

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КУБАНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

**Факультет журналистики
Кафедра журналистики и медиакоммуникаций**

ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ

**Материалы
Международной научно-практической
конференции**



**Краснодар
2018**

УДК 070.1 (063)
ББК 76
Г93

Редакционная коллегия:

д-р филол. н., проф., президент КСЭИ **О.Т. Паламарчук** (председатель)
д-р филол. н., проф. **В.И. Чередниченко**
д-р филол. н., проф. **К.М. Шиков**
д-р филол. н., проф. **О.А. Павлова**
канд. филол. н., доц. **Л.Н. Ефименко**
д-р филол. н., проф. **М.М. Молчанова**

Г93 Гуманитарные проблемы в контексте современности: Материалы Международной научно-практической конференции. — Краснодар: КСЭИ, 2018 – 248 с.

ISBN 978-5-91276-192-8

В сборнике представлены материалы Международной научно-практической конференции «Современная медиакартина мира: основные образы и тенденции развития» (2018, Краснодар). Рассмотрены различные аспекты медийной картины мира. Часть материалов посвящена аспектам социокультурной и художественной картины мира.

Адресуется специалистам гуманитарного профиля, преподавателям и учащимся вузов, исследователям процессов массовых коммуникаций.

**УДК 070.1 (063)
ББК 76**

ISBN 978-5-91276-192-8

© АНОО ВО «Кубанский социально-экономический институт», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Предисловие</i>	7
<i>Арпентьева М.Р. (Россия)</i>	
Медиа и тревел-терапия: психотерапевтический туризм как феномен цифровой культуры	8
<i>Аладьина Л.А. (Казахстан)</i>	
Лингвистическая безопасность медиатекста	18
<i>Вирен Г.В. (Россия)</i>	
К вопросу об оценке российской журналистики западными медиаэкспертами	22
<i>Влезько А.И. (Россия)</i>	
Информационная война между Россией и Украиной как один из сегментов современной медиакартин	36
<i>Гожев К.М. (Абхазия), Шиков К.М. (Россия)</i>	
Духовные ценности картин мира абаз-адыгского этноса	43
<i>Гожев К.М. (Абхазия), Шиков К.М. (Россия)</i>	
К вопросу об этническом сознании в социокультурном транзите	53
<i>Гожев К.М. (Абхазия)</i>	
Социокультурная идентичность абазин в контексте российского мировосприятия	65
<i>Гукасова М.М., Гукасова Э.М. (Россия)</i>	
Наращение персонализма в разных медиатекстах (по материалам общественно-политической газеты «Персона»)	75
<i>Ефанов А.А. (Россия)</i>	
Технологии фейковизации и постправдизации новостей: анализ медиапрактик	80
<i>Ефименко Л.Н. (Россия)</i>	
Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат создания современной картины мира в российских СМИ	86
<i>Коваленко А.Г. (Россия)</i>	
Советская история в творчестве Василия Аксёнова (от жанра антиутопии к постмодернистскому роману)	93
<i>Ковалёва Н.А. (Россия)</i>	
Кросс-медийные технологии: основные тенденции развития	99
<i>Котельникова А.Н. (Россия)</i>	
Эмотивная лексика как средство формирования лингвоэмоциональной картины мира ребенка (на основе текстового контента детских журналов)	103
<i>Красуля В.А. (Россия)</i>	
Praemonitus, praemunitus (Предупрежден, значит, вооружен)	112
<i>Кумпилов Т.М. (Россия)</i>	
Трансформация политико-правовой системы республики Адыгея	120

Кшондзер М.К. (Германия)	
Иосиф Бродский. Поэзия изгнания	128
Лекова П.А. (Россия)	
Контентно-аксиологическая доминанта дискурсивного анализа оппозиционной прессы Дагестана	137
Лисицкая Л.Г., Молчанова М.М. (Россия)	
Прагматическая адекватность закадрового текста в аспекте культуры речи	142
Мальцева И.А. (Россия)	
Творческие интенции спортивных комментаторов Виктора Гусева и Дмитрия Губерниева	145
Мальцева И.А., Диванян А.С. (Россия)	
Интенционал и стратегия жанра: условия успеха путевого очерка в современных СМИ	153
Мальцева И.А., Краснаярова А.И. (Россия)	
Влияние конвергенции СМИ на формирование медиапространства	162
Мальцева И.А., Степанова И.Д. (Россия)	
Авторская концепция в современных журналистских материалах в федеральном и региональном телевидении	168
Мальцева И.А., Шхалахова Д.А. (Россия)	
Интернет как канал продвижения территории (инструмент SMM) на примере города-курорта Сочи	176
Молчанова М.М. (Россия)	
Прагматика вербального текста в телепередаче	184
Павлова О.А. (Россия)	
Медиакультура: онтология, категории, тенденции	188
Саблина Т.А. (Россия)	
Механизмы саморегулирования в системе массовых коммуникаций	208
Сомова Е.Г. (Россия)	
Инновационные речевые процессы в структуре массмедиа	214
Чердниченко В.И. (Россия)	
Духовный подтекст современной медиакартины мира	220
Цховребова З.И. (Южная Осетия)	
Августовская агрессия и признание Россией независимости Южной Осетии сквозь призму СМИ: последствия и уроки	227
Шиков К.М. (Россия)	
Географический детерминизм и исторический процесс: «Поэтика предначертания»	232
Щербакова Н.И. (Россия)	
К проблеме методологии освещения современной картины мира массмедийным пространством XXI века	240

THE CONTENT

<i>Preface</i>	7
<i>Arpentieva M.R. (Russia)</i>	
Media and travel therapy: psychotherapeutic tourism as a phenomenon digital culture	8
<i>Aladina L.A. (Kazakhstan)</i>	
Linguistic security of media text	18
<i>Viren G.V. (Russia)</i>	
Specificity of western media experts' assessment of Russian journalism ...	22
<i>Vlezko A.I. (Russia)</i>	
Information war between Russia and Ukraine as one of the segments modern media picture	36
<i>Gozhev K.M. (Abkhazia), Shikov K.M. (Russia)</i>	
Spiritual values of pictures of the world of the Abaza-Adyghe ethnos.....	43
<i>Gozhev K.M. (Abkhazia), Shikov K.M. (Russia)</i>	
The problem of ethnic consciousness in socio-cultural transit	53
<i>Gozhev K.M. (Abkhazia)</i>	
Socio-cultural identity of Abazin in the context of the Russian perception	65
<i>Gukasova M.M., Gukasova E.M. (Russia)</i>	
Increase of personalism in different media texts (based on materials socio-political newspaper «Persona»).....	75
<i>Efanov A.A. (Russia)</i>	
Faking and post-truthing technologies of news: media practices analysis	80
<i>Efimenko L.N. (Russia)</i>	
Multimedia longrid as a new journalist format of creating the contemporary picture of the world in the Russian media	86
<i>Kovalenko A.G. (Russia)</i>	
Soviet history in Vasiliy Aksenov's novels (from genre of anti-utopia to postmodernism novel).....	93
<i>Kovaleva N.A. (Russia)</i>	
Cross-media technologies: main trends of development	99
<i>Kotelnikova A.N. (Russia)</i>	
Emotive lexico as a means of forming the lingu-emotional picture of the world of the child (based on the text content of children's journals).....	103
<i>Krasulya V.A. (Russia)</i>	
Praemonitus, praemunitus	112
<i>Kumpilov T.M. (Russia)</i>	
Transformation of the political and legal system of the Republic of Adyghea.....	120
<i>Kshondzer M.K. (Germany)</i>	
Joseph Brodsky. Poetry of Exile.....	128

<i>Lekova P.A. (Russia)</i>	
The content-axiological dominant of discursive analysis of the opposition press in Dagestan	137
<i>Lisitskaya L.G., Molchanova M.M. (Russia)</i>	
Pragmatic adequacy of offscreen text in the aspect of a culture of speech	142
<i>Maltseva I.A. (Russia)</i>	
Creative intentions of sports commentators Victor Gusev and Dmitry Guberniev	145
<i>Maltseva I.A., Divanyan A.S. (Russia)</i>	
Intensive and strategy of the genre: the conditions for the success of the travel essay in modern media	153
<i>Maltseva I.A., Krasnoyarova A.I. (Russia)</i>	
Author's concept in modern journalistic materials in federal and regional television broadcasting	162
<i>Maltseva I.A., Stepanova I.D. (Russia)</i>	
The influence of media convergence on the formation of the media space.....	168
<i>Maltseva I.A., Shkhalakhova D.A. (Russia)</i>	
Internet as a territory promotion channel (SMM tool) on an example of Sochi resort city.....	176
<i>Molchanova M.M. (Russia)</i>	
The pragmatist of the verbal text in the telecast.....	184
<i>Pavlova O.A. (Russia)</i>	
Media culture: ontology, categories, trends	188
<i>Sablina T.A. (Russia)</i>	
Mechanisms of self-regulation in the mass communication system	208
<i>Somova E.G. (Russia)</i>	
Innovative speech processes in the structure of the mass media	214
<i>Cherednichenko V.I. (Russia)</i>	
Spiritual subtext of the world's modern media picture	220
<i>Tskhovrebova Z.I. (South Ossetia)</i>	
August aggression and Russia's recognition of independence South Ossetia through the prism of the media: consequences and lessons	227
<i>Shikov K.M. (Russia)</i>	
Geographical determinism and historical process: «Poetics of predestination».....	232
<i>Shcherbakova N.I. (Russia)</i>	
Methodology problem of studying the modern picture of the world by the massmedia space of the XXI century	240

ПРЕДИСЛОВИЕ

В настоящем сборнике опубликованы материалы очно-заочной Международной научно-практической конференции «Современная медиакартина мира: основные образы и тенденции развития», состоявшейся 20 апреля 2018 г. по инициативе кафедры журналистики и медиакоммуникаций в Кубанском социально-экономическом институте.

Помимо докладов, посвящённых образам и тенденциям современной медиакартины мира, Оргкомитет конференции получил целый ряд материалов, касающихся тех или иных аспектов художественной картины мира. Их также решено было напечатать в данном сборнике, поскольку современный период характеризуется, как уже было отмечено, типологическим схождением риторических принципов текстообразования в пространстве медиа и в мире литературы (И.В. Силантьев). Нельзя не отметить также работ, затрагивающих различные аспекты социокультурной картины мира, которая активно взаимодействует на современном этапе с медийной картиной мира.

Принцип расположения публикуемых материалов – алфавитный (по фамилиям авторов). Мнение редколлегии не всегда совпадало с мнениями авторов. Ответственность за аутентичность цитат несут авторы публикаций.

Оргкомитет выражает надежду на то, что сотрудничество специалистов журналистского профиля с представителями других гуманитарных направлений в изучении актуальных проблем гуманитарных наук будет достаточно эффективным.

**Оргкомитет конференции
Редколлегия сборника**

М.Р. Арпентьева (Россия),
доц. Калужского гос. ун-та
им. К.Э. Циолковского, д-р психол.н.

МЕДИА И ТРЕВЕЛ-ТЕРАПИЯ: ПСИХОТЕРАПЕВТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ФЕНОМЕН ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

MEDIA AND TRAVEL THERAPY: PSYCHOTHERAPEUTIC TOURISM AS A PHENOMENON DIGITAL CULTURE

Аннотация. В статье предпринят комплексный анализ феномена тревел-терапии как явления цифровой культуры постиндустриального общества. Виртуальное путешествие трактуется как форма психотерапевтического взаимодействия и реализации ксенопсихотерапевтических отношений.

Abstract. In article the complex analysis of a phenomenon of a travel therapy as the phenomena of digital culture of post-industrial society is undertaken. The virtual travel is treated as a form of psychotherapeutic interaction and realization the ksenopsikhoterapevticheskikh of the relations.

Ключевые слова: цифровые кочевники, туризм, психотерапия, тревел-терапия, психотерапевтический туризм, ландшафтная аналитика.

Keywords: digital nomads, tourism, psychotherapy, travel therapy, psychotherapeutic tourism, landscape analyst.

Современный мир – мир «цифровых кочевников» (номад) породил новое направление психотерапии и вместе с тем туризма – тревел-терапию. Истоки тревел-терапии лежат в древности: люди издавна прибегали к путешествиям, особенно к паломничествам, в целях духовного, душевного и физического оздоровления и исцеления, развития и преодоления его кризисов. Психотерапевтические возможности путешествий известны давно: путешествие, по мнению многих мудрецов, философов, священнослужителей, может быть весьма преобразующей практикой [2; 5; 9; 10; 13]. Особенно это верно потому, что, несмотря на привычку большинства жителей Земли к оседлой форме жизни, люди стремятся хотя бы какое-то время – обычно время рекреации – отдавать путешествиям, инстинктивно востребовав тот оздоровительный потенциал, с которым оно связано. В век цифровых технологий, когда наблюдается «реванш» кочевого образа жизни и человек становится менее привязан к одному месту жительства, путешествия становятся все более привычными, в том числе – в виртуальной форме. Путешествующий человек – человек, ищущий новую личностную и социальную идентичность, а также, возможно, новые связи и отношения с людьми и миром. Существует несколько понятий в этой

сфере, например, «психологический / психотерапевтический туризм», который близок и понятиям туризма эзотерического и туризма медицинского [8]. Работы в этой области начаты самими путешественниками и «цифровыми номадами». Это понятие связано с тем, что сегодняшний путешественник ищет особых, аутентичных переживаний и представлений, а не просто просматривает потрясающие сайты, книги или пускается в реальное путешествие. Современные исследователи стремятся к тому, чтобы путешествие стало погружением в культуру, достижением мудрости и к лучшему пониманию людей, времен и мест. Истинный смысл путешествия постигается в полном погружении в местное общество, культуру. Опыт привычной, повседневной и чрезмерно «реальной» жизни побуждает людей путешествовать и объединять культуры, открывая чудеса мира и переживая удивительные события, возникающие, когда соприкасаются и сливаются разные культуры, разные опыты, миры [8; 18].

Некоторые люди становятся «цифровыми кочевниками», однако некоторым «достаточно» даже небольшого путешествия, в котором человек переживает опыт поддержки, включенности, надежды, что показывает интересная работа М. Чавеса [14]. М. Чавес, «Levee», является создателем «терапии метро» (the subway therapy) – захватывающего проекта, реализующегося на станциях метро Нью-Йорка. Веря в психотерапевтическую силу общения, он создал проект, позволяющий людям развивать общение для того, чтобы поддерживать друг друга. «Терапия метро» работает как напоминание о том, что человек не одинок в своей боли, его горе и его переживания и представления, его борьба с обстоятельствами поддерживаются коллективной надеждой тех, кто считает, что будущее будет лучше настоящего. Переживание инклюзивности (включенности в мир) и надежды (на добрые перемены) – суть «признаков надежды» М. Чавеса. Якобы отчуждённые и самодовольные жители Нью-Йорка и посетители города были приглашены им размещать на маленьких клочках бумаги – стикерах – свои искренние и правдивые, вдохновляющие и поддерживающие заметки о том, что жизнь трудна, но трудности можно преодолеть, о том, как можно освободиться от стремления к депрессивному (само)оплакиванию – оплакиванию себя и иных «слушающих людей без слуха», о том, как стать счастливыми. Метод аккумулирует целебный потенциал общения вполне обычных людей, выражающих себя, свои представления и переживания, их палитру как палитру жизненных миров, опытов. М. Чавес, назвав себя «Levee» – тот, кто поддерживает «психологический всплеск» города, появился в метро с наборами ярких стикеров для заметок [14]. «Выразите себя», – сказал он прохожим. Реакция посетителей метрополитена была поистине «взрывной»: М. Чавес превратил подземный лабиринт метро, в котором жители часто чувствуют себя потерянными, отчужденными и не-

счастливыми, в общественное пространство творчества, известное под названием «терапия метро». Более глобальный подход предлагает Гр. Диел [15]. Рассматривая путешествие как трансформацию, Гр. Диел устанавливает новые акценты путешествия, в том числе «новый стандарт для цифрового движения кочевников». Он описывает свой собственный путь и показывает, как парадигмы и системы представлений и переживаний управляют человеком и влияют на его повседневную жизнь – и, самое главное, он объясняет, как путешествие может помочь оставить свое прошлое позади, освободиться от человека, которого человек считает собой, и сформулировать правильные вопросы, чтобы помочь ему узнать свою истинную суть. С новой идентичностью, достигнув большего согласия с самим собой, человек создает новый мир. Идея трансформирующих путешествий предлагает мотивирующий подход к жизни и для тех, кто чувствует себя задушенным обычной жизнью, он показывает, что вещи, которые действительно имеют значение для человека, часто могут быть доступны и приняты только тогда, когда человек выходит за пределы своей обычной жизни и опыта, когда уходит от известного. Путешествие-трансформация противоречит идее стремления к достижению психологического комфорта благодаря «побегу». Преобразование не является сначала и все время путешествия исключительно комфортным или приятным занятием, но оно – необходимый процесс достижения осознания и «выгод» самоценной жизни. Выходя из привычной «зоны комфорта» в исследование мира, живя в течение более или менее длительного периода в мире без привычных ограничений и запретов, а также без привычных предписаний, возможностей, человек приходит к переживанию и осознанию столкновения, различий культур. В результате это означает возможность серьезных перемен и чудес для путешественника [17].

