители вручали подарок сыну, присутствовал весь экипаж. Здесь были командир танка лейтенант Константин Барский, механик-водитель сержант Дмитрий Грицко, радист – комсомолец, старший сержант Ковалев и командир орудия Андрей Ширманов». Далее автор описывал одну из боевых операций экипажа танка. В письме выражалась просьба: «Через несколько минут мы уходим снова в бой, и у меня нет времени для того, чтобы хорошо написать вам о том, как дрался экипаж лейтенанта Барского. Вот почему прошу вас не сетовать на плохой стиль письма»³.

Романтикой подвига овеяно «Письмо чувашского народа своим сынам-фронтовикам» (1943), в составлении которого участвовали С. Эльгер, А. Эшель и др. «Письмо звучит как торжественный сказ о ратной доблести чувашских воинов, которые вместе с русским народом на протяжении веков не раз поднимались на защиту Отчизны. Устами авторов «Письма» родная республика благословляла своих посланцев быть в бою крепкими, как могучие кряжи чувашских дубрав»¹.

Авторы письма умело используют в произведении фразеологическое богатство чувашского языка, его синтаксические особенности.

Популярными у читателей были и портретные зарисовки, очерки о воинах – уроженцах Чувашии. Они публиковались в газетах и журналах, сборниках «Богатыри» (1941), «В боях за Родину» (1942), «Сыны и дочери чувашского народа» (1944).

Эпистолярная публицистика в годы войны стала самым популярным жанром у журналистов Чувашии, потому что была востребована радиослушателями и читателями. отвечала их запросам на диалог с земляками. Стилевые особенности письма и публицистики создавали особую атмосферу душевного разговора о насущных проблемах, понятных бойцам и тем, кто оставался в тылу. Письма с фронта и на фронт были особенно дороги людям, устанавливали душевную близость между адресатами. Связывали прошлую жизнь с будущей, что обязательно наступит после изгнания врага. Письма морально поддерживали воинов-чувашей в боях с фашистами и тех, кто своим трудом также приближал победу над фашистской Германией.

¹ Дедушкин Н. Литература мужества и героизма // Советская Чувашия. 1968. 21 июня.

Эпистолярная публицистика в СМИ республики еще ждет своего исследователя.

8 июля 1945 года Правительство СССР обратилось с приветствием к чувашскому народу. В нем говорилось: «В годы Великой Отечественной войны советского народа против фашистских захватчиков чувашский народ достойно выполнил свой долг перед родиной. Сыны Чувашской Республики проявили мужество и отвагу в борьбе с врагом: многие тысячи из них награждены орденами и медалями Советского Союза. Рабочие, крестьяне и интеллигенция Чувашской Республики своим трудом внесли серьезный вклад в дело победы советского народа над гитлеровской Германией»¹.

Журналисты Чувашии – летописцы Победы

В истории Союза журналистов Республики Чувашия есть раздел, посвященный ветеранам. В нём собраны рассказы о коллегах с началом Великой Отечественной войны ушедших на фронт. В 1941 году в ряды Красной Армии были призваны свыше ста сотрудников республиканских и районных газет, книжного издательства и Чувашского радио. 25 из них стали фронтовыми журналистами².

Новые поколения журналистов республики помнят и чтут имена коллег, которые в годы войны свои острые перья «приравняли к штыку». 76 журналистов и писателей республики воевали на фронте, 19 из них погибли. В Доме печати на проспекте Ивана Яковлева установлена мемориальная доска с именами погибших журналистов.

Бессмертный полк журналистов Чувашии – лишь одно из подразделений огромной армии, бойцы которой добывали победу не оружием, а словом: страстным, метким, разящим врага и поднимавшим в атаку воинов Красной армии. Сегодня их творчество – предмет для изучения маститыми учеными и аспирантами. Архивные подшивки газет и журналов с публикациями журналистов-ветеранов Великой Отечественной войны ждут и студентов, избравших профессию журналиста.

Хузангай Петр Петрович – поэт, публицист. Вспоминая военные годы, писал: «Быть или не быть Родине, народу, каждому из нас? – так стоял вопрос. – Быть! – говорили мы, и каждый в меру своих сил и умения старался служить общему делу»³.

Героической патетики полна фронтовая лирика Хузангая. В годы войны он написал, получившие широкую известность, «Таня», «Сёңтерү юрри» (Песня Победы), роман в стихах «Аптраман тавраш» (Род Аптрамана). «Активный участник войны, поэт несколько раз был ранен, но из госпиталей вновь возвращался на передовую», писала о нем в те годы «Советская Чувашия». Он был рядовым бойцом и сотрудником

¹ Красная Чувашия. 1945. 8 июля.

² Журналисты Чувашии. Ч.: Чувашкнигоиздат. 2005. С. 26.

³ Советская Чувашия. 1968. 21 июня.

дивизионных газет. Награжден орденом Красной Звезды, медалями.

Ухсай Яков Гаврилович – журналист, писатель. с боями прошел от Волги до Праги. Был корреспондентом фронтовой газеты «На штурм». За мужество и храбрость награжден орденом Отечественной войны II степени, несколькими медалями. Я. Ухсай вдохновенно воспевал героизм советских воинов, морально-политическое единство народа. Романы «Перевал», «Агашкюль», трагедия «Тудимёр», трилогия «Звезда моего детства», поэмы «Дед Кельбук», «Волга», «Разговор с белой березой» вошли в золотой фонд чувашской литературы.

Алендей Василий Степанович – журналист, писатель. Был призван в Красную Армию в 1939-м. В годы войны сражался на Ленинградском фронте. После тяжелого ранения вернулся домой. В своих произведениях глубоко и правдиво рассказывал о фронтовых буднях солдат. В романах «Вёлле хурчĕ ылттĕн хурт» (Пчелка золотая) и «Курăксене тайса сил вĕрет» (До земли склоняются травы) показал жизнь сельчан во время войны и в послевоенные годы.

Алтын-Баш Илья Максимович в августе 1941 года добровольно ушел в Красную Армию. После прохождения специальной учебно-боевой подготовки был назначен редактором дивизионной газеты, в 1943 году стал литературным сотрудником армейской газеты. Участвовал в боях на Курской дуге. Освобождал от фашистов Советскую Украину. В 1943–45 гг. редактировал газету авиационной бригады. Ратные подвиги журналиста отмечены орденами Красной Звезды, Отечественной войны 2-й степени, медалью «За отвагу» и другими наградами.

Башкиров (Талвир) Алексей Филиппович (1909–79) – журналист, писатель, литературный критик. До Великой Отечественной войны работал в редакциях чувашской газеты «Коммунар» и газеты «Гудок». С началом войны был утвержден специальным корреспондентом газеты «Комсомольская правда». Участвовал в боях на Западном, Воронежском и 1-м Прибалтийском фронтах. В качестве спецкора постоянно находился в стрелковых, авиационных, танковых частях.

Отважный воин и талантливый журналист так вспоминал годы войны: «В те дни я работал в аппарате ЦК ВЛКСМ. 13 июля 1941 г. я записался добровольцем в истребительный батальон Краснопресненского района. 16 октября, вечером зачитали первый приказ о выступлении против врага: следующим утром мы прошли пешком через Москву и начали копать окопы вокруг станции Кунцево. Фронтовые дороги сложились так: командир взвода; заместитель командира роты; политрук роты, военный корреспондент газеты «Комсомольская правда». После сражений под Москвой меня видели Сталинград, Воронеж, Брянск, Прибалтика, Второй белорусский фронт».

День Победы он встретил в немецком городе Росток, где находился гарнизон Красной Армии»¹.

¹ *Талвир А.* Асăмри виçĕ кун. Незабываемые три дня // Ялав. 1975. № 1. С. 10.

Долгов Василий Архипович – журналист, поэт, исследователь чувашской литературы. Защищал Родину на Волховском фронте в составе 255-й стрелковой дивизии. Был заместителем редактора дивизионной газеты «Путь к победе». О мужестве советских солдат рассказывали его фронтовые очерки «Радистки», «Тихий человек», «Удивительная винтовка», «Снайпер» и др.

Емелькин Василий Кузьмич солдатскую шинель надел в октябре 1940 года. Его отправили в Бакинское артиллерийское училище. В феврале 1942 года в звании лейтенанта ушел на фронт. «Война эта явилась тяжелым испытанием для всех нас. Разгромить врага сразу не удастся, но победим его обязательно. Потому что все народы страны объединились в одно целое. В объединении – сила, мощь. Победа станет великим праздником великой державы» – писал домой Василий Кузьмич. Письма от него поступали из-под Харькова, затем из-под Сталинграда. Оттуда же его мать Пелагея Степановна получила похоронку: «Ваш сын, лейтенант, командир взвода, храбро погиб 20 февраля 1943 г. в жестоком бою за город Калач под Сталинградом. Мы отомстим за него врагу!»

Зиньков Георгий Георгиевич – фотожурналист. В 1941–1945 гг. постоянно находился на фронте. Сделал более тысячи аэрофотоснимков, которые использовались при планировании и проведении боевых операций. Сотрудничал с дивизионной газетой, где публиковал фотографии солдат и командиров.

Золотов Тимофей Яковлевич – журналист. Первый номер Аликвской районной газеты «Колхоз хаҫачё» («Колхозная газета») вышел за его подписью. В мае 1942 года его призвали в Красную Армию, направили в Арзамасское пулеметно-минометное училище. «По окончании лейтенант Золотов, назначенный командиром взвода бронебойщиков в составе 6-й армии Первого Украинского фронта, принимал участие в наступательных боях. При форсировании Вислы был ранен. За мужество в боях награжден орденом Красной Звезды. Демобилизован в январе 1946 г. с должности помощника начальника штаба отдельного истребительного пулеметно-артиллерийского батальона».¹

Кольцов Константин Михайлович – журналист, поэт. Работал в редакциях газет «Социализмшён» («За социализм») (г. Канаш) и «Самрăк коммунист» («Молодой коммунист»). В 1937–40 гг. служил в Красной Армии. Вновь был призван на службу в начале войны. Окончив военное училище, служил командиром взвода, затем роты. В 1942 году назначен на должность начальника штаба батальона. За мужество в боях награжден медалью «За отвагу». 8 мая 1943 года был тяжело ранен, умер в военном госпитале в пос. Сосновый Лаухского района Карелии. Солдатские будни правдиво описал в произведениях «Два письма», «Песня девушки», «На Немане» и др.

Костин Георгий Александрович – фотокорреспондент. Фотографи-

¹ Журналисты Чувашии. Ч.: Чувашкнигоиздат, 2005. С. 156–157.

ей увлекся в школе, в довоенные годы работал фотокорреспондентом газеты «Чăваш коммуни» («Чувашская коммуна»). Публиковал портреты знатных хлеборобов, животноводов, передовиков промышленности, строителей. В конце июня 1941 года вместе с братом Александром, фотокорреспондентом газеты «Красная Чувашия» вступил в ряды защитников Родины. После короткой учебы Георгий стал артиллеристом. Был командиром взвода, командовал батареей зенитных орудий. Награжден медалью «За боевые заслуги». 8 августа 1943 года в одном из боев на Курской дуге погиб.

Майоров Трофим Емельянович – журналист. После службы в Красной Армии осенью 1937 года был принят на работу литературным сотрудником республиканской газеты «Чăваш коммуни» («Чувашская коммуна»). В годы войны службу проходил в качестве литсотрудника газеты «За победу» 149-й стрелковой дивизии. Участвовал в форсировании рек Сож, Днепр, Висла, в освобождении десятков городов и сел.

Награжден орденом Красной Звезды, медалью «За боевые заслуги».

Николаев–Шевле Антип Николаевич – публицист, прозаик, очеркист. Окончил военно-пехотное училище, курсы политсостава Советской Армии и Военно-Морского Флота. Принимал участие в боях с японскими милитаристами на Дальнем Востоке.

После войны работал корреспондентом газеты «Боевая вахта», литсотрудником, начальником отдела редакции газеты Сибирского военного округа «Советский воин». В 1972–88 гг. – ответственный секретарь Союза журналистов Чувашской АССР.

Петокки (Петухов) Андрей Трофимович – журналист, поэт, переводчик. С первых дней войны сражался на передовой. «Мы вышли побеждать врага», – призывал он однополчан в стихотворении военного времени. Не суждено было поэту вернуться с фронта. Последнее письмо написано им домой из-под Витебска: «...Если меня убьют, расти нашу Люсю в том же духе, в каком были воспитаны мы оба: пусть любит жизнь и труд...». Погиб на следующий день, 18 апреля 1942 года.

Ржанов Василий Тимофеевич – журналист, прозаик, драматург. С 16 лет был активным селькором республиканских газет «Канаш» (ныне «Хыпар»), «Красная Чувашия» (ныне «Советская Чувашия»). В годы войны служил военным корреспондентом дивизионных газет «За Родину», «За победу». Был тяжело ранен при освобождении Польши.

Ситов Федот Александрович – журналист. Войну Ф.А. Ситов встретил в звании старшего политрука. С 1942 года служил батальонным комиссаром и редактором газеты «Защитник Родины». В декабре 1943 года, выступая на совещании сотрудников военных газет, майор Ф. Ситов говорил: «Работники редакции нашей газеты в период боя постоянно находились в действующих частях и подразделениях. Вечером собирался весь коллектив редакции и сдавал материал в набор. В течение ночи мы успевали набрать, сверстать и отпечатать газету, а утром с

этим номером расходились по частям».

Номер дивизионной газеты «Защитник Родины» он подписал в последний раз 23 февраля 1944 года. К бойцам на передовую пришел со свежим номером газеты, но гитлеровцы внезапно открыли артиллерийский огонь. Ситов получил тяжелое ранение. Автор очерков, рассказов и стихов, посвященных героям войны. Награжден орденом Отечественной войны 2-й степени, медалью «За боевые заслуги».

Трофимов Прохор Трофимович – журналист, писатель. В 1932 году был призван в Красную Армию, служил политработником. Участник советско-финской и Великой Отечественной войн. Прошел с войсками путь от Сталинграда до Берлина. Автор книг «Фронтри юлташсем» (Фронтовые товарищи), «Атӑл хӗрринчен Берлина ҫити» (От Волги до Берлина), «Солдатская слава», «Сталинград ҫулӑмӗ» (Пламя Сталинграда) и др.

Уваров Михаил Ананьевич. Был селькором районной газеты. В Красную Армию призван в январе 1943 года. С первых дней службы сотрудничал с военными изданиями Дальнего Востока, публиковался в газете «Красная Звезда». В составе пулеметно-артиллерийского батальона принимал участие в боевых действиях 1-го Дальневосточного фронта против японских милитаристов.

Якимов Михаил Николаевич – журналист, редактор. Призван в Красную Армию 27 июня 1941 года. Служил литсотрудником в редакции армейской газеты «Боевой призыв». 22 января 1942 года был тяжело ранен. После лечения в составе 61-й армии через города Белев, Варшава, Познань, Штатгард дошел до Эльбы.

Формат научной статьи не позволяет поименно назвать всех коллег, кто в первые дни войны вынужден был оставить мирную должность литературного сотрудника редакции районной газеты или корреспондента радио и стать военным корреспондентом. Те же требования не дают возможности более подробно изучить их профессиональную деятельность в годы военного лихолетья. Но даже краткая информация об их фронтовой судьбе свидетельствует, что все наши коллеги с честью выполняли свой долг журналиста, рассказывая на страницах газет о ратных подвигах солдат и командиров. О зверствах фашистов. Все они вместе с солдатами делили невзгоды военного времени, а когда требовала обстановка брали в руки автомат и шли в атаку на врага.

Они много чего успевали – раздать бойцам свежий номер «дивизионки», вступить в бой, записать рассказ бойца, только что вышедшего победителем из схватки с немцем, выпустить «боевой листок», да и просто поговорить о буднях войны и о том, как они встретят победу и вернуться к мирной жизни. Участники этих бесед станут персонажами будущих очерков и рассказов.

Уже после того, как отгремят залпы победного салюта и журналисты-фронтовики вернуться домой, выйдут на работу в редакции, из которых

уходили на фронт, они не раз будут вспоминать разговоры с солдатами, прерываемые автоматными очередями и разрывами мин. Сюжеты из этих бесед лягут в основу их творчества, а солдаты и командиры станут прототипами героев будущих повестей и рассказов.

Публицистика военных лет, творческое наследие журналистов-фронтовиков требует научного осмысления, поскольку является частью истории отечественной журналистики. Это особенно актуально на фоне нарастающих попыток ревизовать итоги Второй мировой войны и принизить роль СССР в разгроме гитлеровской Германии. Хранящиеся в архивах республики подшивки газет и журналов за 1941-1945 годы, опубликованные на их страницах статьи и корреспонденции о положении дел на фронте, очерки и рассказы о воинах-героях, а также письма земляков – документы истории и убедительные доказательства, кто в действительности принес мир народам Советского Союза и Европы.

Сообществу историков Республики Чувашия и журналистам стоит выступить с совместной инициативой – ежегодное проведение научных чтений, посвященных Великой Отечественной войне, о вкладе национальной прессы и народа Чувашии в победу над фашизмом, привлекая для участия в них общественность, прежде всего, студентов и старшеклассников. Подобные мероприятия необходимы для разоблачения мифов прессы Запада о воне, использующей методы Гебельсовской пропаганды. Вот один из них.

Бомбы падали и на Чебоксары

Бомбили Чебоксары 4 ноября 1941 года. Вот как вспоминала об этом событии одна из газет:

«Осенью 1941 года фашистский самолет бомбил Чебоксары. Он сбросил бомбы на цыганские шатры за Волгой, на здание нарсуда в районе улицы Заводской, были жертвы. Командование военно-воздушных сил Германии доложило фюреру: «Сильна наша авиация, город-крепость на Волге – Чебоксары сравнен с землей». Гитлер наградил летчика железным крестом».

Такое воспоминание давалось с целью сокрытия военной тайны. В первое лето Великой Отечественной войны один из фашистских самолетов действительно долетел до столицы Чувашии¹.

Кто же находился тогда в чувашских и марийских лесах за Волгой – цыгане или еще кто, представлявший повышенный интерес для немецкой авиации?

С первых дней войны Заволжье стало местом формирования воинских частей для отправки на фронт. Там создавались резервы Верховного Главнокомандования страны. На расстоянии примерно 8–10 километров от левого берега Волги находилась зона формирования войск. Тянулась она от железнодорожной станции Суслонгер до города Козь-

¹ *Святсков А.* Зачем прилетал фашистский самолет // Советская Чувашия. 2011. 11 мая.

модемьянск. На этом пространстве (80–100 километров) проходило комплектование рот, батальонов, полков, бригад и дивизий.

Всего за годы Великой Отечественной войны в Суслонгерской зоне было сформировано и отправлено на фронт около 20 артиллерийских, стрелковых и других полков, окружная школа снайперской подготовки, бригада, дивизия, множество рабочих колонн по обслуживанию фронтовых частей. Вся эта масса людей находилась в лесах марийского Заволжья.

По соседству с Суслонгерской зоной шло интенсивное формирование резерва войск под руководством Чувашского республиканского военного комиссариата. В числе его первых крупных формирований были 324-я и 139-я стрелковые дивизии. Первая из них ушла из Чебоксар на фронт в декабре 1941 года, вторая – в марте 1942-го.

Фашистский самолет сбросил на Чебоксары и окрестности 22 стокилограммовые бомбы. Пострадали здание народного суда, баня, мост через речку Чебоксарку, жилые дома. Несколько бомб упали на цыганский табор на левом берегу Волги и на поселок Сосновка.

Погибли два человека, восемнадцать были ранены. Писатель В. Ржанов в книге «Своими глазами»¹ изобличает ухищрения немецкой пропаганды. После налета на город 5 ноября геббельсовское радио дважды сообщило: «4 ноября нашей авиацией уничтожена крепость Чебоксары на Волге и прекратила свое существование». Никакой крепости в Чебоксарах, конечно, не было. Обыкновенный город на Волге, находившийся вдали от линии фронта.

Литература:

- *Афанасьев П.* Писатели Чувашии: Библиографический справочник. Ч.: Чувашкнигоиздат, 2006.
- *Гужва Д.Г., Рахимова И.О.* Работа советских военных корреспондентов в первые месяцы Великой Отечественной войны // Военно-исторический журнал [Электронный ресурс] URL: <http://history.milportal.ru/rabota-sovetskih-voennykh-korrespondentov-v-pervye-mesyacy-velikoj-otechestvennoj-voj> (дата обращения 15 февраля 2020 года).
- *Жирков Г.В.* Одухотворенное слово: журналистика Великой Отечественной войны: учеб. Пособие по истории русской журналистики 1939–1945 годов. СПб. 2014.
- *Кузнецов И.В.* История Отечественной журналистики (1917–2000). Учебный комплект: учебное пособие, хрестоматия. М.: Флинта. Наука, 2002. С. 280.
- *Ржанов В.Т.* Своими глазами [Текст]: Странички из фронтового дневника / Вступ. статья ген. Ф. Булатова. Чувашкнигоиздат.

¹ *Ржанов В.Т.* Своими глазами [Текст]: Странички из фронтового дневника / Вступ. статья ген. Ф. Булатова. Чувашкнигоиздат. 1970. - 422 с.

1970. – 422 с.
- Журналисты Чувашии. Ч.: Чувашкнигоиздат. 2005.
 - КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат. 1987.
 - О партийной и советской печати: сборник документов. М.: Изд-во «Правда». 1954.
 - Энциклопедия чувашской журналистики и печати. Ч.: Чувашкнигоиздат, 2014.

Поступила в редакцию 8 апреля 2020 года

Тема Великой Отечественной войны в региональной историографии: новые темы и направления

Л.А. Речицкий, кандидат исторических наук, доцент, e-mail: lenor-lar@rambler.ru.

На примере двухтомного научного труда, написанного по итогам изучения системы печати Тульской области и системы военной печати, в статье поднят вопрос о привлечении к исследовательской работе региональных отделений Союза журналистов России. Совместно с кафедрами и отделениями журналистики в вузах регионов местные союзы журналистов способны проводить исследования по актуальным проблемам истории родного края, тем самым, дополняя новыми страницами региональную историографию. Одним из направлений может стать изучение работы военных корреспондентов в годы Великой Отечественной войны. Участие студентов в подобных научных изысканиях приобщит их к организации и проведению различных исследований, будет способствовать формированию научного мировоззрения и воспитанию патриотизма.

Ключевые слова: научно-популярное, социальный институт, система СМИП, функции, научное мировоззрение, региональная историография, стенная печать, радиовещание.

Историография Великой Отечественной войны в канун 75-летнего юбилея Победы над фашистской Германией пополнилась новым научным трудом. В городе-герое Туле региональное отделение Союза журналистов России совместно с кафедрой журналистики Тульского государственного университета издали книгу-исследование «Бессмертный полк тульских журналистов».¹ Автор – заведующий кафедрой журналистики и председатель Союза журналистов Тульской области, кандидат исторических наук, доцент Б.А. Играев. Общественности впервые представлен объёмный научный труд, в котором достаточно полно изучена работа журналистов во всех типах военной печати. Подробно изложены биографии журналистов, до войны работавших в местной прессе, а в условиях военного времени выполнявших свой профессиональный долг.

В книге систематизирован и дополнен большой массив документов

¹ *Играев Б.А.* Бессмертный полк тульских журналистов. 2-е изд., перераб. и доп. Тула: «Бонус-Принт», 2020.

из Государственного архива Тульской области и Центрального архива Министерства обороны Российской Федерации. Обнародованы ранее неизвестные сведения о коллегах – военных корреспондентах из обобщенного электронного банка данных Международного историко-просветительского, благотворительного и правозащитного общества «Мемориал». Эмпирическую базу исследования дополнили подшивки районных, городских и областных газет предвоенных лет и военного времени. Был собран материал практически обо всех журналистах области, воевавших на фронтах Великой Отечественной войны и удерживавших оборону города – последнего рубежа на подступах к Москве. В результате восстановлены довоенные и военные биографии более 150 тульских журналистов, которые трудились в 37 военных газетах. 26 журналистов погибли на фронте. Безусловно, читатель воспримет книгу как солидный научный труд.

Автор представляет опубликованные результаты многолетней работы в архивах и библиотеках как научно-популярное издание, поскольку перед ним стояла задача собрать в одной книге из разных источников информацию о журналистах области в июне 1941 года, ставших политработниками или военными корреспондентами различных изданий – от газеты фронта до «дивизионки».

В первой главе «Журналисты на войне» с подзаголовком «Вместо предисловия» автор рассказывает, как проходила перестройка системы средств массовой информации под требования к прессе в условиях ведения войны.

Во всех предыдущих войнах газетная и журнальная периодика выполняла функцию основного информатора о положении дел на фронте, о действиях собственной армии и армии противника. В годы Первой мировой войны пресса воюющих стран заявила о себе и как о талантливым пропагандисте, умело манипулирующем общественным сознанием и способным влиять на моральный дух противника и на рост патриотических чувств и настроений в различных слоях общества собственной страны. С учетом прошлого опыта система СМИ СССР с первых дней войны была переведена на военный лад. В первой главе ученый раскрывает механизмы перестройки системы и превращения её в систему средств массовой информации и пропаганды – СМИП. Доминирующую позицию в ней занимает военная печать – газеты фронтов, армий и корпусов, бригад и дивизий.

Вторая глава «Летописцы и политбойцы победы» с подзаголовком «Тульские журналисты, ушедшие на фронт», повествует о коллегах, пером и штыком сражавшихся с врагом.

Определить однозначно жанр публикаций, собранных под одной обложкой, трудно. Их можно отнести к информационной заметке, корреспонденции, портретной зарисовке. Скорее всего – это документальные рассказы, мини-истории о том, как можно оставаться журналистом на войне, под разрывами снарядов и автоматными очередями, писать

срочно в номер о происходящем рядом с тобой. Это летопись жизни людей, чью судьбу война изменила, но не сломила.

Открывает главу повествование об Александре Григорьевиче Аверьянове, чья жизнь и судьба типична для того поколения.

Родился в Плавске в бедной крестьянской семье. Служил в Красной армии. Окончил Тульский рабфак. Сотрудничал с газетами. Активного рабкора заметили в редакции газеты «Коммунар», пригласили стать штатным сотрудником. В декабре 1932 года возглавил отдел колхозно-совхозного строительства. На фронт был призван Плавским военкоматом. Аверьянов был зачислен красноармейцем в формируемую 340-ю стрелковую дивизию. Дивизионная газета формировалась в Балашове Саратовской области, и в дивизию редакция еще не прибыла. Свои первые впечатления о пребывании в полку, воинской учебе, новых друзьях Александр переносил в заметки «Боевых листков». Их читали бойцы, одобряли солдата-военкора, предлагали новые темы. Штатным военкором он так и не стал, но написанные им корреспонденции и заметки публиковались во многих дивизионных и армейских газетах¹.

Вчерашние школьники по примеру старших тоже стремились попасть на фронт. Сразу быть зачисленными в штат редакции удавалось не всем.

Лидия Васильевна Захарова, окончив семь классов, устроилась в 1942 году в отдел писем газеты «Коммунар». Готовила к публикации письма рабкоров. Её отец, мастер оружейного завода, в 1938 году был осужден по с. 58, п. 10 УК РСФСР и отправлен на четыре года на Колыму. С такой биографией 16-летнюю Лидию в действующую армию не взяли, но разрешили оформиться вольнонаёмной в редакцию армейской газеты «Боевое знамя». Она стала радисткой-машинисткой газеты 3-й армии. Работа редакционного радиста была ответственной: сквозь множество помех надо было принять сообщение «От Советского информбюро». Одно слово пропустишь, и весь труд насмарку. А газета – ежедневная, сводки, приказы Верховного главнокомандующего, фронтовых и армейских командиров, также часто принимаемые по радио, публиковались в каждом номере. Попробуй ошибись. В 1946 году вернулась в редакцию «Коммунара» и продолжала работать радисткой, телефонисткой-телетайписткой, выпускающей до ухода на пенсию»².

Не все журналисты «на гражданке» становились военными корреспондентами. Но умение владеть словом, опыт газетной работы помогал и им служить Родине на новых должностях.

Василий Александрович Локтионов окончил школу, работал на производстве, стал членом комсомола. Организовывал в Плавске молодежные вечера, выпускал стенгазеты, писал статьи в районную и област-

¹ *Играев Б.А.* Бессмертный полк тульских журналистов. 2-е изд., перераб. и доп. Тула: «Бонус-Принт». 2020. С. 31 - 33.

² Указ. соч. С. 70 - 71.

ную печать. По направлению обкома ВЛКСМ поступил в Серпуховскую школу газетной работы. В начале 1930-х годов, в пору развертывания в стране широкой сети районных и многотиражных газет, в ряде областей создавались журналистские техникумы, учреждения начального профессионального образования журналистов. Одна из таких школ, так называемая «газетуча» (школа газетного ученичества), была открыта в Серпухове Московской области, готовившая низовой состав для предприятий печати. Одним из 160 слушателей школы профессионального мастерства стал Василий Локтионов. В июле 1938 года его принимают в редакцию газеты «Коммунар» литсотрудником сельхозотдела. В 1939 году решением областного комитета партии был направлен в кадровый резерв Красной армии, где проходил обучение в структурах Главного политического управления. В марте 1945 года был награжден орденом Отечественной войны II степени. В наградном листе отмечалось: «В боях показывает пример стойкости и выдержки. Сочетая боевую работу с воспитанием личного состава, повысил идейно-политический уровень рядового и сержантского состава, значительно укрепил дисциплину, порядок и организованность».¹

В мозаичном портрете «Бессмертного полка тульских журналистов» есть иконка – образ типичного представителя выигравшего войну поколения, воспитанного советской властью и комсомолом, увлеченного романтикой построения общества – мечты человечества. Речь идет об Анатолии Васильевиче Играве.

С 13 лет работал в колхозе. В 17 лет по направлению Харовского райкома комсомола Вологодской области поступил на работу в редакцию районной газеты «Ударник». Учётчик писем, корреспондент, ответственный секретарь – это занимаемые им должности. Коллектив редакции – молодежь. Работали дружно. Увлеченно, не считаясь со временем. Поздними вечерами, когда вычитанная и подписанная «в печать» газета передавалась печатникам в типографии и в редакции наступало затишье, молодые сотрудники собирались в его кабинете-общезитии на «ночную планерку»: спорили, строили планы, мечтали. В Харовске окончил вечернюю школу рабочей молодежи. В 1940 году был призван в ряды Красной армии. Войну встретил 22 июня 1941 г. под Львовом. Службу нес танкистом. Горел в танке под Сталинградом, участвовал в обороне Киева. После окончания Ленинградской высшей офицерской школы командовал танковой ротой, воевал на Калининском и Юго-Западном фронтах. Журналистская работа в довоенном прошлом напоминала каждым номером «дивизионки». И Анатолий Играв начал вновь писать. В свободное от боевых забот время приходил в редакцию вспомнить навыки работы метранпажем, корректором и литправщиком. Набирался опыта фронтовой журналистики и обретал ту творческую смелость, которая позволяет свободно и

¹ Указ. соч. С. 99-101.

уверенно распоряжаться собранными фактами, обобщать и осмысливать их. Скоро его заметки и статьи уже ставили на первую полосу как самые оперативные и «гвоздевые». После демобилизации из армии в 1946 году Анатолий Играев поступил в редакцию многотиражной газеты «Большевик» Тульского машиностроительного завода, где работал литсотрудником и редактором газеты, учился в партийной школе. В 1952 году был назначен первым послевоенным редактором «Молодого коммунара». Работал инструктором, заведующим сектором печати, радио и телевидения Тульского обкома КПСС. 15 лет, до ухода на пенсию, был директором Приокского книжного издательства Госкомиздата РСФСР. Одним из первых, в 1957 году, стал членом Союза журналистов СССР и четверть века являлся членом бюро областной организации¹.

Таким был социальный лифт поколения журналистов, пером и штыком добывавших мир для себя, страны и для будущих поколений. Разными дорогами пришли они в журналистику, и фронтовая судьба у каждого своя. Но все они были созидателями и бойцами, первыми встали в ряды защитников Отечества. Их подвиг неоценим. Создавая коллективный портрет журналистов-фронтовиков Тульской области автор, устраняет из памяти поколений белые пятна истории Великой Отечественной войны.

Играев не ограничивает свой интерес исследователя публикацией портретных зарисовок о журналистах, по воле судьбы ставших в годы войны солдатами, военкорами, политработниками. Ему также было важно проследить их судьбу после мая 1945 года. Показать, кто и как вернулся к работе в газете для выполнения основной задачи профессии журналиста – писать, как и чем живет область, район. И они в своих публикациях рассказывали, как постепенно выздоравливает страна, как возвращаются к мирной жизни фронтовики..

В третьей главе «К штыку приравняли перо» автор использует тот же стилистический прием – лаконизм повествования. Минимальный набор фактов из биографии, и только тех, что помогают раскрыть личность журналиста. Перед читателями проходит галерея образов литературных сотрудников, редакторов «районок», радиокорреспондентов. До самозабвения преданных профессии.

Сергей Васильевич Дубровский. На фронт ушел добровольцем в 1942 году. Через полгода командир стрелкового взвода младший лейтенант был тяжело ранен. Комиссованный «под чистую» возвратился домой, в Волово. После войны окончил факультет журналистики Высшей партийной школы при ЦК партии. Работал редактором районной газеты «Воловский колхозник». Позже возглавлял редакцию газеты «Заря коммунизма» Ефремовского района. Вместе с ним в районных газетах трудилась журналистом и его жена, Мария Дмитриевна Дубровская,

¹ Указ. соч. С. 72-75.

служившая во время войны в войсках НКВД и принимавшая участие в боях с фашистами.

Вот что писал о редакторе Дубровском старейший сотрудник газеты Николай Титов: «Этот человек не просто работал в газете, а служил в ней, как в храме. Он верил, что газета может учить, воспитывать, организовывать, мобилизовывать массы, оказывать плодотворное влияние на производительность труда, дисциплину, внедрение передового опыта, помогать вытеснению из нашей жизни всего, что мешает строить коммунизм. Он действительно к штыку приравнивал перо. И такое его отношение к делу проглядывалось на страницах газеты. Все эти бесконечные в те годы «почины», «методы», все кампании у нас всесторонне освещались, пропагандировались и т.д. Очень любил, чтобы были в газете острые критические статьи на производственные темы, о торговле, о быте. И мы без усталости критиковали»¹.

Война переламывала судьбы и неожиданно открывала новые способности у человека. Часто тянуло к творчеству. Рождалось желание изложить пережитое в прозе или стихах, переложить на холст или воплотить в персонажи драмы, кино. Их творчество неотделимо от кровоточившей раны в душе, что оставила у фронтовиков война.

Николай Юрьевич Корнеев. Среднюю школу окончил в Краснополье на Украине. Учился в Харьковском химико-технологическом институте, но со 2-го курса ушел в журналистику и литературу. Позднее он вспоминал: «Профессия журналиста представлялась мне тогда намного более интересной, чем специальность химика, а главное, приближающей меня к литературе, что для юнца, писавшего стихи, казалось особенно важным. Признаюсь, что с годами мой взгляд на это изменился, но журналистом мне пришлось поработать немало». В 1941 году ушел добровольцем на фронт, воевал рядовым пулеметчиком. В боях под Таганрогом был тяжело ранен и контужен, потерял левый глаз. К началу боев на Курской дуге, будучи комиссованным, добровольно пошел работать во фронтовую газету 9-го танкового корпуса. Трудился в газете корректором до конца декабря 1943 года, но ухудшающееся после ранения зрение, не позволило остаться в военной газете. После освобождения Курска работал литературным секретарем в редакции газеты «Курская правда», консультантом областного книжного издательства. В июле 1948 года переезжает в Тулу, трудится в газете «Коммунар» собственным корреспондентом при секретариате. После трех лет работы в тульской партийной газете Н.Ю. Корнеев возвращается в Курск, где становится одним из создателей областной писательской организации. Выпустил около 30 книг для взрослых и детей в издательствах Москвы, Тулы, Воронежа и Курска»².

Огранка личности, духовное возмужание проходило в окопах Ста-

¹ Указ. соч. 212–215.

² Указ. соч. С. 225–226.

линграда, Севастополя, Одессы, под Москвой, на Курской дуге. И на мирную жизнь они смотрели глазами человека, выстоявшего в самых жестоких испытаниях.

Пётр Георгиевич Сальников. Когда фашисты напали на нашу страну, он еще совсем юношей в 1942 году вступил в истребительный батальон и, не окончив десятого класса, ушел в армию, попал в артиллерию, служил наводчиком орудия, радистом, начальником дивизионной радиостанции. Треть биографии Сальникова пришлось на военное лихолетье. А он мечтал о книге, которую напишет, где сошлись бы все его солдатские пути-дороги, факты и наблюдения, события и люди. После демобилизации из армии пришел в школу доучиваться. Потом работал на стройке, пока в 1952 году не избрал для себя стезю журналиста. Редактировал плавскую районную газету, затем – щекинскую городскую, а позднее – межрайонную газету в Новомосковске, был собственным корреспондентом областной газеты «Коммунар». Его журналистский талант и организаторские способности были замечены, Петра Георгиевича назначили директором Тульской студии телевидения, затем – заместителем председателя Тульского областного комитета по телевидению и радиовещанию. Первый рассказ Петра Сальникова «Свой человек» появился в 1956 году. Всего вышло более 10 книг, в центре которых – народ-воин, народ-труженик, борьба за вечные человеческие ценности и торжество справедливости»¹.