Ещё одно понятие – «ландшафтная аналитика»: психотерапевтическое путешествие, которое предполагает технически двухдневный или более длительный поход по определенному маршруту, в ходе которого участникам открывается их «внутренний ландшафт», а физические объекты, такие как поле, лесная чаща или подземелье, становятся символами закоулков души и проводниками в заповедный внутренний мир. Работы здесь ведутся собственно психологами и психотерапевтами, социальными и медицинскими работниками. Теоретически этот метод «лежит на границе аналитической психологии, транзактного анализа и терапии творческим самовыражением. В нем слышны отголоски архаических инициаций» [3. С. 1]. Программа включает индивидуальные и групповые тренинги на природе, например, с помощью техник направленного фантазирования и направленного аффективного воображения, терапией творческим самовыражением (ТТС) и применением принципов и подхода экзистенциально-

инициальной психотерапии К. Дюркхайма. Путь и время в ландшафтной аналитике дают человеку опыт пограничных, переходных состояний – инициаций и трансформаций в относительно безопасной и спокойной форме [3; 4]. Путешествие также связано с переходами и осознаниями и переживаниями границ жизни, с неадаптивной активностью личности. Наиболее частые запросы клиентов этого рода психотерапии таковы: проблемы в отношениях и проблемы с их отсутствием, разнообразные кризисы (когда человек понимает, что либо он, либо его окружение изменилось настолько, что надо что-то менять, а что именно менять и как – непонятно), в том числе с психосоматическими проявлениями у тех, кто пропустил первые, неявные, сигналы о том, что пора меняться; желание развиваться и лучше понять себя. В России изучением и исследованием этого метода занимаются В.А. Петровский, С. Березин и Д. Исаев, а также ученики А.С. Спиваковская, А. Белорусец и Ю. Конопельцева. Метод рекомендуется психологам, психотерапевтам, культурологам, педагогам, социальным работникам, реабилитологам. Описывая свой метод, авторы отмечают, что «Победа Эдипа над сфинксом ознаменовала собой победу профанного над сакральным, мирского над священным. Победа эта обернулась в конце концов торжеством общества массового потребления, все больше и больше вытесняющего на периферию жизни не только духовность, но и душевность. В современном мире психотерапия перестает быть только лишь сферой медицинской или социальной практики, она постепенно становится культуральным явлением, оппозиционным прагматизму и коммерциализации общества массового потребления» [4. С. 109]. Они пишут также, что «ландшафтная аналитика – это трандисциплинарная психотерапия, элементом которой является освоение человеком запечатленных в гипертексте культуры смыслов посредством переживания ландшафтных объектов. Однако цель ландшафтной аналитики не только в том, чтобы привлечь внимание к духовным ценностям, неизвестным подавляющему большинству людей, но и в том, чтобы дать его участникам возможность столкнуться с тем содержанием своей душевной жизни, которое по тем или иным причинам остается вне осознания в процессе нашей повседневности» [4. С. 11-12]. Суммируя свои исследования в этой области, С. Березин и Д. Исаев отмечают, что «Ландшафт и его компоненты были той исходной природной данностью, которая в процессе возникновения и развития человеческого сознания семантизировалась и мифологизировалась. «Обрастая» смыслами, ландшафтные объекты обретали свое бытование в культуре, а, значит, и свое бытие в культурно обусловленном сознании человека. Воспринимая ландшафт и его элементы, человек проецирует на него свою субъективность. Однако, очевидно, что содержание проекции если не полностью, то хотя бы отчасти, определяется воспринимаемым ландшафтным объектом. Вернее, теми

культурными смыслами, которые с ним сцеплены» [4. С. 89]. Они называют поэтому данные ландшафтные объекты смыслопорождающими. В широком смысле к смыслопорождающим можно отнести все ландшафты. При этом «чем выше напряжение контакта с ними, тем выше вероятность возникновения у человека особых психических феноменов, которые обеспечивают психотерапевтические эффекты. Важнейшим условием таких изменений является рефлексия разнообразных границ, отношения к ним, и тех состояний, которые при этом возникают». Рефлексия границ, отношения к ним, а также возникающих на границе, до и после границе состояний, состояний в процессе контакта с ландшафтными объектами, формируют или отражают ту или иную позицию по отношению к природе и к культуре, к обществу и к себе самому, «пребывание человека на границе есть ни что иное, как пребывание в условиях неопределенности. Осмысленная неопределенность чревата свободным и ответственным действием. Совершающий такое действие не только снимает для себя тревогу неопределенности, но и подвигает себя за пределы границы» [4. С. 107]. Раздвигая за счет своих собственных усилий пространство и время возможностей, человек становится подлинным автором своей жизни. Однако он также постигает и «авторство» мира, соавторство с ним, диалог. «Границы не только разделяют, но и соединяют, и определяют отношения сущностей. В этом смысле вполне можно говорить о медиативной функции границы» [4. С. 107-108].

Близко к этому, в том числе претендует на более общее, третье понятие – тревел-терапия (travel therapy) [7; 19]. Тревел-терапия (или психотерапевтические путешествия), «основанная» Э. Кроу, становится все более популярной: это простой способ, позволяющий трансформировать накопленный опыт, получить новый и перевести отношения на более высокий качественный уровень, укрепляя идентичность человека и его отношения. Э. Кроу полагает, что благодаря путешествиям психологическое восприятие времени ускоряется и ускоряет течение психологических процессов, переживаний и представлений, ускоряет изменения и делает их более легкими: «За одно недельное приключение в экзотическом месте можно испытать гораздо больше, чем за год просиживания у себя дома и в офисе перед компьютером по 40 часов в неделю...» Г. Миллер сказал: «Иногда перемещение – это не точка в пути, а новый способ видеть вещи». Дж. Стейнбек выразился еще более емко: «Не люди делают путешествия, а путешествия делают людей». Это не просто путешествие ради самого путешествия, во многом более духовное путешествие всегда должно происходить в сочетании с психотерапией [7. С. 1]. Поскольку исцеление и внутренний рост произошли, поскольку человек может вернуться домой, психологически уже преодолев проблемы. Основная идея Э. Кроу «заключается в супервизии путешествия, действующей

как катализатор исцеления с помощью организации определенных новых опытов, упакованных в короткий промежуток времени» [7. С. 1]. Кроме того, «дополнительное преимущество travel therapy состоит в том, чтобы помочь расширить возможности людей, предлагая им чувство собственной значимости, полноты жизни и выполненного долга. Поездка – это жизнеутверждающее событие, где человек может сказать «Да! Я сделал это. Я был успешен. Я достиг чего-то» (помимо того, что, очевидно, временно физически избежал токсичной ситуации)» [7. С. 1]. «Дорога, — писал С.Т. Аксаков, — сосредоточивает ... мысли и чувства в тесный мир дорожного экипажа, устремляет ... внимание сначала на самого себя, потом на воспоминание прошедшего и, наконец, на мечты и надежды — в будущем; и все это делается с ясностью и спокойствием, без всякой суеты и торопливости" [1. С. 120]. Согласно К. Рубинштейн (С. Rubinstein), у многих людей мотивом путешествий служит для них желание побыть одному, чтобы «лучше узнать себя» и подумать о своих проблемах. Прежде всего, надеются таким образом решить свои проблемы: крах отношений, неудовлетворенность профессией и пр. [16]. Тревел-терапия наиболее демократична: опыт путешествия используется, чтобы получить представление о своих ценностях, убеждениях, переживаниях, желаниях и потребностях и/или многих других аспектах жизни. Для некоторых людей она может предполагать ведение журнала или ведение письменного дневника или блога наблюдений, выполнение упражнений или включенность в целую программу развития или реабилитации. Для других людей, как показали многочисленные зарубежные исследования, в том числе интервью с людьми в разных странах мира, психотерапия как самоисследование и исследование мира – скорее особый стиль, стиль «терапии путешествий», предполагающий сосредоточение на внутренней работе. Подобно тому, как некоторые путешественники, заинтересованные в личностных открытиях, сосредотачиваются на духовных элементах путешествия в «эзотерическом туризме», для других людей путешествие – это скорее интеллектуальный и эмоциональный опыт, опыт осознания моделей поведения и взаимодействия и т.д. Человек, путешествующий с целью самопознания, может работать один или быть частью группы. Когда путешествие групповое, то личный опыт по-прежнему является центральным, хотя маршрут и иные стороны и функции поездки обычно планируются для всех. При этом такие поездки могут сопровождать как специалисты, включая врачей-психотерапевтов, так и просто квалифицированные специалисты туристических фирм.

Человек часто испытывает потребность во «внутреннем путешествии»: мы хотим развиваться, ищем пути, как бы стать спокойнее, нивелировать последствия стрессов, приобрести больше уверенности. Человек может сделать свое географическое путешествие толчком в

путешествии внутреннем, целью которого является психологическая эволюция, оздоровление. Для того, чтобы это произошло, необходимо более ясно представлять, что он ищет внутри себя самого. Путешествие особенно помогает тогда, когда кажется, что «уже нечего терять, все что есть вокруг давно изжило себя, а нового еще не пришло»: в суете и привычках повседневности, в страдании и травмах, человек перестает слышать то, что происходит у него внутри. В поездках человек наблюдает за людьми и становится гибче и проще, начинает жить, опираясь на внутренние интенции, он не всегда знает, что с ним будет завтра и каким он вернется домой. В путешествии человек имеет возможность наконец-то сделать то, что действительно хочет и в чем нуждается, а не то, к чему обязывает его повседневная жизнь. В путешествии многие люди обретают необходимое им время и пространство самостоятельности, ответственности; путешествие становится побудителем и источником самореализации, помогает понять себя и другого: путешествие – хороший способ выяснить, любит ли человек кого-то или ненавидит ли – на самом деле. Новый опыт обогащает человека, расширяет его понимание мира, дает возможность реализовать и сформулировать фантазии и мечты [11; 12]. Исследователи выделяют несколько психотерапевтических факторов путешествия: путешествие запускает в нас процесс изменений, позволяет подготовиться психологически к новому этапу жизни и вырваться из оцепенения и застоя; учит быть готовым к неожиданностям в жизни и терпимо их переносить; открывает возможности личностного роста, изменений, самопознания, возвращает к себе; дает возможность насладиться свободой, располагать своим временем и местом жизни; это психологическая «встряска», оно стимулирует все процессы в организме, включая понимание ситуаций и принятие решений; путешествия делают переживания и сознания более яркими, расширяют «репертуар» личности, новые силы и возможности, повышают выносливость, терпение, сообразительность и предприимчивость; открывают для нас новое восприятие времени и пространства, помогают осознать суету больших городов и медлительность провинций, понять относительность мира и своей роли в нём [11]. И.Ф. Манилов пишет, что «равновесие и стабильность – лишь условные понятия. Такое представление о мире является ключевым для достижения состояния душевного равновесия и покоя. Отношение к путешествию как к процессу позволяет преодолеть иллюзию управления миром посредством некой целенаправленной деятельности. А потому, будет разумно направить свои силы на то, чтобы удачно «вписаться» в мир, а не «овладеть» им... Путешествие должно осуществляться по возможности без «культурной цензуры». Как можно меньше ограничений и лояльность ко всему новому и непривычному. Необходимо максимальное столкновение с реальностью и погружение в нее...» [6. С. 102-103].

Однако поскольку часто человек не может позволить себе путешествие, он может почитать о нем. Особенно продуктивным чтение бывает тогда, когда описание путешествия включено в описание некоторой близкой пациенту истории, то есть – художественный текст. Помимо притягательности вымысла и попыток проектирования и/или ретроспектирования жизни человека и человечества, литературно-художественные произведения о путешествиях включают попытку осмысления человеческой жизни и развития человека не изнутри его самого, привычных ему пониманий себя и мира, а извне – со стороны возможных – иных пониманий, представленных иными реальностями и существами. «Инопонимание» как «артефакт» или факт «иноземного» путешествия, в том числе путешествия космического как перемещения в «запредельное», в жизни человека и человеческого сообщества всегда связано с моментами их интенсивного развития [1; 2]. С точки зрения психологической, инопонимание – важнейший компонент и результат психотерапевтического взаимодействия, взаимодействия «Своего» и «Чужого» [5; 9; 10]. Поэтому контакт человека с иными формами, местами и временами жизни может быть рассмотрен как форма психотерапевтического взаимодействия, реализации психотерапевтических (ксенопсихотерапевтических) отношений. Примером этих отношений, несомненно, является путешествие как практика, благодаря которой люди, пресыщенные жизнью в знакомой им среде, то есть, по сути, достигшие по своим ощущениям состояния наибольшего и полного понимания себя и мира с точки зрения своей «повседневной идентичности», получают возможность «встряхнуть» себя и окружающий их мир, сменив эту идентичность на идентичность кочевника, путешественника, представителя другой культуры и другого времени и места. Насколько это удастся в каждом конкретном случае, и какие артефакты и тенденции здесь можно выделить – вопрос отдельный, но сам факт изменений очевиден: сама сложность путешествия и его традиционные цели сами по себе выступают как вариант «инициации» личности, терпящей неудобства и переживающей дискомфорт ради нового, иного понимания себя и мира. Уровень и другие характеристики «иного» существенно отличаются от окружающей человека повседневности, обращены к ответам на вопросы: «Кто мы такие?», «Что мы делаем?», «Для чего мы рождены?». Путешествующая психика – психика активно трансформирующаяся.

Ссылки

1. Аксаков С.Т. Детские годы Багрова-внука // Аксаков С.Т. Собрание сочинений в 5 тт. М.: Правда, 1966 (библиотека "Огонек"). Том 1. – Семейная хроника. 599 с.
2. Базалук О.А. Космические путешествия – путешествующая психика: курс лекций. К.: КНТ, 2012. 424 с.

3. Бардина О. Ландшафтная аналитика – психотерапия силами природы // Растем вместе. 2015. URL: <http://vmesterastem.ru/landshaftnaya-analitika-psihoterapiya-silami-prirody/> (дата обращения: 10.03.2018).
4. Березин С.В., Исаев Д.С. Ландшафтная аналитика: опыт трансдисциплинарной психотерапии. Самара: Самарский гос. университет, 2009. URL: http://psycheya.ru/lib/land_analiz.pdf (дата обращения: 10.03.2018).
5. Ванденфельс Б. Ответ чужому // Мотив чужого: сб / Науч. ред. А.А. Михайлов; отв. ред. Т.В. Щитцова. Мн.: Пропилеи, 1999.
6. Манилов И.Ф. Психотерапевтическое путешествие в одиночку // Семейная психология и семейная терапия: ежекварт. науч.- практ. журн. 2015. № 1.
7. Спиваковская В. Travel therapy (Терапия путешествий). Интервью с Энрике Кроу // Сноб. 2016. URL: <https://snob.ru/profile/28982/blog/111872> (дата обращения: 10.03.2018).
8. Флешель А. Психологический туризм. Психотерапевтические путешествия. Архетипы [Электронный ресурс, видео] // Флешель Андрою. – 2017. URL: <http://fleshel.info/2017/01/19/psihologicheskij-turizm-psihoterapevticheskie-puteshestviya-arhetipy/> (дата обращения: 10.03.2018).
9. Чужое: опыт преодоления / Под ред. Р.М. Шукурова. М.: Алетея, 1999. 384 с.
10. Шапинская Е.Н. Образ Другого в текстах культуры. М.: Красанд, 2012. 214 с.
11. Шевелева Е. Психологический эффект путешествия // Top Secret . [Электронный ресурс]. URL: <http://www.topsecret.ru/secret/psixologicheskij-effekt-puteshestviya> (дата обращения: 25.03.2018).
12. Щирская Ю. Путешествие как способ семейной терапии // Психология онлайн. [Электронный ресурс]. <http://psychology-online.ru/psihoterapija-puteshestvijami/> (дата обращения: 10.03.2018).
13. Arpentieva M.R. Digital nomadism and identity // Digital Nomadism as a Global and Siberian Trend. The Collection of Materials of the III International Transdisciplinary Scientific and Practical WEB-Conference. "Connect-Universum- 2016" (Tomsk, May 24-26, 2016). – Tomsk: Publishing House of Tomsk State University, 2017. P. 24-30.
14. Chavez M. "Levee" Signs of Hope: Messages from Subway Therapy. Bloomsbury: Bloomsbury USA, 2017. 176 p.
15. Diehl Gr. Travel As Transformation: Conquer the Limits of Culture to Discover Your Own Identity / D.J. Wright, foreword. London: Identity Publications, 2016. 170 p.

16. Ernst H. Reisen, um sich zu verziehen? Psychologie heute, 26. Jahrgang, Heft 7, Juli 1999.
17. Gur T. The Art of Fully Living: 1 Man. 10 Years. 100 Life Goals Around the World. London: Gur T., 2017. 264 p.
18. Kontis N. Going Local: Experiences and Encounters on the Road. London: Nicholas Kontis, 2016. 252 p.
19. Schaler K. Travel Therapy: Where Do You Need to Go? – New York : Seal Press, 2009. 256 p.

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ МЕДИАТЕКСТА

LINGUISTIC SECURITY OF MEDIA TEXT

Аннотация. В статье рассматривается лингвистическая безопасность медиатекста с позиций прагмалингвистики.

Abstract. The article considers the linguistic security of media texts from the perspective of pragmalinguistics.

Ключевые слова: перлокутивный эффект, коммуникативные нормы, культурная рамка общения, лингвистическая экспертиза, деонтологический кодекс журналиста, этические нормы.

Keywords: perlocutive effect, communicative norms, cultural framework of communication, linguistic expertise, journalist's deontological code, ethical norms.

Современный медиатекст невозможно исследовать вне его взаимоотношения с обществом, и, в первую очередь, с массовой аудиторией.

По мнению Л.Г. Лисицкой, «под лингвистической безопасностью медиатекста принято понимать отсутствие в его развертывании таких стратегий, которые ведут к негативным перлокутивным эффектам в сферах знаний, чувств и устремлений основного и косвенного адресата» [1. С. 30].

Главную роль в этой связи играют коммуникативные нормы, которые представляют собой сплав коммуникативных стандартов, этикетных правил и прагматических регуляторов. Во всех сферах и ситуациях общения они функционируют как модераторы процесса коммуникации. «Важной составляющей коммуникативных норм является их ориентация на ценности, существующие в данной культуре, включая этические нормы и нравственные императивы. Речь здесь идет о культурной рамке общения, выход за пределы которой характеризует коммуникативный акт, и по существу представляет собой явление дисфункции» [2. С. 126].

Культурная рамка – это система ограничений, включающая в себя так называемые культуремы – текстовые или поведенческие знаки принадлежности к данной культуре. Естественно, самой важной культуремой является сам язык, без бережного и творческого отношения к которому невозможно создать полноценный медиатекст.

К этому следует добавить, что медиатор должен владеть системой критериев для оценки продуктов своей журналистской деятельности – текстов разных типов и жанров (от информационных до ху-

дожественно-публицистических). Эта система используется им на разных этапах планирования, создания и редактирования, а также в целях предварительной лингвистической экспертизы и в случаях необходимости отвечать на иски недовольных персонажей или потребителей текстов массмедиа.

Строится она на базе взаимодействия коммуникативных норм, законодательных управлений и кодекса профессиональной этики. Соответственно и ключевые понятия при этом – оценка, норма, ценность.

Наши наблюдения над практикой современных медиа позволяют выстроить, по крайней мере, три типа коммуникативных аномалий:

- ошибки, возникающие из-за некорректного представления в медиа-тексте реального лица;
- ошибки как результат некорректного представления факта;
- ошибки, связанные с некорректным использованием культур.

Первый тип ошибок, нарушающих коммуникативные нормы по отношению к реальным людям (как правило, политических деятелей, ныне действующих и маргинальных), можно в изобилии встретить в аналитических программах, например, в таких, как «Время покажет» (ОРТ), «Центральное телевидение» (НТВ), «Воскресные «Вести»» (ГТРК Россия) и т. д.

Формируемые в наиболее обобщенном виде этические проблемы в медиасфере, а также в потребительской и политической рекламе являются одинаковыми. И касается это, прежде всего, достоверности или недостоверности распространяемых сведений и проблемы соответствия высказывания нравственным законам и законам общества в двух аспектах.

Во-первых, в характеристиках личности ее достоинство и честь могут быть сохранены или умалены, а во-вторых, словесный или изобразительный ряд текста может нарушать правила благопристойности и гуманности, провоцируя антисоциальное поведение, косвенно ведя к падению нравов.

В лингвистическом плане проблемы проявляются в намеренном, умышленном предпочтении деструктивных риторических стратегий и тактик: в избыточной и неумеренной инвективности, в манипулятивных технологиях, в неадекватных традициям и приличиям приемах именования публичных деятелей и т. д. – то есть в речевой агрессии.

С позиций функционирования системно-языковых механизмов, это неадекватный выбор эпистемической модальности текста, косвенное выражение коммуникативных намерений, неуместный выбор стилистически маркированных, особенно нелитературных единиц и др.

Правовая и этическая культура журналиста тесно взаимодействуют. Однако наряду с деонтологическим кодексом необходимо в его пределах создавать и речевой кодекс журналиста.

В настоящей статье концептуальной основой рассматриваемой проблематики является теория культуры речи, а в ней – представление об иерархии культурно-речевых норм, начиная с литературно-языковых и продолжая функционально-стилистическими, фокусируя особое внимание на этических нормах.

Не будет преувеличением сказать, что представления о ценностях и нормах медиакультуры должно изначально быть заложено в самой системе обучения журналистике. Нарушение коммуникативных норм обычно соотносят с немотивированным отклонением от коммуникативных стандартов и правил общения. Поэтому эти нормы включают в свой реестр языковые и стилистические, но наряду с этим обладают и своими специфическими параметрами.

Нарушение коммуникативных норм влечет за собой полное или частичное непонимание высказывания партнером речевого общения, т. е. неосуществление или неполное осуществление коммуникативных интенций говорящего. Обычно в лингвистической литературе их именуют «коммуникативные неудачи». Большая часть из них связана с неправильным употреблением лексики, например, терминов и профессионализмов, а также ситуация непонимания часто возникает в результате злоупотребления новым иностранным словом и т. д. Оптимальный же способ речевого общения принято называть эффективным, корпоративным, успешным, грамотным. Исследователи обращают пристальное внимание на так называемые зоны коммуникативного напряжения, так, например, к подобным явлениям относится речевая ситуация, детерминированная количественно-динамичным критерием. Суть его заключается в том, что норма предполагает наличие частотной повторяемости: потребление новой, незнакомой лексической единицы создает напряжение для потребления информации и нарушает стабильность языковой лексической системы, приводит к раскоординации языковых элементов на отдельных ее участках. Для того, чтобы восстановить информационную устойчивость текста, которая нарушается за счет появления нового слова, медиатору необходимо прибегнуть к комментарию по поводу нового слова.

Рассмотрение текстов массмедиа с позиций их соответствия коммуникативной норме и лингвистической безопасности позволит получить объективную информацию о состоянии языковой культуры общества, о его нравственном и моральном здоровье.

Однако уже сейчас можно констатировать, что современная медиапродукция зачастую грешит нарушением морально-нравственных правил, несоблюдением законов этики, языковой и стилистической

нормированности, а также умножает количество коммуникативных неудач в этой социально значимой сфере общения.

Ссылки

1. Лисицкая Л.Г. Прагматическая адекватность медиатекста в аспекте культуры речи: монография. Армавир: РИЦ АГПУ, 2009. 160 с.
2. Сметанина С.И. Редактирование текстов массовой коммуникации: учебное пособие для студентов факультета журналистики / С.И. Сметанина. – СПб.: СПбГУ, 2003.

Г.В. Вирен (Россия),
проф. Ин-та межд. права и экономики
им. А.С. Грибоедова, к.филол.н.

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ ЗАПАДНЫМИ МЕДИАЭКСПЕРТАМИ

SPECIFICITY OF WESTERN MEDIA EXPERTS' ASSESSMENT OF RUSSIAN JOURNALISM

Аннотация. Статья посвящена одной из самых острых тем в современном мировом медиапространстве – дезинформации. Автор подробно разбирает претензии, которые высказывают западные эксперты в отношении российских СМИ, анализирует специфику западных подходов и оценок.

Abstract. The article is devoted to one of the most acute topics in modern world media – disinformation. The author examines in detail the claims made by Western experts against the Russian media, analyzes the specifics of Western approaches and assessments.

Ключевые слова: медиа, дезинформация, подделка, мейнстрим, информационная война, доказательства.

Keywords: media, misinformation, forgery, mainstream, information war, evidence.

Одной из самых популярных в сегодняшнем информационном поле Запада стала тема «российской дезинформации», она же «кремлевская пропаганда». Противостояние «натиску фальшивых новостей» с Востока в 2015–2016 годах стало одной из самых важных задач западных СМИ и остается таковой по сей день. Более того – к 2018 году ситуация стала еще острее. Что же конкретно беспокоит западные элиты – политиков, чиновников, журналистов, политологов? Попробуем ответить на комплекс вопросов, связанных с кремлевской дезинформацией, на примере самого, пожалуй, авторитетного западного мейнстрим-медиа – газеты «Нью-Йорк таймс». На наш взгляд, в статье, которую мы подробно проанализируем, по сути дела, заявлены все основные подходы западного мейнстрима к данной теме.

Итак, 28 августа 2016 года «Нью-Йорк таймс» опубликовала большую статью Нейла Макфаркуара «Мощное российское оружие: распространение фальшивых историй» [A Powerful Russian Weapon: The Spread of False Stories by Neil Macfarquhar NYT, AUG. 28, 2016]. Далее мы приведем полностью текст статьи в переводе на русский язык.

Мощное российское оружие: распространение фальшивых историй

Во время интенсивных национальных дебатов в Швеции о том, следует ли этой стране вступать в военное партнерство с НАТО, официальные лица в Стокгольме вдруг обнаружили проблему: поток искаженной и откровенно ложной информации в социальных сетях, который путал общественное восприятие вопроса.

Утверждения были тревожными: если Швеция, не являющаяся членом НАТО, подпишет соглашение (о военном сотрудничестве с альянсом. – Г.В.), то шведская земля станет складом секретного ядерного оружия; НАТО сможет атаковать Россию со шведской территории без одобрения шведского правительства; солдаты НАТО, имеющие правовой иммунитет, будут насиловать шведских женщин без страха понести уголовное наказание.

Всё это было ложью, но дезинформация проникала в традиционные СМИ, и когда министр обороны Петер Хультквист ездил по стране, чтобы продвигать пакт (с НАТО. – Г.В.) в своих выступлениях и встречах, ему не раз задавали вопросы, ссылаясь на эти вымышленные истории. «Люди не привыкли к этому, и они были испуганы, спрашивали, чему можно верить, чему следует верить?» – говорит Маринетт Радебо, пресс-секретарь министра обороны Швеции.

Как это часто бывает в подобных случаях, шведские официальные лица так и не смогли отследить источник этих фальшивых сообщений. Но многие аналитики и эксперты в американской и европейских разведках указывали на Россию как на первоочередного подозреваемого, замечая, что недопущение расширения НАТО – это центр внешней политики президента Владимира Путина, который вторгся в Грузию в 2008 году в основном для того, чтобы предотвратить такое развитие событий.

В насаждении ложных историй нет ничего нового; в Советском Союзе на это выделяли значительные ресурсы в ходе идеологических баталий «холодной войны». Сейчас, правда, дезинформация рассматривается как важный аспект военной доктрины России, и она гораздо более изощренно и в большем объеме, чем в прошлом, направляется на политические дебаты в разных странах.

В Крыму, Восточной Украине и теперь в Сирии мистер Путин щеголял модернизированной и набравшей силу армией. Но ему не хватает экономической мощи и вообще силы, чтобы открыто противостоять НАТО, Европейскому Союзу или США. Вместо этого он вложил значительные средства в программу «милитаризованной» информации, используя различные средства, чтобы сеять сомнения и разброд мнений. Цель состоит в том, чтобы ослабить сплоченность

между государствами-членами, посеять смуту в их внутренней политике и притупить негативное отношение к России.

«Москва рассматривает мировую политику как систему специальных операций, и искренне считает, что она сама является объектом западных специальных операций», — говорит Глеб Павловский, который помог создать информационную машину Кремля до 2008 года. — «Я уверен, что есть много центров, связанных с государством, которые участвуют в изобретении этих выдуманных историй».

Поток ложных и неточных историй настолько силен, что НАТО и Европейский Союз создали специальные подразделения по выявлению и опровержению дезинформации, в частности, утверждений, исходящих из России.

Тайные методы Кремля проявились в США, где, по данным американских официальных лиц, российская разведка, вероятнее всего, была источником утечки писем из Национального комитета Демократической партии, что нанесло урон президентской кампании Хиллари Клинтон.

Кремль использует как традиционные медиа — агентство новостей «Спутник» и телеканал RT, так и скрытые каналы, — как в Швеции, — которые почти никогда нельзя проследить.

«Россия использует оба подхода в комплексном нападении», — заявил Вильгельм Унге, пресс-секретарь шведской службы безопасности, представляя в этом году годовой отчет агентства. «Мы имеем в виду всё — от интернет-троллей для пропаганды и дезинформации в СМИ до компаний, таких, как RT и «Спутник», — сказал он.

Основная цель российской дезинформации, по словам экспертов, — подорвать официальную версию событий, даже саму идею, что это может быть истинной версией событий — и таким образом создать своего рода политический паралич.

Дезинформация наиболее удачно сработала в начале 2014 года с первоначальным «затуманиванием» по поводу развертывания российских войск в Крыму. Летом 2014 года Россия выпустила огромное количество теорий о гибели самолета малазийских авиалиний над Украиной, обвиняя ЦРУ и, что особенно неожиданно, украинских летчиков-истребителей, которые приняли лайнер за самолет президента России.

Облако этих историй помогало скрыть простую истину: плохо обученные повстанцы случайно сбили самолет ракетой, которая была поставлена Россией.

Москва категорически отрицает использование дезинформации для влияния на западное общественное мнение, как правило, списывая обвинения либо явных либо скрытых угроз на «русофобию».

«Складывается впечатление, что как в хорошем оркестре, во многих западных странах каждый день обвиняют Россию в угрозе

кому-либо», – сказала на недавнем брифинге Министерства Мария Захарова, пресс-секретарь МИД РФ.

Прослеживание отдельных нитей дезинформации сложно, но в Швеции и в других странах эксперты выявили характерный почерк, который они связывают с организованной Кремлем кампанией дезинформации.

«Динамика всегда одна: она берет начало где-то в России, на сайтах государственных СМИ, на других веб-сайтах или где-то в таком контексте», – сказал Андерс Линдберг, шведский журналист и адвокат. «Затем поддельный документ становится источником новостей, распределенных по крайне левым или крайне правым сайтам», – сказал он. «Те, кто полагается на эти сайты, берут оттуда ссылку на новость, и она распространяется. Никто не может сказать, откуда они берутся, но они в конечном итоге становятся ключевыми при определении политики безопасности».

Хотя темы могут различаться, цель всегда одна и та же, полагают А. Линдберг и другие. «То, что делают россияне – это «плетение историй»; они не строят фактов», – сказал он. – А суть истории: «Не верьте никому».

Превращение информации в оружие не какой-то проект, придуманный в Кремле экспертом по политике, но неотъемлемая часть российской военной доктрины – то, что некоторые высокопоставленные военные деятели называют «решающим» фронтом.

«Роль невоенных способов достижения политических и стратегических целей увеличилась, и во многих случаях они стали эффективнее силы оружия», – писал в 2013 году генерал армии Валерий Васильевич Герасимов, начальник Генерального штаба российских Вооруженных Сил.

Главная выгодная Кремлю цель – это Европа, где наблюдается рост популистских и правых партий и снижается поддержка Европейского Союза. (Цель России – Г.В.) — создать еще более восприимчивую аудиторию для консервативного, националистического и авторитарного поведения путинской России. В прошлом году Европейский парламент обвинил Россию в «финансировании радикальных и экстремистских партий» в странах-членах, а в в 2014 г. Кремль предоставил кредит на \$11,7 млн. «Национальному фронту», крайне правой партии во Франции.

«Россияне очень хорошо обхаживают всех, кто имеет зуб на либеральную демократию, – от крайне правых до крайне левых», – сказал Патрик Оксанен, журналист шведской газетной группы MittMedia. Центральная идея, говорит он, заключается в том, что «либеральная демократия коррумпирована, неэффективна, порождает хаос и, в конечном счете, она не демократична».

Другой посыл, в основном невысказанный, заключается в том, что европейские правительства не имеют достаточной компетентности для разрешения кризисов, с которыми они сталкиваются, особенно – миграционного и террористического, а также то, что все они – американские марионетки.

В Германии опасения по поводу насилия со стороны иммигрантов выросли после того, как 13-летняя девушка российско-германского происхождения сказала, что была изнасилована мигрантами. Сообщения на российском государственном телевидении продолжили этот рассказ. Даже после того, как полиция развенчала эти утверждения, министр иностранных дел России Сергей Лавров продолжает отчитывать Германию.

В Великобритании, по мнению аналитиков, Кремль, несмотря на свои претензии на объективность, в англоязычных СМИ активно поддерживал кампанию за то, чтобы страна покинула Евросоюз.

Во время военных учений НАТО в начале июня (2016 года. – Г.В.), в статьях на сайтах высказывались предположения, что посредством НАТО Вашингтон контролирует Европу, где Германия – местный шериф. И так же, как в случае с дезинформацией, которая появилась в Швеции, сообщалось, что НАТО планирует хранить ядерное оружие в Восточной Европе и нападет на Россию оттуда без санкции местных властей.

Опрос, проведенный этим летом European Values, аналитическим центром в Праге, обнаружил, что 51% чехов рассматривают США в Европе негативно, что только 32% опрошенных оценили Европейский Союз положительно и что не менее четверти верят некоторым элементам дезинформации.

«Данные показывают, как общественное мнение меняется благодаря дезинформации, публикуемой в этих источниках, – сказал Якуб Янда, заместитель директора аналитического центра по общественно-политическим вопросам. – Они пытаются выглядеть как обычные СМИ, даже если они имеют скрытую повестку дня».

РТ и «Спутник» позиционируют себя как независимые, альтернативные голоса. «Спутник» утверждает, что он «говорит то, о чем не говорят», даже если его ежедневный отчет опирается на статьи, выдержки из других источников. РТ трубит лозунг «Спрашивай чаще».

Оба они изображают Запад, как мрачный, расколотый, brutalный, декадентский, наводненный агрессивно настроенными мигрантами и нестабильный. «Они хотят дать нам картину Европы, как некоего континента, который рушится», – сказал Хультквист, министр обороны Швеции.

РТ часто кажется одержимым в изображении жизни в США как некоего ада. Например, рассказывая о съезде Национальной Демо-

кратической партии, канал пропускал выступления ораторов и сосредоточился на (проходивших в это время) разрозненных демонстрациях протеста (против демократов. – Г.В.). РТ защищает кандидата в президенты от республиканцев Дональда Трампа, утверждая, что слабым и порочным его изобразили принадлежащие истеблишменту СМИ.

Маргарита Симоньян, главный редактор РТ, сказала, что канал называют угрозой, потому что он рассказывает вещи, которые отличаются от того, что предлагают «англо-американские медиа политического истеблишмента». РТ, сказала она, хочет обеспечить «точки зрения, отсутствующие в основных СМИ».

Нацеленность Москвы на дезинформацию Запада исходит из программ времен «холодной войны», которые в Советском Союзе называли «активными мероприятиями». Они включали утечки информации или даже написание статей для симпатизирующих (СССР. – Г.В.) газет в Индии в надежде, что они будут замечены на Западе, говорит эксперт по «холодной войне» в Гарварде, профессор Марк Крамер.

История о том, что СПИД был проектом ЦРУ, широко распространялась, и даже спустя десятилетия отравляла обсуждение этого заболевания. В свое время, до распада СССР в 1991 году, Кремль представлял коммунизм как идеологическую альтернативу. Сейчас, по словам экспертов, идеологическая составляющая испарилась, но цель ослабления противников остается.

В Швеции недавно появилась череда странных подложных писем и новостных статей о НАТО, связанных с Россией.

В одной подделке на бланке министерства обороны Швеции за подписью министра Хультквиста поощрялось намерение крупной шведской фирмы продать артиллерию в Украину, что было бы незаконным в Швеции. Г-жа Радебо, пресс-секретарь министра, положила конец всей этой истории в Швеции, но на международных конференциях г-н Хультквист по-прежнему сталкивался с вопросами о несуществующих продажах.

Россия также сделала по крайней мере одну неприкрытую попытку повлиять на дебаты. В ходе семинара весной Владимир Козин, главный советник Российского института стратегических исследований, мозгового центра, связанного с Кремлем и российской внешней разведкой, выступил против каких-либо изменений в нейтральном статусе Швеции.

«Зачем им терять нейтральный статус? – спросил Козин шведов. – Чтобы разрешить размещение новых военных баз США на своей территории и направить свои национальные войска для участия в сомнительных региональных конфликтах?»

Какими бы ни были методы или призывы, Россия явно хочет выиграть в любой информационной войне, как заявил недавно Дмитрий Киселев, самый известный в России телеведущий. Выступая этим летом на 75-летию Совинформбюро, Киселев заявил, что время нейтральной журналистики закончилось. «Если мы занимаемся пропагандой, то и вы тоже занимаетесь пропагандой», – сказал он, обращаясь к западным журналистам.

«Сегодня это стоит намного дороже, чем убить одного вражеского солдата во время Второй мировой войны, Первой мировой войны или в Средневековье», – сказал он в интервью телеканалу «Россия 24». Хотя бизнес «убеждения» сейчас стал дороже, но всё же: «Если вы сможете убедить человека, вам не нужно его убивать».

Разберем этот текст детально.

Начнем со шведской истории, которой посвящены пять первых абзацев статьи. Из них мы узнаём, что во время обсуждения в Швеции военного соглашения с НАТО (страна не является членом блока, но активно сотрудничает с ним) в социальных сетях появились сообщения о вреде такого сотрудничества. Шведский министр обороны и его пресс-секретарь, а также автор статьи согласны в том, что это была дезинформация. Причем российская. Однако причастность РФ к этому «доказывается» следующими словами: *«шведские официальные лица никогда не смогли отследить источник этих фальшивых сообщений. Но многие аналитики и эксперты в американской и европейских разведках указывали на Россию как на первоочередного подозреваемого».*

То есть доказательств нет никаких, а вместо них сказано, что РФ – противник расширения НАТО. Это, конечно, так. Но разве только Кремль мог стоять за этими сообщениями? Разве некоторые шведы не могут быть противниками НАТО и размещать такие сообщения в соцсетях? Это вполне могли быть пацифисты, антифашисты, антиглобалисты, анархисты, троцкисты, коммунисты, «зеленые»... Список не исчерпан. Или таковых нет в Швеции? А в соседних странах? Финляндия, Норвегия, Дания, Польша, Германия, Литва, Латвия, Эстония, недалеко и Белоруссия и, конечно, Россия – много соседей у Швеции... И в каждой из этих стран могут быть (и есть) противники усиления присутствия НАТО в Балтийском регионе. И Россия в их числе. Но где доказательства того, что за вымышленными историями действительно стоит именно Кремль? Для кого-то секрет, что в России есть независимые политические и общественные движения, есть партии, есть сотни неправительственных организаций? И множество блоггеров, которые пишут, что хотят, – и за, и против НАТО. Конечно, при этом нельзя исключать, что блоггеры из РФ могли распространить ложные сообщения. Но докажите, что это они, тогда хотя бы можно будет говорить о «российском следе». Но пока его нет.

И еще одна тонкость. Насколько понятно из текста статьи, речь идет о дискуссии в Швеции (вот и министр обороны куда-то ездил, выступал, наверняка, защищал НАТО). Но в нормальной дискуссии в нормальном обществе возможны разные точки зрения. И разве не могут быть высказаны в порядке полемики опасения, связанные с тем, что Швеция станет складом ядерного оружия, что НАТО сможет атаковать Россию без одобрения Стокгольма, а солдаты НАТО, имеющие правовой иммунитет, будут совершать преступления, не страшась наказания. Ведь известно, что США на свои базы завозят оружие бесконтрольно – так могут или нет завезти ядерные бомбы? Теоретически и практически – могут, даже если этим они нарушат соглашения со страной, где расположена база. А то, что американские солдаты за рубежом имеют правовой иммунитет, – это факт, и если они совершают преступления, их не судят на месте, а увозят в США, а дальше... Как писал Шекспир: «Дальше – тишина...» Но если все эти опасения ложны, так и скажите, объясните – ведь это дискуссия...

Итак, зафиксируем важную особенность: автор статьи солидарно с представителями Минобороны Швеции считает ложной информацию, которая просто противоречит официальной точке зрения и может быть высказана в дискуссиях. Для представителей официоза это равно лжи... Запомним это и вернемся к теме позже.