Жанр данной книги-исследования можно определить еще и как документальную повесть, где каждая глава – это рассказ о судьбе коллеги из того поколения, которому пришлось служить Отчизне и пером, и штыком. С уходом из жизни журналистов-фронтовиков нынешней и будущей молодежи в наследство достаются опубликованные ими статьи, корреспонденции, очерки, рассказы, а также не перенесенные на страницы журналов и книг фронтовые записные книжки, хранящие впечатления о буднях бойцов на фронте, рассуждения о войне и мире и мысли о миссии человека по отношению к другим людям и народам.

Обнародованные материалы представляют научный интерес для общества историков, корпорации журналистов области, а также для тех, кто хочет знать, что в действительности происходило на территории Тульской области в годы четырехлетней войны с германским фашизмом. Книга «Бессмертный полк тульских журналистов» способна в огромной степени вызывать уважение к памяти погибших в Великую Отечественную войну земляков. Сведения и факты, составляющие её основу, доступны любому читателю.

Как научно-популярное издание, книга выполняет просветительскую и образовательную функции: знакомит с ранее неизвестными фактами о тульских журналистах, рассказывает, как в боевых условиях, нередко и под артиллерийским огнем противника, им приходилось готовить

¹ Там же. С. 259–260.

очередной номер, а утром доставлять газету на передовую.

Здесь не будет излишним вспомнить слова известного просветителя, писателя и публициста XIX века Н.Г. Чернышевского в адрес научно-популярных изданий: «...Открытия и соображения науки приносят действительную пользу только тогда, когда разливаются в массу публики... Поэтому, чтоб проникнуть в массу, наука должна сложить с себя форму науки»¹.

Действительно, книга соответствует определенным Чернышевским параметрам научно-популярного издания. Её содержание «разливается в массу» читателей, а публицистический стиль повествования не укладывается в прокрустово ложе научного трактата, что и позволяет отнести «Бессмертный полк тульских журналистов» в том числе и к научно-популярной литературе. Документальный фундамент исследования и заложенная в книгу информация представляют ценность помимо журналистов, историков и социологов представителям иных профессиональных сообществ. Полезна она и для студентов, старшеклассников. «Складывая», по словам Чернышевского «с себя форму науки», неизвестные ранее документы и новые факты о работе партийных органов и государственных учреждений, промышленных предприятий области накануне войны и в дни героической обороны расширяет научно-познавательный кругозор читателя, формирует у молодежи научное мировоззрение.

По-нашему мнению, сообщество ученых должно воспринять новый труд Ибраева «Бессмертный полк тульских журналистов» как продолжение и развитие темы о роли печати в мобилизации трудящихся области на самоотверженный труд и оборону Тулы в 1941 году, поднятую им в монографии «Печать Тульской области в годы Великой Отечественной войны»². Обе книги следует рассматривать как единое системное исследование деятельности одного из социальных институтов государства – средства массовой информации, организации работы прессы накануне и в начальный период Великой Отечественной войны. На примере Тульской области автор показывает, как происходила перестройка системы печати и составляющих её компонентов: областные, городские и районные газеты; фабрично-заводские газеты и стенная печать, радиовещание. Основным источником научной информации стали документы из архива Тульского областного комитета КПСС: протоколы заседания бюро и постановления пленумов обкома, горкомов и райкомов партии. Они и составили эмпирическую базу исследования. Многие документы из партийного архива были впервые введены в научный оборот.

¹ Чернышевский Н.Г. О поэзии. Сочинение Аристотеля // Полное собр. соч.: В 15 т. М.: Гослитиздат, 1948. Т. 2. С. 273.

² Ибраев Б.А. Печать Тульской области в годы Великой Отечественной войны. Тула: Изд-во ТулГУ, 2016.

Источником информации для исследования стали подшивки газет «Коммунар», «Молодой коммунар», «Шахтерская правда», городских и районных изданий, фабрично-заводских газет, стенная печать. Контент-анализ газетных номеров позволяет автору систематизировать содержание, выявить тематику, определить основные направления развития издания, составить социальный портрет постоянных авторов – рабоче-крестьянских корреспондентов. Исследователь впервые рассматривает военные издания – газеты армий и корпусов, иных воинских подразделений, выходившие на территории области в годы войны.

Исследование Б.А. Играева отличает комплексный подход: изучается деятельность всех типов газет, работа радиовещания; рассматривается роль низовой печати – фабрично-заводских газет и стенной печати в поддержании и распространении патриотических починов на предприятиях и в сельском хозяйстве области. Играев один из немногих исследователей, кому оказалась интересна инфраструктура СМИ, и он подробно описывает существовавшую в те годы систему распространения печатной прессы и технологическую базу, на которой издавались газеты.

Всесторонний и глубокий анализ организации работы прессы связан с тем, что Тульская область в 1937 году получила новый статус – субъекта Российской Федерации. До его получения Тула и ряд других городов, расположенных на территории ликвидированной в 1929 году губернии, входила в состав Московской области на правах региона. В довоенные годы шло интенсивное становление органов управления: создание системы связи между советами депутатов трудящихся и партийными комитетами различного уровня. Газеты и радиовещание были неотъемлемой частью системы.

Ученый не рассматривает отдельно тему партийного руководства печатью области. Не только потому, что она не являлась целью его исследования. Для сегодняшнего времени тема из недавнего прошлого неактуальна. Но и обойти её невозможно, поскольку речь идет о главном идейном оружии партии – печати в её борьбе за сознание масс. Потому и начинается первую главу монографии с описания отношений между редакциями газет и партийными комитетами.

«Областной, городские и районные комитеты ВКП(б) систематически обсуждали вопросы, связанные с работой печати, рассматривали отчеты газет, обобщали опыт лучших, принимали соответствующие рекомендации, заботились об укомплектованности редакций знающими грамотными кадрами, для редакторов районных, многотиражных и стенных газет проводили семинары-совещания по различным направлениям работы редакций»¹.

Из приведенного далее перечня принятых обкомом партии документов видно, какие стороны в работе редакций интересовали партком.

¹ Указ. соч. С. 3.

«11 декабря 1939 года бюро Тульского обкома ВКП(б) принимает постановление № 176 (п. 7) «О периодичности и тиражах областных, городских, районных и фабрично-заводских газет области на 1940 год».

27 января 1940 года на бюро обкома партии (протокол № 186, п. 6, п. 23) рассматриваются сразу два «газетных» вопроса:

«О проведении областного совещания редакторов районных, заводских и стенных газет», на которое планируется пригласить 200 редакторов. В повестке дня: а) решение пленума обкома ВКП(б) о подготовке к уборочной кампании и задачи печати; б) о состоянии заочной учебы редакторов стенгазет рабселькоров;

«Об организации заочных годовичных курсов редакторов, членов редакций стенных газет и рабселькоров». Обучить на годовичных курсах планировалось 2000 человек»¹.

Постоянное внимание к работе редакций газет – от областных до стенных: рассмотрение на заседаниях бюро партийных комитетов всех уровней планов работы редакций, утверждение основных тем для освещения в печати, подбор сотрудников и другие формы связи парткомов и редакций сложились после установления советской власти, в уже далекие двадцатые годы Они менялись, развивались, совершенствовались, но в сути своей являлись формой контроля, прямого вмешательства в дела редакций. Правда, на языке партийных функционеров такие действия со стороны парткомов назывались «партийное руководство».

Лидеры партии признавали действенность печатного слова, видели в газетах и журналах мощную силу в мобилизации масс на труд и на подвиг и использовали прессу как инструмент борьбы с оппонентами и врагами. Именно в таком предназначении они воспринимали газеты и журналы в жизни государства и общества. Выступая 19 апреля 1923 года на XII съезде РКП(б) с заключительным словом по организационному вопросу Сталин так оценил роль партийной печати: «Печать... – это самое острое и самое сильное оружие нашей партии»². Целых тридцать лет слова будут красоваться на агитплакатах в различных учреждениях, учебных заведениях, домах культуры, сельских клубах, да и просто в местах, где собиралось достаточно народа.

Пресса оправдывала доверие партии. Газеты – областные, городские и районные, многотиражные и стенные со своих страниц разоблачали, обличали, призывали и одновременно воспитывали у читателей чувство патриотизма, любовь к своей социалистической Родине.

С начала войны изменения коснулись содержательной модели газет. Автор отмечает: «Ведущее место в пропаганде заняла конкретная призывная лаконичная агитация. Это определило и основные формы пода-

¹ Указ. соч. С. 5.

² *Сталин И.В.* Двенадцатый съезд Российской коммунистической партии (большевиков). Стенографический отчет. М.: 1923. С. 235

чи материалов на газетной странице: тематические подборки по определенному вопросу; передовая статья на злобу дня; коллективные обращения, телеграммы; боевая корреспонденция; целенаправленная информация»¹.

Отмечая изменения в деятельности редакций, автор упоминает, что как для народа, так и для журналистов нападение Германии стало полной неожиданностью. Публиковавшиеся в местной прессе материалы ТАСС убеждали читателей в солидарности рабочих разных стран в борьбе с капитализмом, говорили об интернациональном характере мировой революции. Информационная вертикаль от центральных до многотиражных газет с гневом обличала сомневающихся товарищей, что договор с Германией есть гарантия мира и дружбы между странами. После такой мощной пропагандистской обработки перенастроить общественное мнение от доброжелательного отношения к немцам на восприятие их как врагов, захватчиков, убийц было сложно.

Так журналисты получили один из уроков по мифологизации общественного сознания. Вину за трагичный для общества урок, за распространение с помощью СМИ политических мифов обязаны были взять партийные комитеты различного уровня. Не взяли, скорее всего потому, что таким образом им пришлось бы развенчать миф о сути партийного руководства печатью. Партийные функционеры не полагали, что они могут нести ответственность за внедряемую ими в деятельность СМИ конспирологию, цензуру, за тотальный контроль за работой журналистов.

Но журналисты справились с новой задачей.

Основными темами публикаций и направлениями деятельности редакций стали:

- разъяснение цели и характера Отечественной войны;
- проведение мобилизационных кампаний (публикация отчетов с митингов трудящихся, подготовка к публикации писем добровольцев);
- воспитание ненависти к фашистским агрессорам;
- организация слаженной работы предприятий в тылу и мобилизация экономических и людских ресурсов под лозунгом: «Всё для фронта! Всё для победы!»;
- ведение контрпропаганды и нейтрализация идеологии врага;
- призыв к бдительности².

Местная печать, наряду с радиовещанием, была основным источником информации о происходящих на фронте и в области событиях. Тематика газет коренным образом отличалась от той, что освещалась и поднималась в довоенные годы. Главной идеей газетных публикаций стало сплочение народов СССР, социальных групп, фронта и тыла во имя победы над врагом.

Газеты рассказывали о подвигах солдат, публиковали фотографии первых героев, рассказывали о патриотических починах. Журналисты

¹ *Играев Б.А.* Печать Тульской области в годы Великой Отечественной войны. Тула: Изд-во ТулГ, 2016. С. 10.

² Указ. соч. С. 10.

старались, чтобы каждый номер укреплял моральный дух солдат и гражданского населения.

В работе над монографией ученому помогал многолетний опыт практической работы журналистом и редактором, отличное знание организации редакции, функций отделов и подразделений. Он поэтапно, в деталях описывает, как перестраивались, приспособлялись к новым условиям основные издания Тульской области – газеты «Коммунар», «Шахтерская правда» и «Молодой коммунар». Подробно разбирает структурную и содержательно-графическую модель молодежной газеты. С третьего военного номера, вышедшего 28 июня, она становится постоянной.

С первых военных номеров журналисты решают одну из задач печати тех лет – мобилизация общественного мнения населения тыла на отпор врагу. Но делают это неумело. «Шапкозакидательский» тон публикуемых материалов создавал у читателей ошибочное представление о ходе боевых действий, о фашистах. Такой подход к описанию положения дел на фронте стал большой проблемой прежде всего для командования, знавшего истинную цену врагу. Но в этом была не вина журналистов, а их беда. При отборе фактов, выборе сюжета и написании статьи они исходили из указаний политического руководства: писать только о том, что мобилизует на борьбу с врагом. Ни в коем случае не показывать картины отступления, беженцев. Любой факт, говорящий о военных неудачах Красной армии, неуместен и вреден.

Подробный анализ содержания газет в первые месяцы войны позволяет автору сделать вывод о просчетах, грубых ошибках в организации пропаганды накануне войны и в её первоначальный период.

«Действительно, в экстремальных условиях начавшейся войны «Сообщения Совинформбюро» и рассказы из «Боевых эпизодов» зачастую представляли собой причудливое сочетание реальных фактов и вымысла, подлинных событий и пропагандистских штампов. Происходило это, видимо, в силу противоречивости задаваемых сверху партийных установок, творческой неэффективности пропагандистских усилий тогдашних идеологов, а может быть, и в силу инерции: в нашей политико-воспитательной работе всегда было больше формализма, чем здравого смысла... неэффективная на начальном этапе войны пропагандистская работа, и прежде всего газетная пропаганда, которая считалась наиболее важным средством информационно-психологического воздействия, достаточно быстро, что называется, на ходу, перестроилась и в целом смогла учитывать настроения, ожидания, иллюзии и устремления советских людей на фронте и в тылу.

Первостепенная задача печати состояла в развенчании мифа о том, что «немцы непобедимы». И газеты дали свой ответ – Красная Армия разобьёт врага, победа будет за нами»¹.

В монографии Играве уделяет особое внимание изучению фронто-

¹ *Играве Б.А.* Печать Тульской области в годы Великой Отечественной войны. Тула. Издательство ТулГУ. 2016. С. 10.

вой печати, посвятив ей отдельную главу. Нельзя сказать, что это новая тема в историографии отечественной журналистики. Исторический опыт издания газет был получен на фронтах Первой мировой войны и гражданской¹. Из практики тех лет исходили партийные и военные руководители при выстраивании системы военной печати. Походила она на пирамиду: на самом верху центральные издания Министерства обороны СССР, а внизу газеты бригад и дивизий. Для идеологического влияния на каждого бойца выходила самая массовая солдатская печать – «Боевые листки» или «Окопная правда». Вся система держалась на фундаменте из директив и постановлений, принятых ЦК ВКП(б) и Главным политическим управлением Красной армии.

Основная задача военной печати заключалась в воспитании высоко-го морально-психологического духа у солдат и офицеров, готовности к самопожертвованию во имя защиты Родины, верности воинской присяге. И газеты, составившие систему военной печати 1941–1945 гг., решили поставленную задачу.

Солидный объём ранее неизвестных общественности документов, составивших эмпирическую базу исследования, объект научного анализа – печать Тульской области, входившая в систему политической пропаганды, комплексный анализ (вместе с печатными изданиями учёный изучает и инфраструктуру СМИ – полиграфическую базу и систему распространения печатной периодики), определение совокупности факторов, влиявших на пропагандистскую и организационную деятельность местной прессы в довоенный и военный периоды позволяет нам говорить, что региональная историография Великой Отечественной войны дополнилась капитальным научным трудом в двух томах: «Печать Тульской области в годы Великой Отечественной войны» и «Бессмертный полк тульских журналистов».

Если в первом томе показаны формы и методы проведения политических кампаний, организация и освещение социалистического соревнования на страницах областных, городских и районных газет, направленных на развитие военной экономики, поддержание морального духа туляков, то во втором томе раскрыта роль печати в обеспечении идеологической победы над фашистской Германией.

Научный труд Б.А. Играева определяет новый вектор изучения роли печати в Великой Отечественной войне и открывает малоисследованную страницу темы войны в региональной историографии. Во-первых, изучена и описана профессиональная деятельность местных журналистов, их служба в армии военными корреспондентами и работа после возвращения к мирной жизни.

¹ Волковский Н.Л. История информационных войн: в 2 ч. СПб., 2003; Гразкин Д.И. Окопная правда. М.: Изд. «Старый большевик», 1933; Лемке М.К. 250 дней в царской ставке (25 сентября 1915 – 2 июля 1916). Пг., ГИЗ. 1920; Ужegov Т.И., Белогуров С.Б. Отечественная военная журналистика. Ч. I. XIII – начало XX вв. М., 1995; Русская военная периодическая печать. 1702–1916. Библиографический указатель. М. 1959 и др.

Во-вторых, если ранее источниковая база преимущественно носила личностный характер, поскольку её составляли воспоминания, фронтовые дневники, мемуары журналистов и писателей¹, то рассекречивание архивов позволяет ввести в научный оборот многие ранее неизвестные документы. Таким образом, произошло расширение информационного поля для исследования событий и явлений, происходивших в области в предвоенный и военный периоды войны и после возвращения к мирной жизни. В-третьих, изучение деятельности местной прессы с привлечением биографий и творчества журналистов позволяет более полно и объективно отразить мобилизующую роль прессы, судить о влиянии журналиста как активно общественной личности и его слова на формирование общественного мнения.

Новизна исследования, а отсюда и его ценность еще и в том, что это результат творческого содружества двух родственных структур. Инициатива исходила от Союза журналистов Тульской области, а поддержку нашла на кафедре журналистики Тульского государственного университета. В итоге в истории войны 1941–1945 гг. написана страница о тульских журналистах-фронтовиках. Проявленный научный интерес к опыту коллег довоенного поколения подаёт пример, как нужно выполнять свой профессиональный долг и нести ответственность за сказанные и написанные журналистом слова перед аудиторией.

Литература:

- *Волковский Н.Л.* История информационных войн: в 2 ч. СПб., 2003.
- *Гразкин Д.И.* Окопная правда. М.: Изд. «Старый большевик», 1933.
- *Играев Б.А.* Бессмертный полк тульских журналистов. 2-е изд., перераб. и доп. Тула: Бонус-Принт, 2020.
- *Играев Б.А.* Печать Тульской области в годы Великой Отечественной войны. Тула: Изд-во ТулГУ, 2016.
- Сталин И.В. Двенадцатый съезд Российской коммунистической партии (большевиков). Стенографический отчет. М., 1923.
- *Ужегов Т.И., Белогуров С.Б.* Отечественная военная журналистика. Ч. I. XIII – начало XX вв. М., 1995.
- *Чернышевский Н.Г.* О поэзии. Сочинение Аристотеля // Полн. собр. соч.: в 15 т. М.: Гослитиздат, 1948. Т. 2.

¹ *Васильев А.Н.* С пером и автоматом // Союз журналистов СССР. Ленинградское отделение. Ленинград. 1964; Жуков Ю.А., Бурков Б. Мякушков В.А. Строки, опаленные войной: воспоминания, очерки, размышления. М.: Изд-во полит. лит-ры, 1987; Филиппов Н.Т. Северо-западнее Сталинграда: записки армейского редактора. М.: Воен. изд-во, 1952; В редакцию не вернулся. В трех книгах. Изд-во полит. лит-ры. 1964; Живая память: Великая Отечественная: правда о войне в трех томах: воспоминания, очерки, дневники, статьи, интервью, документы, письма, стихи, фотографии, репродукции картин. М.: Совет ветеранов журналистики России: Союз журналистов России, 1995; Журналисты на войне, Книги 2. Воен. изд-во. 1966; Летописцы Победы. Изд-во полит. лит-ры, 1990 и др.

75 лет Великой Победы

- Все для Победы: Тульская область в годы Великой Отечественной войны 1941–1945: сб. документов и материалов / сост. А.М. Аполлонова и др. Тула: Приок. кн. изд-во, 1985.

Поступила в редакцию 30 апреля 2020 года.

УДК 070:001.8

Методы манипуляций общественным мнением на российском телевидении

Кравцов В.В., доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики факультета журналистики ИГСУ РАНХиГС при Президенте РФ, Москва; e-mail: vkravtsov1968@gmail.com.

Манипуляция общественным мнением – это проблема, получившая особую актуальность в XX веке. благодаря быстрому развитию и широкому распространению средств массовой информации, а также двум мировым и холодной войнам, во время которых возможность оказывать влияние на массовое сознание граждан оказалась особенно востребована лидерами враждующих государств. Закономерным следствием их интереса стало появление теории манипулирования общественным мнением, разработкой которой занимались социологи, культурологи и политологи из Великобритании, США, Германии, Франции, СССР/России и других стран мира. В XXI веке интерес к использованию массмедиа для воздействия на сознание людей только усилился, на что в немалой степени повлияло развитие интернета и, соответственно, появление интернет-медиа, а также возможности для аудитории знакомиться с материалами традиционных печатных, радио- и телевизионных медиа через интернет. В этот период продолжают публиковаться научные исследования по манипуляционной проблематике, обобщающие опыт предшественников и предлагающие новые, уточненные взгляды на известные явления, новые классификации методов и приемов манипулирования людьми.

Ключевые слова: манипуляция, массмедиа, телевидение, программа, сюжет, метод.

В частности, само понятие «манипуляция в массмедиа» как форма воздействия на сознание людей получило в трудах российских ученых следующие трактовки:

– «система психологического воздействия, ориентированного на насаждение иллюзорного мировосприятия»¹ (В.Е. Черникова). По мнению этого автора, оказавшись под действием манипуляции, человек лишается способности свободно мыслить и принимать осознанные решения, он подчиняется манипулятору;

– «скрытое воздействие на мотивацию человека с целью измене-

¹ Черникова В.Е. Манипуляция массовым сознанием как феномен информационного общества // Теория и практика общественного развития. 2015. №3. С. 141-144.

ния взглядов и поведения независимо от собственных интересов и мировоззрения»¹ (К.А. Крайнова). Данное определение сходно с предыдущим, но в нем подчеркивается изначальное несовпадение внушаемых манипулятором установок с интересами объекта воздействия;

– «психологическое воздействие и подавление воли граждан, осуществляемое скрытно и ставящее своей задачей программирование их поведения, изменение мнений в нужном манипулятору направлении»² (О.А. Максимчик). В этой формулировке расширены первые два определения, но при этом первично именно программирование поведения людей, а не изменение их мнений о чем-либо или о ком-либо;

– «психологическое воздействие, в ходе которого осуществляется умышленное искажение информации»³ (М.А. Денисов, Н.В. Хорошева). Это определение авторы вывели в 2015 г. на основе анализа определений манипуляции из защищенных в 2009-2014 гг. диссертаций, решив использовать в нем наиболее часто встречающееся «психологическое воздействие» и взятые в качестве видовых признаков «наличие искажения», «умышленный характер».

Несмотря на проведенную ими работу, получившийся вариант определения сложно назвать исчерпывающим, поскольку манипулировать людьми можно и сообщая им факты без искажений содержания. В указанном случае манипуляция будет проявляться на уровне выбора самих этих фактов, что приведенное определение не предусматривает. Однако можно согласиться с М.А. Денисовым и Н.В. Хорошевой в том, что единое определение «манипуляции» в отечественной науке действительно отсутствует, а разные авторы предлагают варианты, наиболее подходящие им самим для целей их исследований.

А вот как определяют манипуляцию в массмедиа ученые за рубежом. Так, по мнению канадского профессора Н. Фицпатрика⁴, термин «манипуляция в массмедиа» имеет двойное значение: деятельность организаций, которые используют новости, чтобы намеренно или непреднамеренно вводить в заблуждение общественность, а также деятельность самих СМИ, которые в эпоху социальных сетей способны сами вводить в заблуждение организации и отдельных лиц.

А. Бансау-Бурсиа из Университета Поля Валери во французском

¹Крайнова К.А. Интернет как средство политической манипуляции в современном политическом управлении // PolitBook. 2013. №2. С. 60-67.

²Максимчик О.А. Манипуляция общественным сознанием в англоязычных СМИ (на примере освещения катастрофы Боинг-777 в июле 2014 г.) // Известия Самарского научного центра РАН. 2015. №1-1. С. 154-157.

³Денисов М.А., Хорошева Н.В. Проблема определения термина «Манипулирование» в работах российских исследователей // Политическая лингвистика. 2015. №2. С. 94-101.

⁴Fitzpatrick N. Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media on News, Competition, and Accuracy // Athens Journal of Mass Media and Communications. 2017. Vol. X, No. Y. 17 p.

Монпелье определяет манипуляцию как «действие, под влиянием которого индивид или группа индивидов настроены мыслить и действовать таким образом, который совместим с интересами инициатора манипуляции, а не с их собственными интересами»¹ Особое внимание в своей работе «Социальные медиа и свобода мысли» А. Бансау-Бурсиа уделяет этическому аспекту манипуляции, подчеркивая априорную аморальность любой манипуляции в массмедиа.

Сотрудники Стэнфордского университета США Г. Лин и Д. Керр рассматривают² манипуляции в массмедиа как преднамеренное использование информации одной из сторон, чтобы озадачить противника, ввести в заблуждение и, в конечном итоге, повлиять на его выбор и принимаемые им решения. Они выводят свою теорию манипуляций из трактата «Искусство войны» Сунь Цзы, который считал высшим искусством войны покорение врага без боя³.

С точки зрения С. Тираканока и Т. Уехара, работников лаборатории по кибербезопасности японского университета Рицумейкан, основу современных манипуляций в массмедиа составляет подлог⁴. Массмедиа делят информацию на фрагменты, умышленно умалчивают о части из них и публикуют то, что осталось, в заголовках, тем самым создавая интригу и заставляя читателей открывать полный текст – так функционирует явление «кликбейт». Второе проявление манипуляций состоит в редактировании изображений в графическом редакторе, что позволяет создавать мнимые доказательства для текстов статей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что и среди зарубежных исследователей нет единства в понимании термина «манипуляция в массмедиа», при этом их определения явно тяготеют либо к области маркетинга, либо к теориям информационных войн, в то время как большинство определений российских авторов имеют корни в психологической науке. В этом смысле объединяющее указанные подходы определение представляется возможным сформулировать следующим образом: манипуляция в массмедиа – это намеренное использование журналистом информации для воздействия на мнения и поведение массовой аудитории, осуществляемое с учетом ее психологических особенностей и, как правило, скрытно от нее. Уточнение «как правило» необходимо, поскольку немало людей уже умеют распознавать манипулятивные приемы в материалах журналистов, однако все равно им

¹ *Băncău-Burcea A.* Social Media and Freedom of Thought // Proceedings of the RAIS Conferece. 16-17 October, 2017. – P. 124-130.

² *Lin H., Kerr J.* On Cyber-Enabled Information/Influence Warfare and Manipulation // Center for International Security and Cooperation. March 21, 2017. Draft 3. 28 p.

³ Там же.

⁴ *Teerakanok S., Uehara T.* Digital Media Tampering Detection Techniques: An Overview. ICDCSW. 2017. 5 p.

верят и меняют свое мнение так, как нужно работникам массмедиа.

Методы манипуляции общественным мнением широко используются на современном отечественном телевидении, в особенности это заметно в информационных и информационно-аналитических программах федеральных телеканалов.

Манипулирование общественным мнением в массмедиа может принимать положительные и отрицательные формы, в зависимости от того, какие цели преследует журналист, поскольку сами по себе методы манипуляций – это только инструмент. Рассмотрим, какие методы манипуляций использовались и используются до сих пор в воскресной программе «Время» на Первом канале в 21.00 для достижения положительных целей.

I. Языковые методы.

Чтобы сделать информацию доступной для понимания зрителей с разным уровнем образования, журналисты программы «Время» регулярно используют разговорные и просторечные слова и выражения, считая, что благодаря этому их текст будет лучше восприниматься.

В качестве примеров применения таких лексических средств можно привести следующие: «Как съехавший с катушек игроман в Лас-Вегасе забрал пятьдесят восемь жизней?», «В Сан-Франциско продолжилась вакханалия с российским консульством».

II. Идеино-политические методы.

«Безальтернативность утверждений» – этот метод применялся особенно часто, в основном – при описании действий президента России В.В. Путина. К примеру, следующим образом: «В Сирии покончено с чередой свержения руководителей арабских стран. Владимир Путин поставил барьер перед американской концепцией хаоса на Ближнем Востоке и в Северной Африке. Так теперь действовать нельзя». В данном случае достижение В.В. Путина подается как непреложная истина и игнорируются те страны, где по-прежнему существует угроза свержения лидеров при содействии США (в особенности на территории Африки, где уже после этого выпуска новостей произошел, как минимум, один государственный переворот).

Автор программы рассчитывал на то, что большинство зрителей не станут проверять его слова, и в их глазах авторитет российского президента возрастет. Сложно не согласиться и с окончанием анонса: «Законную власть надо уважать», причем в большинстве анализируемых выпусков новостей короткие речи-подводки ведущего заканчивались именно таким утверждением, с которым сложно поспорить. Это делается потому, что чем чаще зритель соглашается с услышанным, тем больше вероятности, что он согласится и со спорными заявлениями журналиста, т.е. это тоже манипуляционный прием.

III. Фактологические методы.

Для повышения важности утверждений применяется прием «апел-

ляция к экспертам», причем явно манипуляционным он становится в сочетании с приемом «недостижимые доказательства», т.е. журналисты Первого канала регулярно в подводках и самих репортажах ссылаются на неких экспертов и специалистов, используя формулировки вроде «многие эксперты», «многочисленные эксперты», «большинство экспертов считают» или просто «эксперты бьют тревогу», но при этом не называют по имени ни одного из них.

Ярким примером служат многочисленные рассуждения ведущих программы «Время» о строительстве Крымского моста: «Многие специалисты говорили, что построить такой мост невозможно. Построили». Что это были за специалисты и существовали ли они вообще – так и осталось неясно. Для значительной части аудитории их имена не принципиальны, однако это все равно манипуляционный прием.

Еще один прием – «смещение акцентов» – позволяет журналистам представлять факты так, чтобы при этом оставаться в рамках гуманности и не вредить героям сюжетов. Яркий пример его применения – сюжет о студентке В. Карауловой, которая пыталась уехать на Ближний Восток, чтобы вступить в ИГИЛ, но была дважды остановлена и после второго раза приговорена к тюремному заключению.

Здесь акценты были расставлены таким образом, чтобы показать историю девушки как историю жертвы, которая не смогла противиться давлению террористических групп: «Кому-то эта история может показаться романтической: молодые люди, любовь... Нет здесь никакой романтики, а есть жестокое, циничное вовлечение молодежи в террористическую деятельность. На той стороне профессиональный и коварный враг, отработанные эффективные методики вербовки, агитационные материалы разработаны мастерами своего дела – они выглядят очень убедительно. Идеологическая логика продумана до мелочей». Сюжет вызывает у зрителей сочувствие к В. Карауловой, а не осуждение за ее поступки.

IV. Социально-психологические методы.

Нередко ведущие программы «Время» начинают свою речь с приветствия: «Мы расскажем вам о главных событиях прошедшей недели, будем вместе разбираться в этих событиях, чтобы понять: что они значат для нас с вами?» Это называется прием «доверительно личная манера изложения», имеющий целью расположить зрителя, снизить критичность его восприятия и создать у него чувство сопричастности. Приглашение к совместной работе, в данном случае – аналитического характера, позволяет журналисту создать у зрителя иллюзию участия, повисить его значимость в собственных глазах, что положительно сказывается на самооценке людей. Эту вступительную фразу с приглашением к сотрудничеству часто повторяли ведущие разных лет в воскресных выпусках программы «Время».

«Дальний Восток – дело тонкое» – это пример использования прие-

ма «зацепка за прецедентный текст», содержащий отсылку к известной фразе «Восток – дело тонкое» из фильма «Белое солнце пустыни». С учетом ностальгии большей части российского общества по советским фильмам, такой анонс настраивает зрителя на положительное восприятие содержания сюжета и одновременно полностью соответствует его теме – поездке В.В. Путина на Восточный экономический форум во Владивосток.

В сюжете о юбилее хоккейной суперсерии в анонсе журналист акцентировал внимание не на успехах советских хоккеистов в тот период, а на том: «Что спустя и сорок пять лет не дает покоя участникам суперсерии СССР-Канада?», и тут же показал ответ хоккеиста – представителя Канады: «Мы забыли пожать руки своим соперникам после первой игры. Мы просим за это прощения», что оказывает эмоциональное воздействие на зрителя и заставляет его по-новому взглянуть на известное событие.

Таким образом, языковые, идейно-политические, фактологические и социально-психологические методы манипуляции общественным мнением регулярно применяются журналистами во всех выпусках программы «Время» для достижения следующих положительных целей:

- для обеспечения понимания всей зрительской аудиторией даже сложной для восприятия информации с расшифровкой отдельных терминов, что соответствует просветительской функции массмедиа;
- для получения эмоционального отклика и вызова сочувствия к тем героям новостей, которые этого сочувствия заслуживают;
- для формирования у российских зрителей чувства национального единства, уверенности в завтрашнем дне.

Методы манипуляции общественным мнением в воскресных выпусках программы «Время» Первого канала использовались и в отрицательных целях.

1. Языковые методы.

Для нагнетания напряженности и повышения значимости темы закрытия российского консульства в США применялись такие морфологические, лексические и синтаксические средства, как суффикс превосходной степени -ейш, приставка анти-, разговорное слово со сниженной окраской «истерика» и риторический вопрос: «Вчера они провели обыск в помещениях этих российских дипломатических организаций. Это грубейшее нарушение международного права. Антироссийская истерика не спадает. Зачем они это делают?».

Примечателен выбор лексических средств для описания поездки М.Саакашвили по Украине: «Цирк с троянским конем: чем закончатся скандальные гастроли по Украине самого известного бомжа?» Журналист не пытается соблюсти даже видимость нейтральности, недвусмысленно показывая зрителю, как именно нужно относиться к герою сюжета. Это отношение сохраняется и в последующих выпусках: к

примеру, анонс сюжета о М. Саакашвили начался словами: «Кто это такой дерзкий? Они уже угрожают Порошенко расправой!», а в самом сюжете негативная оценка его действий только усилилась.

Прием «наклеивание ярлыков» (частный случай избирательного использования лексических языковых средств) регулярно проявляется в выборе терминов для обозначения групп людей в конфликтах, в особенности в репортажах, посвященных войнам в Сирии и на юго-востоке Украины. В них жители Донбасса неизменно обозначаются как «ополченцы», украинские войска – «нацисты», «радикалы», «незаконные формирования»; жители Сирии – «сирийский народ», сирийская оппозиция – «боевики оппозиции», «террористы», «бандиты», «ставленники Запада». Благодаря этим ярлыкам можно узнать, о какой стране идет речь, даже если ее еще не называли в сюжете, однако это очень упрощает картину события и показывает его лишь с одной стороны, тогда как в любом конфликте сторон минимум две, и принцип объективности медиа подразумевает знакомство с аргументами всех участников конфликта. Если же какая-либо сторона игнорируется, информация неизбежно обретает вид военной пропаганды.

II. Идеино-политические методы.

Методы этой группы используются при освещении тем общероссийского и международного масштаба. На общероссийском уровне заметно явное критическое, предвзятое отношение корреспондентов Первого канала и самих ведущих программы ко всем кандидатам в президенты России (в особенности к Ксении Собчак), кроме действующего президента В.В. Путина, о победе которого на грядущих выборах стало говорить как о решенном вопросе.

Это явное применение приема «предопределенность» в сочетании с приемами «использование опросов» (регулярно сообщалось о высоком рейтинге В.В. Путина) и «народная любовь» (была показана серия репортажей, в которых представители разных социальных групп России спрашивали В.В. Путина, будет ли он баллотироваться на пост президента, и непременно заверяли его в своей поддержке в случае согласия).

На международном уровне можно заметить регулярный выпуск сюжетов с применением приема «поляризация», когда противопоставляются Россия и Запад, в основном по линии политических, социальных и культурных ценностей, причем явно и недвусмысленно в пользу России. Так было при подготовке большого репортажа о стрельбе в Лас-Вегасе, перед показом которого ведущий около трех минут рассуждал о практике свободного ношения и применения оружия в США, из-за которой там ежегодно погибают десятки тысяч человек, и лишь часть из них – преступники.

Тот же прием можно было увидеть в эфире, где ведущий предварил сюжет о сепаратистских тенденциях в Евросоюзе словами: «Европейская либеральная идеология к этим процессам совершенно не приспособ-

соблена. Евгений Баранов диагностировал шизофрению в европейской политике». Столь явный негативизм в оценке не имеет ничего общего с правилом объективности подачи информации, работает на формирование образа внешнего врага (Запад в целом) и углубление раскола по линии «мы»-«они».

Этот прием используется и в сюжетах, посвященных отдельным западным политикам, таким, например, как бывший госсекретарь США и кандидат в президенты Х. Клинтон, которую в выпуске программы «Время» назвали «самой страшной женщиной в мире» и подробно рассказали о жертвах ее политики в качестве Государственного секретаря США.

Наличие проработанных, объемных сюжетов подобной направленности во многих выпусках программы «Время» может свидетельствовать о существовании политического заказа на подготовку репортажей, представляющих Запад в негативном свете, поскольку в этом случае ситуация в России будет выглядеть гораздо лучше на его фоне.

III. Фактологические методы.

Манипуляции фактами периодически принимают вид их искажения или подтасовки. К примеру, в одном из эфиров ведущий сообщил следующее: «Израиль открыто поддержал курдский референдум. Он опасается, что арабы достигнут единства, а арабский мир Израиль не слишком любит».

Проблема этого высказывания состоит в том, что курды не являются арабами и никогда ими не были, курды – древний народ, имеющий иранское происхождение, т.е. они персы, а никак не арабы. Это совершенно разные народы и культуры, и стараниями журналиста в сознании зрителей, во-первых, формируется ошибочное представление о курдах как о части арабского мира. И, во-вторых, данная фактическая ошибка делает несостоятельным утверждение о позиции Израиля, который в действительности поддержал курдов как раз потому, что они *не* арабы и смогут более эффективно сдерживать влияние арабов, в чем Израиль никогда не скрывал своей заинтересованности на официальном уровне.

IV. Социально-психологические методы.

Прием «высмеивание» периодически используется в программе «Время» в отношении лидеров западных стран. К примеру, три минуты эфира были посвящены оговорке президента США Д. Трампа, назвавшего на встрече с гостями Генеральной Ассамблеи в рамках сессии ООН Намибию «Намбией», т.е. дважды неверно прочитав ее название в тексте доклада.