И еще одно: в финале пятого абзаца автор, как само собой разумеющееся, говорит, что Россия вторглась в Грузию, чтобы не допустить её вступления в НАТО. Напомним: 8 августа 2008 года грузинские войска вторглись на территорию Южной Осетии, которая на тот момент официально была признана «территорией конфликта», де-факто уже 16 лет не находилась под управлением грузинских властей, и там по решению ОБСЕ были размещены миротворцы – российские военнослужащие. После массированного обстрела столицы региона Цхинвала началось вторжение грузинских войск – танков и пехоты. Им оказали сопротивление небольшая группа российских миротворцев и осетинское ополчение. Многие были убиты.

Только подошедшие через некоторое время из России войска сумели выбросить грузинских агрессоров за пределы Южной Осетии, а затем уже на территории Грузии провести зачистку военных объектов – аэродромов, казарм, техники. Было бы грубой ошибкой оставить военную силу агрессора у границ с его жертвой. После зачистки российские войска вернулись на родину.

Между тем стремление грузин в НАТО было озвучено задолго до этой ситуации. В России оно не нравилось, но ничего по этому поводу Кремль не предпринимал и не собирался. События августа 2008 года никак не были связаны с проблемой расширения НАТО. Кстати, Грузия и сегодня, после краха режима Саакашвили, идет в НАТО. Россия никогда и никому не угрожала за это военным вторжением.

Итак, можно констатировать, что в пяти первых абзацах статьи её автор не привел ни одного, даже косвенного доказательства участия России в создании и распространении ложной информации. В то же время сам он соврал, утверждая, что Россия совершила агрессию против Грузии, и проявил нехватку политологических знаний, связав эти события с планами Грузии вступить в НАТО.

Далее автор утверждает, что *«Путин вложил значительные средства в программу “милитаризованной” информации, используя различные средства, чтобы посеять сомнения и разделение... Цель состоит в том, чтобы ослабить сплоченность между государствами-членами, создать смуту в их внутренней политике...»*. Вот именно такие пассажи в журналистике (а также публицистике, науке, ораторском искусстве и т.д.) называются «пустословием». Значительные средства? Какие точно, откуда это известно, на что они пошли? Где и когда Путин говорил о «милитаризованной информации», и что это за программа? Где она опубликована или озвучена, кто и когда её написал? Когда и где говорил Путин о стремлении внести смуту в государства-члены НАТО и Евросоюза? Если автор не может подтвердить свои слова ни цифрами, ни точными и убедительными цитатами, его утверждения некорректны и неприемлемы.

Но вот дальше – цитата Глеба Павловского, политолога, некогда близкого к Кремлю. По его словам, Москва уверена, что является объектом западных спецопераций. А разве нет? Есть очень много конкретных историй о разных спецоперациях, в первую очередь – ЦРУ против СССР и России. И опасения России имеют основания. Но главное: это никак не доказывает основной тезис статьи – о российской лжи.

Деталь: осведомленный, вероятно, в «тайнах Кремля», политолог странно формулирует: *«Я уверен, что есть много центров, связанных с государством, которые участвуют в изобретении этих выдуманных историй»*. Но если ты так уверен – назови хотя бы два-три таких центра. И приведи конкретные примеры «выдуманных историй». Почему нет?

Читаем дальше: *«... дезинформация рассматривается как важный аспект военной доктрины России, и она с гораздо большей степенью сложности и объема, чем в прошлом, направляется на политические дебаты в разных странах»*. И опять вопросы: кем и где рассматривается? Где цитата из документа под названием «Военная доктрина РФ»? В каких объемах, на какие именно дебаты в каких именно странах?

Однако автор продолжает: *«Поток ложных и неточных историй настолько силен, что НАТО и Европейский Союз создали специальные подразделения по выявлению и опровержению дезинформации, в частности, утверждений, исходящих из России»*. Да, создали, это

правда. Но ни одного примера из «бурного потока» дезинформации автор не приводит.

Далее он вспоминает об утечках из Национального комитета Демократической партии, что якобы помешало президентской кампании Хиллари Клинтон. На эту тему представители РФ высказывались неоднократно, и ее муссирование в западных СМИ начало вызывать в России насмешки. Тем более, что в следующем абзаце автор статьи Нил Макфаркуар вновь упоминает, что никаких доказательств причастности РФ к дезинформации нет.

Затем он переходит к теме гибели малазийского самолета в июле 2014 года над Украиной и обвиняет Москву в том, что появилось много версий на этот счет... Стоп. Если происходит катастрофа, причина которой не ясна, то в СМИ появляются разные версии. Разве так не бывает ВСЕГДА в таких ситуациях? Версии могут быть разными, но запретить их выдвигать нельзя никому. Что же касается официальных лиц РФ, то НИКТО ИЗ НИХ никогда не указывал пальцем на виновника трагедии.

Но автор американской газеты всё «ставит на свои места»: *«Облако этих историй помогало скрыть простую истину: плохо обученные повстанцы случайно сбили самолет ракетой, которая была поставлена Россией»*. Г-н Макфаркуар пишет неправду: такого вывода никто официально не делал, это вымысел. Можно сказать – версия. Да, об этом бездоказательно говорили президенты США и Украины Обама и Порошенко в первый же день катастрофы, еще до начала расследования. Но следствие по делу о крушении самолета не закончено (по состоянию на апрель 2018 года), хотя идет оно уже без малого 4 года. Это само по себе странно и наводит на размышления... Вместо «простой истины» автор высказал простую ложь...

Между тем далее автор начал цитировать шведского журналиста и адвоката по имени Андерс Линдберг. Этот господин говорит нечто такое, в чем разобраться лично я не смог. Если что-то «берет начало» на сайтах государственных СМИ, а оттуда попадает на какие-то «крайне левые или крайне правые сайты» (что это, кстати? Какие это сайты?), то почему дальше «никто не может сказать, откуда они берутся»? В чем проблема? Они взяты с сайтов государственных СМИ, пишет сам Линдберг. И совершенно непонятно, почему только пройдя через загадочные ультра-право-левые сайты, новости становятся ключевыми при определении политики безопасности. Политику безопасности определяют высшие органы власти, причем тут какие-то сайты? Понять логику шведа и смысл его слов не берусь. То ли тут трудности перевода (шведский – английский – русский), то ли еще что-то, не буду судить.

Далее американский автор всё так же голословно пишет о том, что Кремль пытается «создать еще более восприимчивую аудиторию

для консервативных, националистических и авторитарных подходов г-на Путина» (где конкретные примеры дезинформации?). И вот, наконец-то, – звучит как факт: «в 2014 г. Кремль предоставил кредит на \$11,7 млн. “Национальному фронту”, крайне правой партии во Франции».

Увы, опять ложь. Кремль никому никаких кредитов не давал (и не дает – он не банк). Марин Ле Пен взяла кредит на ведение своей избирательной кампании в находящемся в Праге Первом Чешско-российском банке. Ничего незаконного в этом нет. Но тот факт, что совладельцами банка являются россияне, расценивается как «кредит Кремля». Обычная подтасовка: есть слово «российский» – значит, Кремль. Тем более что Кремль действительно благосклонно относится к мадам Ле Пен. А почему нет? На выборах президента Франции она стала второй по числу собранных голосов, то есть она политик № 2 в своей стране. И выступает при этом за развитие сотрудничества с Россией, против антироссийских санкций. Почему бы Москве не иметь с ней добрых отношений? Вообще осуждение РФ за симпатии к этому политику и её партии выглядит более чем странно: вероятно, по мысли критиков, Москва должна симпатизировать своим противникам и врагам?

А вот дальше автор статьи проговаривает важную вещь. Он обвиняет российские СМИ в том, что по их утверждениям, *«европейские правительства не имеют достаточной компетентности для разрешения кризисов, с которыми они сталкиваются, особенно – миграционного и террористического, а также то, что все они – американские марионетки»*.

И тут вопрос: а что, европейским правительствам удалось блестяще справиться с миграционным кризисом? И терроризм они победили? А США никому ничего не диктуют в Европе? Тысячи фактов показывают, что миграционный кризис медленно усугубляется, теракты продолжаются с пугающей частотой, а США вполне уверенно доминируют в Европе... Факты убеждают, что российские СМИ пишут правду. Выходит, дело не в дезинформации, а в том, что российские СМИ раскручивают нежелательную для западного истеблишмента повестку дня? Пишут о том, о чем не хотят писать западные СМИ? И именно это вызывает обвинения в пропаганде, фейках, дезинформации?

Дальше – история про девочку. Что там случилось? 13-летняя девочка с российским гражданством, живущая в Германии, пропала на несколько дней, а вернувшись домой, сказала, что мигранты похитили её и изнасиловали. Далее следует реакция разных сторон. Полиция усомнилась в рассказе девочки – мол, она сама ушла к бойфренду. Родители и их адвокат сказали, что девочка права, а полиция – нет. Городская русская община потребовала тщательно разобраться в ситуа-

ции. Глава МИД РФ С. Лавров заявил, что в Москве ожидают такого расследования. Сразу после этого на Западе Россию стали шумно обвинять во вмешательстве в дела Германии, российские СМИ – в дезинформации, злонамеренной пропаганде и т.д. В этом же духе трактует ситуацию и автор «Нью-Йорк таймс».

Между тем ничего подобного не было. Ведь заявление Лаврова закономерно в силу гражданства девочки, а российские СМИ всегда освещали позицию всех сторон истории, включая версию полиции. А если бы корреспондент российского ТВ в рассказе о ситуации соврал, его бы привлекли к суду. Но нет, журналист работал по правилам и не лгал. Впрочем, история закончилась приговором знакомому девочки ...

Далее в статье приводится интересный факт, который крайне характерен для менталитета западного истеблишмента. Цитата: *«Опрос, проведенный этим летом European Values, аналитическим центром в Праге, обнаружил, что 51% чехов рассматривают США в Европе негативно, что только 32% опрошенных оценили ЕС положительно»*. И вот как комментирует эти факты Якуб Янда, замдиректора аналитического центра по общественно-политическим вопросам: *«Данные показывают, как общественное мнение меняется благодаря дезинформации»*.

То есть пан Янда серьезно полагает, что если половина жителей его страны не любят США, а две трети – Евросоюз, то в этом виновата ... российская дезинформация! Пан Янда имеет в виду, что чехи настолько глупы, что своего мнения иметь не могут, а слушают, что им скажут российские пропагандисты? А сами США и ЕС милы и прекрасны, но Кремль очернил их в глазах чехов?

Кстати, одна из причин кризиса в Евросоюзе – упорное нежелание слышать мнение рядовых жителей. А все проблемы объяснять выступлениями ультраправых и популистов, происками антиглобалистов и Кремля... Как похоже на некоторых российских чиновников, которые считают, что единственной причиной того, что тысячи людей выходили на Болотную площадь в Москве, являются американские деньги.

Не будем подробно разбирать дальнейшее. Заметим только, что лишь профан в медиакоммуникациях может стараться внушить жителям Европы ложное представление о самой же Европе – *«они изображают Запад как мрачный, расколотый, brutальный, декадентский...»*. RT и «Спутник» вещают на зарубежную аудиторию. Если человек живет вне Запада и никогда там не бывал, то ему можно внушить такое мнение. Но если он живет там, то ни кошмарные страшилки, ни милые сказки не изменят его представление о своей стране.

Кстати, уверенность в том, что пропаганда может заменить человеку видимую реальность, довольно симптоматична для европейского сознания. Для многих продвинутых европейцев, неудачно заде-

тых постмодернизмом, реальность вообще вещь неочевидная, зыбкая, виртуальная. Возможно, поэтому организаторы информационных войн сегодня удивляются тому, что их дезинформация всё чаще не срабатывает, так как противоречит тому, что люди видят своими глазами.

И еще автор возмущен *«неприкрытой попыткой повлиять на дебаты»*. О чём он? Из текста следует, что на некий семинар весной 2016 года в Швеции был приглашен российский политолог Владимир Козин. Это известный эксперт, а институт, в котором он работает, действительно связан с госструктурами. И на этом семинаре, судя по всему, обсуждалась тема вероятного вступления Швеции в НАТО. И в ходе дискуссии Козин высказал свою позицию – он противник вступления страны в блок. А зачем еще его пригласили? Но отметим специфичную логику американского журналиста: озвучить мнение, отличное от официального западного, даже в ходе дебатов политолог не имеет права, так как это будет *«неприкрытая попытка повлиять»*. Значит, он обязан говорить только то, что устраивает европейские или вашингтонские власти? Сказать, что эта позиция автора «Нью-Йорк таймс» всего лишь некорректна – значит сильно польстить ему. Но она симптоматична и вновь показывает: для западных экспертов дезинформация вовсе не ложь, а факты, которые не устраивают мейнстрим.

Подведем итог. Большая статья в самой авторитетной газете Запада – это весьма серьезный текст, достойный внимательного отношения. Более того, я считаю, что эта статья не просто охватывает всю проблематику темы «российской дезинформации», но и указывает тренды, подходы к вопросу другим СМИ на Западе и вообще в мире.

Начнем с важной констатации: в статье о российской дезинформации автор не привел ни одного конкретного примера такой «фейковой» новости. Ни одной! Зато сам он трижды соврал: про Грузию, про малазийский самолет и про «кремлевский» кредит Ле Пэн.

К каким же выводам приводит нас анализ?

1. Не только потоков, но даже отдельных фактов сознательной дезинформации в государственных и так называемых «прокремлевских» российских СМИ не зафиксировано. В противном случае нам бы подробнейшим образом рассказали об этом. Здесь же мы видим набор бездоказательных суждений, ничем не подтвержденных мнений и т.д.

2. «Распространением фальшивых историй» противники России на Западе называют правдивые сообщения о реальных фактах, которые мейнстрим-медиа стараются замолчать, или распространение мнений, которые не устраивают западный истеблишмент. Таким образом, он пытается манипулировать общественным сознанием, создавать необходимые власти иллюзии и предубеждения.

3. Западные мейнстрим-медиа активно занимаются дезинформацией на российском направлении. Даже название статьи «Мощное российское оружие: распространение фальшивых историй» является фэйком, так как ни такого оружия, ни таких историй в реальности не обнаружено.

Кампания против «кремлевских фейков» – часть общей информационной войны против России, которая распространяется на политику, экономику, технологии, информацию, культуру, спорт – фактически на все области жизни общества.

В настоящее время Запад перешел к новой стадии этой войны. Если, как мы показали в данной статье, еще недавно речь шла о бездоказательных обвинениях, но не о «наказании» (запретах, судах и др.), то «дело Скрипаля» в марте 2018 года открыло новую опасную страницу мировой истории: прямые действия на основе безосновательных подозрений. Напомним, что в XX веке вымышленные обвинения, провокации не раз становились поводами для начала больших войн.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА МЕЖДУ РОССИЕЙ И УКРАИНОЙ КАК ОДИН ИЗ СЕГМЕНТОВ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКАРТИНЫ

INFORMATION WAR BETWEEN RUSSIA AND UKRAINE AS ONE OF THE SEGMENTS MODERN MEDIA PICTURE

Аннотация. В статье проводится контент-анализ материалов, опубликованных на страницах российских и украинских средств массовой информации. Автор делает вывод, что параметры информационной войны между Россией и Украиной определяются моментом усиления дезинформирования населения украинскими СМИ о мотивации и о ходе военной кампании на юго-востоке страны.

Abstract. The article provides a content analysis of materials, published on the pages of Russian and Ukrainian media. The author concludes that the parameters of the information war between Russia and Ukraine are determined by the moment of increasing disinformation of the population by the Ukrainian media about the motivation and the progress of the military company in the Southeast of the country.

Ключевые слова: информационная война, средства массовой информации, дезинформация, противоборство.

Keywords: information war, media, misinformation, confrontation.

Геополитические отношения Украины и России находятся в состоянии исторической войны, когда перестают быть одинаковыми и герои, и враги, когда известные исторические события получают новые интерпретации. Россия достаточно четко видит базисность такого рода войны. Российский историк, социолог, публицист Андрей Фурсов, например, пишет: «Цель психоисторической войны — разрушить организацию психосферы противника, посадив его на ложный информпоток, внедрив свои концепции его самости в пространстве и, главное, во времени и лишив его собственных смыслов и ценностей и навязав чуждые — разрушительные и парализующие волю к борьбе. Наиболее важное направление психоисторической войны — история. Битва за историю — это, по сути, главная битва войны в психосфере, поскольку она подрывает эту последнюю сразу по нескольким направлениям, включая психоудары по исторической памяти (наиболее важные события, наиболее значимые и знаковые фигуры — отсюда поливание грязью нашей Победы, воинской славы, конкретных лиц, прежде всего Сталина, схема «миф о Гагарине» и т.п.), по идентичности, по традиционным для данной цивилизации ценностям» [3. С. 62].

История становится ареной битв, как и современность, по единой схеме, когда сходятся на том, что событие было, но интерпретации произошедшего могут быть разные, разными могут быть причины и следствия. Исторические войны — это те же интерпретационные войны, которые характерны для войны смысловой.

Для того, чтобы увидеть и распознать признаки информационной войны между Россией и Украиной, необходимо провести сравнительный анализ публикаций СМИ двух стран. Одно из главных взаимных обвинений между нашими странами — это обвинение в фашистском режиме.

Рассмотрим статью Михаила Дубинянского «Семьдесят лет одиночества», опубликованную в номере газеты «Украинская правда» от 07 мая 2015 года: «2014–2015 годы подарили нам замечательный исторический парадокс. Чем ближе семидесятилетие победы над Гитлером, и чем фанатичнее победный культ в соседней России, тем охотнее ее сравнивают с нацистской Германией, а президента Путина — с «бесноватым фюрером». Параллели, действительно, налицо — во всяком случае, во внешней политике».

«Сегодняшняя Россия опасна не танками и "Градами", а своим самобытным архаизмом, своим стремлением опрокинуть окружающий мир в прошлое. Она напоминает неандертальца с дубиной, ворвавшегося в современный мегаполис и атакующего беззаботных хипстеров. Но что делать бедняге-хипстеру, столкнувшемуся с неожиданной угрозой? Как победить пришельца из тьмы веков? Можно издеваться над его отсталостью и кичиться собственной продвинутой, но в борьбе с неандертальцем айфоны и айпады не помогут. Чтобы дать отпор непрошеному гостю, придется отложить хрупкие девайсы в сторону.

Придется отбросить цивилизационный лоск, взять в руки что-нибудь тяжелое и сразиться с агрессивным громилой. Причем в разгар драки будет казаться, что между борющимися нет никакой разницы. Но разница есть: в случае победы, современный человек сможет вернуться к любимым айфонам и айпадам. А если победит неандерталец, кругом не будет ничего, кроме милого его сердцу каменного века» [8].

В свою очередь, российская газета «Завтра» в номере от 5 октября 2014 года публикует статью в четырех частях: «Психопатические признаки окремого украинского фашизма», в котором автор, Сергей Сокуров, поэтапно описывает становление и развитие украинского фашизма: «Ощутимые признаки нетерпимости ко всей духовной сфере "мигрантов" (російська нацменшина) со стороны "титовых", т.е. украинофильных аборигенов, появились года за три до распада СССР (это и понудило нас сбиться в самостоятельную группу ещё осенью 1988 года). Тогда уже на стенах наших школ, на всём, где, по малейшим признакам, присутствовал "русский дух", стали появляться

"граффити": "Чомойдан — вокзал — Росія", "Потопимо москалів в жидівський крові", "Файний (хороший — нем.) москаль — це мертвий москаль" и т.п.» [4. С. 3].