«Что за страна? Все бросились искать на карте Намибию – нет такой страны. Намибия есть, Гамбия есть, а Намбии нет. ООН создавали мировые лидеры, досконально разбиравшиеся в тонкостях политики, знавшие поражения и победы, знавшие цену победы, понимавшие, как хрупок мир. Только что закончилась мировая война. Эти лидеры Совет-

ского Союза, США и Великобритании выиграли войну, а тут – Намбия. Какая вам реформа ООН? Географию учите!».

Прием «отеческий совет» тоже применяется в программе в отношении западных государств. Так, в одном из эфиров ведущий начал с суждений о референдуме в испанской Каталонии, сказав следующее: «В той почти революционной ситуации, которая сложилась в Каталонии, надо искать политические решения. В рамках закона, но политические. Надо искать компромисс. Надо работать с политическими силами в Каталонии. Надо с населением взаимодействовать, а не тупо указывать на статьи закона».

Получается, что журналист считает возможным указывать другим государствам и их политическим деятелям, как именно им следует себя вести, как принимать решения, проводить внутреннюю политику.

При этом от подобных советов и рекомендаций в адрес российских политиков и, в особенности, президента России и премьер-министра, журналисты Первого канала обычно воздерживаются, лишь цитируя их высказывания и полностью и многословно соглашаясь с ними. Этот контраст чрезвычайно заметен во всех выпусках программы «Время».

В целом, анализ выпусков программы показал, что на Первом канале в отрицательных целях приемы манипуляций общественным мнением применяются значительно чаще, чем в положительных. Превалируют идейно-политические методы, что объясняется намерением журналистов поддержать действующего президента В.В. Путина. Языковые, фактологические и социально-психологические методы также регулярно используются ими и способствуют достижению этой же цели, но ценой формирования в сознании зрителей искаженной картины мира.

Литература:

- *Денисов М.А., Хорошева Н.В.* Проблема определения термина «Манипулирование» в работах российских исследователей // Политическая лингвистика. 2015. №2. С. 94-101.
- *Крайнова К.А.* Интернет как средство политической манипуляции в современном политическом управлении // PolitBook. 2013. №2. С. 60-67.
- *Максимчик О.А.* Манипуляция общественным сознанием в англоязычных СМИ (на примере освещения катастрофы Боинга-777 в июле 2014 г.) // Известия Самарского научного центра РАН. 2015. №1-1. С. 154-157.
- *Черникова В.Е.* Манипуляция массовым сознанием как феномен информационного общества // Теория и практика общественного развития. 2015. №3. С. 141-144.
- *Băncău-Burcea A.* Social Media and Freedom of Thought // Proceedings of the RAIS Conferece. – 16-17 October, 2017. P. 124-130.
- *Fitzpatrick N.* Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media

on News, Competition, and Accuracy // Athens Journal of Mass Media and Communications. 2017. Vol. X, No. Y. 17 p.

- *Lin H., Kerr J.* On Cyber-Enabled Information/Influence Warfare and Manipulation // Center for International Security and Cooperation. March 21. 2017. Draft 3. 28 p.
- *Teerakanok S., Uehara T.* Digital Media Tampering Detection Techniques: An Overview.
- ICDCSW. 2017. 5 p.

Поступила в редакцию 5 мая 2020 года.

УДК: 070 133

ББК: 66.4(0):76.0 я73

Законопроект о противодействии дезинформации: новое ограничение деятельности журналистов на Украине

А.А. Фомин, аспирант кафедры теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов, e-mail: fomin.RUDN@inbox.ru.

Цель статьи проанализировать законопроект «О противодействии дезинформации» на предмет возможного ограничения свободы слова, который был представлен профильным Министерством культуры молодежи и спорта в январе 2020 года. Официальная причина разработки документа – защита украинского информационного пространства и обеспечение сбалансированной подачи информации, политического плюрализма. На фоне позитивных намерений государства в ходе исследования выявлено, что законопроект несёт угрозу тотального и субъективного ограничения свободы слова в стране. Во-первых, может быть выстроена сложная бюрократическая архитектура контроля над свободой слова за счёт создания института специального уполномоченного по вопросам информации, который будет оценивать контент на достоверность, подавать в суд на медиа и впоследствии блокировать контент. Всё это может произойти на фоне и так расширенных полномочий Национального комитета по радио и телевидению Украины, свободных трактовок административного и уголовного законодательства правоохранительными органами при расследовании дел, связанных с работой журналистов. Во-вторых, законопроект, в случае своего принятия закрепляет сегрегацию журналистов на непрофессиональных и профессиональных. Последние получают большую защиту и прав от государства, но должны будут соблюдать требования парагосударственной Ассоциации. В-третьих, сами формулировки понятий дезинформации и определения статуса профессионального журналиста, представленных в законопроекте, являются размытыми, что создаёт опасность использования закона для расправы над независимыми медиа. Обеспокоенность принятием данного законопроекта уже высказали представители ОБСЕ и ООН. Научные методы, которые были использованы при написании статьи: сравнение, анализ, дедукция.

Ключевые слова: свобода слова, медиа, законопроект, интернет, ограничения.

Проблема свободы слова на Украине всегда вызывала интерес в научных кругах. Множество исследователей посвящают ей свои публикации в разные исторические периоды. Так, научные исследования филологов Л.М. Городенко, Т.И. Печончик посвящены работе средств массовой информации на этапе до 2014 года¹.

А вот современные политические аспекты деятельности СМИ в современной Украине детально рассматриваются Т.В. Романенко (2016–2017 гг.). В частности, исследователь отмечает, что негативные факторы воздействия на свободу слова на Украине продолжают действовать и после событий «Евромайдана». Юридические аспекты подробно рассматриваются Л.В. Ярмол в исследовании «Свобода выражения взглядов и проблемы их юридического обеспечения на Украине», где отмечается, что в государстве недостаточный уровень обеспечения безопасности журналистов и неэффективный механизм расследования преступлений против них.

Отдельно следует отметить научное исследование «Социокультурные смыслы концептуальной модели Украина-Россия в массмедийном контенте», где исследователь касается темы ограничений в свободе мысли при публикации материалов на тему украинско-российских взаимоотношений².

Положение свободы слова в стране – это живой процесс, поэтому каждые новые изменения влияют на её положение. В частности, новые законодательные изменения.

Так Министерство культуры, молодёжи и спорта Украины (далее – Министерство) презентовало законопроект о противодействии дезинформации в январе 2020 года. Его цель: обеспечить сбалансированность подачи информации, гарантировать открытое обсуждение общественно важных вопросов, политический плюрализм и т. п.

По мнению авторов проекта закона, его цель – защитить информационную безопасность государства и права граждан на доступ к достоверной информации. В ведомстве уверяют, что цель не запугать журналистов, а повысить уровень их профессиональной ответственности.

Чиновники подчеркивают, что в проекте закона есть много предохранителей, чтобы защитить профессионального журналиста, если он честно выполняет свои обязанности³.

¹ *Городенко Л. М.* Поняття «масова свідомість»: принципи формування і демасифікації // Українське журналістикознавство. К.: КНУ ім. Шевченка, 2013, випуск 14. С. 62-66; *Печончик Т. И.* Концепт «Свобода слова» та його вербалізація в сучасному українському мас-медійному дискурсі // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. К.: КНУ ім. Шевченка, 2010.

² *Козирь Ю. А.* Соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія в масмедійному контенті // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій. Д.: СДУ, 2015.

³ Сравнительная таблица по внедрению закон «О дезинформации» [Электронный ресурс]/Официальный портал Министерства культуры Украины. URL: <https://mkms.gov.ua/>

Цель данной научной статьи подробно разобрать законопроект и выявить те формулировки и требования, которые могут потенциально угрожать свободе слова в СМИ.

Ведь, по сути, законопроект вводит полностью новые понятия, которые не были ранее закреплены в законе № 2657-ХІІ «Про інформацію» от 02.10.1992 (с правками от 2019 года). Данный закон в весьма усечённом варианте пока что регулирует работу журналистов (раздел ІІІ «Деятельность журналистов, СМІ и их работников»). В частности, есть прямой запрет на цензуру и гарантию деятельности журналистов (статьи 24 и 25 соответственно). Хотя не дается четкого определения понятию «журналист». Весьма ограничено в разделе ІV «Ответственность за нарушение законодательства про інформацію» прописана ответственность за нарушение распространения информации. В первую очередь, это регулируется статьёй 28, а именно: информация не может быть использована для призывов свержения конституционного строя, территориальной целостности, войны и прочее.

Можем сделать вывод, что нынешнее законодательство Украины, регулирующее работу журналистов и СМІ, является весьма либеральным и практически не регулирует информационную деятельность, либо это осуществляется другими общими законодательными актами (Административный кодекс Украины, Криминальный кодекс Украины и другие).

Собственно, целью законопроекта является создание целостной законодательной архитектуры, которая бы регулировала и работу журналиста, и контент, который им создаётся.

Основными нововведениями, по мнению автора статьи, являются:

1. Создание специального органа – Ассоциации профессиональных журналистов Украины (далее – АПЖУ), которая создаётся на основании статьи 29 законопроекта. Только держатели карты АПЖУ смогут называться «профессиональными журналистами», и будут пользоваться защитой государства, в частности, защитой от препятствования законной профессиональной деятельности. Только «профессиональные журналисты» смогут получать аккредитацию на публичные мероприятия органов государственной власти.

2. Создание специального государственного органа – Уполномоченного по вопросам информации (далее – Уполномоченный) и наделение этого органа широкими и монопольными полномочиями в сфере информации, что предусмотрено разделом ІV Уполномоченный по вопросам информации законопроекта¹.

Кроме «профессионального журналиста», вводятся также понятия

files/pdf/Disinformation_Draft_2020.pdf (Дата обращения 28.01.2020).

¹ Проект закона про дезинформацию и внесение изменений в другие нормативно-правовые акты. [Электронный ресурс]. URL: http://mkms.gov.ua/files/pdf/Disinformation_Draft_2020.pdf (Дата обращения 28.01.2020).

«журналист» (все те, кто не пожелал вступить в ряды АПЖУ) и «распространитель информации» (фактически, все пользователи соцсетей). «Журналисты» будут ограничены в доступе к государственным органам власти, а также не будут иметь других видов защиты и гарантий своей журналистской деятельности (в частности, защиты от преступлений против журналистской деятельности). Все «распространители информации» будут обязаны распространять только достоверную информацию и проверять ее достоверность перед распространением.

3. Введение узкого понятия дезинформации как сугубо недостоверной информации по вопросам, имеющим большую общественную значимость, и введение ответственности за дезинформацию.

Создание Индекса Доверия, который будет присваиваться СМИ в порядке и согласно критериям, утвержденным государственным Уполномоченным, на основании оценки от независимой организации, выбранной Уполномоченным. Что это будут за организации и какой у них уровень компетенции, по какому принципу их предлагается избирать – пока непонятно.

Данный законопроект, по аналогии с законопроектом № 2693 от 27 декабря 2019 года, будет касаться всех медиа: ТВ, радио, печатной прессы, интернет-СМИ. Кстати, авторы дополнительно прописали, что любой сайт в доменной зоне .UA или .УКР потенциально будет считаться СМИ по определению и подпадать под действие регулятора¹. Основной функцией, которого будет штрафование за дезинформацию. Распространение дезинформации при условии добровольного опровержения, начиная с третьего нарушения в течение одного года, будут наказывать штрафом в размере 1000 минимальных зарплат (4,7 млн гривен) за каждый случай нарушения. Отказ от добровольного опровержения повлечет штраф в 2000 минимальных зарплат (9,4 млн гривен) за каждый случай. Кроме того, удаление такого материала или изменение его адреса повлечет штраф в размере 5 минимальных зарплат (23,6 тыс. гривен).

А вот постоянная массовая дезинформация о фактах, которые представляют угрозу нацбезопасности и территориальной целостности, будут наказывать штрафом от 5 000 до 10 000 необлагаемых минимумов или исправительными работами до двух лет.

В свою очередь, распространение дезинформации с использованием ботов или специально организованных «фейковых» аккаунтов повлечет лишение свободы на срок от двух до пяти лет. Финансирование массовой дезинформации также будет наказываться на срок от двух до пяти лет.

Максимальное наказание в виде тюремного заключения до семи лет

¹ Проект Закона Украины «О медиа» от 27 декабря 2019 года. [Электронный ресурс]. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67812 (Дата обращения 28.01.2020)

предусмотрено за повторную массовую дезинформацию организованной группой, которая привела к тяжелым последствиям или нанесла материальный ущерб в крупном размере.

«Ответственность за дезинформацию предусмотрена только на период российской агрессии до восстановления территориальной целостности Украины», - отдельно подчеркивается авторами законопроекта.

На наш взгляд, нечёткость формулировки «тяжелые последствия» и «российская агрессия» несут самую большую угрозу свободе слова, как и вообще трактовка понятия дезинформация, предлагаемая авторами. Дело в том, что в украинском уголовном праве уже был прецедент, когда свободная трактовка правоохранительными органами понятий «российская агрессия» и «тяжелые последствия» привела к ограничению свободы журналиста.

Так, 27 сентября журналист Павел Волков был арестован СБУ 27 сентября 2017 года. Из сообщения пресс-службы ведомства следовало, что он призывал к изменению территориальной целостности и неприкосновенности украинских границ и «провоцировал разжигание межнациональной розни». Изначально журналисту инкриминировали часть 3 ст. 110 УК Украины – «распространение материалов с призывами к изменению границ территории Украины в нарушение Конституции, что привело к гибели людей и другим тяжелым последствиям»¹.

Со временем адвокатам удалось изменить подозрение на часть 2 ст. 110 УК Украины – «посягательство на территориальную целостность Украины», а также часть 3 ст. 258 – «содействие террористической организации». Впоследствии журналист Волков был оправдан украинским судом и все обвинения были сняты.

Хотя сам факт привлечения журналиста к уголовной ответственности за то, что его публикации якобы привели к гибели людей и другим тяжелым последствиям является опасным прецедентом в дальнейшем². Особенно учитывая тот факт, что формулировки про «агрессию» и «последствия» будут выписаны в отдельном законе.

Можно предположить, что намерения Министерства ввести деления на профессиональных и непрофессиональных журналистов вызвано желанием максимально ограничить безопасность оппозиционных журналистов. Согласно статьи 2 проекта закона, профессиональный журналист – это журналист, который на постоянной основе собирает, получает, создает, редактирует или распространяет массовую информацию и является членом АПЖУ (непрофессиональный журналист – не является членом АПЖУ, но отвечает другим требованиям).

¹ Политзаключенный Павел Волков полностью оправдан на Украине [Электронный ресурс]/интернет-издание Украина.ру. URL:<https://ukraina.ru/news/20190327/1023114167.html> (Дата обращения 28.01.2020).

² Политический заключенный Павел Волков: сотни невинных людей находятся в украинских тюрьмах [Электронный ресурс] / Ukraina.ru интернет-издание. URL: <https://ukraina.ru/exclusive/20181102/1021646189.html> (Дата обращения 28.01.2020).

Так, статьей 38 вводится полный контроль за профессиональным статусом журналиста, путём введения единой пресс-карты, выдаваемой АПЖУ. По состоянию на сегодня СМИ, в особенности интернет, не имеют регистрационных документов, выдавая пресс-карты на основе внутренних инструкций и корпоративных стандартов.

Таким образом, можем предвидеть, что профессиональными журналистом будут считаться те, кто получил аккредитацию в АПЖУ или имеет аккредитацию иностранного журналиста, согласно Реестра аккредитованных иностранных журналистов.

Для аккредитации в АПЖУ особа должна будет принимать и придерживаться новосозданного Кодекса профессиональной этики журналиста и иметь подтверждение опыта основной работы журналистом на основе трудового или другого договора с украинским или иностранным субъектом в сфере медиа не менее, чем три года. Аккредитацию можно будет получить, подав онлайн-заявку.

Эти журналисты будут иметь уже упомянутую единую пресс-карту, выданную АПЖУ, а любые другие пресс-карты или удостоверения не будут давать им право пользоваться привилегиями, связанные с их профессиональной деятельностью.

Согласно действующего закона «Про печатные средства массовой информации», сейчас статус журналиста подтверждает редакционное удостоверение или другой документ, выданный ему редакцией СМИ. В этом же законе говорится, что профессиональная принадлежность журналиста может подтверждаться документом, выданным профессиональным объединением журналистов (например, Национальным союзом журналистов Украины).

Параллельно, вместе с усилением количества требований к особам, которые могут считаться профессиональными журналистами, расширяется и круг привилегий.

Так, журналист, что будет иметь членство ассоциации, при условии предъявления карты получит право:

- собирать информацию в зонах чрезвычайных ситуаций, в том числе районах стихийного бедствия, катастроф, в местах аварий, массовых беспорядков, местах проведения антитеррористических операций (АТО) и операции Объединенных сил (ООС);

- иметь ежегодный отпуск продолжительностью 36 календарных дней за счет субъектов в сфере медиа (вместо 24 дней);

- на досрочную пенсию (с 55 лет для мужчин и с 50 лет для женщин, при наличии стажа 25 или 20 лет соответственно) и одноразовую денежную помощь в размере 50 прожиточных минимумов (113,5 тыс. грн в 2020 году) в случае ранения, контузии, увечья, полученных при исполнении служебных обязанностей в местах чрезвычайных событий. Также на досрочную пенсию могут выйти оператор и фотокорреспондент, которые работали с таким журналистом;

- в случае проведения у журналиста обыска, журналист должен быть

предупрежден о нем не позднее чем за 24 часа о его проведении, также гарантируется присутствие адвоката от АПЖУ и возможность пригласить не более трех членов АПЖУ в качестве свидетелей. Проект определяет и другие специальные гарантии для журналистов.

Законопроект, кроме всего указанного, предусматривает, что АПЖУ будет следить за соблюдением профессиональной этики и стандартов¹ совместно с Уполномоченным по вопросам информации (*новая должность, которую хотят ввести законопроектом – прим. авт.*), который будет иметь право обращаться в суды и правоохранительные органы, если выявит признаки дезинформации.

Введение института уполномоченного, по мнению автора, еще больше усложняет контроль и бюрократизацию свободы слова. Ведь еще один законопроект № 2693, поданный на рассмотрение в Верховную Раду Украины в декабре 2019 года, и так расширяет полномочия Национального совета по вопросам радио и телевидения, в том числе и в вопросах цензуры.

Кроме громоздкой архитектуры контроля над СМИ, рассматриваемый нами законопроект несёт чрезмерно размытую формулировку основного термина – дезинформация. По мнению авторов, это очевидно неправдивая или вводящая в обман информация, которая в совокупности:

- создана, представлена и распространена с целью экономической выгоды или умышленного введения в обман общественности;
- может принести вред обществу из-за угрозы демократическим политическим процессам и процессам выработки политики, а также таким общественным благам, как защита здоровья граждан, окружающая среда и безопасность.

Понятие дезинформации не будет охватывать недостоверную рекламу, ошибки в отчетности, сатиру и пародию, очевидные необъективные новости и комментарии, и не является нарушением юридических обязательств, кодексов саморегулирования рекламных услуг и стандартов недостоверной рекламы.

Ключевая роль в определении правдивости информации, как было указано выше, будет у Уполномоченного. При более глубоком анализе его возможной активности нами выявлены несколько проблемных моментов. Первое, Уполномоченного будет назначать и снимать с должности Кабинет министров Украины. При этом определено, что Уполномоченный осуществляет свою деятельность независимо от других государственных органов и должностных лиц. Таким образом, функционирование такого органа не отвечает требованиям статьи 6 Конституции Украины, согласно которой государственная власть в Украине осуществляется на основе её разделения на законодательную, испол-

¹ Кодекс этики українського журналіста [Електронний ресурс] / Комісія з журналістської етики. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/code> (Дата обращения 28.01.2020).

нительную и судебную т.к. Уполномоченный не отвечает требованиям и признаками исполнительной власти, но назначается и освобождается от должности только исполнительной ветвью власти¹.

Второе, положения законопроекта гласят, что деятельность Уполномоченного дополняет существующие средства защиты прав и свобод гражданина, не отменяет их, не ведёт к пересмотру компетенции государственных органов, которые обеспечивают защиту нарушенных прав и свобод – это не отвечает другим нормам законопроекта. Дело в том, что полномочия Уполномоченного максимально широкие, а в некоторых случаях – монопольные. Это чётко зафиксировано в отдельном разделе IV Уполномоченный по вопросам информации, статья 49, которая чётко фиксирует его задачи и полномочия. Так, Уполномоченный имеет право обращаться с заявлениями про ответ или опровержение дезинформации к распространителям массовой информации, обращаться в суд с исковыми заявлениями про признание соответствующей информации дезинформацией, про ответ или опровержение дезинформации, про обязанность распространителя массовой информации исполнить требования Закона (пп.6, статьи 49, раздела IV).

Уполномоченный имеет право обратиться в суд с заявлением про ограничение доступа к информации, распространяемой через Интернет или при помощи другого сервиса обмена информацией – при этом процедура выписана таким образом, что у распространителя информации нет возможности оспаривать блокирование сайта.

Третье, Уполномоченный будет проводить экспертизу с помощью представителей «фактчекинговых организаций». Предположительно, речь идет о структурах, которые позиционируют себя неправительственными организациями (НПО) по защите прав СМИ², финансируемые за счёт грантовых средств от международных доноров.

Причем, привлечение этих организаций будет постоянным – у омбудсмена не будет больших ресурсов для работы.

Этот же симбиоз в контексте работы с дезинформацией будет проверять новости на достоверность и присваивать им специальный индекс. Как пример, приводят британский Global Disinformation Index (GDI) – некоммерческую британскую организацию, чьи отчеты никаких юридических или политических последствий не имеют. Однако на Украине, похоже, этот индекс будет практически государственным³.

Таким образом, в аспекте работы Уполномоченного можем констати-

¹ Конституция Украины: научно-практический комментарий по состоянию на 2019-й год// Издательство «Профессионал». К. 2019. С. 30-35

² Російську агресію та українську слабкість маскують «и с воодушевлением, и с надеждой» [Электронный ресурс]/ Официальный сайт ДЕТЕКТОРМЕДИА. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/23986/2019-12-26-rosiisku-agresiyu-ta-ukrainsku-slabkist-maskuyut-i-s-voodusheveniem-i-s-nadezhdoi/> (Дата обращения 28.01.2020).

³ What is GDI the index? [Электронный ресурс]/ Global disinformation index. URL: <https://disinformationindex.org/the-index/> (Дата обращения 28.01.2020).

ровать, что законопроект создает механизмы государственного вмешательства в информационную сферу, который наделен чрезвычайными полномочиями для вмешательства в любой аспект информационной деятельности в Украине без наличия предохранительных механизмов против злоупотреблений. Чрезвычайные полномочия Уполномоченного базируются на неких экспертных заключениях из ограниченного круга представителей СМИ и НПО, а также собственных убеждений Уполномоченного или его представителей и на их личном представлении о наличии или отсутствии в той или иной информации признаков дезинформации. Такой механизм не соответствует международным обязательствам Украины, в частности, положения статьи 10 Конвенции по правам человека и основных свобод и судебной практике Европейского Суда по правам человека.

Помимо введения сложного механизма цензуры и контроля, законодатели также обещают в рамках нового законопроекта ввести тотальную регистрацию СМИ. Речь идёт, в первую очередь, о тех интернет-СМИ, которые до сих пор как медиане зарегистрированы, потому что печать и радио-ТВ уже давно лицензируются и регистрируются.

Лицензирование, согласно проекта закона, должно применяться исключительно к тем медиа, которые используют ограниченный ресурс, например, радиочастотный. Все остальные – в зависимости от того, какой у них охват, какая специфика – должны подлежать регистрации для того, чтобы государство могло понимать, как можно реагировать и к кому обращаться в условиях «информационной агрессии».

Онлайн-платформы, например, Facebook или YouTube, должны будут предусматривать в договорах, что пользователи обязаны указывать достоверную информацию о себе, в том числе свои идентификационные данные, а в случае их изменения безотлагательно информировать об этом соответствующего поставщика услуг или провайдера. Если технический посредник не предоставил данные на запрос Уполномоченного, то суд может ограничить доступ к сайту или учетной записи. Теоретически из-за недостоверного поста в Facebook могут заблокировать всю социальную сеть на время разбирательства.

Когда автор распространенной информации таки неизвестный, ответственность за дезинформацию несет распространитель материала. Это может быть, например, зарегистрированное СМИ, владелец сайта или соответствующего канала. Когда и личность распространителя установить невозможно, то отвечать будет тот, кто предоставил технологическую возможность распространения недостоверной информации.

Согласно закона такими техническими посредниками могут быть поставщики услуг хостинга, операторы телекоммуникаций, провайдеры платформ совместного доступа к информации (YouTube, Facebook), провайдеры сервиса обмена мгновенными сообщениями типа Telegram или Viber.

Для популярных блогов нововведения будут еще жестче, чем для рядовых пользователей. Поставщики хостинга, интернет-провайдеры и провайдеры социальных сетей и файлообменников будут обязаны собирать данные о владельцах сайтов, страниц, каналов чатов или сообществ, аудитория которых составляет более пяти тысяч подписчиков, или если их посещает более пяти тысяч пользователей ежедневно. Провайдеры будут обязаны предоставлять данные о блогерах по требованию Уполномоченного по вопросам информации в течение 24 часов с момента поступления запроса.

Это, кстати, противоречит международным стандартам и требованиям ЕС, согласно которым «технические посредники» не могут нести ответственность за содержание информации¹.

Можем сделать выводы, что инициативы Министерства вводят новые критерии ответственности для СМИ. По состоянию на январь 2020 года медиа уравниваются с остальными гражданами. Сегодня их можно преследовать по конкретным статьям Уголовного Кодекса Украины: призывы к нарушению территориальной целостности, разжигание межнациональной розни и прочее.

За недостоверную информацию медиа отвечают по гражданскому кодексу. К примеру, если кто-то подаст иск о защите чести и достоинства, либо с требованием опровергнуть недостоверную информацию – медиа должно отвечать сообразно причиненному ущербу.

Но вот привлекать медиа к уголовной ответственности за дезинформацию является спорным пунктом т.к. четкого её определения нет, а то определение, которое предлагается, весьма спорно.

Напомним, что противоречивые нововведения пытаются ввести при том факте, что за реальные уголовные преступления в рамках уже действующего законодательства власти не наказывают. К примеру, 9 мая 2017 года в эфире телеканала «Эспрессо ТВ» телеведущий Богдан Буткевич заявил: «Надо их (участников «Бессмертного полка» – прим. авт.) как-то расстреливать, нужно как-то начинать. Более разумного выхода не вижу в этой стране. Только этнические чистки спасут эту страну»². Несмотря на заявления в правоохранительные органы, ни ведущий, ни телеканал не были привлечены к уголовной ответственности.

Допускаем, что власти, в зависимости от политического окраса, у одних СМИ будут видеть дезинформацию, а у других нет.

Отметим, что раскритиковали законопроект также и в мониторинговой миссии ООН по правам человека. В миссии сообщили, что разде-

¹ Erdem B. Free speech and Facebook: The debate for regulating online content// International Journal of current researchers. 2018. Vol. 10. P 937-943 (Дата обращения 25.02.2020)

² За призывы к убийству участников «Бессмертного полка» на ведущих Эспрессо ТВ подано заявление в полицию [Электронный ресурс]/ Информационно-аналитическое издание «Одна Родина». URL: <https://odnarodyna.org/content/za-prizyvy-k-ubiystvu-uchastnikov-bessmertnogo-polka-na-vedushchih-esspresso-tv-podano> (Дата обращения 28.01.2020).

ляют тревогу медиа и гражданского общества¹.

«Нынешний проект закона о дезинформации не соответствует международным стандартам прав человека, может подрывать свободу СМИ и привести к самоцензуре», – говорится в обращении к украинским властям.

Отмечается, что попытка ввести уголовную ответственность за распространение дезинформации может обернуться преследованием журналистов за профессиональную деятельность².

«Бороться с дезинформацией и фейками необходимо, но не за счет ограничения свободы медиа. Призываем Министерство культуры, которое разработало этот первый проект, соблюдать международные стандарты прав человека, продолжить публичное обсуждение, обеспечить его открытость и инклюзивность», – подытожили в обращении.

Солидарны с мониторинговой миссией и в ОБСЕ. В организации заявили: «Этот законопроект должен быть приведен в соответствие с применимыми международными стандартами, обязательствами в рамках ОБСЕ и передовой практикой в сфере свободы выражения мнений и свободы информации, чтобы избежать какого-либо негативного воздействия на свободу СМИ в стране».

В юридическом анализе подчеркивается, что, хотя конкретные ситуации, затрагивающие вопросы национальной безопасности, могут оправдывать введение определенных ограничений права на свободу слова, эти ограничения должны быть четко определены в каждом конкретном случае.

Отдельное беспокойство в ОБСЕ вызвала норма, позволяющая штрафовать СМИ посредством прекращения их деятельности³.

«Введение запрета, затрагивающего весь контент конкретного средства массовой информации, на неопределенный период и базирующийся на весьма туманно сформулированном обосновании, представляет собой чрезмерную и непропорциональную меру в контексте фундаментального права на свободу выражения мнения. Это может оказать негативное влияние на украинскую сферу СМИ», – говорится в сообщении.

Также в анализе отмечается, что предусмотренный законопроектом запрет на контент веб-сайта или аналогичные веб-ресурсы противоречит международным стандартам, согласно которым ограничения могут

¹ UN Human Rights Monitoring Mission against of the law about disinformation [Электронный ресурс]/ UN Human Rights Monitoring Mission. URL: <https://www.facebook.com/UNHumanRightsUkraine/posts/1501446583354713> (Дата обращения 28.01.2020).

² Ukraine's New Media Laws: Fighting Disinformation or Targeting Freedom of Speech? disinformation [Электронный ресурс]/ Nonprofit organization Wilson Center. URL: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/ukraines-new-media-laws-fighting-disinformation-or-targeting-freedom-speech> (Дата обращения 28.01.2020).

³ В ОБСЕ раскритиковали закон о дезинформации [Электронный ресурс]/ интернет-портал Корреспондент. URL: <https://korrespondent.net/world/4200161-v-obse-raskrytykovaly-zakon-o-dezynformatsyyu> (Дата обращения 28.01.2020).

применяться лишь к конкретному материалу, но не ко всему ресурсу¹.

«В этом анализе содержатся важные рекомендации, направленные на улучшение законопроекта в соответствии с международными стандартами и обязательствами в рамках ОБСЕ. Я призываю власти принять эти рекомендации перед принятием закона, чтобы облегчить регулирование свободы СМИ на Украине», – подытожили в ОБСЕ.

В свою очередь, руководство Министерства заявило, что ОБСЕ само по себе распространило дезинформацию про законопроект и искажило основные его задачи и формулировки².

Напомним, согласно планам министерства культуры Украины подача законопроекта в парламент намечена на весну 2020 года, а в апреле он должен быть подан на рассмотрение правительству³.

Литература:

- *Городенко Л. М.* Поняття «масова свідомість»: принципи формування і демасифікації// Українське журналістикознавство. К.: КНУ ім. Шевченко, 2013, випуск 14. С. 62-66.
- *Козирь Ю. А.* Соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія в масмедійному контенті // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій. Д.: СДУ, 2015.
- *Печончик Т. И.* Концепт «Свобода слова» та його вербалізація в сучасному українському мас-медійному дискурсі // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. К.: КНУ ім. Шевченко, 2010.
- *Романенко Т. В.* Свобода слова в медійному просторі сучасної України// «Young scientists»: Vanderbilt University, 2016, NO 12.1 (40). С. 275-278.
- *Ярмол Л. В.* Свобода вираження поглядів та проблеми юридичного забезпечення реалізації в Україні// Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора юридичних наук. Л.: НУ Львовская политехника, 2019.
- Code of Ethics for Ukrainian Journalist [Electronic resource] / National Union of Journalists of Ukraine - Access mode: <http://www.nsju.org/page/196> (Date of treatment 01.28.2020).

¹ OSCE Media Freedom Representative concerned by several provisions of Ukraine's new draft law on disinformation [Электронный ресурс]/ Organization for security and Co-operation in Europe – Режим доступа: <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/444673> (Дата обращения 28.01.2020)

² Арлем Дезир говорит дезинформационные тезисы про законопроект про дезинформацию – Бородянский [Электронный ресурс]/ НКО Детектор Медиа – Режим доступа: <https://detector.media/infospace/article/174557/2020-02-07-arlem-dezir-govorit-dezinformatsiini-tezi-pro-zakonoproekt-pro-dezinformatsiyu-borodyanskii/> (Дата обращения 25.02.2020)

³ Минкульт Украины доработает закон о дезинформации [Электронный ресурс]/ Интернет свобода – Режим доступа: <https://netfreedom.org.ua/article/minkult-prodovzhiv-obgovorennya-proyektu-pro-protidiyu-dezinformaciyu> (Дата обращения 25.02.2020).

- Code of Ethics of Ukrainian Journalism [Electronic resource] / Commissions from journalistic ethics www.cje.org.ua/ua/code (Date of access 28.01.2020).
- Constitution of Ukraine: scientifically-practical comments for 2019 year // «Professional». K. 2019. P. 30-35.
- Comparison table on the implementation of the law “On misinformation” [Electronic resource] / Official portal of the Ministry of Culture of Ukraine - Access mode: https://mkms.gov.ua/files/pdf/Disinformation_Draft_2020.pdf (Date of treatment 01.02.2020).
- Draft Law of Ukraine “On Media” dated December 27, 2019] Electronic resource [Access mode: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67812 (Date of access 28.01.2020).
- *Erdem B.* Free speech and Facebook: The debate for regulating online content // International Journal of current researchers. 2018. Vol. 10. P. 937-943.
- For appeals to kill members of the Immortal Regiment on the leading Espresso TV, a statement was filed with the police [Electronic resource] / Information and analytical publication “One Homeland” - Access mode: <https://odnarodyna.org/content/za-prizyvy-k-ubiystvu-uchastnikov-bessmertnogo-polka-na-vedushchih-espresso-tv-podano> (Date accessed 01/02/2020).
- Freedom of speech in Ukraine has waned at the 2019th of mu [Electronic resource] / Official site Institute of Mass Media - Access mode: <https://imi.org.ua/monitorings/svoboda-slova-v-ukrayini-u-2019-roti-pogirshylasya-imi-i31267> (Date accessed 01/28/2020).
- OSCE Media Freedom Representative concerned by several provisions of Ukraine’s new draft law on disinformation [Electronic resource] / Organization for security and Co-operation in Europe – Режим доступа: <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/444673> (Date accessed 01/28/2020).
- Political prisoner Pavel Volkov is fully acquitted in Ukraine [Electronic resource] / Internet-publication [Ukraina.ru](http://ukraina.ru) - Access mode: <https://ukraina.ru/news/20190327/1023114167.html> (Date of accessed 01.02.2020).
- Political prisoner Pavel Volkov to [Ukraina.ru](http://ukraina.ru) publication: Hundreds of innocent people are imprisoned in Ukraine for politics [Electronic resource] / [Ukraina.ru](http://ukraina.ru) online edition - Access mode: <https://ukraina.ru/exclusive/20181102/1021646189.html> (Date of treatment 01.28.2020).
- Russian aggression and Ukrainian weakness mask “with enthusiasm and hope” [Electronic resource] / DETECTORMEDIA official website.URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/23986/2019-12-26-rosiisku-agresiyu-ta-ukrainsku-slabkist-maskuyut-is-voodushevleniem-is-nadezhdoi> / (Date accessed 01/02/2020).

- UN Human Rights Monitoring Mission against of the law about disinformation [Electronic resource]/ UN Human Rights Monitoring Mission. URL: <https://www.facebook.com/UNHumanRightsUkraine/posts/1501446583354713> (Date accessed 01/02/2020).
- Ukraine's New Media Laws: Fighting Disinformation or Targeting Freedom of Speech? disinformation [Electronic resource]/ Nonprofit organization Wilson Centerю. URL: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/ukraines-new-media-laws-fighting-disinformation-or-targeting-freedom-speech> (Date accessed 01/02/2020).
- What is GDI the index? [Electronic resource] / Global disinformation index. URL: <https://disinformationindex.org/the-index/> (Date accessed 01/28/2020).

Поступила в редакцию 10 марта 2020 года.

УДК: 070

Подходы к популяризации науки. Сравнительный функционально- стилистический анализ журнальных текстов

В.И. Штепа доктор филологических наук, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», e-mail: victor@shtepa.su;

Б.П. Пастухова, аспирант кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», e-mail: france.bella@gmail.com.

В статье проводится сравнительный функционально-стилистический анализ текстов в научно-популярной периодике, посвященных одному и тому же событию в науке. Исследователи показывают, как меняется текст, его функционально-стилистические особенности в зависимости от концепции журнала и автора статьи.

Ключевые слова: научно-популярная статья, популяризация науки, функциональная стилистика, научно-популярный журнал.

Исследователи отмечают рост интереса у общества к науке и развитие научно-популярной коммуникации в разных формах – от печатных, телевизионных до кроссплатформенных медиа. [1, 5] Популяризация науки требует особых навыков по передаче научного знания широкой аудитории.

Тема анализа научно-популярных текстов на предмет исследования приемов популяризации представлена в исследованиях Л. А. Баташевой, С. В. Кислицыной, Н.Н. Маевского, Т. А. Тимофеевой. При этом ученые пока не пришли к единому мнению относительно статуса и соотношения научного и научно-популярного стилей [2, 3].

Для целей нашего исследования, при проведении анализа научно-популярных текстов мы будем опираться на теорию функциональных стилей. Согласно определению В.В. Виноградова, «функциональный стиль – это общественно осознанная и функционально обусловленная, внутренне объединенная совокупность приемов употребления, отбора и сочетания средств речевого общения в сфере того или иного общественного, общенационального языка, соотносительная с другими такими же способами выражения, которые служат для иных целей, выполняют иные функции в речевой общественной практике данного народа»¹.

¹ Виноградов В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики // Вопросы языкознания. 1955. № 1. С. 72.

Для более детального анализа нами были отобраны пять статей, посвященных одному и тому же информационному поводу – подтверждение гравитационных волн Эйнштейна. Это позволило нам проследить, как одно и то же научное открытие было транслировано разными авторами в разных изданиях. При этом, авторами являются и профессиональные журналисты – популяризаторы науки, и ученые – популяризаторы научных знаний. Таким образом, мы сможем оценить особенности выполнения коммуникативной задачи разными авторами.

Использование средств художественной выразительности решает задачу по максимальной наглядности описываемого явления и выражению эмоциональной составляющей, которым нет места в научном стиле.

В процессе анализа мы будем выявлять случаи использования следующих средств художественной выразительности: эпитет, олицетворение, метафора, гиперболы, сравнение, аллюзия, ирония и др. Также мы будем оценивать следующие параметры статьи:

- Характер текста: информационный (передача сведений о событии), аналитический (оценка произошедшего).
- Объективность / субъективность.
- Степень экспрессии – экспрессивный / нейтральный.
- Целевая посылка текста: информационная, проблематизирующая, развлекательная, просвещенческая.

Для анализа мы выбрали событие значимое для мировой науки – открытие гравитационных волн. 11 февраля 2016 г. было объявлено для широкой общественности во всем мире, что в ходе совместных исследований организациями LIGO и VIRGO были обнаружены гравитационные волны. В проекте участвовало более тысячи ученых из 15 стран, более 100 университетов и НИИ, включая группу российских ученых. В 2017 г. за этот эксперимент была получена Нобелевская премия по физике.

Первые статьи и аналитика стали появляться в интернет-изданиях, в том числе, в интернет-версиях научно-популярных изданий. Затем стали появляться материалы, посвященные данному открытию, в печатных СМИ.

Мы выбрали следующие статьи, которые выходили на протяжении 2016 г. в ведущих научно-популярных изданиях:

- Журнал «Наука и Жизнь»: Они существуют, № 3.
- Журнал «Кот Шредингера»: Попались! Зафиксированы гравитационные волны, № 3.
- Журнал «Популярная механика»: 100 лет ожидания, № 5.
- Журнал «Знание – Сила»: Волны гравитации достигают берегов науки, № 6.
- Журнал «Коммерсант. Наука»: Предсказание Альберта Эйнштейна сбылось, №1.

Ниже приведен более детальный анализ статей.

Журнал «Наука и жизнь», статья «Они существуют».

Автор – журналист-популяризатор, кандидат физико-математических наук.

Статью предваряет заголовок с восклицанием: «Они существуют! Гравитационные волны зарегистрированы». Затем следует лид, в котором излагается представление факта о фиксации излучения гравитационных волн и краткая оценка события.

Далее текст структурирован на пять частей с подзаголовками, точно отражающими основное содержание каждого блока: «Что такое гравитационные волны», «Проект LIGO», «Как работает LIGO», «Вклад российских физиков», «Перспективы».

В целом коммуникация в статье отвечает задачам информирования, разъяснения и проблематизации.

Автор детально и последовательно рассказывает, в чем заключается суть открытия и относящиеся к нему физические явления, историю и проблему наблюдений, устройство аппаратов. Особое место уделяется рассказу о роли отечественных ученых.

В тексте умеренно используются средства художественной выразительности. Так, например, для объяснения понятия гравитационных волн не используются метафоры. Автор описывает явление через применение простых терминологических конструкций, которые знакомы и неподготовленному читателю.

При этом, для описания отдельных фактов используются метафоры и сравнения «*Это в миллиард раз меньше размера атомов и в 10 000 раз меньше размеров протонов*», «*погрешность в толщину человеческого волоса*». Это позволяет читателю почувствовать масштаб явлений и расстояний.

Также, в тексте есть отдельные стилистические приемы, придающие ему эмоциональную окраску. Это и вводные конструкции «*Очень важно*», «*к сожалению*», «*любопытно*», метафоры «*Нельзя сказать, что в научном сообществе это произвело эффект разорвавшейся бомбы*», «*ученых ждал подарок*», восклицательные предложения «*Это эквивалентно тому, как если бы плечо было длиной почти 1120 км!*», «*Для создания в камере такого вакуума требуется дней!*».

Объем публикации занимает 11 полос. Статья богато иллюстрирована цветными фотографиями, схемами и инфографикой что делает восприятие сложной информации более наглядным. Так, в двух разворотах на одной полосе расположено по две фотографии. На остальных полосах иллюстративный материал занимает до половины от всего пространства. На полосе с блоком о вкладе российских ученых размещена фотография российского ученого В.Б. Брагинского – основателя и руководителя московской группы проекта LIGO.

Учитывая объем и детализацию информации о роли наших ученых в открытии гравитационных волн в данном тексте, можно говорить об одной из коммуникационных подзадач статьи – популяризация отече-

ственной науки и повышение ее престижа.

Журнал «Кот Шредингера», статья «Попались. Зафиксированы гравитационные волны».

Автором является журналист–популяризатор. За заголовком, выраженным экспрессивным восклицанием «Попались! Зафиксированы гравитационные волны», следует небольшой лид и вступление, кратко описывающие суть события. Затем идет членение текста на шесть подразделов: «Волнительно», «От Оскара до Нобелевской премии», «Исследования с размахом», «Работа по шаблону», «Российский вклад», «Что дальше». Коммуникационные задачи статьи – информирующая, разъясняющая, аналитическая.

Верстка статьи значительно отличается от применяемой в других статьях в нашей выборке. Публикация занимает четыре разворота журнала. На первом вся правая полоса и три четверти левой заняты масштабным изображением космического пространства с двумя черными дырами близкими к слиянию. На фоне данной иллюстрации на левой полосе выступает заголовок, набранный шрифтом белого цвета, затем подзаголовок значительно меньшим кеглем и далее, на свободной от фотографии области начинается текст статьи.

В зависимости от расположения иллюстративного материала текст располагается в одну или две колонки по ширине полосы. За исключением первого разворота, иллюстрации занимает $\frac{1}{2}$ площади полосы. Часто используются выносы и врезки с цитатами – комментариями ученых по теме статьи. Их содержание не дублирует, а дополняет основной текст. Они оформлены отличным от основного текста шрифтом, цветом и размером.

Помимо данного решения, авторский текст часто перемежается комментариями в виде прямой речи ученых, непосредственно участвующих в проекте по регистрации гравитационных волн – Сергея Вятчина, Валерия Митрофанова и других.

Такое активное включение комментариев повышает уровень достоверности в восприятии читателя, способствует созданию эффекта передачи информации «из первых уст». Речь самих ученых в таких отрывках можно отнести к научно-популярному стилю коммуникации. В первую очередь, благодаря эмоциональной окрашенности высказываний и применению средств художественной выразительности (метафоры, восклицательные предложения): *«если бы вы находились на космическом корабле вблизи сливающихся черных дыр, вы бы почувствовали нечто подобное тому, что чувствуете стоя рядом с динамиком на концерте. Вы бы ощутили вибрацию, проходящую сквозь ваше тело»; «Есть такое выражение – небо в алмазах! Так вот, мы увидим небо в алмазах!»*.

В авторском тексте мы также можем найти множество примеров использования тропов. Метафоры, начиная с предложенной Эйнштейном аналогии про батут и положенное на него яблоко для объяснения гра-

витационных волн: *«Горошина, положенная рядом, скатится к яблоку без заметных последствий. А вот второе яблоко тоже деформирует поверхность, и в итоге фрукты скатятся в общую яму — от их движения поверхность задрожит, по ней пойдут волны. Это аналог гравитационных волн».*

Мы также можем найти другие многочисленные примеры метафор и олицетворений, привносящих, в том числе элемент иронии:

«Вы, стол, комната постоянно сжимаются по одной оси и расширяются по другой от проходящих через вас волн. Но так какплющит и растягивает нас на очень маленькую величину — одну миллиардную триллионной доли метра, — использовать этот эффект для похудения или набора веса не получится».

«Чёрные дыры массами в 29 и 36 солнечных заключили вечный брачный союз и слились в экстазе».

«Можно ставить крест на честолюбивых планах прослыть первооткрывателем гравитационных волн и переходить к следующим грантоёмким темам, однако физики — люди дотошные».

«Гравитационные волны, которые прятались от учёных».

Также автор использует восклицательные и вопросительные синтаксические конструкции: *«Волна будет зафиксирована!»*; *«...а вдруг это не ошибка измерения, а неточность предсказаний ОТО? Как можно судить о космологическом событии по этим данным?».*

Такое активное использование художественных тропов позволяет добиться автору большей наглядности, создать яркий, близкий читателю образ.

При этом в процессе непосредственного описания физических процессов, автор использует как общенаучную лексику (*источник света, пространство, зеркало, конструкция*), так и специфические термины (*бозон Хиггса, пульсар, демпфировать*).

В статье обильно применяется инфографика – различные схемы с комментариями – как устроена установка LIGO, как происходит процесс слияния черных дыр, представлены цветные изображения и фотографии.

Таким образом, в анализируемом тексте информация передается с высоким уровнем точности и внимания к научным фактам, терминологии. Вместе с тем, манера подачи текста, активное использование иллюстративного материала, способствуют высокой вовлеченности читателя и позволяет представить сложные процессы максимально доступным образом с сохранением научной достоверности.

Журнал «Популярная механика», статья «Сто лет ожидания».

Автор ученый–популяризатор, ведущий научный сотрудник Государственного астрономического института им. П.К. Штернберга (ГАИШ) МГУ.

Заголовок статьи выражен через аллюзию на произведение Г.Г. Мар-

кеса – «100 лет одиночества». Затем идет подзаголовок – «Эйнштейн был прав: гравитационно-волновая астрономия». Текст открывается коротким вступлением из двух предложений, которое задает общий настрой публикации, подчеркивает роль события: *«Начинается эра принципиально нового метода изучения далекого космоса — гравитационно-волновой астрономии».*

Для упрощения восприятия дальнейший текст разбит на несколько логических блоков с отдельными подзаголовками: «Что ищем», «Чем ищем», «Лазерные исполины», «Эра астрономии». Уже на уровне заголовков мы видим применение метафор и вопросительные конструкции.

В вводной части автор использует метафорические конструкции и сравнения. *«Бывают не совсем случайные, сделанные в результате тщательного «прочесывания местности», как, например, открытие Урана Вильямом Гершелем. Бывают серендипические — когда искали одно, а нашли другое: так, например, открыли Америку».*

Объяснение физических процессов и сути открытия происходит без использования метафор и иных тропов. Передача сложных терминов либо опускается, либо происходит через последовательное разъяснение посредством более общеупотребимой лексики. Это может вызывать определенные затруднения у читателя, который не владеет понятийным аппаратом в области астрофизики.

В дальнейшем, уже при характеристике тех или иных явлений автор прибегает к некоторым средствам художественной выразительности:

«это соответствует светимости 10^{23} светимостей Солнца — примерно столько же, сколько за это время (сотые доли секунды) излучают все звезды в видимой части Вселенной;

«с лихвой компенсирует меньший темп событий в расчете на одну галактику»;

«это можно сравнить с распознаванием слов на малой громкости — когда говорят известные вам слова, проблем не возникает, а незнакомое слово вы не можете разобрать».

Также для передачи оценки, отношения автора активно используются вводные конструкции и эпитеты «к счастью», «к сожалению», «наверное» и т. д.; *«с помощью простого анализа», «рано или поздно будет вручена заслуженная Нобелевская премия», «можно достичь фантастической чувствительности».*

Статья занимает четыре полосы. Она дополнена красочными иллюстрациями, фотографиями и наглядными схемами, которые привлекают внимание. Так заголовок и лид расположены на фоне яркой схемы слияния двух черных звезд. Изображение занимает чуть больше половины полосы. На следующей полосе аналогичный объем отведен под схему устройства детектора LIGO. Иллюстрации сопровождаются подробным текстовым комментарием.

В целом, данная статья ориентирована в большей степени на цело-

века, имеющего представление о гравитационных волнах и теории относительности. Несмотря на некоторое использование средств художественной выразительности, текст может вызывать затруднения восприятия у неподготовленного читателя.

Журнал «Знание – сила», статья «Волны гравитации достигают берегов науки».

Автор статьи – научный журналист. Заголовок передан метафорой, которая потом обыгрывается несколько раз в тексте: «*Волны гравитации достигают берегов науки*».

Содержание и структура статьи несколько отличаются от других рассмотренных нами текстов.

Первые абзацы, совокупно занимающие около 1/5 от всего объема статьи, посвящены обзору прогнозов по исследованиям ученых в 2006 году в различных областях. Затем статья разбивается на четыре смысловых блока, обозначенных заголовками: «Расстановка сил», «Блицкриг на полях физики», «След космического слияния», «Направления будущих ударов». Первый – про объяснение сути гравитации и гравитационных волн; второй – про обсерваторию LIGO и детектор; третий – описание слияния черных дыр, которое породило гравитационные волны. Последний блок посвящен рассуждению относительно перспективы дальнейших исследований.

В отличие от статей в журналах «Наука и жизнь» и «Кот Шредингера», в данном тексте отсутствует информация о роли российских ученых в открытии.

Статья по объему занимает семь полос. Текст сверстан двумя колонками на полосе. Заголовок занимает около половины первой полосы, выделен отличным от основного текста шрифтом и размером. Иллюстративно статья сопровождается четырьмя черно-белыми фотографиями (по одной на полосу), из которых только одна относится к теме открытия – изображение обсерватории LIGO. Инфографика, схемы отсутствуют.

Вместе с тем текст изобилует различными средствами художественной выразительности.

Так, для объяснения механизма деформации пространства и гравитационного эффекта автор использует следующий набор метафор: «*массивный стальной шар деформирует – растягивает – резиновое полотнище, на котором лежит, Полотнище провисает, как сетка гамака, куда присел отдохнуть дачник*».

Для более наглядной передачи размера, автор приводит сравнения: «*...если бы нашу планету соединил с Солнцем мост протяженностью в астрономическую единицу, то есть в 150 миллионов километров, то при прохождении гравитационной волны его длина изменилась бы на расстояние, меньшее чем диаметр атома водорода*».

Этот же прием используется для объяснения состояния ученых, не-

уверенных в результатах наблюдений: «Так, путешественник, заброшенный на дикий остров, видит смутную тень корабля, мозаику волн, бегущих от нее».

Для усиления вовлеченности читателя и усиления диалогичности вводятся экспрессивные синтаксические конструкции «К каким открытиям это может привести?», включая восклицательные предложения, адресованные непосредственно читателю «Попробуйте уловить подобные – неосязаемые – колебания!».

Автор привносит определенную эмоциональную составляющую в статью, что создает эффект более непосредственной коммуникации с читателем.

Таким образом, данная статья находится на стыке двух стилей – научно-популярного и публицистического. Это характерно и для самого журнала «Знание-сила» в целом, что ранее было нами представлено по итогам сравнительного типологического анализа научно-популярных журналов.

Журнал «Коммерсант. Наука», статья «Предсказание Альберта Эйнштейна сбылось» опубликована в октябре 2016 года, спустя полгода после объявления о совершённом открытии. Автор статьи – практикующий ученый, доктор физико-математических наук, профессор кафедры теоретической физики НИЯУ МИФИ, главный научный сотрудник ИКИ РАН.

Сразу за заглавием идет подзаголовок «Гравитационная волна пришла от неожиданного источника». Затем во вступлении, выделенным жирным шрифтом, сообщается информация о дате публикации Эйнштейном серии статей и дальнейшем выводе, что ученые поторопились с приурочиванием открытия к столетнему юбилею публикации.

Основная структура текста сопоставима с ранее исследованными. Автор излагает ключевые параметры исследования, дает определение гравитационных волн и влияния гравитации на Землю, описывает механизм наблюдения и фиксации явления посредством аппарата LIGO. Далее текст разбит последовательно на три части следующими подзаголовками: «Волну излучили две черные дыры», «Волны-предшественницы» и «Гравитационная волна против бозона Хиггса».

Стоит отметить, что в каждом подзаголовке присутствует слово «волна», что придает особое предметное единство всему тексту.

С точки зрения контента, автор рассказывает не только об обстоятельствах регистрации гравитационных волн, но и дает экскурс в историю аналогичных наблюдений. Кроме того, в последнем текстовом блоке, в формате рассуждения, сравнивается значимость для науки от фиксации излучения гравитационных волн и открытия бозона Хиггса.

Как и в статье «Знание-сила», нет упоминания о роли отечественных ученых в данном событии.

Использование художественно-выразительных средств и стилисти-

ческих фигур в тексте ограничено. Мы можем выделить некоторые эпитеты: *по фантастической случайности; чрезвычайной слабости; огромными массами; его знаменитая общая теория относительности.*

Метафоры в тексте единичны и скорее дополняют текст, чем играют значимую роль для повышения доступности сложных понятий и явлений: *«вызвал к жизни целую волну гравитационных экспериментов, на гребне которой и было сделано недавнее открытие».* Также автор использует определенные глаголы для большего вовлечения читателя *«мы чувствуем гравитацию», «гипотетически представить».*

Синтаксические конструкции восклицательного или вопросительного характера отсутствуют.

Лексически данный текст ближе к научному стилю коммуникации. Большинство слов в тексте однозначные, преобладают слова и словосочетания терминологического характера. Эмоционально текст скорее нейтрален, несмотря на некоторое вкрапление тропов.

С точки зрения визуального оформления мы можем отметить следующее.

Статья занимает один разворот. На одной полосе расположены заголовки и подзаголовки - они набраны одним шрифтом, но отличаются по цвету (заголовок – красный). Примерно две трети данной полосы занимает цветная фотография с изображением силуэта головы ученого на фоне схемы слияния двух черных звезд. На следующей полосе расположен непосредственно текст статьи. Он разбит на две колонки с выноской между ними, куда включены два определения («парсек», «пульсар»). По левому краю полосы идет вертикальный фрагмент цветного изображения гравитационных волн. Схемы, другие элементы инфографики, прочие фотографии в статье отсутствуют.

Данная публикация ориентирована скорее на подготовленного читателя. С точки зрения коммуникационных задач, она ориентирована в первую очередь на информирование о событии и в небольшой степени на проблематизацию по дальнейшим перспективам исследований.

По итогам проведенного анализа мы можем сделать вывод, что все вышеперечисленные статьи относятся к научно-популярному стилю. При этом в двух из них есть ярко выраженные черты публицистического. Если говорить о функционально-смысловых типах речи, данные тексты имеют смешанную модель и сочетают все три типа: повествование, описание и рассуждение.

Это отвечает коммуникационным задачам – поделиться информацией об открытии (текст-повествование), описать детектор LIGO и иные ключевые объекты и предложить читателю некоторую оценку события (текст-описание), возможные перспективы и проблематику для будущих исследований (текст-рассуждение). При этом, чем сильнее проявлена субъективная позиция автора, тем больше мы видим смещение к

«тексту-рассуждению». Такая логика прослеживается во всех выбранных статьях.

Применение тропов варьируется от текста к тексту.

Уже на уровне заголовков мы видим применение средств художественной выразительности для большего привлечения внимания читателя – аллюзия в заголовке «100 лет одиночества» к произведению Г.Г. Маркеса, «Как попались гравитационные волны» отсылка, в том числе, к главному персонажу журнала – коту Шредингеру, метафора – «Волны гравитации достигают берегов науки» в журнале «Знание сила».

Авторами статей являлись как журналисты-популяризаторы («Знание-сила», «Кот Шредингера», «Наука и жизнь»), так и практикующие («Коммерсант. Наука», «Популярная механика»).

По итогам исследования мы можем сделать вывод, что статьи, написанные учеными, могут вызывать определенные затруднения у неподготовленного читателя из-за обилия узкоспециализированной лексики и ограниченного использования художественных средств выразительности – метафоры, сравнения, которые облегчают процесс восприятия сложного материала. Кроме того, именно эти статьи значительно меньше по объему – здесь может иметь место эффект априори понятного знания, когда автор не видит необходимости в расшифровке, достаточном упрощении того или иного термина, явления.

При этом, статьи, написанные журналистами-популяризаторами, реализую одну и ту же цель, выражают разные подходы к популяризации: и консервативный, классический фундаментализм и актуализм. Оба подхода показывают свою самодостаточность и цельность, используя различные инструменты для баланса передачи точных научных знаний и доступности информации для восприятия.

В рамках данного исследования перед нами не стояла задача глубокого изучения проблемы дифференциации научного и научно-популярного стилей. В практической деятельности журналиста становится очевидным наличие особенных навыков в части «переводе» с научного языка на язык, доступный широкой аудитории. Кроме того, пример статьи в журнале «Кот Шредингера» показывает, что взаимодействие с различными учеными и, как следствие, источниками информации качественно обогащает материал. Таким образом, компетенция по выстраиванию и поддержанию связей с научным сообществом, будет способствовать повышению эффективности и востребованности научного журналиста.

Литература:

- Открытая наука: «Популяризация науки показывает взрывной рост». [Электронный ресурс]. URL: <https://open-science.ru/2020/02/popularization-of-science-shows-high-growth.html>.
- *Виноградов В. В.* Итоги обсуждения вопросов стилистики // Во-

- просы языкознания. 1955. № 1. С. 60–87.
- *Суворова С. П.* Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2009. № 6. С. 14–23.
 - *Литке М. В.* Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации // Журналистский ежегодник. 2014. № 3. С. 59 – 65.
 - *Парафонова, В. А.* Становление научно-популярных журналов в России [Текст] / В.А. Парафонова // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2011. № 6. С. 61-72.

Поступила в редакцию 3 марта 2020 года

УДК 070; 316.77

Доверие российским медиа в эпоху «постправды»

Е.Я. Дугин, доктор социологических наук, профессор, проректор, заведующий кафедрой телевидения и радио ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», член Научно-экспертного совета при председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации; e-mail: e.dugin@yandex.ru

В статье анализируется феномен доверия как системное свойство информационно-коммуникативных процессов. Рассматриваются понятие, этапы доверия российским СМИ, использование доверия в политике, в цифровом развитии медиасистем. Выявляются основные факторы и условия, влияющие на повышение уровня институционального доверия в обществе, социально-экономического развития государства в условиях цифровых трансформаций в эпоху «постправды» и кризиса, вызванного пандемией COVID-19.

Ключевые слова: доверие, власть, средства массовой информации, общество, цифровые трансформации, проверка фактов, эпоха «постправды».

Актуальность проблематики доверия

Какие бы коммуникативные модели не использовались в социальной и политической практике, все они оказываются лишены смысла без доверия между участниками общения. В более широком социально-политическом контексте доверие между обществом, медиа и структурами власти выступает в качестве ключевого фактора развития государства.

В обозначенной системе «общество – медиа – власть» важен не столь феномен доверия, сколь потенциальные возможности доверия формировать доброжелательные общественные настроения и мнения, позитивные социальные отношения и связи. Диалектика взаимосвязи между основополагающими категориями коммуникации – доверием и мнением выявлена еще древнегреческим философом Аристотелем. «Мнение бывает истинным и ложным. Но за мнением следует вера <...> вера сопровождает любое мнение, убеждение – веру, разум – убеждение».¹ Следуя логике, предложенной философом, нетрудно убедиться в том, что ключевым элементом коммуникативной системы выступает вера, доверие. В самом деле, трансформация мнения в убеждение невозможна без доверия. Доверие представляет собой сложную комплексную характеристику, которая не исчерпывается только качеством и достовер-

¹ Аристотель. О душе. М.: 1937. С. 91.

ностью информации, минимальным разрывом между реалиями жизни и информированием о ней средствами медиасистем, а также и социально-психологическими настроениями, и циркулирующими в обществе слухами и домыслами.

Что касается средств массовой информации, то одним из основных критериев доверия выступают коммуникативные стратегии, согласно которым отображаются главные социальные ценности общества, совокупность интересов различных слоев и групп населения. Условием доверия СМИ является отображение действий властей, направленных на удовлетворение интересов и потребностей общества, а не отдельных его групп, или личных амбиций представителей власти. Проблема доверия средствам массовой информации актуализируется в современных условиях информационной переизбыточности, множественности источников и каналов информации, возможности публичного высказывания субъективных мнений и широкого распространения некорректной информации.

Обострение проблемы доверия медиа наблюдается в кризисных ситуациях, например, в условиях пандемии, вызванной распространением заражения COVID – 19. Так, британское подразделение международного агентства маркетинговых исследований Kantar выявило всемирный тренд, что уровень доверия к телевидению возрастает в кризисных ситуациях и снижается к социальным сетям. Исключение составили российские медиа. Оказалось, что в период карантинных мероприятий в связи с COVID – 19 в России электронные коммуникации on-line не теряют популярности и даже наращивают ее благодаря укреплению привычки массовой аудитории потреблять on-line видео и музыкальные концерты, общаться в социальных сетях с помощью видеоконференций. Наращиванию объемов потребления on-line способствуют также покупки в интернет-магазинах. В тоже время наблюдается мировая тенденция укрепления позиций телесмотрения. Возможно, по причине роста доверия к экранной информации. Тем не менее, во время пандемии по уровню доверия лишь печатная пресса и радиовещание смогли обойти телевидение. Например, просмотрение линейного телевидения выросло на десятки процентов почти во всех странах (от 55% в Перу до Китая – 41 %) по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Согласно данным российского официального медиаизмерителя Mediascore в первую неделю карантина время телесмотрения в Москве выросло на 23 % относительно двух первых недель марта¹.

О понятии доверие. В социальных науках пока нет единого, однозначного понимания феномена доверия из-за различных его трактовок. Не приблизил к однозначности понимания термина и контент-анализ

¹ После окончания карантина телесмотрение вернется на прежний уровень. URL: https://telesputnik.ru/materials/tsifrovoe-televidenie/news/posle-okonchaniya-karantina-telesmotrenie-vernetsya-na-prezhniy-uroven/?utm_source=newsletter&utm_medium=email (Дата обращения 11.05.2020).

наиболее часто используемых определений доверия (а таких оказалось ни много ни мало, а 72), сделанный с помощью компьютера. Представители различных научных дисциплин по-разному трактуют термин «доверие». Экономисты связывают доверие с «ростом валового дохода государства», с «обеспечением стабильности национальной валюты, более широкого применения государственных гарантий в процессе инвестиций»¹. Социологи определяют доверие как условие «консолидации общества», «условие для возникновения личностного мотивированного политического участия в государственных делах», как «основу общества», «тип социального капитала»². Социальные психологи трактуют доверие через убеждения, волеизъявления и установку³. Несмотря на социально – психологическую природу доверия, оно имеет экономическую составляющую. Так, например, известный философ Фрэнсис Фукуяма (Francis Fukuyama) полагает, что «преобладание недоверия в обществе равносильно введению дополнительного налога на все формы экономической деятельности, от которых избавлены общества с высоким уровнем доверия»⁴.

В монографии «Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию»⁵, Фукуяма показывает, что социальное поведение, основанное на доверии, традициях и культурных ценностях, на взаимопомощи, более эффективно для управления, нежели модель взаимодействия власти и населения, в основе которой преобладает рациональный расчет и нормативные правила.

Доверие к слову возникает в результате внутреннего психологического настроения личности. В свое время писатель В. Солоухин попытался объяснить природу доверия через различия между фактической информацией и «духовной информацией». Он утверждал, что слова писателю диктует любовь, а краски дает волнение. И этого не может не почувствовать внимательный читатель. И тогда он становится обладателем той духовной информации, которая выше, нужнее точной рассудочности.

Отличие духовной информации от фактической состоит в том, что.

¹ *Аузан А.А.* Доклад на заседании Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации «Об основных направлениях законодательного обеспечения реализации Послания Президента Российской Федерации Федерального Собрания Российской Федерации» 22 марта 2018 г.

² *Дугин Е.Я.* Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. М.: 2005; Штомпка П. Доверие – основа общества. М.: Логос. 2012.

³ URL:https://psyera.ru/chto-takoe-doverie_9058.htm (Время обращения 11.07.2019).

⁴ *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ./ Ф. Фукуяма. М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак». 2004. 730 с.; Национальная психологическая энциклопедия/<https://vocabulary.ru/termin/doverie.html> (Время обращения 24.01.2020).

⁵ *Fukuyama F.* Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity. N.Y. 1995.

если фактическая информация строится на логических, рациональных доводах, то духовная информация, по мысли В. Солоухина, зиждется на отношении литератора к жизни, на оценках, пропущенных через его сознание и сердце. И потому духовная информация вызывает большее доверие, чем рациональная. Возможно, поэтому одухотворенная информация наиболее ярко может проявиться в диалоге, в котором высказываются мнения, лично окрашенные суждения.

Применительно к медиа, доверие достигается, прежде всего, надежностью источника информации, совокупностью тщательно проверенных фактов и аргументированных доказательств их достоверности. В большинстве случаев доверие связывают с достоверными фактами, исходя из их природы, согласно известному ленинскому определению факта как «упрямой вещи». Однако, факт сам по себе, хоть и «упрям», но может менять природу достоверности, сочетаясь с другими фактами, находящимися в различных социальных контекстах.

Относительность факта, его зависимость от системы доказательств, давно известна. Американский писатель Норман Мейлер (Norman Mailer) в свое время придумал специальный термин «фактоид», под которым подразумеваются факты, не существовавшие до того, как они были опубликованы в печати. Авторы основательного исследования «Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление» определяют фактоид как «не подкрепленные доказательствами отдельный факт или их совокупность»¹. Обычно это происходит потому, что факт ложный или потому что доказательства в поддержку данного утверждения получить нельзя. «Фактоиды преподносятся таким образом, что к ним повсеместно начинают относиться как к истине. В обыденной жизни это молва, сплетни и городские легенды. В судах – слухи

и неприемлемые доказательства. В средствах массовой коммуникации – клевета, злословие, инсинуации, распространение циркулирующих в настоящее время слухов, сплетен и молвы в качестве новостей»².

Хрестоматийным примером применения технологии «фактоидов» принято считать радиоинсценировку романа Герберта Уэллса (Herbert George Wells) «The War of the Worlds» «Война миров», которая вызвала небывалую панику из-за того, что радиослушатели поверили во вторжение инопланетян в США.

В средствах массовой информации применяется широкая линейка толкования «фактоидов». Например, в круглосуточном информационном телеканале CNN термин используется для обозначения мелких фактов.

В целях распространения необоснованных слухов и фактоидов во

¹ Аронсон Э., Пратканис Э.Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК. 2002. С.120, 121

² Аронсон Э., Пратканис Э.Р. Указ. Соч. С. 121.

«всемирной паутине» пользуются термином «фламинг» («flaming» – буквально пламенный, а применимо к новостным событиям можно перевести как горячие, жареные факты).

В последние годы стремительного распространения непроверенных фактов благодаря цифровизации медиасреды возникла такая обобщенная характеристика современности как «эпоха постправды», одним из главных инструментов которой выступают фейки (от англ. fake – подделка, фальшивка). По сути, те же «фактоиды». Невероятно огромное количество и глобальные масштабы распространения фактоидов и фейков таковы, что понятие «эпоха постправды» стало общепринятым в мировом масштабе.

Некоторые особенности эпохи «постправды»

Феномен «постправды» в современном мире становится предметом специальных исследований и публичного обсуждения едва ли с начала миллениума. Согласно исследовательскому проекту, ежегодно проводимого Global Language Monitor, с целью выявить влияние телевидения на английский язык, главным словом 2006 года было избрано «truthiness» (в переводе на русский язык обозначает «правда, незамутненная фактами» и «убежденность в правоте, которая опирается не на факты, а на инстинктивное чувство»). Новое слово и его толкование было запущено в обиход телеведущим Стивенем Колбертом (Stephen Colbert), а впоследствии общественная значимость подтверждена в ходе опроса читателей толковых словарей, выпускаемых издательством «Merriam – Webster»¹.

Феномен постправды уже стал предметом серьезных научных исследований. В 2004 году вышла из печати научная монография Ролфа Кейеса [Ralph Keyes] *The Post-Truth Era* («das Zeitalter nach der Wahrheit»)². В книге предпринята попытка осмыслить новое явление с позиций современного социологического знания. В русле тогдашних дебатов о рассматриваемом феномене появилось новое понятие, которое вошло в практику, и было избрано в 2005 году американским диалектным обществом [*American Dialect Society*] в качестве слова года³. Вскоре данное понятие упрочило свои позиции в средствах массовой информации и вошло в политический дискурс. Широкую популярность термин «пост-правда» получил в ходе Брексит-референдума [Brexit – Referendums], посвященном проблеме выхода Великобритании из ЕС, а позже – в избирательной кампании по выборам президента США в 2016 году. Под термином «постфактическая политика» («Postfaktische Politik» – нем.) принято понимать совокупность политических мыслей и поступков, в которых факты не занимают центрального места, а эффект высказы-

¹ URL: <http://lenta.ru/news/2006/12/11/truthiness> (Дата обращения 6.05.2020).

² *Hochspringen*. The Post-Truth Era, Ralph Keyes, St. Martin's Press, September 2004.

³ *Hochspringen*. Truthiness Voted 2005 Word of the Year by American Dialect Society.

вания превалирует над его истинностью. Иными словами, постправда представляет собой совокупность текстов и высказываний, в которых содержится отрицание объективной реальности в угоду субъективным мнениям и даже предубеждениям. Таким образом, создаются условия для манипулирования эмоциями различных групп аудитории. Не случайно, эффективными в условиях постправды признаются те политические решения, которые близки эмоциональному миру избирателя.

В большой политике термин «постправда» (*postfaktisch*) впервые был использован канцлером Германии Ангелой Меркель в сентябре 2016 года¹. В дальнейшем высказывания политиков, лидеров мнений со словом постправда благодаря средствам массовой информации получили широкое распространение и активное использование в политической и медийной практике. Закреплению понятия в массовом и специализированном сознании способствовали научные и справочные издания. Так, например, редакция знаменитого оксфордского словаря (*Oxford English Dictionary*), наиболее полного словаря английского языка в ноябре 2016 года избрала понятие «постправда» („post – truth“ – англ.) в качестве международного слова года².

В декабре 2016 года общество немецкого языка (*die Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS)*) также назвало главным словом года термин «постправда» (или буквально в переводе с немецкого „postfaktisch“ – «после де-факта»)³. Эпоха постправды, в свою очередь, привела к возникновению феномена «новой искренности», которая в настоящее время активно развивается медиатеологами в твиттере президента США Д. Трампа. Превращению данного термина в качестве новой современной коммуникативной тенденции способствует появление огромного количества полупрофессионалов – блогеров и влогеров, которые своими текстами, фото и видеоматериалами буквально заполнили информационное пространство интернета. Их публикации подкупают аудиторию своей искренностью, небанальностью подачи информации и разнообразием интересов, удовлетворяющих потребности и вкусы различных коммуникативных сообществ, как правило, состоящих из таких же пользователей социальных сетей. Как известно, похожесть позиций и манер поведения создателей и пользователей информации способствует укреплению доверия между ними. Более того, институты власти и управления, используя привлекательные личностные качества блогеров и формирующиеся вокруг них коммуникативные сообщества, завоевывают и укрепляют доверие потенциальной и реальной аудитории в целях влияния на общественное мнение при проведении локаль-

¹ *Hochspringen*. Danke, Merkel, für das Wort „postfaktisch“! In: www.welt.de. Abgerufen am 13. Dezember 2016.

² *Hochspringen*. „Post-truth“ ist das internationale Wort des Jahres, *Der Standard*, 16. November 2016; *Hochspringen*. Word of the Year 2016, oxforddictionaries.com.

³ *Hochspringen*. Wort des Jahres 2016 bei gfdS.de, 9. Dezember 2016.

ных и широкомасштабных социальных и политических акций.

Подавляющее большинство исследований многих отечественных и зарубежных социологических служб обнаруживают устойчивую тенденцию к снижению доверия медиа во всем мире. Согласно ежегодного проекта «Edelman Trust Barometer», которые проводит компания Ричарда Эдельмана в 60 странах мира, уровень доверия к СМИ в России один из самых низких – 32 %. Меньше только в Турции (25 %) и Ирландии (29 %). В США – 47%, что немногим превышает среднемировой уровень доверия медиа, как к социальному институту (43 %). Примечательно, что самые высокие показатели доверия медиа оказались в Индии – 66 %, и в Китае – 65 %. Тенденция такова: за десять лет падение уровня доверия российским медиа составило более чем десять процентов (пресса: с 37 % до 23 %; телевидение от 43 % до 30 %)¹.

Проблема доверия становится особенно актуальной в эпоху пост-правды, представляющей собой фундаментальную характеристику современности. Динамика степени доверия отечественным медиа за последние годы оказалась весьма неоднозначной и разнонаправленной.

Доверие можно рассматривать не только в качестве системного свойства информационно-коммуникационных процессов, но и как специфическую власть, которая определяет характер взаимоотношений между структурами управления и общества². Неспроста медиа называют «четвертой властью».

Доверие как элемент системы «власть – медиа – аудитория»

С учетом того, что доверие проявляется в системе «власть – медиа – аудитория», представляется целесообразным рассмотреть, какие элементы системы дают сбой, а какие работают эффективно. Руководствуясь методологическим принципом системности, можно выявить не только проблему, но и сформулировать рекомендации по повышению уровня доверия в целях преодоления кризиса в социально-экономической и социально-политической сферах. Рассмотрим наиболее характерные позиции участников коммуникативной модели «власть – медиа – аудитория».