После провозглашения независимости Украины 24 августа 1991 года Киевские городские власти практически перестали считаться с пятой частью населения города: из библиотек изымалась и уничтожалась в огне костров литература на русском языке, переименовывались улицы, в названиях которых звучали имена героев нашей общей истории, художественной словесности, науки, искусства. Подверглась гонениям благородная тень цивилизатора Ивана Фёдорова, а вещественные свидетельства его деятельности, в том числе книги, пережившие почти четыре века, были развеяны по городским закоулкам, обречены на гибель. Поэт В. Мовчан воззвал по киевскому радио запретить теле- и радиовещания из России на Украину, дабы великодержавные шовинисты не вносили смуту в суверенные украинские души.

И если все вышеперечисленное можно отнести к обыкновенному жёсткому национализму, то традиционные фашистские факельные шествия, символика и жестокие убийства — это тот самый звериный фашизм.

«Факельное шествие карательного авангарда свідомого українства от Львова до берегов Чёрного моря и Северского Донца даёт повод задуматься об особенностях того политического движения на Украине, которое по основным признакам напоминает германский фашизм» [4. С. 3].

А теперь коснемся еще одной стратегической темы нашего идеологического противоборства. Этой темой является Великая Отечественная война, вернее, предвзятое отношение к ней и намеренное искажение украинской прессой исторических фактов. Сайт «Пресса Украины» публикует материал о параде Победы в Донецке, вынося в заголовок следующую фразу: «Участниками "парада ряженных" в Донецке были мошенники, предатели и убийцы» [6. С. 56–57].

Далее следует лид, в котором говорится: «Участниками так называемого парада Победы 9 мая, который боевики провели в оккупированном Донецке, были преступники, которые разыскиваются в Украине и на территории Российской Федерации» [6. С. 56–57].

В завершении данного отчета, информационный натиск усиливается добавлением основного тезиса — «Россия воюет на Донбассе», при этом фразу «Россия грубо нарушает Минские соглашения» авторы выделяют синим цветом.

Цитируем далее: «Ранее в МИД заявили, что военные парады на оккупированных территориях Донецкой и Луганской областей грубо нарушают подписанные в Минске соглашения и очередной раз под-

тверждают, что Россия поставляет военную технику для боевиков на Донбасс».

Проводя анализ украинской прессы, можно без труда найти массу фактов осознанной лжи со стороны подавляющего большинства украинских изданий. К примеру, газета «Факты и комментарии» опубликовала материал под названием «Захарченко на "параде" в оккупированном Донецке едва стоял на ногах». В этом пасквиле говорится о том, что «В Сети появился видеоролик с «парада» в Донецке, организованного 9 мая пророссийскими сепаратистами. «Парад» принимал главарь так называемой «Донецкой народной республики» Александр Захарченко. На видео заметно, что он сильно покачивался» [9].

Все ведущие украинские СМИ моментально подхватили и усилили «информацию» о том, что лидер ДНР Александр Захарченко якобы был сильно пьян на параде в Донецке. К их публикациям прилагалось и видеодоказательство, которое, как вскоре выяснилось, не является таковым.

На самом деле после ранения в ногу Александр Захарченко передвигается на костылях. Украинские тележурналисты просто вырезали момент, на котором ясно видно, что Александр Захарченко стоял на параде, опираясь одной ногой на подставку, поэтому его и пошатывало. Можно смело утверждать, что вышеупомянутое «доказательство» является ничем иным, как тенденциозно обработанным видеоматериалом.

Та же газета «Факты и комментарии» в преддверии празднования Дня Победы опубликовала предостерегающий материал: «Боевики планируют 9 мая расстрелять мирную демонстрацию в Донецке». В нем говорится: «По данным разведки, главарь незаконных вооруженных формирований готовят масштабную кровавую провокацию, а именно — в День Победы, 9 мая, боевики имеют намерения расстрелять мирную демонстрацию в Донецке. В этом террористическом акте враг заранее обвинит силы АТО и использует кровь мирных жителей Донбасса как повод для массового наступления на украинские позиции в районе населенных пунктов Широкино, Пески и Станица Луганская, то есть с трех направлений» [9].

В свою очередь, российская газета «Аргументы и факты» 8 мая опубликовала материал, в котором говорится: «Ополчение ДНР сообщило о том, что украинские силовики готовят ряд провокаций 9 мая. Ранее о готовящихся провокациях Киева в Донецке сообщило Минобороны ДНР. Появилась информация, что диверсанты собираются использовать символику ДНР для обвинения властей республики в развязывании войны» [1. С. 2].

Отметим, что Парад Победы прошел без серьезных провокаций. «Российская газета» 9 мая сообщила: «Несмотря на сильный дождь и реальную опасность диверсий и провокаций с украинской стороны, в

Донецке прошел Парад Победы. Его принял глава ДНР Александр Захарченко, поблагодаривший с трибуны ветеранов и ополченцев» [5. С. 68].

Значительное место в украинских СМИ занимают обвинения в адрес России по поводу якобы присутствия на Юго-Востоке Украины регулярной российской армии. «Украинская правда» публикует интервью с мифическим «киборгом» Сашей, воевавшим в Донецком аэропорту, который поведал следующее: «Сепаратисты — это, в основном, накуренные, обколотые либо пьяные люди, одетые как попало, которые идут втупую, выходят с автоматом в полный рост и даже не пригибаются, когда по ним стреляешь. А российские спецслужбы — в хорошем камуфляже, с хорошей амуницией и штурмуют более грамотно». Еще «киборг» Саша рассказал о том, что он находил паспорта российских военных и даже видел русского командира гаубичной батареи. Никаких доказательств «Украинская правда», конечно же, не предоставляет, как не было их и у «киборга» Саши.

Что касается Донецкого аэропорта, то он уже стал символом не только стойкости народного ополчения в этой гражданской войне, но и неизменным атрибутом информационной войны. Все сведения, которые распространяют украинские СМИ по поводу вконец разрушенного аэропорта, настолько противоречивы, что по ним сложно составить более или менее реалистичную картину.

Украинская газета «Сегодня» публикует псевдогероическую статью под заголовком «242 дня обороны: как "киборги" защищали Донецкий аэропорт». В данном материале оборона аэропорта названа «самым героическим украинским сражением». Красной нитью проходит мысль, что «отдавать врагу аэропорт нельзя». Под «врагом» подразумеваются, надо понимать, жители Донецка. На протяжении всей статьи автор славит «киборгов», отчаянно защищавших аэропорт, который, к слову сказать, они же ранее и захватили. А нарушения перемирия, зафиксированные наблюдателями ОБСЕ, в статье все равно представлены как агрессия ополчения.

Подводя «грустные» итоги, так их условно назвал сам автор, он делает следующий вывод: «Увы, но голливудского финала, когда выполнивших свой долг бойцов спасает внезапное появление, скажем, вертолета — для защитников аэропорта не произошло» [7].

Как это ни прискорбно было констатировать автору, но сделать это все же пришлось, несмотря на долгое сокрытие полного провала «киборгов» в Донецком аэропорту. А главным врагом Украины в конце публикации выступает, естественно, Россия, которой необходим «гуманитарный коридор» к Крыму. Предполагается, что наша страна для этой цели отправляет в Донецкий аэропорт своих солдат.

Российская газета «Московский комсомолец» в номере от 23 января этого года опубликовала статью «Ополченцы заявили об обна-

ружении в аэропорте Донецка иностранных средств связи и сим-карт», в которой, в частности, говорится: «Ополчение самопровозглашенной Донецкой народной республики обнаружило в новом терминале аэропорта Донецка средства связи и телефонные карты, которые не используются на территории Украины. Скорее всего эти вещи принадлежали иностранным наемникам» [2. С. 4].

Как видим, одним из основных аргументов информационной войны между Россией и Украиной становится взаимное обвинение во втягивании в украинский конфликт третьих лиц.

Проанализировав публикации российских и украинских СМИ, можно сделать определенные выводы, опираясь, в частности, на Э. Тоффлера и его примеры информационной войны и методы воздействия на оппонента. В приведенных выше публикациях видим: обвинения в зверствах, гиперболизацию ставок, демонизацию оппонента, метапропаганду, которая дискредитирует пропаганду другой стороны.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что в Украине сегодня ведется полномасштабная информационная война «на всех фронтах». Эта война направлена не только против России, но и против всех инакомыслящих граждан Украины. И это в то время, когда рушится устой государства. Самое активное участие в процессе развала Украины принимают её же ангажированные журналисты, которые принадлежат олигархам. Сюда мы можем отнести газеты «Украинская правда», «Факты и комментарии», «Сегодня», сайт «Пресса Украины», таких журналистов как: Савик Шустер, Дария Горская, Михаил Дубининский. Они, старательно отрабатывая американские гранты, дописались до того, что уже и сами уверовали в абсурд, который пишут. Российские СМИ: «Российская газета», «Завтра», «Аргументы и факты», «Московский комсомолец», сохраняя, по возможности, политкорректность, в этой войне пока занимают «оборонительные рубежи», лишь защищают Россию, ее интересы, а также Президента Российской Федерации. Но борьба только обостряется. Российские СМИ должны владеть всеми технологиями информационной войны, применяемыми США.

Ссылки

1. Дубовой Г. Власти ДНР сообщили о готовящихся 9 мая провокациях силовиков // Аргументы и факты. 2015. 8 мая.
2. Коньков Е. Иностранные средства связи в Донецке // Московский комсомолец. 2015. 23 января.
3. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики: учебное пособие. М.: Изд-во МГУ, 1999.
4. Смирнова Е. Журналист в горячей точке: составляющие профессионализма. М.: Изд-во Гендальф, 2009.

5. Элбакян Н., Элбакян В. Снаряжение и работа журналистов в полевых условиях. Правовые основания доступа к информации в боевых условиях и некоторые особенности взаимодействия журналистов с силовыми ведомствами. Справочник для журналистов, работающих в районах военных действий. М.: Изд-во Права человека, 2002.
6. Яковлев О.А. Военные корреспонденты в русской армии во время русско-турецкой войны 1877-1878 гг.//Вестник Ленинградского университета, № 8 (1978).
7. Газета «Российская газета» [Электронный ресурс]: URL: <http://www.rg.ru> (дата обращения:16.04.2015).
8. «Пресса Украины» [Электронный ресурс]: URL: <http://uapress.info/ru> (дата обращения 10.04.2015).
9. Газета «Сегодня» [Электронный ресурс]: URL: <http://www.segodnya.ua> (дата обращения:20.04.2015).

К.М. Гожев (Абхазия),
проф. Абхазского гос. ун-та, д-р филос.н.

К.М. Шиков (Россия),
проф. КСЭИ, д-р филол.н.

ДУХОВНЫЕ ЦЕННОСТИ КАРТИН МИРА АБАЗА-АДЫГСКОГО ЭТНОСА

SPIRITUAL VALUES OF PICTURES OF THE WORLD OF THE ABAZA-ADYGHE ETHNOS

Аннотация. В статье речь идёт о ценностях, о ментальности, в сущности, о картинах мира абазин и адыгов, имеющих сегодня статус малочисленных народов России; об этнической общности этих народов Северного Кавказа, некогда имевших героическую историю, которых знал и описывал Геродот. Авторы излагают представление абаз-адыгов о действительности, о мире и их месте в нём, взаимоотношениях с природой, с обществом, с самим собой. Картина мира для них – это система образов, построенная на национальном космосе мира (Г. Гачев).

Abstract. In the article we are talking about values, about mentality, in essence about the pictures of the world of the Abaza-Adyghe ethnos, which today have the status of small peoples of Russia. Ethnic community of the peoples of the North Caucasus, which once had a heroic history, which Herodotus knew and described. The authors set forth the idea of the Abaza Adygs about reality, about the world and their place in it, relationships with nature, with society, with themselves. The picture of the world for them is a system of images built on the national cosmos of the world.

Ключевые слова: ценности, картина мира, жизненный мир, этническая идентичность, духовная культура, сознание.

Keywords: values, the picture of the world, the life world, ethnic identity, spiritual culture, consciousness.

Продолжающиеся трансформационные процессы капитализма в современной России представляют императивное и широкое поле насилия всё дичающей рыночной экономики. Абаза-адыгская общность [1], как и всё российское сообщество, находится в переходном процессе, который по существу представляет собой кризис во всех сферах жизнедеятельности. Он уничтожает сами корни и цели витального существования, деформируя честь и достоинство культуры абаз-адыгского этноса (этого ремесла выживания в жизни), включая и

духовные ценности. Подавляющая часть абазин и адыгов, находясь в состоянии неопределённости, социальной неупорядоченности и хаоса, вынуждена тратить свой потенциал на выживание здесь и сейчас.

В целом государство должно было бы создавать среду обитания для абазин и адыгов в виде этнической системы правил и прецедентов – моральных и правовых, интеллектуальных и эстетических, религиозных и этнических, формировать этноэтикет, в основе которого лежит человечность.

Собственно, культура любого народа складывается через интеграцию личностных, этнических, национальных, религиозных и общемировых ценностей, через восхождение человека культуры к культуре личности. Отсюда возникает необходимость формировать культурологическое ценностно-ориентированное восприятие, миропонимание, мироощущение малочисленных народов как основ мировоззрения, культуроцентрированного сознания, ориентированного на самосовершенствование и саморазвитие через освоение мирового исторического опыта духовного и культурного развития и абазинского, и адыгского этносов.

Речь о сознании как самоопределении *бытия*, опять-таки выражающего не только суть, но и ценность сущего, неотделимую от внутренней жизни самого сознания. И ещё. Речь о смысле бытия, подразумевающего удовлетворение всей природы потребностей через выявление объективной значимости человека среди всеобщих связей мира. Дело в том, что сознание и жизнь существуют через потребность, которая связывает их воедино с действительностью, параллельно трактуя идею о смысле человеческого бытия в познании всеобщей истины и обретения счастья.

В иерархии ценностей формообразующей является духовность (тимос, по Платону), которая позволяет тому же абаза-адыгу жить и творить не так, как все остальные живые существа. Духовность как тимос – это то, чем обладает только человек. Она даёт ему возможность не только понимать себя и окружающее, но и целесообразно строить свой мир и ориентироваться в нём, благоговейно относиться к жизни, как самой главной ценности, творить её. Духовность – это система таких фундаментальных ценностей, как *жизнь и смерть, добро и зло, честь и позор, слава и бесславие, любовь и ненависть, свобода и зависимость, справедливость и несправедливость, истина и заблуждение* (курсив наш. — К.Г. и К.Ш.).

Именно духовность и созданная на её базе система ценностей лежат в основе социальной сферы жизни. Признаем, что не биологические инстинкты самосохранения, а изобретённые человеком надбиологические механизмы коллективного выживания позволили ему существовать и развиваться как особому виду. Причём сплочение разных людей в единый коллектив (*отдельный социальный организм*)

оказалось возможным только на базе определённой системы осознанных запретов (*ограничений*) и разрешений (*предписаний*), т.е. ценностей, по которым люди регулировали свои отношения и ориентировались в мире предметов. Эти ценности определяют основной вектор социального поведения как абазина, так и адыга, как осетина, так и дагестанца, – собственно, представителей народов всего Северного Кавказа.

Естественно, смысловая нагрузка ценностей во многом зависит от обстоятельств *места и времени*. У каждого народа, культуры, цивилизации, даже Северного Кавказа, своя конфигурация ценностей. Ни один народ не может образоваться и развиваться без определённой системы ценностной ориентации, которая и выражена в идентификационном коде его самосознания *МЫ*.

Вместе с тем бытие абазина или адыга должно совпадать с *бытием культуры* каждого, которая, выступая механизмом передачи социального опыта от поколения к поколению, тем самым выполняет функцию духовно-исторической преемственности. Есть все основания утверждать, что *духовная культура* того же абазина активно и непосредственно участвует в создании его как этнофора, и, таким образом, как этнофора не только абазин, но и адыгов.

Содержательной основой абаза-адыгской духовной культуры считается религия – *ислам* (в широком смысле *как образ жизни*, но *вовсе не в конфессиональном*), а также наука и искусство. При этом все три основополагающих компонента духовной культуры должны соотноситься и взаимодействовать оптимально паритетно. Дело в том, что идеология ориентируется и прогнозирует мировоззрение, мироотношение и социальную практику общества, она пытается синтезировать религиозные, научные и эстетические предпосылки.

Паритет и синтез – принципиально разные структуры. Стремление к синтезу в духовной культуре объяснимо и даже правомерно. Однако полный синтез недостижим, ибо научное знание всегда неполно и никогда не станет исчерпывающим. Вот почему торжество идеологической догматики мешает развитию духовной культуры, равно как и все попытки иерархического соотношения главных вышеупомянутых компонентов духовности.

В этом же контексте речь о национальной идее как проблеме и как идеологическом и этнополитическом постулате. У абазин и адыгов такая проблема существует, однако постулат не востребован, не введён в социальную практику как самого этноса, так и властных структур, что, в свою очередь, может являться угрозой для их духовной культуры.

В духовном содержании абаза-адыгского этноса важнейшую роль играют нравственно-эстетические ценности (*честь, достоинство, скромность* и др.). Они проявляются в природе *нравственного*

сознания и социальной практике представителей всех народов, в их воззрениях и поступках.

Именно они являлись основополагающими побудительными мотивами, смыслообразующим началом и конечной целью социальных действий. Абазин и адыг некогда пренебрегали вещным богатством, не стыдились своих скромных, даже аскетически бытовых условий [2]. Подлинным богатством для абазы-адыга было признание в нём такого качества, как *человечность* – гІвычІвгІвысагІара (абаз.), цІыфыгъ (адыг.), т.е. быть достойным и уважаемым в сообществе. Может здесь и правомерен тезис Сократа: *общество карает за всякое превосходство*?

Сама духовность представляет собой особую форму жизнедеятельности человека на основе культурных традиций, идеалов, ценностных установок, норм мышления и поведения *абазара* (абаз.), как и *апсуара* (абхаз.), и *адыгагъэ* (адыг.) и формирует национальное сознание, этническую культуру, картины мира абазы-абхазо-адыгского этноса главным образом через родной язык, литературу того же абазинского, абхазского и адыгского родственных народов.

В далёком прошлом формированием культурных, духовных ценностей, идеалов, норм, ориентирующих традиционного абазина и адыга в реальности и диктующих, как им поступать в той или иной ситуации, занимались традиции, обычаи, верования и др., которые передавали, поддерживали и сохраняли идеи, ценности, принципы, образцы в устной форме от поколения к поколению. Индивидуальный опыт становился коллективным, а знания и навыки во всех областях жизнеобеспечения, жизнедеятельности и самосохранения оставались на долгое время. Но выполнить миссию самосохранения они могли и могут, как и сейчас, в основном через развитие своей культуры.

Однако самосохранение (*так же, как и ныне*), это не только *повторение* пройденного, так как повторение было и есть необходимая и важная сторона *развития*. Это опять о культуре абазы-адыгского этноса как о сумме всего переданного потомкам опыта, – как, например, получение и использование огня ещё в первобытном состоянии.

Стремясь к сохранению собственно национальной культуры, мы должны продумать, какие именно нормы и ценности востребованы в том или ином времени и пространстве. Только в этом случае мы можем в современных условиях восстановить дееспособность любой национальной культуры. Вот это самое *восстановление* и есть та культура, которая станет как бы народообразующим потенциалом. Далее внутри самой национальной культуры народы смогут и должны получить такие навыки, способности и знания для ведения соответствующего образа жизни смоделированной культуры в *общине*. Она-то и формирует как национальное, так и цивилизационно-культурное пространство той или иной человеческой общности.