Начнем с позиции отраслевого ведомства, **отправляющего властные функции по отношению к средствам массовой информации**. Так, комментируя снижение уровня доверия в стране, замминистра А.К. Волин, продолжительное время курирующий работу медиа в Минсвязи РФ, заявил: «...падение доверия к журналистам, к СМИ, оно в принципе является весьма позитивным примером, потому что общество вообще должно быть скептическим по определению. Чем меньше вы кому-то доверяете – тем тщательнее вы будете проверять информацию, и это касается не только журналистов. Проверять можно полити-

¹ Edelman Trust Barometer. Global Report. Annual Global Study. 2018; 2019.

² Дугин Е.Я. Власть доверия и доверие власти// Власть. 2018. №8 (26). С.60.

ков, мэров, губернаторов – любой уровень. Поэтому это не трагедия, я бы сказал, это повышенная конкурентная среда для медиа»¹.

Информации не является прерогативой или проблемой. Для того, чтобы решать проблему доверия, надо, по меньшей мере, обладать стратегическим мышлением. Возможно, потому беспроblemным для замминистра оказался и переход на цифровое телевидение, результатом которого стало удушение региональных телекомпаний, которым, к слову сказать, население доверяет больше, чем федеральным телеканалам. И если бы не вмешательство Совета Федерации, итоги цифровизации могли быть еще хуже для регионов.

Теперь о другом элементе системы медиакommunikации – аудитории. Последние годы отмечены ростом доверия зрительской аудитории именно к передачам регионального телевидения. Так, если в 2008 году 69 % опрошенных доверяли местному телевидению, то четыре года спустя уровень доверия вырос до 78 %, сравнившись с показателями федеральных каналов². А последние замеры, которые проводила компания Mediascope в 2019 году, показали, что региональному телевидению доверяют свыше 88 процентов населения, что превышает уровень доверия федеральным каналам. Телезрители оценивают местные новости как наиболее интересные и позитивные, в отличие от федеральных каналов, в которых преобладает криминал, агрессия и примитивные шоу. Региональные и муниципальные телерадиоканалы выполняют важную роль по удовлетворению культурно-духовных запросов населения, содействуют развитию местного самоуправления, сохранению и развитию самобытной культуры и языка многонационального населения страны. Примечательно, что в условиях пандемии COVID-19 телевидение, которое эксперты упорно считали архаичным, с первых дней карантина, по разным оценкам телесмотрение выросло более чем на 30 процентов. С учетом того, что многие активные медиапользователи вынуждены работать дистанционно, постоянно находиться дома, наблюдается тенденция сближения технологий и характера потребления телевидения и интернета. Хотя, конечно, это разные платформы и способы доставки контента, разные модели медиапотребления, что требует, разумеется, различных методик измерения. Поэтому корректно говорить только об общей тенденции, которую можно сформулировать как движение аудитории в направлении к той информации, которой можно доверять. И в этом смысле, традиционные СМИ печать, телевидение, радио выгодно отличаются от новых медиа. Оперативность и скорость, с которой подается непроверенная информация в социальных сетях, безусловно, снижают доверие. Аудитория прекрасно осознает,

¹ Ершов Ю.М. Медиа как экспертная система и область доверительных отношений // Вопросы журналистики. 2017. №1. С. 15.

² Данные Всероссийского опроса общественного мнения, проведенного ВЦИОМ 21-22 апреля 2012 г.

когда на кону стоит здоровье и жизнь, лучше пользоваться достоверными источниками информации, как и проверенными средствами лечения. Как известно, достоверной информацией располагают, как правило, государственные информационные каналы. В ходе карантинных мероприятий выяснилось, что различные слои населения, независимо от возраста, социального статуса и былых привычек медиапользования, предпочитают смотреть телевидение. Усилился также интерес населения к местным каналам телевидения и радиовещания, которые сообщают достоверную, социально значимую местную информацию, имеющую практическое значение.

Вопреки прогнозам аналитиков сократился интерес к так называемым развлекательным передачам федеральных каналов телевидения. В условиях карантина, когда нарастает статистика зараженных и погибших, людям не до развлечений.

Основу меню медиапотребления составил ежедневный просмотр телепрограмм даже у молодых, которых совсем недавно называли «живущими в сети». Если совсем недавно для рекламщиков аудитория была «валютой», то теперь, в условиях пандемии основной ценностью информации становится достоверность, вызывающая доверие. В условиях карантина, связанного с COVID – 19, существенно возросла потребность в местной информации. Повсюду отмечается рост охвата аудитории местных телерадиоканалов. Например, интерес к новостным передачам одной из крупнейших региональных телекомпаний «Сургут Информ ТВ» (СТВ) увеличился в 2,5 раза, а к вечерним выпускам новостей – в 4,5 раза¹. Отмеченный рост произошел благодаря тому, что телекомпания сосредоточилась на выпуске новостей, событийной информации, исходя из понимания того, что нужно зрителю именно в данный день и час. Изобилие фейковой информации вокруг темы пандемии вполне укладывается в коммуникативную модель, которая получила в науке название «эффект Даннинга-Крюгера»². Согласно этой модели, дефицит достоверной информации приводит к тому, что население погружается по своей воле в состояние самоуверенности, которое позволяет им считать, что они осведомлены о той или иной проблеме в большей мере, чем даже специалисты.

Предложенный в 1999 году Дэвидом Даннингом (David Dunning) и Джастином Крюгером (Justin Kruger) эффект, сформулированный как когнитивное искажение, согласно которому: «люди, имеющие низкий уровень квалификации, делают ошибочные выводы и принимают неудачные решения, но не способны осознавать свои ошибки в силу

¹ Из интервью с И. Ярошем, руководителем телекомпании «СургутИнформ ТВ», проведенного в режиме прямого эфира в рамках проекта «HAT Live» 24 апреля 2020. URL: [https://yandex.ru/efir? stream id=veYr6U5deVFw&from=efir&from block=videohub](https://yandex.ru/efir?stream id=veYr6U5deVFw&from=efir&from block=videohub).

² URL: <https://rosaprimavera.ru/news/Sbcd5b2c> (Дата обращения 5.05.2020).

своего низкого уровня квалификации»¹. Данный эффект убедительно описывает ситуацию истерии вокруг чего-либо неизведанного. Таким загадочным оказался в настоящее время коронавирус COVID-19, который породил инфопандемию в глобальном масштабе. Характерно, что самая высокая степень самоуверенности наблюдается у тех групп населения, которые одновременно демонстрировали самый низкий уровень знаний и самую высокую склонность к поддержке дезинформации. Как показали исследования, эти люди в основном доверяли лидерам мнений в политике, высказываниям знаменитостей. Мнениям экспертов они доверяют меньше всего. К сожалению, они оказались заложниками ситуации сознательного принижения авторитета экспертов, пренебрежения научными знаниями, снижения уровня экспертной оценки.

Этапы становления и развития доверия российским медиа

последующими изменениями практически во всех сферах жизни страны наблюдалось заметное повышение уровня доверия общества российским медиа. Наивысшей точки показатель доверия достиг в период второго срока президентства, в связи с позитивными переменами в государственном управлении, с реализацией социальных проектов (в сфере здравоохранения, образования и др.), с ростом экономики, уменьшением роли олигархов в управлении страной и т.д. Транслируя позитивную информацию (о социально-политических преобразованиях), медиа обеспечили прирост доверительного отношения не только к институтам власти и управления, но и к своей деятельности. Однако после 2006 г. в стране наблюдался значительный спад рейтинга доверия российским медиа, который за пятилетие достиг критической точки в 33 %. Иначе говоря, в те годы СМИ утратили доверие 2/3 населения страны. Причины известны: участие медиа в манипулировании общественным мнением, финансовая зависимость от политических и коммерческих структур, коммерциализация деятельности, стремительное снижение профессионально-этической культуры журналистов. Надо сказать, что отмеченные причины падения доверия прогрессировали в последующем. После 2012 г. наблюдалось некоторое повышение уровня доверия россиян к СМИ благодаря росту патриотических настроений, вызванных позитивными переменами в социальной политике, успешным проведением Олимпиады 2014 г. в Сочи, вхождением Крыма и Севастополя в состав России и др.

Тем не менее, высокий уровень недоверия медиа продолжает сохраняться в нашей стране на протяжении последних почти двух десятков лет². В настоящее время половина россиян не доверяет отечественным

¹ URL: <https://blog.studylic.ru/effect-danninga-krugera/>.

² Попов В., Тавокин Е. Доверие к СМИ в общественном сознании граждан России // Государственная служба. 2002. № 4; Локосов В.В., Шульц В.Л. Основания консолидации современного российского общества. Социологические аспекты. М.: 2008; Волченко ОВ. Доверие как продукт вовлеченности в информационные потоки // Мониторинг общественного мнения. 2014. № 4; Назаров М.М., Иванов В.Н., Кублицкая Е.А. Политические

СМИ, что обусловлено целым рядом обстоятельств, таких как недоверие институтам власти и управления различного уровня, правоохранительным органам, политическим партиям, церкви, банковским и предпринимательским структурам, и, конечно, связано с негативной оценкой содержания печатной прессы, телевидения, радио и новых медиа.

Согласно исследованиям Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) пять лет назад, в 2015 г. 63 % опрошенных доверяли телевидению. В 2019 г. цифра сократилась до 35 %. В тоже время, доверие к форумам, блогам и соцсетям выросло с 4 % до 13 %. Почти 30 % реципиентов заявили о том, что нет источников информации, которым бы они доверяли больше остальных. В 2015 г. таких людей насчитывалось 16 %¹.

При этом молодое поколение, и в особенности поколение «миллениалов» больше доверяет цифровым каналам информации, в то время как старшее поколение предпочитает доверять аналоговым.

Идеальной площадкой для снижения медиадоверия выступают социальные сети, которые распространяют непроверенные сведения многие годы, что приводит к закреплению у пользователей устойчивой привычки недоверия к информации. Потребление излишнего информационного шума порождает псевдознание, которое оказывается малоприменимым для применения на практике, в реальной жизни. В социально-сетевом мире лживая информация становится одним из существенных инструментов управления ментальной структурой населения, и едва ли не самой востребованной технологией формирования массового сознания в эпоху «постправды»².

Деятельность медиа взаимообусловлена социально-экономическими, социально-политическими процессами. Недавняя волна падения доверия связана с мероприятиями пенсионной реформы. Существенную роль в массовой негативной оценке деятельности структур власти и управления сыграли также резкий рост цен на бензин и фактическое отсутствие государственных мер по стабилизации кризисной ситуации.³ Как повели себя российские медиа по отношению к этим вопросам, вызвавшим неудовлетворенность различных слоев населения, в частности молодежи? Средства массовой информации не смогли отстаивать интересы населения и вести разъяснительную работу, что также повлияло на снижение уровня доверия медиа, институтам власти и управления.

ценности российского общества (результаты сравнительного проекта) // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2018. № 3.

¹ О доверии к медиа в эпоху постпропаганды. URL: www.ng.ru/editorial/2019-09-17/2_7678_red.html (Дата обращения 9.05.2020).

² URL: www.gipp.ru/opennews.php?id=67209. (Дата обращения 1.04. 2020 г.).

³ Падение доверия к президенту, премьер-министру и правительству Российской Федерации показал ВЦИОМ. URL: <https://promdevelop.ru>. (Дата обращения 22.06. 2019 г.)

Можно предположить в качестве рабочей гипотезы, что в основе настроений общества лежит не столько поколенческий фактор, а несоответствие 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? ¹ Эти и другие вопросы требуют обстоятельного анализа. Молодые люди пытаются найти ответы на вопросы, которые выдвигают перед ними жизненные обстоятельства. Они ищут умного собеседника, морального авторитета, чтобы обогатиться знаниями и умениями, которые необходимы для повседневной жизни. И не находят его в реальной жизни, в медиасреде, внутри своего коммуникативного сообщества. Вряд ли они могут почерпнуть полезную информацию или мудрый совет для духовно-нравственного роста из социальных сетей, в частности, из телевизионных проектов типа «Дом-2». Помимо очевидной трансформации источников потребления информации в пользу интернета, эксперты отмечают также «усталость от перенасыщенной политической и экономической повестки и от пропаганды». Возможно поэтому, согласно данным исследований конца 2019 года в молодежной среде (18-24) более 30 процентов отказываются от социальных сетей. И наконец, еще один элемент медиасистемы – журналисты.

Около трети реципиентов считает уровень профессионализма ответственных журналистов высоким, 45 % – средним, 12 % – низким. Причина столь скромных показателей, как отмечают эксперты, видится в том, что журналисты слишком торопятся «застолбить тему» и спешат обнародовать непродуманные комментарии к самым невероятным версиям событий, довольствуясь самим фактом публикации личного мнения.

В публикациях медиа преобладает субъективность оценок, негативный взгляд на события, менторский тон и т.п. Корреспонденты зачастую манипулируют фактами, применяют техники полуправды, когда малозначительная деталь «раздувается» до вселенских масштабов. Не способствуют укреплению доверия и размытая мировоззренческая позиция или отсутствие таковой, а также участвовавшие случаи нарушения журналистской этики. Тем не менее, судя по результатам многих исследований, профессия журналиста пользуется уважением в обществе. Но уважение к профессии вряд ли возможно переносить на результаты их работы и, в целом, на доверие к СМИ. В качестве общего

¹ Поколение Z или как его принято называть «центениалы», 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.

вывода можно сказать, что наибольшим доверием пользуются те журналисты, которые производят собственный уникальный контент, выражают лично мотивированную, обоснованную позицию по отношению к социально-политическим, социокультурным ситуациям.

Заключение. Выводы. Практика отечественных СМИ пока не дает оснований превращения их в социальный институт по выработке согласия интересов населения, структур власти и управления, в целях формирования духовно-нравственных качеств российского общества.

По меньшей мере, три поколения россиян потребляют по различным каналам медиаиндустрии незатейливые развлечения, криминальные сериалы, выступления затейников и клоунов всех мастей. В обществе не создается, и, следовательно, не накапливается позитивный опыт. В основе отмеченной тенденции лежит нарастающий конфликт между моделями коммуникации. С одной стороны – вертикальная модель коммуникации с ее жесткой организацией и иерархией, соподчинением и нормативными правилами. С другой – сетевой тип коммуникации с горизонтальными, коммуникативными сообществами с мозаичной, неструктурированной информацией, мнениями, не терпящими авторитетов и регламентирующих норм.

В развитие идей, связанных с повышением уровня доверия медиа в молодежной среде, по инициативе Аналитического управления Аппарата Совета Федерации недавно был проведен Научно-методологический семинар «Национальная просветительская медиаплатформа в молодежной информационной политике». Главным итогом работы семинара стало утверждение необходимости кардинально изменить качество государственной молодежной политики в просветительском направлении, а также разработать пакет мер и законодательных инициатив, направленных на консолидацию имеющихся и создание необходимых условий для развития оригинальных информационно-публицистических ресурсов на общенациональном уровне, в том числе, ориентированных на новые поколения.

В эпоху постправды и многолетней деполитизации идеологии, продолжающегося падения доверия российским медиа, острую актуальность приобретают меры по усилению правового регулирования отечественной медиасреды и защиты культурного и информационного суверенитета Российской Федерации. Отечественные медиа не в полной мере удовлетворяют запросы российского общества и государства на просветительские, военно-патриотические и духовно-нравственные медиапроекты. Работа в этом направлении должна быть организована на уровне общегосударственного проекта, который можно было бы определить как «Национальная просветительская медиаплатформа». Она должна носить системный и массовый характер, иметь гарантированную возможность выхода на широкие слои российского общества и на соотечественников за рубежом. Коммуникативная стратегия ме-

диалатформы должна выстраиваться вокруг системы традиционных ценностей, а также учитывать специфику новой цифровой среды с соответствующими рисками по трансформации устоявшихся форм социализации подрастающего поколения, со своими проблемами цифровой морали и цифровой этики.

Примечательно, что общество с высоким уровнем доверия успешно справляется с кризисом, вызванным пандемией, без применения полицейских мер. Эксперты полагают, что если Россия выйдет на уровень обобщенного доверия людей друг к другу как в Швеции, «то прирост валового продукта может вырасти на 69 процентов»¹. Обобщенное доверие обеспечивается, прежде всего, устойчивостью законов и надежной социальной защитой различных групп населения. Не последнюю роль в формировании и поддержании социального доверия в обществе играют средства массовой информации, медиасистема в целом. Но и относительно средств массовой информации необходимо разрабатывать законы, блокирующие распространение фейков, недостоверной информации.

В Государственную думу 12 декабря 2018 года внесены предложения о поправках в законы об информации, СМИ и Кодекс РФ об административных нарушениях, направленные «на предупреждение и пресечение распространения в интернете недостоверной общественно значимой информации, а также материалов, содержащих в неприличной форме явное неуважение к Конституции Российской Федерации, общественным и государственным институтам»². Вступление законодательных поправок в силу позволит исключить негативные аспекты распространения в медиа ложной общественно значимой информации, обеспечивая, таким образом, защиту конституционных прав граждан и общества на получение правдивой информации из достоверных источников.

Литература:

- *Аристотель*. О душе. М.: 1937.
- *Аронсон Э., Пратканис Э.Р.* Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК. 2002.
- *Аузан А.А.* Доклад на заседании Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации «Об основных направлениях законодательного обеспечения реализации Послания Президента

¹ Аузан А.А. Доклад на заседании Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации «Об основных направлениях законодательного обеспечения реализации Послания Президента Российской Федерации Федерального Собрания Российской Федерации» 22 марта 2018 г.

² Почему за фейки в интернете необходимо наказывать? // Парламентская газета. 2018. № 14-20 декабря.

- Российской Федерации Федерального Собрания Российской Федерации» 22 марта 2018 г.
- *Волченко О.В.* Доверие как продукт вовлеченности в информационные потоки // Мониторинг общественного мнения. 2014. № 4.
 - *Дугин Е.Я.* Власть доверия и доверие власти // Власть. 2018. № 8 (26).
 - *Дугин Е.Я.* Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. М.: 2005.
 - *Ершов Ю.М.* Медиа как экспертная система и область доверительных отношений // Вопросы журналистики. 2017. №1.
 - *Локосов В.В., Шульц В.Л.* Основания консолидации современного российского общества. Социологические аспекты. М.: 2008.
 - *Назаров М.М., Иванов В.Н., Кублицкая Е.А.* Политические ценности российского общества (результаты сравнительного проекта) // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2018. № 3.
 - Национальная психологическая энциклопедия. URL: <https://vocabulary.ru/termin/doverie.html> (Дата обращения 24.04.2020).
 - *Попов В., Тавокин Е.* Доверие к СМИ в общественном сознании граждан России // Государственная служба. 2002. № 4.
 - *Штомпка П.* Доверие – основа общества. М.: Логос. 2012.
 - *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ./ Ф. Фукуяма. М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак». 2004.
 - Edelman Trust Barometer. Global Report. Annual Global Study. 2018; 2019.
 - *Hochspringen.* Danke, Merkel, für das Wort „postfaktisch“! In: www.welt.de. Abgerufen am 13. Dezember 2016.
 - *Hochspringen.* „Post-truth“ ist das internationale Wort des Jahres, Der Standard, 16. November 2016; Hochspringen. Word of the Year 2016, oxforddictionaries.com.
 - *Hochspringen.* Wort des Jahres 2016 bei gfds.de, 9. Dezember 2016.
 - *Hochspringen.* The Post-Truth Era, Ralph Keyes, St. Martin's Press, September 2004.
 - Truthiness Voted 2005 Word of the Year by American Dialect Society (PDF; 224 kB).
 - *Fukuyama F.* Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity. N.Y. 1995.

Поступила в редакцию 14 мая 2020 г.

УДК 070.11; 070.13; 054

Чьё слово весомее?

А.В. Черняк, профессор, доктор исторических наук, Заслуженный работник культуры России (журналистика), e-mail: alcherniak@mail.ru

Слова. Каждый день их произносят великое множество. Но далеко не каждое слово доходит до собеседника, многие пролетают мимо ушей. У газетного слова та же участь. И в то же время, печать — активный участник всех событий. Свой след она каждодневно оставляет и в истории человечества. Но почему одни слова побуждают людей к действиям, а другие остаются пустым звуком? Причин много. Но чтобы понять почему, надо исследовать каждый конкретный случай. В данной статье речь пойдёт о том, почему во время Гражданской войны печатное слово большевиков оказалось более весомым, чем их оппонентов.

Ключевые слова: сила слова, гражданская война, журналистика, большевистская печать, белое движение, НЭП, кризис печати.

Когда прогремел первый выстрел, послуживший началом Гражданской войны в России? На этот вопрос у историков нет однозначного ответа. Если искать его на страницах прессы, то стоит оглянуться на годы первой русской революции — уже тогда назревала буря. Но большинство считает, что Гражданская война началась после выстрела «Авро-ры», газеты сообщали о перестрелке в ряде районов Петрограда ночью 26 октября. Днём позже грянули московские события.

Нет единой точки зрения и в вопросе, на ком лежит вина за развязывание Гражданской войны: на большевиках или тех, кто оказывал им сопротивление. «На фронтах Гражданской — как ни печально — обе стороны (а на самом деле их было больше) имели свою правду, обе любили свою страну. Просто красные и белые любили Россию по-разному», — отмечал на страницах «А и Ф»¹ исследователь, экс-министр культуры РФ В. Мединский. До первых выстрелов Гражданской войны шла война словесная, ныне получившая название информационной. Её вели газеты всех политических партий и объединений друг с другом и особенно с большевиками. В этой войне победили большевики, их слово оказалось весомее. Судите сами. Когда грянула Февральская революция, в рядах большевиков состояло около 30 тысяч членов партии, у кадетов и эсеров — в разы больше. И печать большевиков была слабее, да ещё Временное правительство неоднократно подвергало её гонениям: закрывало издания, громило редакции. Но к октябрю большевистская

¹ Мединский В. Роль истины // Аргументы и факты. 2020. № 19.

партия выросла более чем в десять раз! Страстным словом перетянула на свою сторону делегатов II съезда Советов, а затем и массы людей. Взяла власть в свои руки. В принципе, без выстрелов. Даже знаменитый залп «Авроры» – холостой выстрел. В ходе так называемого «штурма Зимнего», как писали газеты, погибло 7 человек. Большевики победили в словесной дуэли.

Однако советскую власть, вопреки утверждению в советских школьных учебниках о якобы её триумфальном шествии, приняли не все — в стране разразилась Гражданская война. Брат пошёл против брата. А тут ещё иностранцы, под шумок, захотели отхватить кусок чужого пирога.

Война поставила по разные стороны линии фронта носителей социалистической идеи: большевиков, с одной стороны, меньшевиков, эсеров и монархистов – с другой. Естественно, это не могло не сказаться и на журналистике.

Большевистское слово пронзительно взывало: «Защитим революцию. Свободу, равенство, братство!» Противники большевиков, вошедшие в историю как «Белое движение», не менее страстно призывали «Спасём Отечество!»

Белое движение сформировалось летом 1917 г. как единый антибольшевистский фронт. Генерал Деникин связывал его зарождение (противоправительственного или противосоветского) с деятельностью проходившего в начале мая 1917 г. в Могилёве офицерского съезда, на котором генерал Алексеев сформулировал главный лозунг дня – «Спасать Отечество!». Некоторые исследователи считают началом белого движения Корниловское выступление в августе и ноябре 1917 года. Другие связывают с приездом на Дон 15 ноября 1917 г. генерала Алексеева.

В годы интервенции и Гражданской войны главной задачей советской печати стала борьба за завоевания революции. Журналистика превратилась в оружие новой власти. Газетные страницы перенасыщены призывами, лозунгами, воззваниями яркой эмоциональной окраски. Вот как описывала события тех лет «Правда» – главная газета большевиков.

1918 год. «Социалистическое Отечество в опасности!» – восклицает газета 23 февраля: «Немецкие генералы организовали ударные батальоны и врасплох, без предупреждения, напали на нашу армию, мирно приступившую к демобилизации.

Но уже сопротивление организуется. Оно растёт и будет расти с каждым днём. Все наши силы отдадим на отпорь германским белогвардейцам...

Рабочие, крестьяне, солдаты! На защиту советской республики! Все, немедленно, в ряды Красной армии социализма!»

26 февраля газета сообщает: «Разбойничьи отряды продолжают идти на Петроград».

Петроград в опасности! Рабочие кварталы в опасности!

Бейте тревогу! Мобилизуйтесь! Вооружайтесь!»

2 марта: «...Старый капиталистический мир обрушивается на насъ всей своей мощью. Ему нужна гибель юной социалистической власти. Ему нужна наша гибель.

Рабочие, солдаты, крестьяне! Только через наши трупы врагъ войдёт в Петроградъ! Только взявъ съ бою каждый городъ, каждую деревню, буржуазия сможетъ воцариться въ стране!

Наш лозунгъ отныне: «Победа или смерть!»

9 марта новый призыв: «К оружию, рабочие и крестьяне! Вставайте все как один человекъ, на борьбу за великую революцию!

Все на защиту социалистического Отечества!

К оружию!»

Итак, из номера в номер. Менялись задачи и цели. Менялись слова: «Все на борьбу с Деникиным!... Колчаком!, Юденичем!, Врангелем!», «Борьба за хлеб – борьба за социализм!».

Подобные воззвания не сходили с газетных полос. Многострочные шапки-призывы стали одной из характерных особенностей печати в годы Гражданской войны.

«За Харьковом пал Екатеринослав. Генерал Деникин – вешатель рабочих, занимает пролетарские центры Украины. Через Советскую Украину царский генерал и его казацкие орды прокладывают себе путь в Советскую Россию. Пролетариат в опасности! Крестьянство в опасности! К оружию! К работе! К борьбе!».

Призывной характер носило большинство публикаций. «Под ружье!», так озаглавлена передовая «Правды» от 1 июля 1918 г.

Со страниц газет звучали слова, побуждающие людей к действиям; говорилось, что восстановление старых порядков лишит крестьян земли, что, только победив «белых», можно отстоять своё право на землю. Большевистские газеты старались убедить читателей, что в стране идёт постоянная созидательная работа. На фронте и в тылу люди совершают подвиги и приближают торжество революции.

Для газет слово стало важнейшим оружием за умы людей. 7 сентября 1919 г. «Правда» вышла с призывами на первой полосе: «Сегодня рабочий класс мобилизует свое слово. Это слово должно звучать по всей стране. Встаньте, спящие! Очнитесь, усталые! Молодые, идите на смену старикам! Заменяйте погибших в славной борьбе!»

Когда в стране сложилось тяжёлое положение с хлебом, большевистская печать выступила организатором борьбы с голодом: «Дело идёт прежде всего о хлебе насущном. Нужно вырвать его из крепких рук кулаков и спекулянтов. Не только земля и фабрики, но и хлеб должен быть общенародным достоянием! К оружию! В поход за хлебом для голодающих детей, отцов и матерей!»

«Палач рабочих Колчак почти разгромлен. Орды Деникина дрогнули, но против нас вырастает страшная угроза голода. Петербург и Москва голодают».

«Рабочие и крестьяне хлебных губерний! Все ваши силы отдайте на отправку хлеба голодным!»

«Товарищи железнодорожники! Всю вашу энергию отдайте на провоз хлеба рабочему классу красных столиц!»¹

Нередко на первой полосе появлялось специальное обращение к каждому читателю «Правды» – «Памятный листок». В нём разделы: «Чего не забывать», «Что нужно сделать». Один из таких листков писал².

I. ЧЕГО НЕ ЗАБЫВАТЬ

1. Советская власть дала крестьянам землю, помещика выжила из его имений.

2. Советская власть сломала силу капитала и фабрики передала рабочему государству.

3. Советская власть выселила буржуазию из особняков, отдала её дома рабочим и их союзам.

4. Советская власть дала в руки рабочих и крестьян всё, что оставили в наследство буржуа и помещики.

5. Советская власть дала простор организациям рабочего класса: только успевай работать

6. Советская власть могла это сделать лишь потому, что была и есть власть трудовых масс. За всё это ненавидят всесветные золотопогонники Советскую власть.

II. ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ

1. Отбиться от врагов, иностранных и домашних, которые не дают нам житья.

2. Отбить у них уголь, нефть и хлеб, которые они у нас украли.

3. Вымести спекулятивную дрянь, которая пробралась в советские ряды, чтобы жрать и портить наше дело.

4. Привлечь к дружной работе новых товарищей – рабочих и крестьян: пусть сами пробуют и учатся, пусть помогают Советской власти.

5. Приучить каждого рабочего и крестьянина смотреть на всё глазами заботливого хозяина. Ибо теперь рабочий – хозяин страны.

6. Сделать всё это, собственными руками задушить врага, голод, разруху.

7. Победить везде³.

Периодически «Правда» печатала специальные страницы-вкладки, адресованные женщинам, красногвардейцам, крестьянам, а также воззвания к массам. На одной из таких страниц она писала:

ПРОСТЫЕ СЛОВА ДЛЯ МИЛЛИОНОВ

Товарищи! Редакция Центрального Органа выпускает второй вклад-

¹ Правда. 1919. 11 июля.

² Правда. 1919. 7 сентября.

³ Правда. 1919. 7 сентября.

ной лист для распространения их среди миллионов трудящихся.

Перепечатавайте эти воззвания в сотнях тысяч! Печатайте крупными буквами на больших листах. Расклеивайте повсюду: по улицам, фабрикам, клубам, домам, избам, станциям, вагонам железных дорог.

Пусть эти воззвания прочтет каждый рабочий и каждый крестьянин!

Только движение широчайших трудовых масс может дать нам победу!»¹

В обстановке невероятных хозяйственных и экономических трудностей печать, стоявшая на позициях социалистических преобразований, не просто информировала о том, что реально происходит в жизни, а призывала к действиям, убеждала читателей, что в Советской России не прекращается созидательная деятельность, что люди в тылу совершают такие же героические поступки, как и на фронте. Побуждала их к действиям. Фронт огневой и фронт тыловой – так характеризуют основную проблематику большевистских изданий военного времени исследователи.

Советской прессе противостоял другой поток информации — белогвардейская печать.

В 1918–1919 гг., в период правления колчаковского правительства в Омске выпускались газеты: «Родина», «Русская армия», «Русское дело», «Слово», «Сибирская речь», «Сибирский казак», «Наша газета», «Крестьянский вестник», «Степь» и др. Названия многих газет говорят об их целевом предназначении, о стремлении распространить идеи свержения Советской власти среди различных слоёв населения. Весной 1919 г. на территории, занятой Колчаком, издавалось более 120 газет и около 70 журналов, выражавших идеи Верховного правителя.

Колчак ценил силу прессы, понимал её влияние на массы. С тем чтобы повседневно руководить печатью, в его войсках создаются Центральный осведомительный отдел, отдел печати, пресс-бюро. Центральный осведомительный отдел издавал свой «Бюллетень». Он выходил тиражом 150 тысяч экземпляров, текст печатался на одной стороне и предназначался для расклейки.

На Дону, у деникинцев, идеи белого движения, его цели и задачи защищали и отстаивали, кроме вышедших в Ростове «Приазовского края» и в Новочеркасске «Донской речи», газеты: «Вестник Добровольческой армии», «Дон», «Вечернее время», «Народная газета», «Вольный Дон», «Вольная Кубань», «Вестник Верховного круга» и другие — всего около 100 изданий.

В Крыму в 1920 г. издавалось более 20 газет, почти в каждой городке по газете. С помощью европейских союзников по войне на территориях белого движения вещали более 100 радиостанций. Радио также использовалось в информационно-пропагандистских целях.

Среди белогвардейских изданий особое место занимали газеты об-

¹ Правда. 1920. 16 октября.

щеполитического направления, в первую очередь, орган русской государственной и национальной мысли газета «Великая Россия» (Ростов), «Голос жизни» (Керчь), «Голос Юга», Полтава). Вместе с центральными изданиями белое движение располагало и сетью местной и региональной печати: в Северной области, Западной и Восточной Сибири, на Урале, Дальнем Востоке. Его газеты выходили в Архангельске, Иркутске, Екатеринбурге, Челябинске, Томске, Барнауле, Чите, Новониколаевске, Владивостоке и других городах – всего около 30 изданий.

Организаторы белого движения, понимая силу пропаганды, стремились повышать её эффективность, создавали разнообразные учреждения управления прессой и пропагандой в целом: на Севере – Северное бюро печати (Арбур – Архангельское бюро), имевшее отделения на местах и издававшее газету «За свободу России»; особые комиссии при отделе внутренних дел Временного правительства Северной области; отделение агитации и пропаганды при штабе Главнокомандующего войсками Северной области генерала Е.К. Миллера. На Северо-Западе – отделы пропаганды при Министерстве внутренних дел Северо-западного правительства и Северо-западного правительства генерала Н.Н. Юденича, армейские политорганы у генерала А.П. Родзянки и атамана С.Н. Булак-Балаховича.

В белогвардейской Добровольческой армии летом 1918 г. было создано гражданское учреждение – осведомительное агитационное отделение дипломатического отдела. Его организатор – С.С. Чахотин, известный общественный деятель и публицист. Вскоре это отделение было преобразовано в Осведомительное агентство (Осваг) с центральным управлением и осведомительно-агитационными пунктами в городах и крупных сёлах, а также заграничными осведомительными пунктами. На первом же заседании Особого Совещания – высшего органа гражданского управления, созданного ещё при генерале М. Алексееве, – 28 сентября 1918 г. Осваг был взят им под опеку и подчинен председателю Особого Совещания.

С января 1919 г. генерал А. Деникин, ставший после смерти Алексеева главным организатором белого движения, стремился поднять, но новый уровень идеологическую работу. Для координации работы прессы создал при штабе Главнокомандующего отдел пропаганды с местными отделениями. В подразделении насчитывалось более 10 тысяч сотрудников. На Юге России, помимо деникинского отдела пропаганды, возникли Донской отдел осведомления во главе с писателем Ф. Крюковым, на Кубани – Кубанский отдел пропаганды.

Главные темы белогвардейской официальной и армейской прессы имели несколько направлений: борьба за единую, великую, неделимую Россию; защита веры; установление административного и правового порядка; установление военной диктатуры. Ведущая мысль всех выступлений – борьба с большевизмом до конца. Между газетами, вы-

ходившими в белогвардейском стане, подчас возникала полемика. Но в целом все белогвардейские газеты были едины в главном – в своем неприятии большевизма и верности белому движению.

В «Вестнике» Деникин высказывал своё отношение к прессе, выходившей в районах, занятых белой армией. Большевистские издания, как и самих большевиков, предлагалось безжалостно уничтожать. Характеризуя в дальнейшем суть и характер гражданской войны, А. Деникин в своей пятитомной книге «Очерки Русской смуты» без всяких приукрашиваний рассказал о том, что представляла собой Добровольческая армия в духовном и моральном плане. Здесь следовали рядом подвиг и грязь, героизм и жестокость, сострадание и ненависть. Жестокость правила кровавый пир на Русской земле¹.

Как и большевики, оппозиция, лидера «белых» передавали издания в руки людям, преданным белому движению. Влиятельную газету «Великая Россия» возглавлял Шульгин. Василий Витальевич человек известный в России, высокообразованный, воспитанник редактора «Киевлянина» Пихно, сменивший его на этом посту. Депутат Государственной Думы третьего и четвертого созывов, вместе с А. Гучковым принимал отречение Николая II от престола. В августе 1918 г. прибыл в Добровольческую армию, где при участии генерала А. Драгомирова разработал «Положение об Особом совещании при Верховном руководителе Добровольческой армии» (с янв. 1919 возглавлял Комиссию по национальным делам). С конца 1918 г. редактировал в Екатеринодаре газету «Россия» (затем «Великая Россия»), воспевая монархические и националистические принципы и чистоту «белой идеи». После окончания Гражданской войны - в эмиграции. В 1925-26 гг. нелегально побывал в России. Выпустил книги: «Дни» (Белград, 1925 г.), «1920» (София, 1921 г.), «Три столицы» (Берлин, 1927 г.), «Приключение князя Воронцовского» (1934 г.). С 30-х годов жил в Югославии. В 1937 г. отошёл от политической деятельности. В гитлеровском нашествии на СССР Шульгин увидел угрозу России. В 1945 г. Шульгин был препровождён в Москву, осуждён. Освобождён в 1956 году.

Колчаковским изданием «Наше дело» «рулил» В. Иванов. Всеволод Никанорович из небольшого белорусского городка Волковыск Гродненской губернии. После окончания гимназии поступил на историко-философский факультет Санкт-Петербургского университета. В годы учёбы и после окончания университета стажировался в Гейдельбургском и Фрайбургском университетах. В 1912 г., после учёбы, Иванов принят на военную службу, получил чин прапорщика. В августе 1916 г. за «отлично-ревностную службу» на его груди засиял орден Святой Анны 3-й степени.

Февральскую революцию встретил радостно, избран членом полко-

¹ Журналистика периода гражданской войны. [Электронный ресурс]. URL: <https://library/read/39202-zurnalistika-perioda-grazdanskoj-voj>).

вого комитета, а в сентябре произведён в подпоручики. Но тут грянул Октябрь, смешавший его планы. Армию пришлось покинуть. С февраля 1918 г. В. Иванов – ассистент кафедры философии права Пермского отделения Петроградского университета. Публикуется в либеральных газетах. После мятежа белочехов Иванов вновь оказался в армии. Сначала служил в частях генерала А. Пепеляева, но оттуда его, как умеющего писать, быстро забирают в колчаковскую столицу Омск, где он работает в Русском бюро печати, а во второй половине 1919 г. выдвинут редактором близкой к правительству «Нашей газеты». Темы её, как и всей белогвардейской официальной и армейской прессы: борьба за единую, великую, неделимую Россию; защита веры; установление административного и правового порядка; установление военной диктатуры. Последний номер «Нашей газеты» вышел 9 ноября 1919 года. Затем было отступление от Омска до Читы, «Великий ледяной поход». Добравшись до Читы в феврале 1920 г. В. Иванов предложил свои первые впечатления об этом походе либеральной газете «Забайкальская Новь», которая 25 и 27 февраля опубликовала части его пространной статьи «За Байкал». В Харбине Иванов открыл газету «Заря», затем начал писать в «Русском голосе». Создал единый центр информации огромного региона – Дальневосточное информационное телеграфное агентство (ДИТА) и стал его директором. Но это дело не заладилось, и в марте 1921 г. Иванов переехал во Владивосток, где прожил до октября 1922 г., издавал и редактировал различные газеты, последней из которых была «Вечерняя газета».

К началу 1920 г. белогвардейские армии и войска интервентов, терпя одно поражение за другим, покидали Россию. Вместе с ними уходила в эмиграцию значительная часть членов социалистических партий – эсеры, меньшевики, анархисты. Были закрыты их три последние газеты.

Окончательно разгромив белую армию, советское правительство продолжило создание системы СМИ, теперь уже однопартийной. В государственную сеть печатных изданий в январе 1922 г. входили 232 газеты, по три издания в каждой губернии. Было решено сделать обязательной подписку на партийную газету каждому коммунисту.

Успешно работал революционный трибунал печати, который закрывал нежелательные для партии издания и строго контролировал существующие СМИ. Нишу закрытых газет занимали новые, но уже советские аналоги с «правильной» идеологией.

По окончании Гражданской войны печать акцентировала внимание на том, что выявилась полная непригодность экономической политики «военного коммунизма» с её продразвёрсткой, комитетами бедноты, с расправами над классовыми врагами. Мировой революции не произошло и надо было сосредоточиться на будничных, неотложных делах – как можно скорее восстанавливать порушенное хозяйство. Одержав победу над белогвардейцами и иностранными интервентами, люди не

желали далее мириться с нищетой и беспорядком, которые были вызваны экономической политикой большевиков. В это время в разных концах страны (Тамбовская губерния, Среднее Поволжье, районы Дона, Кубани, Западная Сибирь) вспыхивают антиправительственные восстания крестьян. И пресса сообщала об этом, правда, очень осторожно.

Недовольство политикой большевиков коснулось даже военнослужащих Красной Армии. В частности, в марте 1921 г. против советской власти выступили матросы и красноармейцы Кронштадта – крупнейшей военно-морской базы Балтийского флота. Во многих городах нарастала волна массовых забастовок и демонстраций рабочих. По большей части это были стихийные взрывы народного возмущения политикой советского правительства. Однако в каждом из них в той или иной мере присутствовали и элементы организации.

В прессе тех лет находим информацию и о недовольстве советской властью (правда, очень осторожную) и устрашающие сообщения о расправах над классовыми врагами.

В одном из номеров «Правды» за октябрь 1920 г. рассказывалось как Николаевская ЧК Вологодской области выколачивала «излишки» хлеба у населения и умирала восставших «кулаков». Газета писала: «Чрезвычайка запирает массы крестьян в холодный амбар, раздевала догола и избивала шомполами». Об актах жестокого террора рассказывали и другие издания: «Воля России», «Общее дело», «Последние новости».

Проанализировав материалы прессы, власти начали осознавать несостоятельность политики военного коммунизма и опасные последствия возрастающего недовольства народа. Голос масс был услышан, РКП(б) осуществляет ряд решительных перемен. Материалы прессы говорили, что восстановление разрушенной экономики возможно лишь на основе скорейшего перехода от «административно-командных» к «экономическим» методам управления народным хозяйством. X съезд РКП(б) в марте 1921 г. выдвинул программу новой экономической политики (НЭП). На первой полосе 8 марта «Правда» помещает доклад Ленина о натуральном налоге.

Авторство основных идей НЭПа приписывали себе многие, но «творцом» признавался Ленин, который ещё в 1918 г. изложил основные принципы новой политики в работе «Очередные задачи Советской власти». Впрочем, ошибочно связывать НЭП только с именем вождя большевиков. Критика «военного коммунизма» и предложения по переходу к новой экономической политике звучали, например, в статьях Н. Бухарина, Н. Осинского, видных экономистов А. Чаянова, Н. Кондратьева, А. Фортунатова, других учёных и политиков.

Пресса разъясняет суть новой экономической политики. Она не только в замене продразвёрстки продналогом, но и в использовании рынка, различных форм собственности и иностранного капитала (в виде концессий). Задумывалась также денежная реформа,

направленная на превращение рубля в конвертируемую валюту. Следует отметить, что на первых порах эти идеи не нашли поддержки даже у ближайшего партийного окружения. Ценой огромных усилий, председателю Совнаркома удалось убедить ортодоксальное крыло РКП(б) в необходимости смягчения режима с целью удержания власти. Партия призывает печать активнее вести пропаганду НЭПа, убеждать массы в её значении для восстановления хозяйства, строительстве мирной жизни. И пресса откликается на этот призыв. При этом «Правда» не только пропагандирует решения съезда, но и сразу же включается в работу по их воплощению в жизнь. 20 марта 1921 г. газета обращается ко всем, кто связан с деревней:

«Товарищи! В очень трудный, голодный, неурожайный год после того, как кончилась война, советская власть, по почину Коммунистической партии, постановила перейти от применения продовольственной развёрстки к продовольственному налогу. Эта мера должна облегчить положение крестьянства. Мы очень просим товарищей, связанных с деревней, присылать нам письма по этому поводу с обсуждением этого вопроса. Особливо интересные и важные письма мы будем помещать (для всех не хватит места). Но и те, которые не будут напечатаны, послужат важным материалом для разработки соответствующих предложений и помогут наилучшим образом решить это дело»¹.

Обратите внимание, как написан текст – простые, доходчивые слова, просьба участвовать в общем деле, присылать свои предложения как сделать жизнь лучше. И люди откликались на этот призыв. В «Правду», редакции других газет письма шли тысячами. Мы находим их буквально в каждом номере газет того времени, чего не было в дореволюционной прессе и газетах белого движения.

Однако далеко не вся советская пресса оказалась готова к освещению и пропаганде НЭПа, к выбору актуальной тематики и глубине анализа происходящих перемен. Многие журналисты занимались революционным славословием и повторением известных аксиом, не желали видеть и вникать в происходящее. Иные выступления печати носили директивный, декларативный, лозунговый характер, направленный на примитивную агитацию. Остро недоставало публицистов, способных грамотно разъяснить особенности нового экономического подхода. Кроме того, НЭП рассматривался как эксперимент, поэтому некоторые журналисты выжидали, остерегались делать прогнозы. Неприятие у СМИ вызвала и необходимость самой прессы переходить на хозрасчёт, существовать на средства, полученные от подписки и продажи изданий.

В условиях либерализации режима возродилась независимая от власти пресса. Начало выходить более 300 изданий, успешно конкурирующих с государственной прессой. Её аудитория – деловые люди,

¹ Правда. 1921. 20 марта.

предприниматели, обыватели. Пресса развлечения, полная рекламных объявлений с аршинными заголовками, «обнажённой натуры», пошловатых карикатур и шуток, пользовалась спросом. С возникновением частных издательств появилась возможность издания газет и журналов, оппозиционных Советской власти. В 1922 г. группа московских нэпманов стала выпускать «Листок объявлений», начали выходить бульварные журналы («Рупор», «Тачка»). Появились сменовеховские издания, журнал «Новая Россия». Одни его руководители не скрывали реставрационных настроений, другие искренне призывали к сотрудничеству с большевиками.

Всё громче звучал голос о возрождении свободы печати. Один из руководителей Пермской партийной организации, Г. Мясников, выдвигая идею борьбы с недостатками, имевшимися в советском обществе, высказывал мысль о предоставлении свободы печати для всех партий – от анархистов до монархистов включительно. Однако Ленин по-своему понимал свободу печати, изложив свою точку зрения ещё в 1905 году, опубликовав в газете «Новая жизнь» статью «Партийная организация и партийная литература». «...Выйдя из плена крепостной цензуры, мы не хотим идти и не пойдем в плен буржуазно-торгашеских литературных отношений, - писал он. - Мы хотим создать и мы создадим свободную печать не в полицейском только смысле, но также и в смысле свободы от капитала, свободы от карьеризма; – мало того: также и в смысле свободы от буржуазно-анархического индивидуализма...

...Каждый волен писать и говорить все, что ему угодно, без малейших ограничений. Но каждый вольный союз (в том числе партия) волен также прогнать таких членов, которые пользуются фирмой партии для проповеди антипартийных взглядов. Свобода слова и печати должна быть полная. Но ведь и свобода союзов должна быть полная. Я обязан тебе предоставить, во имя свободы слова, полное право кричать, врать и писать что угодно. Но ты обязан мне, во имя свободы союзов, предоставить право заключать или расторгать союз с людьми, говорящими то-то и то-то.

Партия есть добровольный союз, который неминуемо бы распался, сначала идейно, а потом и материально, если бы он не очищал себя от членов, которые проповедуют антипартийные взгляды... господа буржуазные индивидуалисты, мы должны сказать вам, что ваши речи об абсолютной свободе одно лицемерие. В обществе, основанном на власти денег, в обществе, где нищенствуют массы трудящихся и тунеядствуют горстки богачей, не может быть «свободы» реальной и действительной... ...Жить в обществе и быть свободным от общества нельзя».¹

Большевистское слово оказалось весомее белогвардейского потому,

¹ Ленин В.И. Партийная организация и партийная литература // Полн. собр. соч. т. 12. С. 99-105.

что у большевиков была идея. Грандиозная идея, считает исследователь А. Буровский. Может быть, это вообще самая грандиозная идея за всю историю человечества. Им было для чего истязать, мучить, заставлять самих себя совершать любые усилия и сверхусилия. Ведь они строили новый мир, новую Вселенную, где все будет иначе, чем сегодня.

В своей идеологии большевики соединили сразу несколько идеологий конца XIX- начала XX века. Они были одновременно революционеры и люди эпохи Просвещения. Странники культа науки и прогресса, убежденные в «научности» марксизма. Они были «за народ» и поддерживали самые причудливые идеи «народных масс».

Большевицкое слово было, во-первых, более правдивым (сделали своё дело законы о мире, земле и другие декреты Советского правительства, которые широко пропагандировались прессой); во-вторых, большевицкое слово выражало чаяния большинства, люди слышали то, что хотели услышать от новой власти (бери землю, расти хлеб, хозяйствуй на заводах и фабриках, равенство во всём, кто не работает, тот не ест), в-третьих, большинство верило этой власти, её обещаниям сделать жизнь лучше и были разочарованы действиями Временного правительства.

Большевики, по существу, предложили населению России, которое преимущественно было крестьянским, идеологию общины, особенно близкую и понятную им. Западные идеи демократии и парламентаризма были ему совершенно чужды. Такими они остаются для него и в настоящее время. И потом, идеология большевизма как нельзя более полно совпадала с идеологией православия. Не случайно большевики положили в основу морального кодекса строителя коммунизма Нагорную проповедь, христианские заповеди. Большевизм, провозглашая будущий коммунистический строй, призывал к воздержанию и терпению ради светлейшего будущего, – отмечает исследователь Ю.Антонян.¹ Почему потерпели разгром белые? Прежде всего, потому, что у белого движения отсутствовала, как таковая идеология, им нечего было сказать 90 % населения, – отмечает тот же А.Буровский². Белые могли сказать ПРОТИВ чего они выступают. Но не могли массам внятно объяснить, ЗА что они борются.

Не было идеи – не было сплочения тех, кто готов воевать за эту идею. Некоммунистическая Россия была невероятно раздроблена. В феврале 1917 года она распалась на народы, сословия, классы, партии, группировки. Белые не сумели объединить такую Россию.

Руководители белого движения опирались на имущий класс. Их печать не могла предложить большинству привлекательных, ярких лозунгов. Они не могли дать крестьянам землю, рабочим – фабрики и заводы,

¹ См.подр. [Электронный ресурс] URL: https://pikabu.ru/story/pochemu_rossiyskiy_narod_prinyal_ideyu_bolshevikov.

² См.подр. [Электронный ресурс] URL: <https://history.wikireading.ru/32699>.

их слова были затёртые, их пропаганда никого не трогала, ибо отражала вчерашний день, куда большинство не хотело возврата. В антибольшевистском движении временно соединились столь разнородные политические силы – от монархистов до эсеров – что было невозможно выставить какие-то общие для них лозунги.

Спустя двадцать лет эмигрант уже советской волны Иван Солоневич сравнивал русских белогвардейцев с испанским генералом Франко, подавившим мятеж коммунистов и левых социалистов в 1936-1939 гг. Сравнение было в пользу «каудильо»: вместо «непредрешения» – чёткая программа государственного строительства. Определённость лозунгов – социальное государство, основанное на солидарности всех классов – помогла, по его мнению, Франко победить. Кроме всего прочего, вожди белого движения не смогли создать эффективную структуру власти, предложить привлекательную программу социально-экономического развития, убедить национальные окраины в том, что лозунг единой и неделимой России не противоречит их интересам.

Большевики победили потому, что их слово воспринимали массы. Они дали русской цивилизации и народу новый проект развития. Они создавали новую реальность, которая была в интересах большинства рабоче-крестьянского населения России. «Старая Россия» в лице дворян, либеральной интеллигенции, буржуазии и капиталистов покончила с собой, думая, что уничтожает русское самодержавие. Большевики великолепно использовали краткий миг в истории, когда «старая Россия» умерла (была убита западниками-февралистами), а временщики-февралисты ничего не смогли предложить народу, кроме власти буржуа-собственников и усиления зависимости от Запада. У большевиков был светлый образ возможного и желаемого мира. У них была идея, железная воля, энергия и вера в свою победу. Поэтому народ их и подержал.

В трудных условиях военного времени советская пресса продолжала развиваться. Если в середине 1918 г. в стране выходило 884 газеты, то в декабре 1920 г. – 1080. Заметен был рост местной и национальной печати. По сравнению с 1918 г. к концу 1920 г. издавалось втрое больше республиканских, губернских, областных, уездных и городских газет. Количество их достигло 964. Обогащается структура не только газетной периодики, создаются новые журналы различного типа. С мая 1919 г. начал выходить информационный бюллетень «Известия Центрального Комитета Российской Коммунистической партии (большевиков)». Вслед за ним возникают журналы «Вестник агитации и пропаганды», «Спутник агитатора», «Коммунист», «Юный Коммунист» и др. Созданный при Политуправлении Реввоенсовета Республики литературно-издательский отдел издавал военные журналы «Политработник», «Красноармеец»; готовил листовки, прокламации.

Следует отметить, что НЭП усугубил материальное положение официальных изданий. Из-за нехватки бумаги, слабости полиграфической

базы, падения интереса к газетам и журналам, в целом падения авторитета печати, нехватки квалифицированных кадров советская журналистика переживала кризис. Особенно в тяжёлом положении оказалась местная пресса. По выражению острологов, многие редакции стали «однолошадным хозяйством» – всю работу во многих уездных газетах выполнял один редактор, зачастую по совместительству

На кризис печати 1920–1923 гг. учёные высказывают различные точки зрения. Одни во главу угла ставят состояние материально-технической базы печатных средств массовой информации, следовательно, основной причиной проявления кризисных явлений считают резкое ухудшение материально-технической базы после революции и Гражданской войны, особенно нехватку бумаги. Об этом пишет в своём исследовании М.И. Бабюк.¹ Профессор И.В. Кузнецов больше внимания уделяет профессиональному аспекту кризиса печати – низкой подготовке кадров, невозможности «приноровиться» к новым условиям² Р.П. Овсепян рассматривает оба аспекта, при этом обозначает материально-технический кризис как предпосылку профессионального.³

Есть у учёных и общие «постулаты»: например, в качестве предпосылок к возникновению кризиса, они рассматривают революцию 1917 г. и Гражданскую войну, которые значительно снизили качество прессы. Все эти положения имели место и, безусловно, сказались на печати. Но к сказанному надо добавить и усталость народа от революций и войн, разруху в стране, грядущий голод. Разочарование в программах и большевиков, и меньшевиков, эсеров и других партий. Снижение интереса к печати в целом.

Для преодоления кризиса прессы требовались комплексные меры. Среди них главное место заняла материальная помощь печати. С 1923 г. центральная печать финансировалась из государственного, а местная из республиканского и областного бюджетов. Но средств выделялось недостаточно. Пополнить финансирование предполагалось введением подписки на периодические издания.

В конце 1921 г. издан декрет «О введении платности газет» (переход на самокупаемость). Однако желающих выписывать газеты и журналы оказалось не так много, что привело к закрытию ряда газет (январь 1922 г. – 803 газеты, июль 1922 г. – 313).

XIII съезд РКП(б) (1924 г.) принял решение, согласно которому местные партийные органы и редакции обязывались принять меры к тому, чтобы каждый коммунист стал подписчиком партийной газеты,

¹ Бабюк М.И. Кризис материально-технической базы советской печати периода НЭПа // Вест. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 1. С. 53-74.

² Кузнецов И.В. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики. (1917–2000). Учебный комплект. Учебное пособие. Хрестоматия. М.: Флинта: Наука. 2002.

³ Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (учебное пособие). Под редакцией Я.Н. Засурского. М., Изд-во МГУ, 1999.

а на каждые 10 крестьянских дворов выписывалась одна массовая крестьянская газета.

Для обеспечения СМИ кадрами был увеличен приём в Государственный институт журналистики, создавались курсы по подготовке работников печати при Смоленском, Витебском, Уральском, Казанском и других отделениях РОСТА. В редакции стали направлять журналистов, которые занимались партийной и хозяйственной работой, приглашать людей, имеющих склонность к этой профессии. Всемерно поддерживается массовое рабселькоровское движение. Обобщение опыта рабселькоровского движения, распространение оправдавших себя форм руководства движением, возложено на выпускаемый «Правдой» журнал «Рабоче-крестьянский корреспондент».

В ноябре 1923 г. состоялось первое совещание рабселькоров. Его участники подробно обсуждали вопросы учёбы рабселькоров, методы руководства со стороны газет, укрепление рабселькоровских организаций, расширение их рядов.

Под самым пристальным вниманием высших управленческих органов Советской республики находились выпуск и потребление бумажной продукции. Совнарком принял постановление по этому вопросу. Для регулирования производства и потребления бумаги в стране было создано Главное управление государственными предприятиями бумажной промышленности (Главбум), которое получило под свой контроль фактически все действующие предприятия отрасли, а также широчайшие полномочия по регулированию вопроса производства и распределения бумажной продукции.

За счёт ресурсов, оставшихся от царской России, потребление бумаги в 1918 г., по данным Агитпропа ЦК РКП (б), превышало 30 млн. пудов, но к 1921 г. вырабатывалось всего 2 млн. пудов бумаги, в 12 раз ниже довоенного уровня производства. Если в условиях Гражданской войны Советскому правительству удавалось поддерживать количество газет и журналов на уровне 800—1000 изданий, отмечает М.И. Бабюк, то по окончании её, разорённое государство не могло поддерживать ни такого количества партийной и государственной печати, ни высоких тиражей. В частности, тираж газеты «Правда» за период с декабря 1921 г. по февраль 1922 г. снизился с 250 тыс. экз. до 75 тысяч. Со 150 до 50 тыс. упал тираж газеты «Труд». Наиболее массовое издание «Беднота» было сокращено с рекордных 600 тыс. экз. осенью 1921 г. до 109 тыс. к апрелю 1922 года. В 2-5 раз сократились тиражи фактически всех крупнейших региональных изданий. Многие газеты и вовсе перестали выходить.

С целью сохранения централизации бумажного производства, увеличения его капитализации, а также экономического оздоровления в течение 1921–1923 гг. организовано 8 крупных государственных трестов, в состав которых вошло большинство действующих целлюлозно-бумаж-

ных предприятий страны. Крупнейшим из них стал Центробумтрест, объединивший 6 фабрик и заводов центрального промышленного района и обслуживавший большинство центральных партийных и советских издательств и типографий, а также редакций ведущих газет и журналов. Тресты сосредоточили в своих руках не только вопросы производства, но и сбыта бумаги по стране. Кроме того, через конторы трестов частично решались вопросы импорта бумажной продукции из-за границы. Некоторое количество предприятий бумажной промышленности не вошло в состав трестов, а было сдано в аренду частным структурам.

Перевод отношений между СМИ и производителями сырья на коммерческую основу позволил последним аккумулировать финансовые средства и постепенно повышать объёмы производства. В 1923 г. советская промышленность произвела уже 6 млн. пудов бумаги. Впрочем, данная цифра и минимально не покрывала нужд страны. Именно поэтому после окончания Гражданской войны достаточно быстро наладили импорт бумаги из-за границы. В последующие годы правительство озаботилось строительством новых предприятий по выпуску бумаги. За 1926-1941 гг. в рамках проводимой форсированной индустриализации создано более 40 новых заводов, включая 10 предприятий нового типа (ЦБК). В 1941 году СССР производил 500 000 тонн целлюлозы в год, в 10 раз больше, чем в 1917 году.

Следует сказать и о бережном отношении к бумаге и самих редакций. Многие из них, в том числе и «Правда», одно время выходили на двух полосах. Редакции пытались расширить информационную насыщенность газетной полосы за счёт лучшего использования возможностей языка. 9 октября 1919 г. редакция «Правды» обратилась ко всем сотрудникам со следующей просьбой: «Бумаги для нашей газеты не хватает, вопросов же, на которые должен откликаться центральный печатный орган пролетарской революции, огромное множество. Нужно в корне изменить самый способ писания статей... Прежде всего, никаких вступлений, суть дела надо излагать сразу, просто и доходчиво...».

На острие пера журналистов в это непростое время находились самые насущные проблемы жизни. В целом ленинский план построения социализма определял характер деятельности всех СМИ, пропагандировавших необходимость нового экономического курса страны. Проблемы частной торговли, мелкого и среднего предпринимательства, восстановление денежной системы, развитие транспорта, промышленного и сельскохозяйственного производства – это находилось в центре внимания журналистов.

Значительное место во всех газетах отводилось борьбе с голодом, охватившим в 1921–1922 гг. Поволжье. Целые номера посвящала «Правда» рассказу об этой борьбе. 23 июля 1921 г. газета вышла с лозунгами: «Спасти Поволжье от разрушения – долг всех рабочих, всех крестьян,

всех честных людей». Аналогичные призывы находим в «Известиях», «Бедноте», «Экономической жизни», «Гудке»...

В январе 1924 г. пресса разнесла скорбную весть о смерти Ленина. «Без Ленина – по ленинскому пути» – эта рубрика стала постоянной во многих газетах. Всего вступило в партию во время ленинского призыва 240 тыс. человек.

Пресса вела борьбу по ликвидации детской беспризорности, призывала организовать для беспризорных детей дома-колонии, сообщала о событиях в стране и мире, признании на международной арене Советского государства. В феврале – октябре 1924 г. СМИ информировали об установлении дипломатических отношений СССР с Англией, Италией, Норвегией, Австрией, Китаем, Францией, подписании в Раппало советско-германского договора, об участии в Генуэзской конференции.

В условиях, когда нэп набирал обороты, а кризис печати шёл на убыль, возникала необходимость в массовом издании, которое бы помогало малограмотному деревенскому населению ориентироваться в новых условиях хозяйствования. И «Беднота» взялась за решение проблемы. Вопросы крестьянской жизни, землеустройства, агротехники стали постоянными на её страницах. Печатное слово помогало крестьянину советами как лучше организовать дело. В редакции имелся юрист, агроном, которые консультировали читателей.

Газеты «Гудок», «Труд» помогали трудовым коллективам заводов и фабрик, железнодорожникам и строителям найти своё место в новой экономической политике, используя самые разнообразные формы. Этому способствовали удачно найденные организационно-массовые формы работы с читателями, которых привлекала лаконичность выступлений, простота изложения событий, доходчивый, живой язык этих изданий.

Рифмованные заголовки в «Гудке», («У Савки в лавке», «Операции кооперации», «Накупишь на кукиш»), стихотворные фельетоны Зубило (псевдоним Ю. Олеси), материалы рубрики «Рабочий фельетон» создавали предпосылки для появления в «Гудке» сатирического отдела. Первые фельетоны появились в «Гудке» в 1923 году. Они носили целенаправленный характер и подвергали осмеянию безрассудные действия и различного рода бюрократические проявления. Лаконичные заголовки: «Банкир-бузотер», «Новый дворец», «Диспуты украшают жизнь» и т.д., отражавшие суть проблемы, сравнения, точные и неожиданные эпитеты, сопоставления позволяли автору полностью выразить в избранном им жанре свою сатирическую мысль.

К началу 1924 г. советская периодика все заметнее преодолевала тяжёлые последствия кризиса. Более стабильным становилось положение столичных изданий, количество газет на различных языках снова возросло до 153. В некоторых республиках подавляющая часть газет издавалась на языке коренной национальности. 1921–1925 гг. по праву

могут быть названы временем массового развития журнальной периодики. В 1925 г. в стране выходило 589 газет, из них крестьянских – 141, рабочих – 76, комсомольских – 72, военных – 17. Для более системного руководства СМИ, помощи партийным комитетам в ЦК РКП(б), обкомах образуются в 1923 г. отделы печати, а весной 1924 г. – подотделы национальной прессы.

Принимаемые меры приносили плоды – несколько улучшилось положение дел в экономике, но народное хозяйство испытывало серьёзные трудности, вызванные объективными и субъективными причинами. В числе главных субъективных причин – соперничество за лидерство в партии, в которое была втянута значительная часть коммунистов. Шли острые и длительные дискуссии, в частности, обсуждались вопросы внутривнутрипартийного положения, возможности построения социализма в одной стране и его зависимость от мировой революции, понимание сущности НЭПа, о профсоюзах.

Внутрипартийная борьба отодвинула на второй план народнохозяйственные проблемы. Даже к концу 1925 г. на XIV съезде ВКП(б), позднее названном Сталиным съездом индустриализации, вопрос о промышленном развитии страны не рассматривался. Индустриализация определялась как генеральная линия, нацеленная на создание в СССР тяжёлой промышленности.

Разгромив на XIV съезде партии «новую оппозицию» за её попытку альтернативной оценки НЭПа, отношения к беднейшему крестьянству, состава партии, Сталин и его окружение обрушили шквал острых критических слов не только на возглавлявшего Ленинградскую партийную организацию Г. Зиновьева. Резкому осуждению была подвергнута газета «Ленинградская правда», которая полемизировала с центральной прессой, пытаясь доказать, что именно она является единственной наследницей дореволюционной «Правды», а Ленинград – цитадель пролетарской диктатуры в стране, ленинградская партийная организация достойно чтит ленинские традиции, политика же «уступки кулачеству» является отступлением от ленинизма и т.д. Наметившаяся в Ленинграде оппозиция отрицала возможность построения социализма в нашей стране.

Проблемы внутрипартийных противоречий и обостряющаяся борьба за власть составляли лишь часть многообразной тематики советской прессы восстановительного периода. Одной из ведущих становится тема положения дел в народном хозяйстве. В печати появлялось все больше материалов о пуске в эксплуатацию новых заводов, фабрик, гидроэлектростанций, шахт в различных регионах страны и о том новом, что входит в жизнь народов советских республик¹.

В годы гражданской войны особое значение для Советской страны

¹ См. подр. [Электронный доступ] URL: https://studopedia.ru/8_101217_otechestvennaya-zhurnalistika-perioda-nepa-pole.

приобрело радио. Живое слово было более действенным. С его помощью удавалось информировать местные органы власти о мероприятиях правительства, доводить до сведения населения положение на фронтах. Основным передающим центром после переезда правительства в Москву стала Ходынская радиостанция. К осени 1918 г. передаваемая по радиотелеграфу информация в тот же день вывешивалась в виде листовок и плакатов на вокзалах крупных железнодорожных станций, водных пристанях, городских площадях и в других людных местах.

19 июля 1918 г. Совнарком принял «Декрет о централизации радиотехнического дела РСФСР», в соответствии с которым в стране началась организация государственной радиотехнической сети. Проведение этой работы возлагалось на Народный комиссариат почт и телеграфов. 30 июля 1919 г. Совет рабоче-крестьянской обороны принял специальное постановление о срочном строительстве мощной радиостанции в Москве для обеспечения надежной и постоянной связи центра республики с окраинами и западными государствами. Станцию решено было построить на Шаболовской улице. 1 марта 1920 г. она была сдана в эксплуатацию. Радиус действия составлял около 2 тыс. км. В годы гражданской войны радио выполняло немаловажные функции в системе советской журналистики: оно становилось важнейшим структурным звеном передачи оперативной информации, новейшим каналом связи. Это явилось решающей предпосылкой организации в Советской стране регулярного массового радиовещания.

Значительную роль в донесении слова власти до самых широких масс сыграло Российское телеграфное агентство (РОСТА). Созданное постановлением ВЦИК 7 сентября 1918 г. на базе Петроградского телеграфного агентства и Бюро печати при Совнаркоме РСФСР, оно выполняло немаловажные функции: обеспечивало периодическую печать, партийные и советские органы оперативной информацией о героизме трудящихся масс на фронте и в тылу.

Подводя итог сказанному, можно сделать вывод: большевики более умело использовали слово, чем их оппоненты, сумели приблизить пропаганду к населению.

Литература:

- *Белов В.* Белая печать, ее идеология, роль, значение и деятельность. Пг., 1922.
- *Буровский А.М.* Россия, умытая кровью. М. 2000.
- *Гришанин П.И.* «Падения» и «взлёты» Белого движения в отечественной историографии. Пятигорск. 2008.
- *Карр Э.* История Советской России. М. Изд-во Прогресс. 1990.
- *Кара-Мурза С. Г.* Гражданская война (1918-1921) - урок для XXI века. М. 2003.
- *Катков И.Ф.* Агитационно-пропагандистская работа большеви-

ков в войсках и тылу белогвардейцев в период 1918-1920 годов. Л., 1977.

- *Ленин В.И.* Партийная организация и партийная литература. Полн. собр. соч. Т.12.
- *Ленин В.И.* О закрытии меньшевистской газеты, подрывавшей оборону страны: Проект резолюции ВЦИК// Т.37.
- *Молчанов Л.А.* Газетная пресса России в годы революции и Гражданской войны. М. Издатпрофпресс. 1998.
- *Наумова Н.И.* Сибирские белогвардейские газеты как источник изучения национальной политики колчаковского правительства // Вопросы методологии истории, историографии и источниковедения. Сб. статей. Томск. 1980.
- Белое движение в Гражданской войне: 90 лет изучения. Введение в историографию Белого движения. М.: Изд-во СГУ. 2008 .
- Газеты советской России. М., 1921.
- Декреты Советской власти. Т. 1 Т. 1-X11. М., 1957–1986.
- Издательское дело в первые годы советской власти (1917–1922). Сб. док. и мат. М., 1972.

Поступила в редакцию 8 мая 2020 года

Анализ медийных факторов в освещении вооруженных конфликтов

Л.А. Коханова, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: l_kokhanova@mail.ru;

Т.С. Алексеева, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: litira.53@mail.ru;

С.Б. Головки, кандидат филологических наук, доцент Российский государственный гуманитарный университет, e-mail: Sgolovko@inbox.ru;

Ю.Е. Черешнева, кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова; e-mail: ulia@chereshneva.com.

В статье рассмотрены некоторые вопросы воздействия различных медийных факторов на аудиторию при освещении вооруженных конфликтов. Предметная область – влияние рациональных и эмоциональных компонентов медиаобраза войны или вооруженного конфликта на различные целевые аудитории. Результаты социологического исследования помогли дать ответы на ряд важных вопросов, а также привели нас к выводу о том, что преобладание эмоционального фактора над рациональным в формировании образа войны или образа вооруженного конфликта в массовой прессе создает стрессовую ситуацию в обществе, в том числе и в молодежной среде. Как следствие, это одна из существенных причин получения информационных травм у населения, что ставит в повестку дня реализацию программ информационной безопасности как каждого конкретного человека, так и общества в целом. Ключевым моментом таких программ должна стать подготовка журналистов, создающих медиаобраз войны. Их профессионализм позволит предотвратить или минимизировать информационную травму.

Ключевые слова: *медиапространство, война, вооруженный конфликт, эмоциональные и рациональные компоненты, медиаобразы.*

Постановка проблемы. Проблематика медиапространства еще не располагает базисными теоретическими постулатами и только начинает становиться предметом исследования. Медиапространство – «особая реальность, реальность сознания, в которой действуют определенные законы и объекты которой обладают различным статусом и свойствами»¹. Следовательно, медиапространство может быть опреде-

¹ *Пронина Е.Е., Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та. С.128.*

лено как особая реальность, организующая и включающая социальные медийные практики. Оно всегда принимает форму тех социальных и политических структур, в рамках которых функционирует, так как является частью социального пространства.

Цель исследования: анализ медиапространства, конкретно – его рационального и эмоционального факторов при освещении журналистами вооруженных конфликтов.

История вопроса. Как показало изучение работ, исследующих роль СМИ в периоды разных военных конфликтов в истории человечества, авторы большинства из этих исследований склонны рассматривать медиа как серьезное информационное оружие. По мнению многих специалистов, использовать СМИ могут в двух ипостасях. «Они являются, с одной стороны, каналом доведения информационного воздействия до конкретной целевой аудитории (политических элит, лидеров мнений, широких слоев общественности, политически активной молодежи), с другой – выступают непосредственным участником конфликтного взаимодействия»¹.

Тем самым, средства массовой информации становятся нелетальным оружием в процессе ведения как реальной, так и информационной войн. Под нелетальным оружием или оружием несмертельного действия (ОНСД) понимается «оружие, способное нейтрализовать или уничтожить возможность противника вести боевые действия без нанесения значительных невосполнимых потерь его живой силе, разрушения материальных ценностей или масштабных нарушений окружающей среды»².

В последнее время в научной литературе дальнейшее развитие получила тема «гуманизации» войны. Учеными с ссылками на политиков и военных обсуждается идея выиграть войну без единого выстрела и жертв. «За этой идеей возникает соображение об отказе от проведения широкомасштабной войны так таковой и выполнения вместо нее «тихий», скрытых для противника, операций, вынуждающих его принимать решения в угоду победителю»³. Но такие задачи можно выполнить только с помощью информационного оружия как составной части нелетального оружия, т.е. оружия непосредственного воздействия на психику человека, конструирующего медиаобразы войны.

Это позволяет говорить о том, что медиа порождают различные возможности для создания образов социальной реальности, трансформации и изменения сложившихся пространственно-коммуникативных практик. При этом любая конструкция подразумевает необходимость

¹ *Манойло А.В.* Информационные войны и психологические операции. Руководство к действию. М.: Горячая линия. – Телеком. С.83.

² *Прокофьев В.Ф.* Тайное оружие информационной войны, М.: Синтег-1998. С. 20-21

³ Там же. С. 20-21.

предварительного создания модели искомого результата, на основе которой в дальнейшем и конструируется сам образ. В нашем случае, это – «медиаобраз войны» или «медиаобраз вооруженного конфликта».

«Средние и малые войны в совокупности как бы заменяют большую войну, растягивая во времени и пространстве ее тяжкие последствия. По данным СМИ, за 50 лет, прошедших после Второй мировой войны, в средних (25-30) и малых (более 400) войнах, которые охватили не меньше стран, чем было в большой войне, погибли свыше 40 млн человек, более 30 млн оказались беженцами, что сопоставимо с жертвами и бедствиями мировых войн»¹.

Следует отметить, что за последние десятилетия он существенно изменился. Сегодня, описывая его, «надо научиться видеть не только изменения в соотношении политики и вооруженной борьбы, но и глубокие трансформации самих двух признаков войны: а) политики государств, б) средств вооруженного насилия. Именно эти изменения в их диалектическом единстве позволяют выявить важнейшие отличительные черты и характеристики современных войн»².

Поэтому на основании изученной литературы выявлено, что важными содержательными характеристиками образа войны в настоящее время выступают интеллектуальный и эмоциональный компоненты³. Интеллектуальные компоненты образа включают в себя рациональное, логическое осмысление явления. Эмоциональные компоненты отражают чувства и эмоциональное отношение к войне. «Война всегда является сильным катализатором для обличения или возвеличивания другой страны, культуры. Для военного времени характерна поляризация оценок: все, что связано с союзниками – хорошо и ценно, все, относящееся к стану противников, – заведомое зло»⁴.

В исследовании В.В. Серебрянникова были обнаружены общие, универсальные, а также специфические психологические механизмы формирования уже конкретно «образа войны». Было показано, что закономерности формирования образа зависят от статуса субъекта восприятия. Так, автор считает, что чем ближе субъект восприятия находится к высшим звеньям управления, тем в большей мере структура образа войны представлена интеллектуальными и рациональными компонентами.

Ученый объясняет данный факт тем, что люди, включенные в процесс управления, находятся ближе «к точкам пересечения информационных потоков», располагают большей информацией. В то время как у

¹ *Серебрянников В.В.* Эволюция войны как социально-политического явления // Социология власти. 2010. № 1. С.50.

² Там же. С.53.

³ *Серебрянников В.В.* Социология войны. М.: Научный мир. 1997.

⁴ *Забелина Н.Ю.* Бельгийские союзники в восприятии британцев во время Первой мировой войны // Вестник МГУ. Серия 8 «История». 2010. №1. С. 92-93.

лиц, не принимающих непосредственное участие в принятии решений, образ войны формируется под влиянием целенаправленных действий средств массовой информации. Поэтому массовое общественное сознание в процессе формирования образа войны в большей мере ориентировано на закономерности «психологии толпы» и включает в основном эмоциональные компоненты¹.