В хозяйственном же отношении эта технологическая система строилась на базе натуральной формы производства, т.е. производилось ровно столько, сколько нужно было употребить. Всё равно это были, естественно, зачатки *производящего типа экономики* (скотоводство, земледелие, др.), хотя попутно плодотворно использовалась и *присваивающая культура хозяйствования*, т.е. при которой человек продолжал получать часть готовых продуктов, богатства от дикой природы в результате охоты, рыбной ловли, собирательства и др.

Речь в целом о том, что абазины и адыги по своему культурно-историческому типу в меру сочетали черты и качества как потребителя, так и производителя. Они мало производили, но мало и употребляли. Это ныне нарушен тот баланс, который следует восстанавливать ежедневно. Дело в том, что труд производителя более продуктивен в формировании культуры человека, его интеллектуальных способностей, морально-психологической стабильности, чем труд потребителя продуктов, товаров и услуг. Вместе с тем степень эффективности той или иной экономики следует оценивать с точки зрения того, насколько опять-таки та или иная экономика способствует развитию национальной культуры.

Сами потребности в то время практически не развиваются, они просто повторяются, чаще всего в качественном отношении. Такой алгоритм поддерживал нормы биогеоциноза, а само общество продолжало оставаться гармоничной составляющей биосферы. У абза-адыгского этноса ещё не было государственности, которая бы шаг за шагом ограничивала свободу, регламентировало поведение, бытие, накопление прибавочной стоимости.

Невозможно не согласиться со словами философа В. Соловьёва, что человек русской культуры (*так же, как и современный абазин или адыг*) стремится к светлому будущему, где надеется реализовать свой социальный потенциал. На Кавказе не было счастливого настоящего, была суровая, но как бы родная хабиутализация, и порой только заменяющая его мечта о некоем счастливом будущем: коне, удачной охоте и пр.

При этом происходило культурное, духовное взаимодействие с другими народами, что-то заимствовалось, что-то передавалось. Данные процессы чаще благоприятно сказывались на тех же ценностных установках, этике и эстетике, морально-психологических взаимоотношениях абза-адыгов с другими этническими группами. Эти социокультурные процессы можно именовать такими научными понятиями, как аннигиляция, бифуркация, диффузия, инновация, кризис, модернизация, реформация, переход, традиция, трансформация и пр.

Ныне действенность этих процессов снижается, начиная с *семейных ценностей*, т.е. происходит «перечеканка монет». Поколеблены такие институты и объединения, как семья, род, община, село, об-

пественное мнение, социальный контроль и др. Речь и о снижении влияния через художественную культуру хороших национальных традиций на главную ячейку социума – *семью*, когда семья стала оказывать лишь незначительное, опосредованное влияние на формирование установок подрастающего поколения.

Ранее, только пройдя полный курс социализации, абазин или адыг могли появляться в обществе и вести публичную жизнь. Причём большую часть необходимых навыков и способностей к полноценной жизнедеятельности (*знания, умения, желания, потребности* и др.) они приобретали именно в своей семье. Другими словами, сама *семья* обладала как бы человекообразующим потенциалом.

Поэтому абазин не усвоил обычай адыго-кабардинского аманатства, когда своих детей (*аманатов*) отдают на воспитание чужим людям, якобы для привития спартанского образа жизни и приобретения родственников. И галлы позволяли своим детям подходить к себе при народе не раньше достижения ими совершеннолетия или воинского возраста. Так же поступали и на Кавказе: детям не позволялось сидеть за одним обеденным столом со взрослыми даже в отсутствии гостей.

Но строгая, зачастую мелочная регламентация этических кодексов *адыгства, апсуара, абаза цIаска*, онтологически укоренённая в модели мира абаза-абхазо-адыгов, нередко приводила даже к кровавым конфликтам между отцом и сыном, между родными братьями. Получалось, что воспитание и социализация детей сводилась не к благим интересам семьи и рода, а к бездумному исполнению идеи и правил, заложенных знатью как бы для создания особой породы.

Так строил в своём «идеальном государстве» воспитательную систему Платон. Для аристократии, знати ребёнок был не «самость от себя». Главными считались функции и умения, которые он приобретал, обновлял для семьи от названных родителей. Ребёнок не был продолжением и выражением родителей. То есть ребёнок не мог не быть *другим* в силу своего происхождения *оттуда, из другого мира*.

Промежуточный природно-культурный статус детей использовался в ритуалах перехода, где они являлись своеобразным инвентарём, медиаторами, вещью-функциями. Получалось, что воспитательные усилия направлялись не на выявление и культивирование родственности, а на создание функционально пригодного и необходимого инструментария для войны, для наживы.

Культурность архаического абаза-адыга взаимосвязана с его безличностью, безразличностью с другими правильно сделанными вещами. Способ изготовления, материал, форма, украшения есть ритуальное наделение вещи определёнными свойствами и функциями. При этом свойства задаются настолько бытийно, в угоду обычаю, что вещь не может им не соответствовать. А неправильно функционирующая вещь потенциально опасна для той или другой этнической

общности, её традиций как миропорядка, её картин мира. Произойдёт ли наказание, и каково оно для окружающих – вопрос жизни.

За семьёй следовал *род*. Он был более многочисленной формой кооперации, объединявшей людей по кровному родству. Представители рода достаточно чётко и строго исполняли друг перед другом соответствующие обязанности. Они поддерживали тесную взаимосвязь, оказывали друг другу материальную и моральную помощь, и каждый из них нёс ответственность перед родом, перед старейшинами не только за поступки, но и за помыслы.

Представитель абаза-адыгского этноса, как правило, ревностно относился к своему роду, гордился им и стремился приумножить его честь и достоинство. В некие периоды негативного *опыта забвения*, утраты *родового* характера жития, пренебрежения своими этническими картинками мира возникал эффект *потери родины* с дезориентацией родовых ценностей, традиций и событий повседневности.

Ныне происходят существенные изменения и в сознании абазинского и адыгского народов, в системе их ценностных ориентаций, в их ментальности и менталитете, которые нередко именуют *переходным процессом*. Иначе говоря, переходный процесс является промежуточным состоянием абаза-адыгского сообщества, в котором старые механизмы жизнеобеспечения, в силу изменившихся условий, оказываются непригодными, а новых механизмов ещё нет. Масштабы хаоса и деструкции приближаются к критической границе необратимости, а важнейшие элементы культуры оказываются недостаточными для стабильности общности.

Любая национальная культура ныне с её постоянной негативной переоценкой ценностей приводит к разрушению преемственности между поколениями. Так, абаза-адыгская общность практически перешла к новой мировоззренческой и ценностной парадигме: примату материальных ценностей над духовными (*поведение, достоинство, интеллект, отношение к себе и другим* и т.д.). Однако изучить и проанализировать текущие реалии как в *синхронии*, так и в *диахронии* без научного поиска невозможно. Национальная интеллектуальная элита сделать это по объективным причинам не в состоянии.

Материальные ценности (*предметы, вещи, услуги* и т.п.) всё чаще выступают определяющим побудительным мотивом, направленным главным образом на улучшение материальных условий жизни. Отныне это улучшение материальных условий жизни, даже перенасыщенность комфорта становятся одним из факторов, образующих тимос абазинского и адыгского народов. Богатая усадьба, роскошный автомобиль, наряду с традиционными символами, становятся важным показателем личного достоинства индивида, т.е. когда его *достоинство* оценивается по материальному состоянию, вещественному и должностному благополучию.

Тем не менее, негативное, как бы пренебрежительное отношение к труду, особенно физическому, полностью не преодолено, наоборот, представитель абаза-адыгского этноса часто прибегает к наёмному труду – и дома, и на производстве, что, кстати, не противоречит его тимосу. Абазины и адыги, таким образом, вступают на путь социального перерождения, постепенно трансформируясь в физическом и духовном отношении, хотя и сохраняют при этом свою *этнокультурную идентичность*.

Нужно критически осмысливать внедряемые ныне *ценности индивидуализма, утилитаризма, прагматизма, приоритета материальных ценностей над духовно-нравственными*, возникающими попутно с рыночными реформами. Они разрушают ценностный архетип и культурные традиции народа, который может видеть в других людях только объект для удовлетворения своих потребностей; не цель, а средство, когда возникают ситуации *ценностной неопределённости и статусно-ролевого конфликта*.

Переоценка ценностей – это своеобразное приспособление к новым условиям развивающихся в современном обществе капиталистических отношений посредством коррекции взглядов, ценностных ориентаций, норм поведения. Концепция утилитаризма сводит все моральные, и даже правовые явления к понятию пользы и выгоды. В морально-нравственном пространстве начинают преобладать *интересы*: обогащение, успех любой ценой и способами, включая криминальные, власть над людьми.

Хотя вполне допустимо, что теми же абазинами и адыгами, в конечном счёте, движет не только и не столько материальное благополучие, *сколько желание быть признанным друг другом*. Материальные блага, сами по себе, – не всегда самоцель, а средство, целью которого является *самоутверждение* или утверждение *своего достоинства, самореализация своих способностей*, в конечном итоге – *своего Я* как высшей ценности.

При этом на первое место выходят именно духовные ценности, ибо трансформации и кризисы ставят под сомнение выполняемые ими функции, нарушается система равновесия в социокультурном обществе. Духовность утрачивает былой социальный статус. Она теперь оценивается с позиции новой *социальной практики* – полезности при решении конкретных задач. Уходят человеколюбие, благодеяние, сострадание, честность, отзывчивость, и на первый план выдвигается антидуховность с антиценностями.

Антиценности выражаются в амбивалентности моральных воззрений, которые приводят к тому, что различные отрицательные явления (*беспринципность, эгоизм, обогащение любыми средствами и т.д.*) всё чаще воспринимаются в обыденном сознании и темпоральности повседневной жизни не как аномалия, а как вполне нормальный

вариант взаимоотношений. А это противоречит традиционному кодексу традиционного абаза-адыга. Следуя нормам этнокультурного кодекса, практически невозможно стать богатым. Продолжающееся культивирование вещного достатка, хабиитуализация атрибутики роскоши продолжают вести к забвению традиций духовного и хозяйственного развития, углубляет его кризис. Но и отказаться от этноэтикета, начиная с чести, совестливости, стыдливости и др., через которые должно происходить *этническое самосознание*, также невозможно.

Дело в том, что мозг любого человека работает беспрестанно, мысли его меняются, перескакивают с одного на другое, одна мысль переходит в другую и порождает многообразие последующих. И вышеупомянутое сознание уже представляется как раздёрганное тысячами потребностей, зависимостей, влечений, желаний, когда обычный человек стремится, естественно, все их в достаточной мере приобрести и реализовать.

Однако, принимая во внимание, что он, как и представители других народов, находится в некоем духовном кризисе, он *хочет иметь, а не быть*. А потребительская позиция ведёт к образованию огромного количества масштабных проблем, угрожающих среднестатистическому индивиду некоей гибелью. Он не знает и не понимает ещё себя до конца, живет не теми ценностями, которые могли бы привести к гармонии. К тому же он зачастую просто не стремится к чёткому и последовательному целеполаганию.

Этой конкретной целью для каждого отдельно взятого человека мог бы стать общественный идеал, составляющий некие ценности, которые нельзя навязывать, насаждать силой. Он сам должен быть заинтересован в духовных ценностях и целях своей жизни. А это, казалось бы, должно зависеть от его общего уровня, от уровня его сознания, интеллекта, в целом культуры. Однако происходит нарушение центричности сознания и разумения большинства представителей народа, что детерминирует утрату уже высших кавказских смыслов и ценностей.

И тогда возникает ситуация, в которой теряется контроль над условиями жизни, зарождается стремление более комфортно приспособиться к изменяющейся действительности, нередко используя полуправду и откровенный обман. А это, в свою очередь, приводит к отрицанию стабильности, жалобам на отсутствие позитивного этнического самочувствия, к подавлению желания и эмоции. Духовный кризис продолжает углубляться. И, как это ни странно, даже сельская этническая общность в этом случае максимально приближается к саморазрушению и деградации. И тогда человеку трудно самоутвердиться, освоить новые знания и приобрести необходимые навыки, хотя он пока ещё имеет предпосылки для этого – здоровье, способности, соответствующее образование. В результате, невозможность разрешить

эти социальные проблемы делают большую часть общества несчастливými.

Ссылки

1. Абазыны – ныне малочисленный (36 тыс.чел.), но в 16 и 17 столетиях могущественный и влиятельный на Кавказе многоплеменной народ, под чьи знамена становились куманы и аланы. Этнически, по языку, культуре абазыны родственны адыго-абхазской этнической общности (Республика Абхазия). Ныне они проживают в основном в Карачаево-Черкесской Республике.
2. Керашев Т.М. Абрек // Исторические повести и рассказы. Майкоп, 1963.
3. Шиков К.М. Становление и развитие адыгейской советской поэзии // Проблемы развития адыгских литератур. Майкоп, 1975.

К.М. Гожев (Абхазия),
проф. Абхазского гос. ун-та, д-р филос.н.

К.М. Шиков (Россия),
проф. КСЭИ, д-р филол.н.

К ВОПРОСУ ОБ ЭТНИЧЕСКОМ СОЗНАНИИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ТРАНЗИТЕ

THE PROBLEM OF ETHNIC CONSCIOUSNESS IN SOCIO-CULTURAL TRANSIT

Аннотация. В статье авторы раскрывают роль этнического сознания и его влияние на идеологию, исследуют вопросы диалектического взаимодействия этнического и социального, этничности как социального института и межэтническое взаимодействие в контексте общечеловеческих ценностей.

Abstract. Speech on the role of ethnic consciousness, its influence on ideology. On dialectical interaction of ethnic and social, and about the ethnicity as a social institute. On interethnic interaction in the context of common mankind values.

Ключевые слова: этнос, этническое сознание, этническая культура, модернизация, этническая мобилизация, общечеловеческие ценности.

Keywords: ethnos, ethnic consciousness, ethnic culture, modernization, ethnic mobilization, common mankind values.

Одной из важнейших основ социальной философии в анализе природы и функционирования сознания является постулат о социальной обусловленности познавательной деятельности. В применении к исследованию этнического сознания данное положение разворачивается в виде подробного изучения детерминантов – этнического сознания, а также социального содержания соответствующих этномаркеров (*идентификаторов*). В качестве причин, обуславливающих развитие этнического сознания, выступают три группы явлений:

а) объективные факторы – уровень хозяйственной жизни, характер общественных связей, социальная структура общества, его политическая организация и др.;

б) субъективные факторы – различные формы общественного (наука, политические идеологии, искусство, теология и т.д.) и массового (фамилизм, общественное мнение и т.п.) сознания;

в) самодетерминация, а именно – кумулятивная энергия самого этнического сознания [1].

Жизнедеятельность этносов всегда гораздо шире функционирования каждого из его элементов, в том числе и этнического сознания. Так, без определенных объективных предпосылок и условий любой новый тип этносознания вообще не может состояться. При этом особо следует подчеркнуть, что в качестве *объективных* детерминантов в развитии этнического сознания зачастую выступают сами *субъективные* факторы, например, альтернативные формы группоцентризмов. Так, любая господствующая форма общественного сознания (на данный момент времени) обуславливает господство соответствующего этномаркера в структуре этносознания (даже в 21 столетии, если абазин, адыг, значит, мусульманин).

Существует даже определенная синхронизация, когда при переходе к новому типу этноса можно наблюдать новую связку этноса с ведущим социальным элементом, одновременно – новую структуру этнического сознания, а также новый, как бы заглавный этномаркер. Накапливаемое культурное, идеологическое и прочее мировоззренческое наследство также детерминирует развитие этнического сознания. Более того: именно самодетерминация последнего отражает самое главное в нем – феномен непрерывности исторической памяти тех же народов российского Кавказа.

Так, в 1861-62 гг. только в Болгарию, которой угрожали воинственные сербы, было переселено до 40 тысяч семей абазы-адыгов, в том числе, в Софию – 12 тысяч. Турецкая политика массового внедрения мусульманского элемента Кавказа в христианский этнокультурный комплекс Балкан привела к взрывоопасной обстановке.

Абазыны и адыгы, сами организаторы и участники национально-освободительного движения на Северном Кавказе, на Балканах однозначно сыграли роль душителей свободы и независимости болгарского народа в трагические дни Апрельского (1876 г.) восстания против Османской империи. Тогда же, в русско-турецкую войну, абазы-адыгская кавалерия истребляла партизанское движение, «выколачивала» продовольствие у христианского населения.

Образ мусульман-изгнанников с Кавказа превратился в устрашающий стереотип врага и завоевателя, грабившего и убивавшего жителей Балкан, давших им как бы вторую Родину. *«Где бы они ни появлялись, – пишет Ф. Канитц в работе «Дунайская Болгария и Балканский полуостров», – на них смотрели с ужасом. Дети убегали при их приближении – и даже взрослые крестьяне, инстинктивно сознавая, какой опасный элемент вводится в их среду, избегали по возможности раздражать их отказом в помощи [2].*

Абазыны-адыгы предпочли русской колонизации Османскую чужбину. Однако их разрушительная сила – основной эмоциональный заряд, который обрушился на болгар-христиан, ассоциировался с русскими захватчиками. Речь о том, что негативный стереотип, поро-

денный Кавказской войной и принудительной эмиграцией из своего Отечества, был одновременно перенесен на другую почву и породил взаимный этнопсихологический оппозитив, являвшийся, с одной стороны, формой ассоциативных реакций (абаза-адыги — болгары), а с другой — прямым следствием политических действий Османской империи (теперь уже: болгары — абаза-адыги).

Синхрония и *диахрония* объективных условий функционирования этнического сознания составляет главный механизм взаимодействия различных этнодетерминантов: ни одна из них никогда не является единственной (поглощающей этнос и социальное содержание его самосознания), но в определенную эпоху какая-либо из них обязательно становится ведущей и определяющей.

Действует своеобразный закон относительного совмещения социального содержания того или иного этнического сознания с ведущей формой общественного сознания данной эпохи. Так, слово *русский* в эпоху народности имеет своим синонимом слово *православный*, а в период становления нации это слово наполняется политическим (национально-государственным) содержанием.

При рассмотрении кумулятивной энергии этнического сознания как самостоятельного фактора его эволюции мы выходим на ряд важных и принципиальных вещей. В частности, именно здесь в наибольшей степени удастся показать характер обратного воздействия этнического сознания на другие формы и типы общественного сознания и в полной мере выявить специфику этнического сознания как формы массового сознания.

Например, до появления идеологии национализма *этническое* на субъективном уровне полностью зависело от других группоцентризмов, однако с укоренением национализма всё переворачивается: *нация* становится своеобразным вектором всех социальных перемен (общенациональный рынок, общенациональный язык, общенациональная территория и т.п.), а этнос превращается в главную социальную общность.

Итак, взаимосвязь *этнического* и *социального* в ходе истории носит диалектический характер. *Этническое* зависит от других типов *социального* (общностей, отношений, институтов), но не сводится к ним.

Выявляя и вычленяя различные культурные, политические и прочие компоненты этнического сознания, мы в итоге все равно находим некоторый «остаток», который к тому же обладает эмерджентным свойством по отношению к своим «социальным» компонентам. Отсюда проистекает одна из основных особенностей этнического сознания: это самое стабильное и одновременно самое изменчивое мироощущение.

В самом деле, внутри этнического сознания происходят колоссальные коллизии (религиозные и гражданские войны и т.п.), но оно преодолевает любые из них. В повседневной жизни этническое сознание обычно как бы *спит*, скрытое в иных социальных потребностях и интересах, но при надобности легко *просыпается* (термины «национальное возрождение», «национальное движение» говорят в этом отношении сами за себя).

С точки зрения долговременных перспектив и выделения основополагающих тенденций в эволюции этнического (как и любого иного массового) сознания можно выделить три основных типа самоидентификации – индивидуальное «Я», различные виды группового «МЫ» и универсальное общечеловеческое «МЫ». В начале человеческой истории первый и третий типы самоидентификации еще очень неразвиты. Так, в традиционном абазинском обществе нет *абазина* вообще, есть свой абаз, сородич, он-то и есть тот родной *абаз*.

Однако примерно с Нового времени именно с данными понятиями начинает синхронизироваться ход человеческого развития, хотя, конечно, при этом приходилось (и приходится) учитывать различные варианты группового единения и групповой самоидентификации.

И сегодняшние реалии еще не дают основания полагать, что общечеловеческое «Мы» когда-либо будет состоять исключительно из индивидуальных «Я» (без опосредующих группоцентризмов). Значение индивидуального начала все время увеличивается, однако это пока никак не сказывается на количестве коллективных способов ориентировки в мире. Поэтому этническое сознание как одна из разновидностей последних продолжает существовать и конкурировать с другими вариантами групповой самоидентификации.

В качестве главных признаков этноса называют язык, культуру, и территорию, которые обеспечивают общность происхождения. Кроме того, в число основных попадают особенности психического склада и антропологические признаки. К главным признакам этноса, по мнению таких исследователей, как С.А. Арутюнов, Н.Н. Чебоксаров следует отнести и информацию, подлежащую обмену в межэтническом контакте, так «...этноты представляют собой пространственно ограниченные сгустки специфической культурной информации, а межэтнические контакты – обмен такой информацией» [3].

Всё это еще раз подтверждает значимость положения о том, что этнические свойства (язык, культура, сознание) формируются только в соответствующих условиях – территориальных, природных, социально-экономических, государственно-правовых.

Общепризнано, что одним из главных этнообразующих и этносохраняющих компонентов является этническая культура, которая является собой систему определенных стереотипов, норм поведения чле-

нов данного этноса, а также закрепляет принципы обособления, благодаря которым сохраняется генетическое многообразие этносов.

По мере же развития этноса происходит интериоризация действий, то есть постепенное преобразование внешних действий во внутренние представления и стереотипы, что обеспечивает формирование интериорного этнического сознания. Формируясь, оно сразу начинает проявляться в поведении и действиях тех или иных этнических коллективов и сохраняется благодаря *опредмечиванию* результатов действий.

Опредмеченные действия представлены эстетическими взглядами, этическими убеждениями, религиозными верованиями, знаниями о своей этнической культуре и культуре других народов, т.е. тем, что называют этническими представлениями. Материальное оформление этнических представлений за пределами психики выражается в бытовой жизнедеятельности, художественных произведениях, поступках, обрядах. Таким образом, под *этнической культурой* понимается совокупность приведенных выше элементов, касающихся преимущественно обыденной жизни этноса.

Сегодня этничность реализуется в совершенно иных условиях. Нет единой модели модернизации. По существу это означает, что понятие современное общество исторически конкретно, не исчерпывается общими характеристиками и может быть описано во всей полноте только применительно к каждой стране [3. С. 31].

Окружающий человека мир стремительно меняется, что делает его существование флуктуативным и неустойчивым. Среди причин неустойчивости можно назвать и неконтролируемое развитие техники и технологии, и процессы глобализации, создающие условия для рождения глобальной нестабильности.

Множество субъектов всемирного политического, экономического и социокультурного процессов рожают у отдельных игроков то соблазн построения однополярного мира, то углубления противоречий внутри многонациональных обществ с целью их ослабления и подчинения. Для того чтобы решить задачу достижения социальной стабильности и устойчивого развития, а также обеспечить необходимый уровень безопасности личности и общества в условиях изменяющейся и модернизирующейся России, необходимо философски осмыслить сложившиеся формы этнического сознания в контексте новых реалий.

Одним из наиболее существенных изменений в жизни человека и общества в последние десятилетия явилось изменение самого типа социальности, структуры и содержания социальной жизни, когда перманентная модернизация становится основой всего социального бытия. В связи с этим необходимо на философском уровне выявить и проанализировать возможности совершенствования механизмов и

средств формирования этнического сознания как формы общественного сознания.

К примеру, по результатам некоторых исследований, модернизирующийся абазинский социум, как и адыгский, разрушает все социальные пространства, созданные прежним институциональным строем, затрагиваются не только социальные, но и политические, правовые, экономические институты, что не может оставить без изменений образ жизни абаз-адыгов, привычные модели действия и взаимодействия. Под вопросом оказываются условия, прежде обеспечивавшие выполнение всех ключевых социальных функций: целеполагания, адаптации, интеграции и достижения образца.

Одним из наиболее важных факторов социальной жизни полиэтнических социумов, например, северокавказских республик, является сфера межэтнических отношений, которая должна быть также модернизирована; в первую очередь должен быть исключён национальный эгоизм. Другими словами, должна быть модернизирована вся социальная инфраструктура, обслуживающая сферу межэтнического взаимодействия как на межиндивидуальном, так и на коллективном уровнях.

Должны быть найдены новые символы, значения и модели, обеспечивающие единое символическое и социокультурное пространство, дающее основание для ценностного консенсуса и высокого уровня толерантности в тех же национальных республиках. Процессы культурной глобализации, ориентированные на распространение однородных культурных образцов способны лишь вызвать напряжение и углубить взаимное непонимание представителей разных этносов, ибо порождают радикальную реакцию на сохранение собственной культуры, не способствующую созданию единого культурного пространства.

Стратегия взаимного уважения и взаимной озабоченности судьбами локальных этносов и групп способна снизить конфликтогенный потенциал социальной модернизации и сформировать этническое сознание в духе толерантности, согласия.

Следовательно, изучение возможностей и границ совершенствования системы формирования этнического сознания превращается в одну из наиболее важных задач современных властных структур, а также всей общественности. Компонент этнического сознания, отражающий различия в области этнической культуры, всегда имеет условно избирательный характер.

Самосознание же культуры отдельно взятого народа наиболее адекватно как бы *схватывается* в философской и/или методологической рефлексии, задающей, соответственно, видения, горизонты, перспективы, ситуации и др. для специализированных и индивидуализированных самосознаний.

Сознание, между тем, вовсе не локализуемо в каждом отдельном субъекте, оно тотально. Мысль всегда *случается*, далее она развивается и разрабатывается мышлением, фиксируется и переинтерпретируется в рационализированных системах знания, но без мышления. *Мышление* человеческое структурируется и развивается в той или иной традиции культуры.

Этносоциальная катастрофа для народов Абаза и Адыгэ связана с резким сокращением их генофонда: они легионеры в римских когортах и мамлюки, участники Ливонской, Турецкой, Японской, первой и второй мировой и других войн и сражений. Их род истреблён в русско-кавказской и гражданской войнах. Даже за период с 1930 года в одном только абазинском ауле Апсуа (*ашихарское наречие*) исчезло по разным причинам 17 фамильных родов. Фамилии остались на могильных камнях с родовой тамгой или в похозяйственных книгах местной власти. Это приводит к снижению пассионарности духа, к пренебрежению сознательным национальным мышлением, предпочтению быть в пучине бессознательного, трансформируясь в аморфную толпу. Как следствие народ утрачивает *культуру себя*, перестаёт заботиться о себе, не выстраивает, не моделирует свою внешность и поведение, свою публичную идентичность.

Абаза-адыги, расселённые на Северном Кавказе после депортации большей части в Османскую империю, изгнания с родных гор на равнины, коллективизации, индустриализации и т.д., не воспринимают как реальность занимаемую *территориальную и пространственную идентичность*. Они постепенно исчезают в результате систематического внушения им мысли о негативности своей этнической идентичности, бесперспективности своей этнической общности.

В контексте национального и территориального осознания – *народ Абаза и Абазашта* (буквально *корень абазов*, т.е. *отечество* как *пространство* даже с метафизической бессознательностью) никак не проявят своё национальное мировосприятие, мироощущение. Империя обычно начинается с отгораживания от хаоса. Однако Россия, как империя, не справилась с этим физически. Думается, помешали базовые хроногеометрические параметры, векторизованность её политического пространства. Почему-то именно в это пространство Русь втянула и традиционный Кавказ.

Абаза-адыгское сообщество, его картины мира, духовный мир этнической личности сегодня на марше от инерционной, то есть постепенной фазы жизненного цикла, к фазе окончательного надлома. Скоро оно будет представлять собой этнографический материал, далее реликт и станет одним из звеньев геобиоценоза кавказского ландшафта с русифицированной радужностью. Может и отпадёт надобность упоминать эти народы в диалоге культур. Тем более что свою идеоло-

гию и сюжеты в образы и картины культуры нового мира, рефлексивно-негативную этнотенденцию предлагает давно и глобализация.

Но об этом наши народы практически не задумываются. Они, принимая навязанную *негативную этническую идентичность*, относят отрицательные суждения ко всему народу, а не персонально к себе, формируя порой идентичность по принципу: *Пусть мы такие плохие, но это действительно мы*, то есть их вынуждают производить эмоционально-агрессивное подчеркивание своей этнической принадлежности.

Думается, их подсознание, как и 150 лет тому назад, ещё не *замирённое* (как *Ермоловым кавказские племена*), продолжает подпитывать историко-этническое самосознание, которое инстинктивно избегает гласной вербальности и артикуляции своего тысячелетнего автомата [4].

Этносознание, как правило, фиксирует отнюдь не всю совокупность черт культуры того или иного этноса, а лишь некоторые ее специфические особенности. Некоторое множество этих особенностей может рассматриваться одним этносом в качестве важнейших этноразличительных показателей, тогда как другой этнос может не придавать ему никакого значения, избирая в качестве такого показателя иное множество черт культуры.

Так, старшее поколение кабардинских и адыгейских *абазин* частично сохранило своё абазинское самосознание. Хотя уже давно забыли родной абазинский язык и говорят на кабардинском и адыгейском.

Точно так же многие десятки и сотни тысяч немцев, корейцев, татар, евреев и др. говорят на русском языке, считая его родным. Однако у них по прошествии сотен лет всё же сохранилось этническое самосознание – то есть они продолжают считать себя немцами, корейцами, татарами, евреями. Центральная и Южная Америка полиэтнична, но говорят в основном на испанском языке. Например, местное население Бразилии идентифицирует себя бразильцами, хотя говорят на португальском государственном языке.

Большинство учёных сегодня считают, что историко-политическая и социокультурная судьба абаза-адыгского этноса якобы целиком и полностью зависит от состояния знания языка. Иначе говоря, если только сохранится язык, тогда якобы сохранится и народ. Подобным сомнительным тезисом нагнетается обстановка этнической катастрофы, национальной угрозы утраты своего языка. И всё это обсуждается на разных уровнях, с принятием неких решений и мероприятий.

Причина дебатов и дискуссий заключается в дефиците научного понимания проблемы. Этот дефицит восполняется патриотической риторикой, этнополитической спекуляцией, необходимостью возрож-

дения некоего великого прошлого во имя якобы некоего великого будущего. Нельзя наукообразным крючкотворчеством и пафосно-националистической демагогией сводить феномен языка к самодовлеющему началу. При этом отрывать этот самый язык от его социокультурной среды, от пределов *самосознания*. Какие бы образцово-показательные мероприятия не проводили общественники, учёные-лингвисты следует понимать, что статус языка в системе этнических ценностей должен быть на уровне символа этнического самосознания, этнической преемственности.

Выделяя детерминанты этнической ментальности, следует подчеркнуть, что ни одна из них в отдельности, ни все вместе взятые не в состоянии обусловить специфику этнического мировосприятия, если их рассматривать вне процесса человеческого общения (*коммуникации*).

Генетически ментальность возникает не просто в силу сходства условий, в которых живут и действуют представители данной этнической целостности, не по причине одной лишь одинаковости их индивидуального опыта, а в силу того, что они тем или иным образом взаимодействуют друг с другом в пространстве и во времени, совместно вырабатывая общие чувства, представления, мнения.

Профессор Э. Геллнер писал: «Два человека принадлежат к одной нации лишь только в том случае, если их объединяет одна культура, которая в свою очередь понимается как система идей, условных знаков, связей, способов поведения и общения», или «если они признают принадлежность друг друга к этой нации. Иными словами, нации делает человек, нации – это продукт человеческих убеждений, пристрастий и склонностей» [5. С. 24].

В работе «Модернити в полиэтничном пространстве» профессор К. Гожев приходит к выводу, что «*социальная модернизация* – это структурно-институциональный и ментальный сдвиг, достижение особого состояния мышления и действия, которое характеризуется верой в прогресс, склонностью к экономическому росту, готовностью адаптироваться к изменениям. Традиционные институты и ценности вполне могут адаптироваться к современности, поскольку предпосылки современности зарождаются в традиционных контекстах.

Определение *modernity* в качестве специфической цивилизации не может претендовать на статус универсального, допущения возможности появления (*открытия*) новых центров *modernity* и даже трансформации самих моделей модернизации» [6].

Этничность к тому же может быть отнесена к числу социальных институтов, хотя соединяет в себе черты как социального института, так и социальной общности. Этническая самоидентификация свидетельствует о том, что член этнической группы готов солидаризироваться с ценностями данной культуры. В процессе межличностного

взаимодействия происходит усвоение на индивидуально-личностном уровне определенной совокупности потребностей, идеалов, мотивов деятельности, иными словами, – и институционализация.

В период актуализации этничности (*этнической мобилизации*) этнообусловленные социальные нормы и предписания становятся важными регуляторами поведения людей, а этничность в культурно-символическом смысле образует ценностно-нормативное ядро социальной интеграции и контроля, таким образом, полноценно реализуя свою регулятивную функцию.

Конфликт ценностей представляет собой одну из ключевых проблем формирования этнического сознания в условиях социального перехода. Позитивные возможности культурного разнообразия реализуют себя в условиях стабильного демократического общества, где давно уже установились *общие правила*, консенсус относительно основных ценностей. Конфликт ценностей в переходных ситуациях, напротив, приобретает чаще всего негативный смысл, прежде всего, из-за отсутствия такого консенсуса.

Отсюда угроза его превращения в значимый дестабилизирующий фактор, постоянно потрясающий общество, усиливающийся в условиях нелегитимности социальной стратификации, несформированности классовых интересов, анархичности политической жизни, дезориентации управляющих структур. Особенно ярко и бескомпромиссно такая картина наблюдалась в смутные 90-е годы в национальных республиках Северного Кавказа. Эффективного средства снижения конфликтогенного потенциала ценностных противоречий, каким является формирование единой и модернизированной системы ценностей, тогда не применили.

Человечество только подходит к пониманию этого, к признанию права различных культурных групп сохранять свою индивидуальность, к возможности научиться воспринимать данный факт без чувства личной ущемлённости, что сплошь и рядом присутствует в межэтнических контактах. Межкультурная толерантность, терпимость – вот к чему должна идти постепенно каждая этническая общность.

Именно поэтому признание приоритета общечеловеческих ценностей как базисной категории, возвращение их в качестве исходных ориентиров человека, является сегодня важным и необходимым. Главное – исключить из них либеральный дух соглашательства со всеми и во всём. Социальным наукам еще предстоит понять, что обеспечивает полноценный контакт культур, не приводящий к ущербу ни одной из них.

Таким образом, без *гуманитаризации* общества, без утверждения таких духовных ценностей, как добро, достоинство, любовь, честь, справедливость, человеколюбие, терпимость, сострадание, совесть – невозможно достижение подлинной свободы человека.

Потому *гуманитарность* (в отличие от *гуманизма*) – это более, чем истинная духовность, мера свободной реализации человеческих устремлений, степень духовного конструирования социальной действительности в соответствии с высшими общечеловеческими ценностями. Потому гуманистическое миропонимание является важнейшим ценностным ориентиром, позволяющим человеку находить опору в условиях нестабильности и социальных перемен.

Это мощное этическое, духовное и практическое движение в истории человечества, хронологически связанное с эпохой европейского Возрождения и сохранившееся до сегодняшнего дня в качестве компонента культуры и образа жизни, например большинства тех же северокавказских народов. В отличие от других учений о человеке, гуманитарное исходит из признания человека как исходной реальности. Цель – сущность человека, его реальность и ценность в самом человеке. Такова исходная предпосылка гуманитарности.

Представляя собой одну из фундаментальных характеристик материального бытия и сознания человека, гуманизм проявляется в стремлении человека к милосердию, добру, состраданию, сопереживанию, помощи окружающим. Однако такое восприятие этого явления отражает только субъективную характеристику данного понятия.

Объективная же сторона гуманитарности выражается в реальных социально-экономических и культурных условиях жизнедеятельности человека, в тех общественных отношениях, которые обеспечивают действительную свободу личности. В контексте этого положения данный феномен рассматривается нами как совокупность объективных и субъективных отношений к человеку как высшей ценности.

Гуманитарность в широком смысле, – это осознание и культивирование человечности в человеке, уважение и любовь к человеку. В узком смысле, – это концепция, основанная на признании свободы, ответственности, многогранности, неповторимости, творческого начала Человека. Человечность личности выступает фундаментальной основой общественного развития, ибо любое общество настолько гуманно, насколько гуманен каждый из ее членов.

Исходя из того, что основополагающим и ключевым принципом данного феномена является понимание того, что человек есть высшая ценность, цель общественного развития, можно говорить о том, что гуманизм определяет все содержание, структуру, ценности и принципы, социальные функции, а также основные тенденции развития общества.

Межэтническое взаимодействие – фактор, не только во многом определяющий собственно этнические процессы, но и активно связанный с такими сферами жизнедеятельности общностей, как политика, экономика, социальные отношения, культура и др. Феномен межэтнического взаимодействия носит глобальный характер, учитывая,

что тысячи этносов Земли объединены в более чем 200 государственных образований. Причём абсолютное их большинство нельзя отнести к этнически однородным. Естественно, что в различных регионах Земли и в различных странах этнические факторы играют неодинаковую роль, а это зависит от целого ряда обстоятельств.

В современных условиях формирования единого экономического и информационного пространства проблемы регулирования межэтнических отношений, межкультурных контактов, защиты национальных традиций приобретают особую актуальность в свете выработки и поисков адаптационных механизмов.

Таким образом, этнические и общечеловеческие ценности связаны как единичное и общее, частное и целое, явление и сущность. Так называемые общечеловеческие ценности не существуют сами по себе в чистом виде. Они связаны с этническими ценностями (единичными, отдельными), существуют в этнических ценностях и через этнические ценности.

Этническое, вместе с тем, включает в себя прогрессивные черты как присущие определенному народу, так и заимствованные у других. Они со временем становятся имманентными данному этносу. Так, подлинно этнические ценности адыгов, бесленеев, кабардинцев, шапсугов и др. культивировались в абазинские, и наоборот, ныне все они последовательно прорастают в кавказские.

Природу же *общечеловеческого* целесообразно составлять из лучших достижений всех этнических общностей. Они со временем будут осуществляться через особенные и единичные ценности каждого этноса того же российского Кавказа.