На эти эмоциональные компоненты в большей степени направлены усилия СМИ. Установки разные – российские СМИ стремятся донести ужасы войны, предупредить ее возможное возникновение, так как в нашем народе жива историческая память, в первую очередь Великой Отечественной войны. Сегодня эта тема крайне остра, так как попытки переписать историю с каждым годом становятся все активнее.

В данном случае эту деятельность западных медиа можно рассматривать как психологическую операцию, под которой «понимается спланированное использование средств, форм и методов распространения информации для оказания определенного воздействия на установки и поведение человека»². Вполне очевидно, что ее цель — изменение поведенческих и эмоциональных установок сначала определенных групп людей и отдельных лиц, а затем и всего российского общества.

При этом речь идет не только об изменении взглядов на свою историю, о трансформации медиаобразов Великой Отечественной Войны, Отечественной войны 1812 года с Наполеоном и других сражений, победами в которых гордится наша страна, но и обустройства нашего государства в желательном направлении.

Каковы бы ни были истинные цели создания медиаобраза войны отечественными или западными медиа, воздействие их эмоциональной компоненты становится научно доказанным фактом. Об этом свидетельствует специальный термин – «культивация», который означает изменение восприятия людьми повседневной действительности под влиянием медийной реальности³.

В конце прошлого столетия наиболее действенным было телевидение, которое и стало предметом исследования. Для того, чтобы привлечь внимание аудитории, удержать ее у экранов, усилить на нее эмоциональное воздействие, тележурналисты стремились сделать «картинку» поярче. Для этого они могли усугубить травматичность вооруженного столкновения, подчеркивая при этом ужасы происходящего, гибель людей и страх тех, кто оказался рядом и находится в состоянии паники. В результате оказалось, что зрители, которые регулярно смотрели переда-

¹ *Забелина Н.Ю.* Враги и союзники в восприятии британцев в годы Первой мировой войны : автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 2011.

² *Вепринцев В.Б., Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б.* Операции информационно-психологической войны: краткий энциклопедический словарь-справочник. М.: Горячая линия – Телеком-Москва. 2005. URL: <https://psyfactor.org/psyops/psyops4.htm#Top>.

³ *Винтерхофф-Штурк П.* Медиапсихология. Основные принципы. – Харьков: Гуманитарный центр. 2007. С. 176-185.

чи такого плана, склонны были преувеличивать количество преступлений и насилия в реальной жизни. Для них мир за порогом их дома стал казаться более опасным, чем он был и есть на самом деле¹.

Данное исследование и ряд других подобного плана доказывают, что необязательно быть участником военного конфликта. Достаточно постоянно следить за ним в средствах массовой информации с высокой частотой сцен насилия над человеком в условиях вооруженного конфликта и ему обеспечена информационная травма.

Отметим, что сегодня количественно и качественно возможности медиа многократно возросли. Телевидение, радио, печатные издания увеличили каналы подачи информации, создавая свои электронные версии, активно сотрудничая с социальными сетями. Тем самым значительно увеличивается их аудитория, а значит и число тех, кто становится виртуальным очевидцем травматических событий, в какой бы точке земного шара они не происходили.

Для такой категории пользователей это становится мощным стрессовым фактором, ведущим к информационной травме, под которой понимается «воздействие, осуществляемое СМИ, которое вызывает деструктивное изменение базовых структур личности, эффективных и когнитивных систем на всех уровнях, начиная с физиологических механизмов и заканчивая картиной мира и образом я индивида»².

Таким образом, информационная травма представляет собой вид психической травмы, «то есть нарушение целостности и функций психики» под воздействием СМИ³. Это ставит перед учеными задачу выработки «основных принципах психологической безопасности аудитории, соблюдение которых позволяет предотвратить или минимизировать информационную травму, наносимую деструктивной подачей информации в СМИ»⁴.

Это обусловлено масштабностью и мощностью воздействия информационных факторов на психику людей, что «выдвигает обеспечение информационно-психологической безопасности в современных условиях на уровень общенациональной проблемы»⁵.

«В задачи медиатерапии входит профилактика и реабилитация информационных травм аудитории»⁶, психологическое восстановление по-

¹ Gerbner G., Cross L., Morgan M., Signorelli N. Living with television: The dynamics of the cultivation process \ Perspectives on media effects. 1986. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.

² Рыбалко О.М. Динамика изменения психолингвистических характеристик текстов СМИ в чрезвычайных ситуациях: компенсаторные //Материалы IY Всероссийского съезда Российского психологического общества – Ростов-на-Дону, 18-21 сентября 2007 г. С. 120.

³ Черепанова Е.С. Психологический стресс. М.: Издательский центр «Академия», 1997.

⁴ Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та. 2011. С.73.

⁵ Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС. 1998. С.27.

⁶ Рыбалко О.М. Динамика изменения психолингвистических характеристик текстов

средством массовой коммуникации¹, стабилизация психических состояний, формирование адекватных контролируемых реакций, содействие национальной самоиндексации², и личностному самоопределению индивидов»³.

«От характера информационных стратегий во многом зависит психологическая безопасность и здоровье общества»⁴. И не только общества – массовой аудитории СМИ, но и самого журналиста. Немаловажным фактором, влияющим на способность СМИ противодействовать медиавирусам, также является фактор психологической подготовки и психологического здоровья самих журналистов. Это особенно важно с учетом того, что именно психологическая сторона журналистской деятельности менее всего известна самим журналистам.

Профессиональная позиция, ориентированная на оказание помощи и защиту людей, общества в целом, заставляет человека стремиться в центр событий, одновременно являясь эффективной защитой от стрессовых состояний. А осознание общественной важности и гуманистической значимости своей деятельности составляет одно из условий стрессоустойчивости журналиста. Если мышление журналиста работает в соответствии с этой позицией, он имеет все шансы сохранить психическое здоровье и выйти из испытаний еще более зрелой личностью. Однако, часто в стремлении усилить психологическое воздействие, привлечь внимание аудитории, журналист намеренно усугубляет травматичность события, подчеркивая ужас происходящего, описывая страх, растерянность, панику.

Подобная намеренная или непроизвольная фиксация самых жутких обстоятельств преступления, бесчеловечности и беззакония деструктивно влияет на психическое состояние самого журналиста. По результатам мониторинга, проведенного отделом юридической психологии НИИ при Генеральной прокуратуре Российской Федерации, установлено, что стиль и характер описания в СМИ актов насилия соответствуют непроизвольной защитной реакции человека, испытывающего сильный, неконтролируемый страх.

СМИ в чрезвычайных ситуациях: компенсаторные //Материалы IV Всероссийского съезда Российского психологического общества – Ростов-на-Дону, 18 -21 сентября 2007 г. С.120.

¹ Чудова Н.В. Журналистика и социотерапия //Проблемы медиапсихологии-2. М.: РИП-холдинг. 2003. С. 36-52. С.52.

²Пронин Е.И., Пронина Е.Е. (2001) Архетипы тотальной войны в локальном конфликте // Государственная служба. 2001. №: 6. С 18-29.

³Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы// Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та. 2011. С. 73.

⁴Пронина Е.Е. СМИ и социальный стресс // Журналистика для здоровья нации. Человеческий потенциал в российском медиадискурсе. 2018. – Т. 3. – Факультет журналистики МГУ. – С. 71-84., С.73.

Пренебрегая требованиями информационной безопасности в отношении аудитории, журналист делает открытым для подобного вторжения и себя. Используя приемы «ухудшения травмы», журналист наносит ущерб и собственной психике.

Методика исследования. Авторами в течение трех лет (2017–2019 гг.) ведется исследование о соотношении рациональной и эмоциональной составляющих в процессе производства и восприятия журналистского текста. Представляется небезынтесным исследовать в этой связи одну из категорий так называемой «постправды», главного слова 2016 года по версии редакции Оксфордского словаря¹. Другими словами – попытаться ответить на вопрос: почему сегодня эмоциональная составляющая (общение, эмоции, мнения) восприятия медиаобраза войны, сформированного журналистским текстом, преобладает над составляющей рациональной (факты, аргументы, знание).

Для доказательства этого тезиса нами было проведено локальное полевое исследование, в котором участвовало в общей сложности за три года 150 студентов факультетов журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова и РГГУ. На первом этапе, несмотря на некоторые различия в подходах в их трактовке у некоторых авторов, были выделены десять наиболее весомых факторов, характеризующих критерии рациональной и эмоциональной составляющих в подаче и восприятии публикации. К ним можно в общей совокупности отнести следующие: новизна реальной конкретной ситуации; достоверность ее воспроизведения; обоснованность интерпретации; приоритетность; неординарность фактов; масштаб и значимость проблемы; оперативность материала; конструктивность; убедительность идеи; достаточная полнота и яркость.

При этом мы исходили из того, что эти факторы обусловлены самим процессом функционирования средств массовой информации. «Для того, чтобы привлечь внимание и завоевать массовую аудиторию СМИ при подаче материалов и подготовке сообщений, различных программ руководствуются определенными общими правилами или принципами»².

Однако, как отмечает В.П. Пугачев, «взятые на вооружение принципы отбора материалов плохо совместимы в глубокими аналитическими сообщениями и часто препятствуют созданию информационной картины мира, более или менее адекватной реальности»³.

Особенно это характерно при освещении военных конфликтов, когда грубо нарушаются гуманистические принципы подачи информации в угоду красивой картинке в телеэфире или эмоционально написанного

¹ Доронин А. Эмоции побеждают факты. «Постправда» - главное слово 2016 года. URL.:<https://www.bfm.ru/news/342945>.

² Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС.1998. С.16-17.

³ Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию: Учебное пособие для студентов вузов. - 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 1995.

текста в печатном или интернет-издании. Для того, чтобы скорректировать этот процесс, в 2003 году профессиональное сообщество приняло Антитеррористическую конвенцию.

Для того, чтобы ответить на вопрос, насколько это изменило ситуацию в подаче материалов, создающих «образ войны», на следующем этапе исследования нами было отобрано 100 журналистских материалов из трех газет. Они представляют разные типы изданий: качественные – «Коммерсант», квалоиды – «Аргументы и факты», таблоиды – «Комсомольская правда» и соответственно имеют свои информационные стратегии и в подаче материалов, формирующих «образ войны» или «образ вооруженного конфликта».

Ежегодно подбор этих текстов корректировался в соответствии с теми событиями, которые формировали повестку дня ведущих изданий страны. При этом мы исходили из того, что касается непосредственно самих военных конфликтов, то каждый год вносил свои коррективы в их географическое месторасположение и число. Так, в число полномасштабных войн, которые происходили в 2017 году вошли: Сирийская гражданская война; Гражданская война в Афганистане; Иракская гражданская война; Гражданская война в Сомали; Гражданская война в Южном Судане; Гражданская война в Ливии; Гражданская война в Йемене. Это не считая более десятков восстаний, которые имели место в это же время. В целом, было подсчитано, что в результате этих конфликтов и мятежей в 2017 году более 100 000 человек погибли, и миллионы других людей были прямо или косвенно затронуты.

Следующий 2018 год внес свои коррективы. По мнению специалистов и опросов аудитории самыми опасными конфликтами стали: Украинский конфликт, Сирия, конфликт между Ираном и Саудовской Аравией, Ближневосточный конфликт; «Исламское государство»; Северокорейский конфликт, Мьянма и Бангладеш, Йемен и др.

Публикации отбирались для предъявления студентам методом случайной выборки. Так, например, в выборку публикаций газеты «Коммерсантъ» только за один год попали следующие тексты: С. Строкань, М. Беленькая, И Сафронов. «Войну в Йемене подбивают вернуться. Еще один ближневосточный конфликт переходит в горячую фазу» (27.03.2018); К. Макиенко «Нефтедоллары карабахской войны. Константин Макиенко об армяно-азербайджанском конфликте» (26.03.2018); Е. Черненко «Мирные граждане неоднократно говорили нам, что это не их конфликт» (26.09.2018) и др.

Подборка газеты «Аргументы и Факты» в 2018 году была следующей: «Двойка по «химии». Ударят ли США по Асаду, рискуя военным конфликтом с РФ?» (29.09.2018); «Почему американцы и их союзники не пришли на заседание ОЗХО?» (2.05.2018); «Отключает ли РФ в Сирии беспилотники США?» (5.05.2018); «Когда закончится война в Сирии?» (25.04.2018); «Сколько российских военных погибло

в Сирии?» (3.10.2018); «СМИ: сирийская армия взяла под контроль последний оплот ИГИЛ на юге страны» (17.11.2018) и др.

«Комсомольская правда» представлена в массиве такими публикациями: Э. Чесноков «Пограничный конфликт: Украина решила поиграть с Россией в морской бой. Чего ждать дальше?» (26.11.18); «Карта Сирии: расстановка сил в вооруженном конфликте в 2018 году (26.11.18); В. Тимофеев. «Индия и Пакистан показали, как можно решать территориальные конфликты» (24.10. 2018); И. Грачев «Украинский олигарх Коломойский: Война в Донбассе — наш внутренний гражданский конфликт» (4.07.2018) и др.

География военных конфликтов 2019 года несколько видоизменилась. При этом на карте остались и адреса прошлого года, где столкновения не утихают. Прежде всего: Украина, Сирия, Ливия. Добавились и новые: Венесуэла, Боливия и др. Поэтому частично другим стал и подбор текстов. Но главные темы сохранились.

Выборка материалов 2019 года преимущественно представлена материалами по вооруженному конфликту на Украине. Это полностью коррелируется с тем интересом, который к этой тематике проявляют российские телевизионные каналы «Первый», «Вести», НТВ и др. Поэтому в 2019 году работа в большей степени была сконцентрирована на текстах по вооруженному противостоянию на Украине, попавших в эмпирическую базу данных настоящего исследования.

Студенты в процессе работы с текстами должны были прежде всего определить, какова была их первоначальная реакция. Обратили ли они в первую очередь внимание на факт или, прежде всего, проявили ту или иную эмоцию, прочитав предложенный им текст. Затем им предлагалось оценить, какие рациональные и эмоциональные факторы из числа отобранных присутствуют в предложенных им для анализа публикациях.

Что касается рационального фактора, т.е. определения фактологической основы текста, то с этим заданием аудитория справилась достаточно быстро. Сложнее обстояло дело с фиксацией эмоционального фактора. Эмоции «представляют собой разнообразные переживания, связанные с потребностями человека и с процессом их удовлетворения»¹.

Эмоции – психологические состояния, выражающиеся в форме переживаний, ощущений приятного или неприятного, удовлетворенности или неудовлетворенности человека. Эмоции служат для оценки человеком окружающего его мира – людей, предметов, явлений и событий.

В основу был положен классический подход К. Изарда, в работах которого определены десять основных эмоций. Они сгруппированы в три блока по характеристике-форме. Выделяют следующие виды эмоций: отрицательные, положительные, нейтральные и др. Все эмоции человека можно различать по качеству переживания. Наиболее ярко

¹ Немов Р.С. Общая психология. Т.3. Книга 2. Свойства личности. М.: Юрайт. 2017.

этот аспект эмоциональной жизни человека представлен в теории дифференциальных эмоций американского психолога К. Изарда. Он выделил десять качественно различных «фундаментальных» эмоций: интерес-возбуждение, радость, удивление, горе-страдание, гнев-ярость, отвращение-омерзение, презрение-пренебрежение, страх-ужас, стыд-застенчивость, вина-раскаяние. Первые три эмоции К. Изард относит к положительным, остальные семь – к отрицательным. Каждая из фундаментальных эмоций лежит в основе целого спектра состояний, различающихся по степени выраженности. Например, в рамках такой одно-модальной эмоции как радость можно выделить радость-удовлетворение, радость-восторг, радость-ликование, радость-экстаз и другие. Из соединения фундаментальных эмоций возникают и все другие, более сложные, комплексные эмоциональные состояния. Например, тревожность может сочетать в себе страх, гнев, вину и интерес.

Феноменология эмоций: шкалы самооценки «ощущения эмоций» – дневниковые записи студентов.

По методике Е.Е. Прониной сформированы факторы, которые в той или иной степени провоцируют ошибки журналистов, которые не только заставляют реагировать аудиторию более активно на определенные ситуации, на проявление более деструктивной эмоции, способствующей информационной травме, придают публикациям травмогенный характер.

Однако часто в стремлении усилить психологическое воздействие, привлечь внимание аудитории, журналист намеренно усугубляет травматичность события, подчеркивая ужас происходящего, описывая страх, растерянность, панику. Подобная намеренная или произвольная фиксация самых жутких обстоятельств преступления, бесчеловечности и беззакония деструктивно влияет на психическое состояние самого журналиста. По результатам мониторинга, проведенного отделом юридической психологии НИИ при Генеральной прокуратуре Российской Федерации, установлено, что стиль и характер описания в СМИ актов насилия соответствуют произвольной защитной реакции человека, испытывающего сильный, неконтролируемый страх.

Примечательно, что в начале периода наблюдения, в условиях всплеска террористической активности главную опасность составляли некорректные формы представления травмогенной информации, провоцирующие развитие стокгольмского синдрома:

1. нагнетание страха, чувства бессилия;
2. героизация и мифологизация агрессора;
3. демонстрация и смакование подробностей насилия;
4. оправдание действий агрессора;
5. предоставление слова в эфире террористам;
6. поиск виновных среди своих;
7. прямое или косвенное обвинение самой жертвы;
8. цинизм;
9. призывы к коллективному покаянию;
10. педалирование эмоций отчаяния и др.¹

¹ Пронина Е.Е. СМИ и социальный стресс // Журналистика для здоровья нации.

На завершающей стадии работы студентам, которые избрали своей профессией журналистику, было предложено определить методы и приемы, которые используют журналисты, создавая «образ войны» или «военного конфликта». При этом мы исходили из того, что «почти все рассмотренные выше приемы реализуются с помощью соответствующей лексики. Так или иначе, но медиапространство – это территория медиатекста, поэтому, несмотря на некоторые повторения, важно выделить определенные приемы, связанные исключительно со словоупотреблением, а проще говоря – с подбором слов»¹.

В журналистской практике наработано уже много таких методов, поэтому было важно понять, какие методы реально могли определить начинающие журналисты, работая с предложенными текстами трех ведущих изданий страны, формирующими медиаобраз вооруженных конфликтов. По результатам проведенного анализа литературы были систематизированы и предложены студентам для работы с текстами следующие методы. Прежде всего, устойчивые клише, ассоциировавшихся с войной, вооруженным конфликтом. «Здесь приходится говорить не о стереотипе, а именно о клише, затасканном обороте речи с различной эмоциональной окраской»².

О негативном клише, о переходе на личности и об апелляциях к эмоциям в процессе создания образа войны или вооруженного конфликта пишет и А. А. Данилова. В данном случае возможно специфическое использование синекдохи, т.е. замены слова, обозначающего известный предмет или группу предметов, словом, обозначающим часть названного предмета или единичный предмет. Причем синекдоха часто применяется не только в отрицательном контексте.

Более того, автор утверждает, что «одна из наиболее частых реализаций этого приема в СМИ – отождествление политического лидера страны с ее народом. Так формируется модель, в рамках которой критика лидера государства может служить моральным оправданием военной кампании против этого государства»³.

Заслуживают внимание и такие методы, как этнонимы, идеологемы, которые легко усваиваются аудиторией⁴, эвфемизмы, т.е. «замена нейтральным по смыслу и эмоциональной нагрузке словом другого слова,

Человеческий потенциал в российском медиадискурсе. – Т. 3. – Факультет журналистики МГУ. 2018. С. 71–84. С. 73-74.

¹ *Вирен Г.В.* Современные медиа: Приемы информационных войн. М.: Издательство «Аспект Пресс». 2016. С.67-68.

² *Забелина Н.Ю.* Бельгийские союзники в восприятии британцев во время Первой мировой войны // Вестник МГУ. Серия 8 «История». 2010. №1, 85-94.

³ *Данилова А.А.* Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, КДУ. 2011. С.96.

⁴ *Забелина Н.Ю.* Бельгийские союзники в восприятии британцев во время Первой мировой войны // Вестник МГУ. Серия 8 «История». 2010. №1. С. 16.

которое считается неприличным или неуместным»¹.

Следует добавить и еще один широко распространенный прием, направленный на дискредитацию личности, используемый журналистами, освещающими военные конфликты, – это «использование определений, носящих явно выраженный негативный или позитивный характер»². К ним следует отнести мемы как видоизмененные архетипы, непосредственно влияющие на подсознание. Они стали создаваться в большом количестве и активно использоваться журналистами. В данном случае речь идет о восприятии «другого», «чужого», «врага», без наличия которого медиаобраз вооруженного конфликта будет неполным.

Как показывает исторический опыт и сегодняшняя реальность, категории эти непостоянны. В определенные периоды у различных государств были общие задачи, между ними шло сближение не только на дипломатическом, но и на общекультурном уровне. Но в силу определенных обстоятельств между ними изменяются отношения, в соответствии с этим «другой» становится не другом, а врагом. Это происходит не только между государствами, но и внутри государств, в которых начинаются процессы противостояния отдельных слоев общества, социальных и национальных интересов. Поэтому журналист, пишущий на темы войны, просто обязан понимать суть образов, «бытующих в общественном, культурном и литературном сознании той или иной страны, эпохи»³. Именно это позволит не только максимально точно формировать образ войны, но и не допускать национальную нетерпимость и фальсификацию истории, с которой мы сегодня вплотную столкнулись.

По мере выполнения данных заданий собирались отчеты о выполненной работе, в которых отмечались рациональные и эмоциональные факторы, присутствующие в текстах, и самооценки «ощущения эмоций» в виде дневниковых записей. Эти материалы анализировались, что позволяло корректировать сами задания на протяжении трех лет. Результаты социологического исследования были обработаны соответствующими статистическими методами и частично приведены в данной статье. Они помогли дать ответы на ряд важных вопросов. Это следует из анализа собранных в процессе исследования материалов.

Анализ материалов. Работа с отобранными газетными текстами предполагала три этапа. На первых двух этапах студенты представляли собой читательскую аудиторию. Поэтому в их задачи входило сначала зафиксировать реакцию предпочтений рационального или эмоционального факторов при чтении публикации о военном конфликте. За-

¹ *Вирен Г.В.* Современные медиа: Приемы информационных войн. М.: Издательство «Аспект Пресс». 2016. С.71.

² Там же. С.74.

³ *Забелина Н.Ю.* (2011). Враги и союзники в восприятии британцев в годы Первой мировой войны. Автореф. дис. ...канд. истор. наук. М.: 2011. С. 3.

тем более детально проанализировать каждый из этих факторов.

На третьем этапе студенческая аудитория рассматривалась как начинающие журналисты, которые должны владеть методами и приемами создания медиобраза войны или медиобраза вооруженного конфликта. При этом было неважно, станут ли они впоследствии военными корреспондентами и будут ли специализироваться по военной тематике, так как сегодня эти приемы становятся типовыми и для других тематик, когда мы говорим о медиа уже как о компоненте информационной войны.

Анализ предоставленных респондентами отчетов по первому заданию определения предпочтений в пользу рациональной или эмоциональной компоненты показал, что в большем числе из них акцент делается на эмоциональное восприятие текста.

Факты – «знать надо, что за военный конфликт, кто с кем воюет и за что»; «следить за событиями трудно и нет времени»; «политикой не интересуюсь, а любая война – это политика»;

По отношению к эмоциям: «война – это страшно», «не хотел бы оказаться в такой ситуации», «бабушка говорит, хорошо, чтобы не было войны», «когда убивают – это невыносимо плохо».

В каких газетах отдается предпочтение фактам, а в каких идет адресация к эмоциям?

По газетам: «В «Коммерсанте» сложная аналитика, не для меня»; «Газета «АиФ» тупит, повторяет те факты, которые уже были в сети»; «Действительно для всех можно считать «Комсомольскую правду». Поэтому она старается писать интересно. Да, читать ее интересно, но факты размыты, больше эмоций»

Таблица 01. Выявление рационального и эмоционального факторов в публикациях ведущих изданий (по оценкам студенческой аудитории).

Соотношение рационального и эмоционального факторов в публикациях ведущих изданий страны в оценках студенческой аудитории	Коммерсант, %	Аргументы и факты, %	Комсомольская правда, %
Рациональные факторы	11	74	15
Эмоциональный факторы	8	71	21
Смешанные факторы	15	50	32

Таблица 02. Оценка студенческой аудиторией публикаций, освещающих военные конфликты (2017–2019 гг.).

Почему вы обратили внимание на данный факт из числа десяти более значимых и отобранных для исследования в подаче информации? Какое из трех названных изданий в большей степени уделяет внимание

рациональному фактору в создании медиаобраза войны или военного конфликта?

№ п/п	Рациональные факторы в создании «медиаобраза войны» или «медиаобраза вооруженного конфликта»	Коммерсант, %	Аргументы и факты, %	Комсомольская правда, %
11	новизна реальной конкретной ситуации	28	54	96
22	достоверность воспроизведения вооруженного конфликта	16	63	87
33	обоснованность информации о вооруженном конфликте	27	59	94
44	приоритетность подачи фактов	14	34	86
55	неординарность фактов, освещающих вооруженный конфликт	12	34	73
66	масштаб и значимость проблемы, ставшей причиной вооруженного столкновения	8	48	92
77	оперативность материала о возникшем военном противостоянии	15	66	86
88	конструктивность информации о произошедшем вооруженном конфликте	8	43	98

99	убедительность идеи защиты национальных интересов в данном вооруженном противостоянии			
110	достаточная полнота и яркость в освещении вооруженного столкновения			

В совокупности к ним можно отнести следующие: новизна реальной конкретной ситуации; достоверность ее воспроизведения; обоснованность интерпретации; приоритетность; неординарность фактов; масштаб и значимость проблемы; оперативность материала; конструктивность; убедительность идеи; достаточная полнота и яркость.

Таблица 03. Структура информационных ресурсов, востребованных студенческой аудиторией.

Восприятие информации	Коммерсант, %	Аргументы и факты, %	Комсомольская правда, %
Положительные (позитив) – радость, азарт, восторг, восхищение, наслаждение, ликование, симпатия, предвкушение	11	74	15
Отрицательные (негатив) – печаль, гнев, страдание, отвращение, презрение, стыд, страх, тревога, скука, смущение	8	71	21
Нейтральные – любопытство, изумление, безразличие, созерцание, удивление	15	50	32

Таблица 04. Целевое назначение информационных ресурсов, востребованных студенческой аудиторией.

Почему вы предпочитаете сетевые информационные ресурсы? Как Вы думаете, зачем?

№ п/п	Предложенные варианты ответов	Коммерсант, %	Аргументы и факты, %	Комсомольская правда, %
1	нагнетание страха, чувства бессилия	28	54	96

Социология массовых коммуникаций

22	героизация и мифологизация агрессора	16	63	87
33	демонстрация и смакование подробностей насилия	27	59	94
44	оправдание действий агрессора	14	34	86
55	предоставление слова в эфире террористам	12	34	73
66	поиск виновных среди своих	8	48	92
77	прямое или косвенное обвинение самой жертвы	15	66	86
88	цинизм	8	43	98
99	призывы к коллективному покаянию			
110	педалирование эмоций отчаяния			

Психологи считают, что наиболее стрессогенными для аудитории СМИ являются такие действия журналистов, как:

- съемка человека «врасплох» в момент горя и отчаяния;
- показ человека в ситуации унижения, оскорбляющего его человеческое достоинство;
- демонстрация пыток, морального и физического издевательства;
- прямое или косвенное оправдание действий агрессора, явившихся причиной страдания жертвы;
- показ торжества и безнаказанности агрессора (конкретного лица или целой большой группы);
- предоставление слова бандитам (это косвенно «легализует» их действия);
- призывы к коллективному покаянию и искуплению¹.

Следует отметить, что все это в больших масштабах присутствовало при освещении в СМИ событий чеченской войны 1994–1996 гг.

Негативный эффект травматических событий значительно снижается, если в информации присутствуют:

- конструктивное представление проблемы как решаемой;

¹ Пронина Е.Е. СМИ и социальный стресс // Журналистика для здоровья нации. Человеческий потенциал в российском медиадискурсе. – Т. 3. – Факультет журналистики МГУ. 2018. С. 71–84.

- четкие нравственные ориентиры;
- вера в будущее;
- положительная оценка достойного поведения участников события;
- универсальные ценности (благодарность, забота, любовь, творчество, честь, мужество);
- примеры стойкости и мужества людей, попавших в экстремальные обстоятельства.

Какие слова и словосочетания вызывают эмоции? Какие эвфемизмы?

Сирия и Ливия – противостояние: «армии режима» и «мирных жителей»; «армия Каддафи» и «повстанцы»; «нейтральность тона», отказ от «ярлыков» Россия-агрессор.

Агрессия, интервенция, вторжение: «операция коалиционных сил», «операция по восстановлению конституционного порядка» «миротворческая миссия»; «повстанцы» - «боевики», «террористы».

Россия – Грузия: «операция по принуждению к миру» (лексика военного ведомства РФ); «боевики были убиты», «боевики были нейтрализованы», «террористы ликвидированы» и др.

Вооруженные стыки с боевиками – боестолкновения. Операции против террористов – спецоперации.

Вот как оценивают используемые журналистами приемы специалисты.

«Допускаю, что приведенные слова – профессиональное аргю военных, но, как бы то ни было, это не снимает недоумений рядовых читателей, зрителей, слушателей»¹.

«Следует также учитывать, что один и тот же эвфемизм может употребляться в разных, порой диаметрально противоположных, смыслах – «оптимизация налогов».

«Другим широко распространенным приемом информационного противоборства, направленным на дискредитацию личности, является использование определений, носящих явно выраженный негативный или позитивный характер».

«Здесь можно говорить и о негативном клише, и о переходе на личности, и об апелляциях к эмоциям. Специфическое использование синекдохи (замена слова, обозначающего известный предмет или группу предметов, словом, обозначающим часть названного предмета или единственный предмет) в контексте информационных войн отметила А. Данилова. В политических текстах синекдоха часто применяется и без злого умысла. Например, вместо «Руководство России» пишут «Москва» или «Кремль», вместо «администрация США» - «Вашингтон» и т.д.

«Одна из наиболее частых реализаций этого приема в СМИ – отождествление политического лидера страны с ее народом. Так форми-

¹ *Вирен Г.В.* Современные медиа: Приемы информационных войн. М.: Издательство «Аспект Пресс». 2016. С.72-73.

руется модель, в рамках которой критика лидера государства может служить моральным оправданием военной кампании против этого государства»¹.

Использование синекдохи отмечено в западных СМИ во время войны против Ливии и Сирии. Постоянно звучало: «армия Каддафи», «войска Асада», «самолеты Асада бомбили мирных жителей» и т.д. ... После того, как лидер занимает позицию, не отвечающую интересам Запада, вступают в дело приемы информационной войны. Прежде всего, это демонизация неугодного политика – его изображают преступным чудовищем, которое несет опасность всему миру, а факты прежде активного сотрудничества с ним Запада уходят в разряд информационных табу.

После того как отвратительный образ создан, начинается информационная подготовка прямых военных действий: аудитории внушается мнение о преступности, нелегитимности режима, установленного данным политиком в своей стране. Для этого может «вбрасываться» и дезинформация. Можно вспомнить, например, как постоянно утверждалось о том, что у режима Саддама Хусейна есть оружие массового поражения, и о том, что режим Башара Асада применяет химическое оружие. Под этим предлогом развязывается агрессия. В ходе войны не только армия, но и все население страны отождествляется с именем этого политика, что как бы дает моральное оправдание любым действиям всех его противников. Данную схему, судя по всему, сочли эффективной во время войны НАТО против Югославии, поэтому применили спустя десять с лишним лет.

Результаты исследования. Апелляция к эмоциям.

По результатам исследования можно сделать следующие выводы

1. Эмоциональный аспект (исходя из выбранных в нашем исследовании параметров) является преобладающим и лидирующим, когда речь идет о текстах, опубликованных в квалоидах и таблоидах как типах изданий по сравнению с качественными изданиями.

2. Респонденты также отмечают, что в значительной степени воспринимаются журналистские тексты в таблоидных изданиях, формирующих медиаобраз вооруженного конфликта, так как в них существенно преобладает эмоциональный компонент.

3. По утверждению респондентов усиление эмоциональной компоненты в создании медиаобраза войны достигается с помощью ряда приемов, таких как идеологемы, эвфемизмы, синекдоха и т.д. Но наиболее активно используются приклеивание ярлыков и мемы – архетипы, получившие наибольшее распространение в текстах, в представлении «другого», «врага»;

4. Акцент на эмоциональную составляющую в массовой прессе, который достигается с помощью нагнетания ужасов войны, черват

¹ Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, КДУ. 2011. С. 96.

последствиями, к которым следует отнести и получение информационных травм аудиторией. Так как такие материалы становятся более действенными, сильнее затрагивают чувства аудитории. «Этот прием очень важен, поскольку воздействует на подсознание, и частично блокирует область «рацио»: ужас и возмущение, которые нормальный человек испытывает, глядя на убитых детей, не позволяют ему объективно оценить телевизионную картинку и задать вопросы по сути дела.

Возможны и другие варианты использования эмоций в информационном противоборстве. Ответы: перевод разговора в моральную плоскость, в данном случае – переход на личные оскорбления. Повышенная эмоциональность¹.

«Находясь в пограничном состоянии, то есть в состоянии высочайшего эмоционального напряжения, человек очень быстро растрчивает на его поддержание все свои внутренние ресурсы и затем начинает судорожно искать «громоотвод» (канал стока) для сброса накопленного им внутреннего напряжения, необходимый ему для разрядки. В результате у объекта информационной атаки возникает новая жизненно необходимая потребность в немедленной разрядке, здесь и сейчас, поскольку дольше находиться под пиковыми нагрузками он не может. Разрядившись на любом подходящем объекте (журналисте, подчиненном, члене семьи, случайном прохожем), человек получает временное облегчение, но при этом демонстрируемое им девиантное поведение становится информационным поводом для нового вброса»². Тем самым это ведет к проблемам в обществе (психоз толпы).

5. В отчетах студентов обосновывается необходимость обучения этим методам и приемам с помощью специальных программ, чтобы снизить травмогенность информации о военных конфликтах, сохраняя при этом информационную точность и достоверность информации (уменьшить, минимизировать).

Освещение вооруженного конфликта способно вызвать стресс не только у аудитории СМИ (а это могут быть сотни тысяч человек!), но и у самого журналиста, и у тех людей, с которыми он общается, у которых берет интервью. Поэтому нужно соблюдать элементарные нормы психологической корректности при общении с жертвами конфликта, заботиться об их психологическом благополучии.

Выводы. Цель исследования: анализ медиапространства, конкретно – его рационального и эмоционального факторов при освещении журналистами вооруженных конфликтов.

В данном случае студенческая аудитория в большей степени является пользовательской аудиторией, потребляющей информационный

¹ *Вирен Г.В.* Современные медиа: Приемы информационных войн. М.: Издательство «Аспект Пресс». 2016. С.67-68.

² *Манойло А.В.* Информационные войны и психологические операции. Руководство к действию. М.: Горячая линия. – Телеком. 2018. С.91.

продукт (медиаобраз войны и медиаобраз вооруженного конфликта). Но, когда мы имеем дело со студентами, избравшими профессию журналиста, то задача усложняется. Так как журналист должен понимать свою меру ответственности за тот информационный продукт, в том числе и создаваемый им медиаобраз войны, который он предоставляет своей аудитории, думать о последствиях его воздействия.

Следовательно, сегодня в программы по подготовке журналистов должны быть включены программы, изучающие методы и приемы создания медиаобраза войны и вооруженного конфликта. Ключевым моментом этих программ необходимо считать овладение методами предотвращения информационных травм, упреждающих «психоз войны» и способствующих психологическому здоровью общества. Информация должна выполнять свою прямую функцию медиа – информировать аудиторию и помогать ей осмысливать те процессы, в том числе и происходящие в мире вооруженные противостояния внутри некоторых стран.

Поэтому преобладание эмоционального компонента при восприятии образа войны в данном случае студенческой аудиторией, сформированного журналистским текстом, заставляет обратить более серьезное внимание на информационно-психологическую безопасность личности, т.е. «состояние защищенности личности, обеспечивающее ее целостность как активного социального субъекта и возможностей развития в условиях информационного взаимодействия с окружающей средой».¹

Выделение информационно-психологической безопасности личности из общей проблематики информационной и психологической безопасности в качестве самостоятельного направления определяется следующими основными причинами:

Во-первых, в связи с переходом к информационному обществу (информационной цивилизации), увеличением масштабов и усложнением содержания и структуры информационных потоков и всей информационной среды многократно усиливается ее влияние на психику человека как личности и активного социального субъекта в современном обществе.

Во-вторых, мы имеем дело с молодежью с неустоявшейся психикой – взаимодействие психики человека с информационной средой отличается качественной спецификой и не имеет адекватных аналогов в информационном взаимодействии других биологических структур, технических, социальных и социотехнических систем.

В-третьих, основной и центральной «мишенью» информационного воздействия является человек, его психика, в первую очередь молодежь. Именно от отдельных личностей, их взаимосвязей и отношений зависит не только сегодня, но и в ближайшем будущем, когда придя во

¹ Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС. 1998. С.28-29

власть, бизнес, образование и культуру, от ее решения будет зависеть функционирование социальных субъектов различного уровня сложности, любых общностей и социальных организаций – от малой группы до населения страны в целом .

Отсюда вытекает необходимость разработки систем и способов психологической защиты от патогенных информационных технологий, предъявлять более высокие требования к журналистской деятельности. Журналист должен знать приемы, провоцирующие стрессовые ситуации. Дело в том, что тема войны, военного конфликта не сходит с газетной полосы и телеэкрана, звучит в радиоэфире. Остается первополосной новостью для информационных агентств, сайтов всех медиа. Медиаобразы криминальных разборок, которые создавались на основе реальных событий, а теперь стали основной многочисленных сериалов, заполнивших эфиры практически всех каналов. Но это и урок, как сделать информацию о травмогенных событиях приемлемой к восприятию, как сбалансировать в подаче такой информации рациональный и эмоциональный компоненты, не доводить до информационной травмы, социального психоза толпы. Способствовать психическому здоровью общества.

Литература:

- *Вепринцев В.Б., Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б.* Операции информационно-психологической войны: краткий энциклопедический словарь-справочник. М.: Горячая линия – Телеком-Москва. 2005. URL: <https://psyfactor.org/psyops/psyops4.htm#Top>.
- *Винтерхофф-Шпурк П.* Медиапсихология. Основные принципы. – Харьков: Гуманитарный центр. 2007.
- *Вирен Г.В.* Современные медиа: Приемы информационных войн. М.: Издательство «Аспект Пресс». 2016.
- *Грачев Г.В.* Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС. 1998.
- *Данилова А.А.* Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, КДУ. 2011.
- *Демина Е.Н.* Развитие медиапространства современной России: на примере телевидения. Автореф. дис. ...доктор. социолог. наук. М. 2008.
- *Доронин А.* Эмоции побеждают факты. «Постправда» – главное слово 2016 года. URL.: <https://www.bfm.ru/news/342945>.
- *Забелина Н.Ю.* Бельгийские союзники в восприятии британцев во время Первой мировой войны // Вестник МГУ. Серия 8 «История». 2010. №1.
- *Манойло А.В.* Информационные войны и психологические опе-

- рации. Руководство к действию. М.: Горячая линия. – Телеком. 2018.
- *Немов Р.С.* Общая психология. Т.3. Книга 2. Свойства личности. М.: Юрайт. 2017.
 - *Прокофьев В.Ф.* Тайное оружие информационной войны: атака на подсознание. Издание второе, расширенное и доработанное. – М.: СИНТЕГ, 2003. – 408 с. (Серия «Информационные войны»).
 - *Пронина Е.Е.* Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та. 2011.
 - *Пугачев В.П., Соловьев А.И.* Введение в политологию: Учебное пособие для студентов вузов. – 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 1995.
 - *Рыбалко О.М.* Динамика изменения психолингвистических характеристик текстов СМИ в чрезвычайных ситуациях: компенсаторные // Материалы IV Всероссийского съезда Российского психологического общества – Ростов-на-Дону, 18 -21 сентября 2007 г.
 - *Серебрянников В.В.* Социология войны. М.: Научный мир. 1997.
 - *Черепанова Е.С.* Психологический стресс. М.: Издательский центр «Академия», 1997.
 - *Чудова Н.В.* Журналистика и социотерапия // Проблемы медиапсихологии-2. М.: РИП-холдинг. 2003.
 - *Gerbner G., Cross L., Morgan M., Signorelli N.* Living with television: The dynamics of the cultivation process \ Perspectives on media effects. 1986. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.

Поступила в редакцию 3 марта 2020 года.

УДК 378: 001.2

К вопросу о развитии комплекса компетенций конкурентоспособного специалиста в условиях информационной радиации

В.М. Таллер, кандидат экономических наук, Академик IEMMY, США, член Президиума Международной академии телевидения и радио (МАТР), преподаватель факультета коммуникаций, медиа и дизайна; Департамент медиа. НИУ «Высшая школа экономики», Москва; e-mail:youcan01@mail.ru

Е.Н. Новицкая, кандидат педагогических наук, доцент, кафедра музыкально-инструментальной подготовки Института искусств СГУ имени Н.Г. Чернышевского, Саратов; e-mail:novizkaya@list.ru

В статье рассматриваются вопросы развития комплекса компетенций Hard и Soft skills выпускников системы высшего образования в условиях стремительной технологизации и цифровизации общества, с целью их адаптации к этим условиям, повышения конкурентоспособности и стоимости на рынке труда. Анализируется и обосновывается значимость и конкурентоспособные преимущества наличия «гибких» навыков Soft skills у специалистов. Вводится и обосновывается авторское понятие «Информационная радиация», эффект использования и определения границ которой заключается в правильности ее измерения и классификации с целью совершенствования профессиональных и личностных качеств индивида. Подчеркивается важность увеличения эффективности действий субъекта за счет капитализации внешней энергии информационного мира в противовес разрушительному воздействию.

Ключевые слова: *высшее образование, цифровизация, конкурентоспособность и стоимость выпускника, информационная радиация, компетенции Hard и Soft skills, эмоциональный интеллект.*

Интеграционные процессы в мировом сообществе, возрастающая конкуренция, стремительная технологизация и диджитализации в различных сферах жизнедеятельности, высокий уровень требований работодателей к уровню компетентности специалистов повлекли за собой значительные изменения современного общества и необходимость оперативного реагирования системы высшего образования на эти изменения. В связи с этим, главными приоритетами стали – высокий уровень профессионализма и конкурентоспособность выпускников, обладающих высокой технологической грамотностью, академической

и социальной мобильностью, готовностью к самообразованию и самосовершенствованию; умеющих ориентироваться на быстро изменяющиеся требования рынка труда.

Процесс исследования эффективности изучения и применения человеческих знаний в различных областях, имеющих статус профессии, а также – изучение свода правил, дающих возможность эти знания развивать, регламентировать и придавать профессиональный смысл в каждой из сфер жизнедеятельности, приводит к пониманию того, что процесс подготовки квалифицированных специалистов требует детального изучения на соответствующих уровнях в различных формах обучения. Результат (или «продукт») этого процесса – некие «твердые» профессиональные знания, умения и навыки при обязательном условии и возможности их измерения. Эти «твердые» знания, умения и навыки (ЗУН) и есть – сформированные в образовательной среде «твердые» профессиональные компетенции *Hard skills*.

Но, чтобы процесс применения каждым субъектом сформированных у него *Hard skills* в реальной жизни стал эффективным, требуется наличие целого комплекса личностных качеств. Этот эффект адаптации и применения *Hard skills* как раз и определяет наличие субъективных качеств человеческой личности, которые ученые договорились называть «гибкими» навыками или *Soft skills*. Эти навыки определяют способность сублимации *Hard skills* субъекта, возможность их интеграции и реального векторного движения к цели, результату, на основе имеющихся *Hard skills*, но направляемые «гибкими» компетенциями *Soft skills* в нужную сторону.

Данная терминология возникла по аналогии с английскими терминами «*hardware*» – компьютерное железо и «*software*» – программное обеспечение. Если компьютер – это некий материальный объект, который можно ощутить, то программное обеспечение компьютера как некий нематериальный объект – это то, без чего невозможна работа этого устройства. То же можно сказать и о компетенциях. Казалось бы, для успешной работы достаточен необходимый набор сформированных измеряемых профессиональных навыков – *Hard skills*. Но, как показывает практика, более успешного карьерного роста и высокой оплаты труда всегда добиваются не лучшие в своей профессиональной области специалисты, а те, кто может наиболее эффективно применять свои знания за счет личностных особенностей и качеств, которые названы «гибкими» навыками – *Soft skills*. С каждым годом роль *Soft skills* в процессе профессионального развития специалистов возрастает, что отмечают не только исследователи, но и работодатели, особенно руководители крупных компаний.

Комплекс компетенций, необходимых для успешного карьерного роста, и с учетом требований работодателей представлены на рисунке (См. Рисунок/ «*Hard u Soft skills*»).

HARD И SOFT SKILLS



Рис. 1

Процесс выстраивания системы подготовки высококвалифицированного специалиста в современном мире, с одной стороны, становится все более совершенным. Это происходит за счет появившихся возможностей обмена информацией, дающей доступ к различным областям науки и сфер жизнедеятельности в реальном времени не только с помощью переписки, но и с помощью аудиовизуального контакта, который трудно, а, зачастую, и невозможно коррелировать, и измерять. С другой стороны, процесс подготовки специалиста осложняется постоянно возрастающим объемом информации.

Этот процесс привел нас к новым революционным изменениям. «Революция 4.0» – четвертая промышленная революция – массовое внедрение киберфизических систем в производство и обслуживание человеческих потребностей, которая получила свое название от инициативы 2011 года, возглавляемой бизнесменами, политиками и учеными, которые определили ее как средство революционного изменения управления процессами и конкурентоспособности в промышленности. В 2011 году появился также термин «Индустрия – 4.0» на одной из промышленных выставок в Германии, где была обозначена необходимость широкого применения информационных технологий в производстве и жизнедеятельности. Суть этих терминов в том, что сегодня материальный мир соединяется с виртуальным, в результате чего рождаются киберфизические комплексы, объединенные в одну цифровую систему.

Вызываемые к жизни экономической целесообразностью и привлекательностью повышения качества жизни технические возможности, несут в себе риски повышения нестабильности, что, в свою очередь, приводит к необходимости изучения и понимания восприятия субъек-

тами различных сфер науки и жизнедеятельности общества с позиции синергии профессиональных и надпрофессиональных компетенций. Эти возможности и определяются *Hard skills*, но, что наиболее важно, – при наличии соответствующих *Soft skills* дают высокую *результативность!*

Каждая из сфер научных знаний существует во все более расширяющемся информационном пространстве. Но как определить границы необходимого в каждой сфере на данный момент? Как не уйти в сторону в процессе достижения цели, выражающейся в совмещении результативных знаний и условий их использования? И как, вместе с тем, найти компромисс, используя синергетический эффект их сублимации? Опасность размытия границ желаемых компетенций, в данном случае, определяется, с одной стороны, *информационной радиацией* (термин автора)¹, разрушающей весь стройный свод концентрации знаний при выходе за определённые пределы восприятия субъектом и уход в сторону от основного воплощения задачи; и поиском решения – с другой стороны.

Считаем необходимым обосновать и разъяснить введение термина «Информационная радиация». Идея и авторское право на термин принадлежат автору статьи, озвучены им и получили поддержку коллег в выступлении на круглом столе, прошедшем в рамках подготовки саммита G8 в Москве, в феврале 2014 года. В чем заключается суть термина?

Сегодня новые технологические пласты постепенно перешли к совершенно новым возможностям передачи информации различного объема. Технология стала развиваться настолько быстро, что массивы информации стали уже измеряться даже не терабайтами, а зеттабайтами – это десять в двадцать первой степени. По имеющимся данным, за последние несколько лет в десятки раз увеличился объем информации, в сравнении со всеми предыдущими тысячелетиями существования человечества². Дальше этот процесс стал прирастать социальными сетями, возможностями, появился новый термин – *User Generated Content* – обозначающий пользовательский контент, который генерируется самостоятельными участниками.

В конечном итоге, интернет, с одной стороны – колоссальный шаг вперед, великолепный инструмент коммуникаций и безусловное благо, он позволяет оставаться анонимным. А с другой – «разрушитель» многих основ и базовых принципов и навыков, он позволяет иметь доступ к любой информации «здесь и сейчас» и, тем самым, «сводит на нет» необходимость ее усваивать, запоминать или изучать. И мы сегодня видим, что современное поколение молодых, зачастую, не испытывает

¹ *Таллер В.М.* Информационная радиация // МедиаПрофи, 2014 г. URL.: <https://www.mediaprofi.org/media-info/analytics/item/2065-dfgd>.

² Указ. соч. URL.: <https://www.mediaprofi.org/media-info/analytics/item/2065-dfgd>.

потребности в получении глубоких знаний. Бытует сегодня очень распространенная фраза: «Зачем что-то учить, главное – знать, где найти», что само по себе развращает, «сводит на нет» усилия по развитию интеллекта. Там, где развит интернет, мы знаем, что очень быстро у многих работают пальцы и не очень быстро мозги, к сожалению. И только самые способные превращают возможности во благо¹.

Сегодня можно смело сравнивать новые технологии интернета с ядерной реакцией или процессом получения атомной энергии. С одной стороны, ядерная реакция или всё, что связано с процессом получения атомной энергии – это полезно, потому что на этом сегодня работают десятки и сотни электростанций источников энергии. В разумных пределах – это очень полезное для человечества открытие, технология. Но одновременно с этим ядерная реакция позволила создать атомную бомбу, облучает за счет радиации всё живое. В управляемых процессах это используется в созидательных целях, но, как правило, всё, что касается радиации, отрицательного влияния её, крайне вредно человеку и человечеству и способно убивать. По аналогии радиации с современными телекоммуникациями, сетью интернет, и был введен авторский термин – *«Информационная радиация»*, характеризующий процесс распространения и воздействия информации.

Для того, чтобы уберечь человека от отрицательного воздействия радиации необходимо ее измерять. Для этого существуют счетчики Гейгера, которые измеряют фон и уровень радиационного поля. Превышение определенных величин этого поля становится опасным и ведет к необратимому процессу облучения, лучевой болезни человека. Так если мы таким же образом – по аналогии – попробуем определить воздействие сети Интернет, как информационного пространства, на нравственные и физиологические возможности человека, то, очевидно, экспериментальным путем можно определить уровни вредного воздействия. И тогда можно, по аналогии, говорить об «информационных счетчиках Гейгера» для информационного поля.

Мы понимаем, что определенные объемы информации, превышающие допустимые, одурманивают и, зачастую, развращают, вредно влияют на здоровье, развивают те части человеческой природы, которые, в принципе, могли быть несколько другими, если бы не было Интернета и, вполне вероятно, больше вели бы к интеллектуальному развитию. Кроме того, остро стоит вопрос о нравственной составляющей вредного влияния Интернета с точки зрения его вседозволенности, с точки зрения допустимости и допуска ко всем ресурсам, что, мы понимаем, в цивилизованном обществе ведет к сложным процессам и даже к деградации². Главное в этом процессе понять, что интернет – это всего лишь инструмент и не стоит относиться к нему как к первоисточнику или

¹ Указ. соч.

² Указ. соч.. URL.: <https://www.mediaprofi.org/media-info/analytics/item/2065-dfgd>.

истине в последней инстанции. Но, если мы говорим об установлении – не обязательно единых на всей Земле, но по разным территориям или по разным ментальностям, конфессиями – допустимости того или иного объема использования интернета, его границ, видов информации, распространяемых с его помощью, и многих других факторов, связанных с ним, можно экспериментально создать «приборы» измерения.

Весь эффект процесса определения и правильного использования – в нашем случае, границ и системы поведения *информационной радиации*, заключается в том, чтобы правильно ее классифицировать, измерять и использовать в целях развития и движения к поставленной цели – в контексте нашего исследования – к цели совершенствования и созидания профессиональных и личностных качеств индивида. Важно не перейти опасную грань разрушения, а наоборот – увеличить эффективность действий субъекта за счет капитализации внешней энергии информационного мира. Информационная радиация, в нашем случае и понимании, выступает, с одной стороны, как элемент угрозы внешнего мира, но, вместе с тем, и как катализатор изменения и стимуляции совершенствования *Soft skills*, как некий барометр целесообразности, ухода в схоластику и опасную зону неэффективности и саморазрушения.

Но при этом, имеет место четкое понимание необходимости регуляции внешнего потока информации для эффективного процесса внутренних изменений и развития, совершенствования комплекса компетенций и повышения развития «гибких» навыков. По аналогии это, как увеличение КПД (коэффициент полезного действия) при продвижении в плотной среде. Например, дельфины или крупные рыбы в воде не противостоят стихии, внешним мощным потокам, они используют их в достижении своей цели, где необходимо, сливаясь с ними, используя энергию этих потоков, а где нет – уходя в сторону и переживая опасность внешнего, зашкаливающего воздействия.

Если представить, что каждая плоскость профессиональных знаний и сфер жизнедеятельности – экономика, юриспруденция, физика, химия, биология и т.д. – имеет определенные границы и глубину изучения на современном этапе, то мы понимаем, что эти границы человечество интенсивно расширяет, и стремительно осваивается в каждой из сфер с помощью современных технологий.

Способность аккумулировать знания из различных сфер, умело используя их, выстраивая механизм синергии результата, субъект может добиваться эффекта в зоне их совмещения. Не менее важное значение имеют человеческие качества, особенности и способности каждого субъекта, позволяющие применять эти знания. Данные личностные компетенции и получили название - *Soft skills*.

На данном этапе развития общества *Soft skills* рассматриваются по 10-ти основным компетенциям. Навыки, которые будут наиболее вос-

требованы работодателями в 2020 г., были озвучены аналитиками на Всемирном экономическом форуме в Давосе (2016 г.) К ним относятся:

Комплексное многоуровневое решение проблем – самостоятельное определение проблемы и всего комплекса обуславливающих ее причин и источников; выявление и устранение причины возникновения ситуации, а не ее следствий; системный междисциплинарный подход к решению задач.

Критическое мышление – сомнение в достоверности всей поступающей информации, уже существующих правил и даже своих представлений о мире; выбор в качестве основы для решений и действий фактов, а не информации.

Креативность – нестандартный подход в мышлении и поведении ко всему, постоянное осознание и творческое развитие своего опыта; инновации и моделирование на основе интегрального подхода и нелинейных решений.

Управление людьми – создание условий раскрытия творческого потенциала и максимальных достижений у окружающих людей; сочетание наличия «видения» решения ситуации и организации людей на воплощение этого «видения».

Сотрудничество – выстраивание взаимодействия с людьми на различных уровнях от обмена информацией до обмена смыслами; создание общего поля деятельности по решению задач.

Эмоциональный интеллект – распознавание эмоций и понимание намерений других людей; управление собственными эмоциями и состояниями; оказание влияния на эмоции и состояния окружающих.

Суждение и принятие решений – формирование собственного мнения и смелость в принятии самостоятельных решений и их последствий.

Клиентоориентированность – взаимодействие с окружающими и решение проблем людей на основе понимания их ценностей и потребностей.

Умение вести переговоры – коммуникация с позиции переговорного процесса, направленного на долгосрочное сотрудничество; убедительное донесение своей позиции через вербальные и невербальные техники с учетом специфики и интересов второй стороны переговоров.

Когнитивная гибкость – оперативное переключение с одной мысли на другую, а также обдумывание нескольких идей и задач одновременно.

Эффективный поиск работы – активное применение в поиске работы различных методов для реализации оптимального сочетания потребностей работодателей, тенденций развития профессиональной сферы и собственных навыков и целей¹.

¹ Новицкая Е.Н., Таллер В.М. О необходимости развития soft skills как фактора обеспечения конкурентоспособности специалиста // Современное культурно-образовательное

На самом деле, количество необходимых для успешной профессиональной карьеры личностных качеств значительно больше. Позволим себе провести аналогию с алмазом – это природная структура, несомненно отличающаяся в основе своей по составу от угля. Различные кристаллические решетки дают совершенно разный эффект и определяют назначение. Алмаз, как одна из самых твердых структур, используется в различных сферах жизнедеятельности человека и имеет очень высокую ценность, в том числе, в сфере искусства. Человечество пришло к наилучшему способу обработки алмазов – к их огранке. Классической считается огранка в 57 фальцетов (поверхностей), но может доходить и до 102, то есть классический бриллиант имеет 57 граней, форму круга, уходящего в конус, грани камня сходятся в одну точку. Это один из вариантов максимального использования алмаза при вращении в бриллиант, дающий возможность максимально использовать преломление света в природной структуре.

Если, по аналогии, принять весь объем знаний и способностей человека за природный элемент (углерод), то в зависимости от ряда условий, он может стать углем или алмазом. А вот уже при классификации его (алмаза) и, в зависимости от ряда его особенностей, из него можно сделать бриллиант – особо ценящийся и дорогой камень. Так и Soft skills – пока 10 основных, а в дальнейшем, возможно и 57 или больше будут определять ценность каждого человека в профессиональных и других сферах. И каждая из этих граней будет давать дополнительную ценность, если она направлена на созидание, достижение определенной цели.

Позволим себе обозначить типы «гибких» навыков Soft skills, необходимых для успешной профессиональной карьеры, количество и разновидность которых необходимо развивать в образовательном процессе ВУЗа в контексте профессиональной подготовки конкурентоспособного специалиста с целью его капитализации и увеличения его стоимости на рынке труда:

1. Навыки и умения, связанные с владением информационными технологиями, компьютерной и другой современной техникой, навыками работы в интернете и специализированных прикладных программах, с владением иностранными языками и др.

2. Персональные навыки и умения, включающие:

– лидерские качества (принятие решений, создание команды, организация её деятельности, разрешение конфликтов, ответственность, наставничество и т.д.);

– интеллектуальные навыки (аналитическое и логическое мышление, креативность, способность к самостоятельным аргументирован-

пространство гуманитарных и социальных наук: Материалы VIII Международной научной конференции (8 апреля 2020 г.). Саратов: Изд-во «Саратовский источник». 2020. С. 225-237.

ным суждениям, обучаемость);

– волевые навыки (целеустремленность, результативность, работоспособность, таймменеджмент, уравновешенность, стрессоустойчивость).

3. Социальные навыки – коммуникативность, нравственность, эмоциональный интеллект, эмоциональная гибкость в принятии критики, ораторские способности, доброжелательность, толерантность.

На наш взгляд, одним из наиболее важных Soft skills, является эмоциональный интеллект. *Эмоциональный интеллект* – измеряемая способность человека, определяющая эмоции, интерпретирующая значение эмоций, а также использующая их для продуктивного мышления и оптимального решения проблем. В 1990 году П. Сэловей, Дж. Майер и Д. Карузо ввели понятие и предложили психологическую концепцию *эмоционального интеллекта* (Emotional Intelligence (EQ)). Эмоциональный интеллект – это определенная группа способностей, которые приводят к пониманию, как собственных эмоций, так и эмоций окружающих. Обычно выделяют четыре основные составляющие EQ: самосознание; самоконтроль; социальная чуткость; управление отношениями. Наравне с высоким уровнем IQ успешные люди, обладают высоким уровнем EQ – эмоциональным интеллектом. Они, зачастую, являясь лидерами и руководителями по своей сути, не эффективны как исполнители, но зато умеют делегировать полномочия, принимать решения и брать на себя ответственность^{1,2}.

Ну и конечно специалист будущего должен иметь компетенции для работы в международном пространстве, владеть иностранными языками, понимать другие культуры и глобальные правила игры, обладать партнерскими навыками, умением коммуницировать, быть частью команды и работать с большими объемами информации. А фундамент любого инновационного специалиста, его метакомпетенции – это системное и алгоритмическое мышление, быстрая обучаемость, навыки саморазвития и саморегуляции.

Как мы видим, обозначенный комплекс компетенций не ограничивается рамками десяти предложенных на Давосском форуме. Современная социально-экономическая ситуация диктует новые жесткие требования их наращивания, формирования и саморазвития. Уйдёт в прошлое значение фундаментальных теорий. Они будут расширены Wiki-сборкой картины мира («Открытые системы»). Наиболее востребованными и успешными будут не менеджеры широкого профиля, а специалисты, которые способны формулировать задачи, находить оп-

¹ Salovey P. Emotional intelligence, stress reactivity, and symptom reports: Further explorations using the Trait Meta-Mood Scale / P. Salovey, L.R. Stroud, A. Woolery, E.S. Epel // Psychology and Health. - №17 (5). - P. 611-627;

² Brackett M. A., Salovey P. Measuring Emotional Intelligence with the Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT) // Measurement of Emotional Intelligence / Ed. by G. Geher. Hauppauge, NY: Nova Science Publishers. 2004. P. 105–150.

тимальные решения, создавать команды и управлять ими.

Уже сейчас в современном мире ученые выделяют специалистов, обладающих «клиповым» мышлением, с их особенностями обработки информации. При все ускоряющемся развитии цифровых технологий и скорости обмена, быстрое действие выходит на одно из первых мест в достижении успеха специалистами. По прогнозам в верхнюю часть списка управленцев и руководителей будут входить специалисты, обладающие клиповым мышлением, но, вместе с тем, владеющие и навыками аналогового, аналитического мышления, незаменимыми при постановке задач и создании команд, способных их решать. Особую роль в подборе членов команды начинает играть процесс взаимодополнения специалистами друг друга, в зависимости от наличия у них определенных Soft skills, Hard skills и психофизических возможностей сотрудничества, а также – единой парадигмы понятий и базовых знаний, в том числе владения различными языками. Безусловно, данное предположение требует более тщательного анализа и исследования, что мы планируем сделать в ближайшей перспективе.

По мнению экспертов, будущее – это не просто продолжение прошлого и настоящего. Будущее формируется нами и зависит от прилагаемых усилий! Будущее вариативно, оно зависит от решений участников и заинтересованных сторон. Есть области, по отношению к которым можно строить прогнозы, но в целом будущее нельзя предсказать достоверно. Можно подготовиться к такому будущему, какое мы хотим видеть или самим подготовить его. Самое главное правило современного мира – нельзя одновременно получить знания на всю жизнь. Постоянное обучение и развитие дает шанс успеть, не отстать, удержаться на «гребне волны», увидеть мир по-своему, добиться успеха.

Мы считаем, что необходимый для этого потенциал заложен в Soft skills, так называемых «гибких» навыках. Навыки Soft skills важны как на работе, так и в жизни. Основная часть этих навыков используется для достижения поставленных целей. И чем выше человек поднимается по карьерной лестнице, тем большую роль играют его социальные навыки, а профессиональные отходят на второй план. Поэтому, как показывают экспериментальные исследования, более чем 70 % тренингов и различных курсов ориентируются на освоение навыков Soft skills. В профессиональной сфере успех человека примерно на 85 % зависит от «гибких» компетенций, и на 15 % от «твердых», поэтому часто на собеседовании просят пройти тесты или задают вопросы, которые измеряют не Hard skills, а возможности их применения и использования при достижении результата. Не сформированные навыки Soft skills могут не дать возможности карьерного роста специалиста, который в совершенстве обладает профессиональными компетенциями. Высокий уровень Soft skills повышает конкурентоспособность и стоимость специалиста на рынке труда.

Необходимо отметить, что значимость вышеназванных крупных групп компетенций (Hard и Soft skills) очевидна, так как Hard отвечает на вопрос «Что нужно делать?», а Soft – «Как это можно сделать наилучшим образом?». На принципе неразделимости Hard и Soft skills построена специфика обучения в бизнесе. Одни компании при наборе сотрудников делают ставку на Soft skills, понимая, что человек, который может быстро обучаться, будет схватывать необходимые навыки налету. Другие же компании сначала акцентируют внимание на профессиональных навыках, понимая, что Soft skills человек сможет развить в процессе работы, выполняя задания и реализуя проекты. Эффективность и целесообразность этих действий определяются требованиями к конкретным должностям в структурах компании.

Несомненным остается тот факт, что для успешного достижения поставленных целей, необходимо постоянное развитие, совершенствование и самосовершенствование названных компетенций. Грамотное использование в профессиональной деятельности сформированных Soft skills и Hard skills, знаний и способностей, а также стремительно развивающихся технологических возможностей обеспечит специалисту высокий уровень конкурентоспособности и достаточно высокий показатель стоимости на рынке труда.

Литература

- *Ананьева Т.* Десять компетенций, которые будут востребованы в 2020 году [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tananyeva.com/single-post/>.
- *Бацунов С.Н., Дереча И.И., Кунгурова И.М., Слизкова Е.В.* Современные детерминанты развития soft skills // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2018. № 4. С. 198–207. URL: <http://e-koncept.ru/2018/181018.htm>.
- *Brackett M. A., Salovey P.* Measuring Emotional Intelligence with the Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT) // Measurement of Emotional Intelligence / Ed. by G. Geher. Hauppauge, NY: Nova Science Publishers. 2004. P. 105–150.
- *Гоулман Д.* Эмоциональный интеллект. – М.: АСТ. 2009.
- *Гоулман Д., Бояцис Р., Макки Э.* Эмоциональное лидерство: искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. М.: Альпина Бизнес Букс. 2008.
- *Иволина А.И., Чуланова О.Л., Давлетишина Ю.М.* Современные направления теоретических и методических разработок в области управления: роль soft skills и hard skills в профессиональном и карьерном развитии сотрудников // Интернет-журнал «Науковедение». 2017. №1. С. 1-18 [Электронный ресурс]. URL: <http://naukoveendie.ru/PDF/90EVN117.pdf>.
- *Lippman L.H., Ryberg R., Carney R., Kristin A.* Workforce connections:

- key “soft skills” that foster youth workforce success: toward a consensus across fields. – Child Trends Publication, 2015.
- Meyer B.B. Emotional intelligence: A theoretical overview and implications for research and professional practice in sport psychology / B.B. Meyer, T.B. Fletcher // Journal of Applied Sport Psychology. 2007. №19. P. 1-13.
 - Mayer J. D., Salovey P., Caruso D. R., Sitarenios G. Measuring Emotional Intelligence with the MSCEIT V2.0 // Emotion. 2003. V. 3. № 1. P. 97–105.
 - Mayer J. D., Salovey P., Caruso D. R. Mayer–Salovey–Caruso Emotional Intelligence. Intelligence Test (MSCEIT) User’s Manual. Toronto, Canada: MHS Publishers, 2002.
 - Новицкая Е.Н., Таллер В.М. О необходимости развития soft skills как фактора обеспечения конкурентоспособности специалиста // Современное культурно-образовательное пространство гуманитарных и социальных наук: Материалы VIII Международной научной конференции (8 апреля 2020 г.). Саратов: «Саратовский источник». 2020. С. 225-237.
 - Salovey P. Emotional intelligence, stress reactivity, and symptom reports: Further explorations using the Trait Meta-Mood Scale / P. Salovey, L.R. Stroud, A. Woolery, E.S. Epel // Psychology and Health. №17 (5). P. 611-627.
 - Salovey P., Mayer J. D. Emotional intelligence // Imagination, Cognition, and Personality. 1990. V. 9. P. 185–211.
 - Таллер В.М. Информационная радиация // М: МедиаПрофи, 2014. URL: <https://www.mediaprofi.org/media-info/analytics/item/2065-dfgd>.
 - Шипилов В. Перечень навыков soft-skills и способы их развития. [Электронный ресурс]. URL: https://www.cfin.ru/management/people/dev_val/soft-skills.shtml.

Поступила в редакцию 17 мая 2020 года.

SUMMARY

75th Anniversary of the Great Victory

D. Guseynov

To Remember Everything! Political Elite of the West Trying to Rewrite History, Indulging Their States into Memory Warfare with Russia

The history of each nation is marked by such events that predetermine its future for many years ahead. Maybe forever. For a Frenchman — it is the Bastille Day, for an American — the Constitution Day, for the British and Japanese — the monarch coronation. For a Russian man, as it so happened, many historical events are connected with blood and losses. In the modern history this is revolutions of 1905 and 1917, the civil war. In the contemporary history — collapse of the USSR, birth of a new Russia. For a great number of young Russians, however, the dramatic events of 1991—1993 having shaken and changed the country are simply a page from a history book, which, on top of that, has been rewritten more than once during the recent years. While the 22nd July 1941 is remembered by everybody.

Key words: *history looters, manipulation, Jewish political organisations, Polish question, prison system, fatal conference, major powers, propaganda warfare.*

A. P. Danilov, V. P. Komissarov

Adjustment of the Chuvash Press to Wartime Conditions 1941—1945

Media convergence is a process in the modern media industry starting in the second half of the 90s, when the mass media began developing their Internet versions. The process is associated with technical progress in data transmission and storage and leads to merger of previously separate mass media (on the basis of a web platform and/or convergent editorial office), as well as departments and units of a media company for mutual generation of content and its distribution on various media platforms. Media convergence has resulted in emergence of new mass media types and new forms of content presentation.

Key words: *editorial staff, war topic, Chuvash press, epistolary journalism, division newspapers, war correspondents, battle experience, letters, genres.*

L. A. Rechitsky

Great Patriotic war in Regional History Studies: New Topics and Concerns

Using the example of a two-volume scientific work written after studying Tula regional press system and military press system, the article presents involvement of regional units of the Russian Union of Journalists into research activities. Together

Summary

with journalist departments of regional universities, local journalist unions can perform research on current issues of the local history, thus adding new pages to the regional history studies. One of the concerns can be study of war correspondents' work during the Great Patriotic War. Students' involvement in such work will enable them to get experience on arranging and performing research, promote their scientific view of the world and patriotic spirit.

Key words: *popular science, social institution, mass media and propaganda system, functions, scientific view of the world, regional history studies, bulletin board, radio broadcasting*

Principles and Practices of the Modern Mass Media

V. V. Kravtsov

Russian TV: Methods of Manipulating Public Opinion

The article presents is Manipulating public opinion is an issue that became specially relevant in the XX century due to rapid development and wide spread of the mass media and two world wars and one cold one, when a chance to affect mass consciousness of people was in particular demand by leaders of the hostile states. This demand logically resulted in development of a public opinion manipulating theory by social scientists, culture and political experts from Great Britain, USA, Germany, France, USSR/Russian and other countries. In XXI century the idea of using the mass media to influence people's minds has become even more popular, which to a large extent is caused by development of the Internet (and, respectively, emergence of the Internet mass media) and by audience's chance to read materials of traditional printed, radio and television media online. New scientific research works on manipulations are being published, generalising previous experience and proposing revised views of familiar events and new classifications of manipulation methods and techniques.

Key words: *manipulation, mass media, television, programme, plot, method.*

A. A. Fomin

Proposed Law on Combating Information Deception: New Restriction of the Journalist's Work in the Ukraine

The article is dedicated to analysis of the draft law On Combating Information Deception regarding restriction of the freedom of speech. The draft law was presented by the Ministry of Culture, Youth and Sports in January 2020. Officially, the document was developed for protection of the Ukrainian information space and ensuring balanced presentation of information and political diversity. Opposing to the government positive representations, however, the research shows that the draft carries a threat of total and subjective restriction of the freedom of speech in the

country. Firstly, there may be created a complex bureaucratic procedure of control over the freedom of speech — by forming an institution of the special commissioner for communication, who will assess content truthfulness, sue the mass media and eventually block content. All this can happen in addition to already broadened powers of the National Committee for Television and Radio Broadcasting and free treatment of the administrative and criminal law by law-enforcement authorities in investigation of journalists' cases. Secondly, if passed, the draft law will establish journalists' segregation into non-professionals and professionals. The latter will get more protection and rights from the state, but will have to follow the rules of the state-driven Association. Thirdly, the wording of such concepts as information deception and assignment of a professional journalist status in the draft is vague, which bears a threat that the law could be used for crackdown on independent mass media. Scientific methods used in writing the article: comparison, analysis, deduction.

Key words: *freedom of speech, media, draft law, Internet, restrictions.*

V. I. Shtepa, B. P. Pastukhova

Approaches to Popularisation of Science. Comparative Functional and Stylistic Analysis of Journalistic Texts

The article presents comparative functional and stylistic analysis of texts in popular science periodicals dedicated to the same scientific event. The analysts show how the text, its functional and stylistic features change depending on concepts of the journal and author of the article.

Key words: *popular science article, popularisation of science, functional stylistics, popular science journal*

Mass Media and Society

E. Ya. Dugin

Trust to the Mass Media in Times of Post-truth Politics

The article analyses the phenomenon of trust as a system attribute of information and communication processes. The concept itself, as well as stages of trust to Russian media, use of trust in politics and in digital development of media systems are presented. The article detects basic factors and conditions affecting enhancement of institutional trust in society and social and economic development of the state under the conditions of digital transformations in times of post-truth politics and crisis caused by COVID-19 epidemic.

Key words: *trust, authorities, mass media, society, digital transformations, verification of data, times of post-truth politics.*

A. V. Chernyak

Whose Word Has More Weight?

Words. An enormous number of them is pronounced every day. But it is not just any word that reaches out to a person, a great many of them flow over. A newspaper word has the same fate. At the same time the press is an active participant of all events. It leaves its mark in the human history every day. But why do some words move people to actions, while other ones stay just a mere sound? The reasons are plenty. But to understand why, each specific case should be considered. This article is dedicated to the reasons, why the Bolshevik printed word turned out to be more convincing than that of their opponents during the Civil War.

Key words: *power of the word, Civil War, journalism, Bolshevik print, White movement, NEP, print crisis.*

Sociology of Mass Communications

L. A. Kokhanova, T. S. Alekseeva, S. B. Golovko, Yu. E. Cheresheva

Analysis of Media Factors in Military Conflict Covering

The article presents impact of various media factors on the audience in the course of covering military conflicts. The subject matter is influence of rational and emotional components of a war or military conflict media image on different target audiences. The sociological research results helped answering a number of important questions and led us to conclusion that the emotional factor prevailing the rational one in shaping of a war or military conflict image in the mass press creates a stressful situation in the society, among young people in particular. As a result, this becomes a major cause of an information trauma, which makes implementation of information safety programmes an urgent matter, both for each individual and for the society in general. The key point of such programmes should be training of journalists creating the media image of war. Their expertise will enable them to prevent or minimise the information trauma.

Key words: *media space, war, military conflict, emotional and rational components, media images.*

Media Education

V. M. Taller, E. N. Novitskaya

On Developing a Competitive Skills Set of the Professional in the Context of

Informational Radiation

The article presents issues of university graduates' building hard and soft skills in the context of technology spreading and digitalisation of the society, so that the young professionals were adjusted to the new conditions, able to meet competition and highly valued on the labour market. Importance and competitive advantages of a specialist's having soft skills are analysed and rationalised. The author's concept of "informational radiation" is presented and justified. The author describes the use and determines the borders of the concept, its correct measurement and classification for improvement of professional and personal qualities of an individual. He underlines the importance of enhancing the efficiency of the individual's actions by capitalising the external energy of the information world as opposed to the devastating impact.

Key words: *higher education, digitalisation, graduate's competitive ability and value, informational radiation, hard and soft skills, emotional intelligence.*

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 дополнительного
профессионального образования»

<http://journalist.profruj.ru/>

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 30.06.2020

Формат 70x108/16

печатных листов 14

Тираж 500 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 >