Ссылки

1. Козлов В.И. Самосознание этническое / Народы России. Энциклопедия. М., 1994.
2. Канитц Ф. Дунайская Болгария и Балканский полуостров СПб. 1876.
3. Арутюнов С.А., Чебоксаров Н.Н. Передача информации как механизм существования этносоциальных и биологических групп человечества // Расы и народы. Вып. 2. М., 1972.
4. Mandelbaum D.G. Concepts of Civilization and Culture / Encyclopaedia Britannica. 1965, v. 5. P. 831; Goodenough, W.H.. Cultural anthropology and linguistics // Language in culture and society. N.Y., 1964. P. 36; Enloe, C. Ethnic conflict and politic development. Boston, 1973. P. 56.
5. Геллнер Э. Нации и национализм. М., 1991.
6. Гожев К. М. Модернити в полиэтническом пространстве. СПб., 2006. 288 с.

К.М. Гожев (Абхазия),
проф. Абхазского гос. ун-та,
д-р филос.н.

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ АБАЗИН В КОНТЕКСТЕ РОССИЙСКОГО МИРОВОСПРИЯТИЯ

SOCIO-CULTURAL IDENTITY OF ABAZIN IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN PERCEPTION

Аннотация. В статье предпринят системный анализ социокультурной модели мира, лежащей в основе национальной идентичности абазин. Выявлены и последовательно описаны такие уровни данной модели, как система образов; система связей между ними, а также порождаемые этой своеобразной конфигурацией образов и сведений жизненные позиции абазин, их убеждения, идеалы, способы познания и деятельности, знания, ценностные и духовные ориентиры.

Abstract. In article the system analysis of the sociocultural model of the world which is the cornerstone of national identity of Abazins is undertaken. Such levels of this model as the system of images are revealed and consistently described; the system of communications between them and also the living positions of Abazins, their beliefs, ideals, ways of knowledge and activity, knowledge, valuable and spiritual ancestors generated by this peculiar configuration of images and data.

Ключевые слова: сознание, мышление, менталитет, социокультурная картина мира, социокультурная идентичность, ценности, идеалы.

Keywords: consciousness, thinking, mentality, sociocultural picture of the world, sociocultural identity, values, ideals.

В современных условиях особенно важно обращение к своей культуре (к себе, как абазину, языку, сознанию, ценностям, идентичности, интеллекту и др. – важнейшим взаимосвязанным элементам единой культуры). Всё это будет осознанием той огромной роли, которую играет самосознание каждого абазина [1] в социальном порядке, ценностно-нормативной системе, формирующиеся на улице, в ауле, самой этнической общности. Вместе с тем существует некая безысходность: социальные функции абазинской культуры суживаются, а потребности его расширяются. А придётся ли пользоваться духовными ценностями (порой несовместимыми со своими) других культур?

Термин «ценность» происходит от греческого слова *аксиа*, *аксиология* – наука о ценностях. *Ценность* в обычном употреблении – это, прежде всего, *значимость*, т.е. некое качество, свойство предмета

или явления, имеющее значение для человека, отражающее полезность или нужность того или иного явления для того же абазина, культуры и общества в целом. Речь о том, что значимость для того же абазина или адыга, например, золота, как писал К. Маркс, определяется не его химическим составом.

Таким образом, ценность следует понимать так же, как отношение человека к созданному им миру. У русских близким по содержанию термину «ценность» является слово *доброта*, означающее, кроме всего, также *цену, достоинство, милосердие, отзывчивость, бескорыстие*.

Ценность, таким образом, означает то, что мы ценим, достоинство чего мы сохраняем, жертвуя собой, во имя чего живём. Она познаётся человеком и оценивается им, но её нельзя сводить только к *пользе*. Скажем, смерть наёмников-абазин на поле брани в составе Римской когорты, в Ливонской войне (XVI в.), мамлюком в Египте, в Первой мировой, русско-японской и во множестве других войн, была *полезна* для чьей-то победы, а для самих абазин стали гибельны. Раньше у средневековых абазин *честь* была главной ценностью, символизировала его *достоинство*, однако в нынешних условиях честь носит ситуативный характер, критерием достоинства является только *успех*.

Ценности абазины также разделяют на *материальные и духовные (идеальные)*. *Материальные ценности* – это вещи, свойства и отношения, приобретшие символическую значимость, ставшие знаками жизнеутверждающего смысла.

Идеальные (духовные) ценности – это философские концепции, моральные нормы, научные критерии мировоззрения, эстетические принципы и правовые установки, политические учения, образцы деятельности и творчества, религиозные идеи, а также переживания, чувства, эмоции, т.е. то, что связано с различными способами духовно-нравственного постижения мира. В целом же целесообразно говорить о том, что жизненное пространство абазин всегда центрировалось на ценностных координатах.

В первобытно-общинную эпоху у абазин были заложены ценности, касающиеся системы *человек-природа*; утверждалась система ценностных приоритетов, основанных на экологическом (*природная среда, животный мир и др.*) и нравственном императивах, на стратегии диалога с природой, с животными, которые они наделяли человеческими качествами. Духовно-нравственные основы и экологический смысл образовывали единый фундамент, формирующий нравственно-экологическую ответственность.

Так, народ *дарует* абазинскому нарту Сосруко [2] мощного, резвого, выносливого коня, предупреждающего о всяких опасностях, спасающего от беды, говорящего по-абазински. Через всё своё бытие,

через всё своё устное творчество народ поэтизирует коня – друга, советчика, помощника, соучастника в материальной и духовной жизни. В нартском эпосе абазин конь и он – единое целое, они немислимы друг без друга. Символично, что абазины не едят конину; конь что человек, значит, и отношение к нему должно быть *человеческое*: ему можно доверять во всём, можно похвалить, пожулить, обидеться и потом простить.

Как-то к умирающему абазинскому нарту созывают всех зверей и птиц и предлагают выпить кровь мужчины-героя, съесть его мясо. Даже волк отказался: *«Не стану я пить кровь героя и есть его мясо. Когда Сосруко был жив-здоров, не ел он мяса зверей»*. Перепел тоже отказался: *«Ни мяса героя не съем, ни крови его не выпью»* [3].

Эти благородные человеческие ценности зверя и птицы оценены по достоинству: абазинский нарт отдал седьмую часть своей силы шее волка – он стал сильнее, но его всё же можно одолеть; малая пичужка при полёте устрашает окружающих шумом своих крыльев.

Явление природы – огонь должен служить абазинам, и огонь возвращается тем же главным нартом Сосруко. Подобная ситуация и с семенами проса, которые он снова раздобыл, чтобы земля плодоносила, расцветала, была всегда плодородной.

Абазинские сказки боготворят коня-дурдуля, наделяют человеческими чертами, кроме этого, обладающего даром предвидения и перевоплощения. Герой сказки зачастую помогает животным, птицам, насекомым, объектам природы, они, в свою очередь, платят тем же.

Через песни «Солнце пошло на водопой», «Цакянора», «Дзиуара», «Уаркуажа», «Капалоу» и др. абазины вступали в диалог с субъектами природы, увещевали их ниспослать дождь, помочь быстрее вырасти, приветствовали смену времён года, призывали в свидетели небесные сферы...

Устное народное творчество абазин своими сюжетами реализует важные философские, социальные, нравственные, этические и эстетические концепции, заложенные в его менталитете.

В новейшей истории абазины, демонстрируя самодостаточность экологической культуры и мышления, активно участвовали в экологических протестах против переброски рек Большого и Малого Зеленчуков, против негативного вмешательства в окружающую среду, способного возбудить непредсказуемые природные катаклизмы, обеднить ландшафт, сельскохозяйственные угодья, изменить климат, в целом биосферу мест исторического проживания. Большая часть абазин понимает, что техногенным способом преодолеть глобальный кризис невозможно, необходима *моральная перестройка самого духа и смысла человеческой культуры*.

Своеобразие их образного мышления и художественного восприятия картин мира выразил один из абазинских стариков: *«Кавказ*

для меня – живое существо. Главный Кавказский хребет – его позвоночник. Закавказье и Северный Кавказ – его бока. Реки, текущие по этим бокам, – кровеносные сосуды». Обозначение физической картины мира как совокупности внутренних образов внешних предметов до метафоричной картины мира как менталитета, опосредующего все акты человеческого мировосприятия, – это картины мира абазин, их потенция.

Абазины большое внимание уделяли воспитанию детей, развитию их познавательных способностей. Для чего создавали детский фольклор. Ребенка мелодией песни, звукоподражанием старались вразумить, что мужчина должен работать, а женщина – заниматься домашним хозяйством и воспитанием детей. Одни песенки являлись стимуляторами мыслительной деятельности детей, состязательности, в т.ч. считалки, скороговорки, требовавшие быстрой сообразительности; другие – сообщали о пользе насекомых, нельзя было причинять вред даже кузнечнику, божьей коровке, прививалось сочувствие, жалость к беззащитным существам.

Поэтика детских народных произведений соответствует детской психике, тесно связана с органическими запросами и вкусами детей. В них игровая ситуация сменяется сценическим сюжетом, где ребёнок и актер, и сопричастный зритель, играет фразами и логическими несообразностями. Бессмысленные слова, сочетания таких же слов, целых выражений, даже весь текст с элементами мифологии, этнографии, символики и др. представляли собой детскую художественную речь с театральными декорациями.

Однако конкретный образ, идея, сюжетный замысел при всей игровой манипуляции чётко вырисовывались и легко воспринимались более детьми, чем взрослыми. По мнению абазинского исследователя В. Тугова, абазинский песенный фольклор отличается не только тематическим и жанровым богатством, но и разнообразием системы стихосложения, метрики и ритмики.

Абазины авторитарно, без философских рассуждений объясняли сложные научные проблемы сотворения мироздания, Вселенной, не уточняли как, из чего, не уточняли иерархию воспроизведения. Кратко сообщали: *Анчва йгIайшатI – Всевышний сотворил*. Адам и Ева были созданы уже Богом. Дословный перевод трудно, даже невозможно сделать, здесь больше по наитию, чем по этимологии, хотя есть слово *йгIанишатI – появилось*.

Образ космоса представлялся не мёртвым и безжизненным, в чём-то живым и обожествлённым. Горизонт представлялся как конец Вселенной, край земли, пространство, где сходятся земля и небо, куда попало, упало солнце. Сама космогенная картина создавалась на основе умозрительных построений и ассоциаций. Умозрительным и рациональным был и способ аргументации таких представлений. Абази-

ны потом сами были вынуждены просто *верить* в реальность созданных ими же мифов, символов, различных версий, интерпретаций и переинтерпретаций, посредством которых они познавали, обсуждали и объясняли окружающий мир.

Так, их предки считали, что Вселенная – это трехсоставное целое: верхний мир – обитель Бога и ангелов; средний – людей, нижний предназначен для демонических существ. Небо (*АжвгІванд*) – особая зона, оно символизирует беспредельное могущество Бога. Абазин, конечно же, о чём-то просил его. Однако он выражал свою просьбу с чувством собственного достоинства, не унижая себя, не раболепствуя. Облик Бога тоже не уточняется, но чувствуется, что смертных Он сделал по своему образу и подобию. Бог – бессмертен, всегда был и будет. Бог в представлении абазин является Творцом. Природа тоже всегда одушевлена. Душа может существовать как самостоятельная субстанция, но природа вне души немыслима.

Всю ситуацию – на земле и под землёй (*где ещё семь пластов, т.е. подземный мир, имеет семь ярусов*), куда мы (*всё же*) уйдём. Оттуда никто никогда не возвратился: а если не вернулся, то вполне вероятно, что там лучше, чем здесь, на Земле. Всё небесное контролирует доисламский Анчва (*Всевышний*): Анчва йхІзихІваз хІанийаІ — *Что предначертал (определил) нам Анчва, то и будет* (с нами). Таков лейтмотив их представлений и выражений.

Существует много притчей и рассказов (*хабар*), сказаний и мифов о солнечном и лунном затмении, радуге, солнце, луне, громе, молнии, других различных явлениях и катастрофах, объясняющих свои космогонические версии, расширяя духовное производство [4]. Продукты от них (*духовная чистоплотность, великодушие, благородство, добродетельность* и пр.) в своё время удовлетворяли потребности абазин в духовной пище, выражали некоторые высшие принципы и волю к жизни, жизнеспособность, норм и идеалов, в которых декларировались духовно-нравственные ценности.

Народ на протяжении всей истории, в устном творчестве и художественных произведениях воспел ум, находчивость, верность долгу, красоту, трудолюбие женщины, осветив её мудростью народной философии. Нередко женщина бывает разумнее мужчины, обладает более гибким мышлением. В отличие от исламской идеологии абазинский народ создал поэтический самоотверженный образ матери, сестры, дочери.

Много лирических, вместе с тем мужественных образов женщин создано в эпоху революционных преобразований (*Т. Табулов «Зули»*), в период Великой Отечественной войны (*Б. Тхайцухов «Три дерева»*, *М. Чикатуев, К. Мхце* и др.).

Патриотизм как важная черта абазинского народа всегда ценился и поощрялся. Все жанры устного народного творчества пронизаны

мотивами борьбы с иноземными захватчиками. Чаще всего предводителями военных формирований становятся простые люди. Рядовые хлебопашцы и скотоводы в роли ополченцев показывают примеры героизма и отваги. Герой К. Джегутанова Шабат («Золотой крест», «Лаба») – народный лидер, носитель национально-эстетического идеала абазинского народа. Его образ неразрывен с судьбой народа, воплощает черты, отвечающие его представлениям о типе национального героя и мудрого военачальника.

Таковыми же предстают герои Б. Тхайцухова Кавказ, Элдар, Хаджи-Мурат из романа «Горсть земли». До двухсот тысяч, практически всё абазинское население, включая женщин, стариков, подростков погибли в Великой Кавказской войне, десятки тысяч погибли при изгнании (*махаджирство*) за рубеж, в Турцию, а оставшиеся по сей день ассимилируются безвозвратно, безнадежно. Только малая толика по исторической случайности (исследователи называют цифру менее десяти тысяч) осталась, как сказал абазинский поэт К.Мхце, «с запрещённой надеждой свой род сохранить».

Абазины всегда жили в мире и согласии со всеми народами, в том числе с русскими, казаками, которые ценили горцев за благородство характера, отзывчивость, внутреннюю культуру в семье, сообществе, поддерживали с казаками куначеские связи, называли рождающихся детей в честь русских друзей русскими именами, приглашали на свои этнические и семейные торжества.

Особо тесные взаимоотношения у абазин сложились с карачаевцами, черкесами, ногайцами, осетинами и греками, с которыми веками взаимодействовали в области хозяйства, культуры и быта. С кабардино-черкесами (*адыги*) абазин роднит единство культур, этнических процессов; взаимовлияние материальной и духовной жизни сделало идентичными их нравы, обычаи, традиции, в целом психоменталитет, манеру понимать определённые вещи.

По утверждению известного кабардинского учёного З. Налоева, в создании всего адыгского устного народного творчества активное участие на протяжении вековой истории принимал абазинский народ. Абазины были одарёнными билингвистами: кабардинские песни пели как свои, а свои песни создавали на кабардинском языке. Вполне правомерно говорить о том, что черкесский фольклор является таким же законным достоянием абазин, как в целом адыгских субэтнических групп (*адыгейцы, кабардинцы, кабардино-черкесы, шапсуги*).

Вместе с тем, абазины ревностно сохраняли этническую самостоятельность. Даже называя иногда себя *адыгя*, абазины подразумевали и подразумевают под этим этнонимом то, что они относятся к определённой культурной общности, а не конкретно к адыгскому этносу. Под адыгством подразумевали определённые ценности, этноповеденческие стереотипы.

Однако абазины никогда не теряли своего национального самосознания; практически это единственный народ в мире, который не забыл своего самоназвания *абаза*, которым самоидентифицировались, начиная задолго до Рождества Христова. Кроме того, при определённых обстоятельствах они задают незнакомому человеку не обычный, стереотипный вопрос: *Какой ты национальности?* а – *Ты нашего языка?* Речь и мысль в нём заодно – родоплеменном, но не языческом – о крови, о почве.

Об абазгах (абазинах – автоним, самоназвание «абаза») в летописях истории писали, а на картах отображали их расселение по Черноморскому побережью древнейшие деятели античности Геродот и др. С тридцатых годов 20-го столетия в абазинских школах Черкесской автономной области более десяти лет преподавание велось на кабардино-черкесском языке. Родной для них абазинский язык не преподавался даже как предмет, т.е. шло полное изъятие родной речи у народа; в то время, как другие этнические общности использовали свой язык в школе, в культуре, литературе и др. По этой причине свыше 200 многодетных семей Апсуа и Кувывыехали на постоянное местожительство в родственную Абхазию [5].

Проблема образа, факторов антропологической и социокультурной обусловленности, например, образования, непосредственно связана с решением задач формирования *человека* в пространстве и времени *картины мира*, уяснением путей и средств воспитания *нового человека*, отвечающего требованиям и противоречивым реалиям современного общества.

Абазинская картина мира есть система представлений абазина о мире и его месте в нём, комплексное представление о конкретной действительности и о взаимоотношениях с ней. Более точно, или относительно верно, картину мира абазин можно определить следующим образом:

- система образов – наглядные представления о мире и месте абазина в нём;
- система связей между ними – сведения о взаимоотношениях абазина с действительностью: абазина с природой, абазина с обществом, абазина с другим этническим представителем и с самим собой;
- порождаемые этой своеобразной конфигурацией образов и сведений жизненные позиции абазин, их убеждения, идеалы, способы познания и деятельности, знания, ценностные и духовные ориентиры (*любые существенные изменения картины мира автоматически могут повлечь за собой перемены в системе указанных элементов*).

В соответствии с этими особенностями картина мира абазинского социума:

- целиком определяет своеобразие восприятия и интерпретацию абaziном любых событий, фактов и явлений;

- представляет собой основу, некий фундамент мировосприятия, опираясь на который абазин действует в реальности;

- имеет динамичный характер, что предполагает постоянное изменение, корректирование картин мира под влиянием жизненных обстоятельств.

Духовная культура является средством воздействия на формирование духовных качеств каждого абазина. Она является также способом функционирования этноконфессионального сознания, выступающей заодно формой конкретного выражения духовности абазинского народа. Духовность ценностями, идеями, моралью формирует в целом культуру абазин, но мало влияния оказывает на его религиозное сознание. Однако к своему кодексу этноэтикета – *абазара* всё же принимают мусульманскую культурную традицию, нравственно-этические предписания ислама, которые определяют как национальную культурную традицию, помогающую сохранить абазинскую этническую идентичность.

В абазинских аулах строятся мечети, вовлекают в религию, в следование обрядности подростков и молодёжи, народная педагогика используется как исламский фактор в воспитательных целях (*бадаб*, *намыс* – воспитанность, скромность, приличие, учтивость, почтительность), исповедуют идеологию и образ жизни по исламу. Всё это носит двоякий характер, поэтому надо быть осторожным при *материализации* ислама посредством обычаев, мышления, поведения и etc. Абазинская мораль, нравственность народа выводится из фундаментальной ценности *человечность* — *гIвычIвгIвысагIара*.

Повторюсь: нельзя однозначно говорить о наличии в абазинской общности мусульманского восприятия образа мира. Для них более понятны и идентичны картины мира в кавказском и русском этническом выражениях. В качестве родины должно выступать не Абазашта, а вся Россия. Речь о доминировании идентита с многонациональным государством, с гражданским обществом. При этом в русских не усматривается *имперское мышление*, а в себе, малочисленном народе, не обнаруживают *комплекса жертвы*. В их диалоге преодолеваются этно- и культуроцентризм, этническая, конфессиональная и культурная предубеждённость, различные -фобии, -филии примитивно-ущербного самосознания.

Абазинская концепция взаимной человечности ставит проблему формирования человечности абазинской человечностью же. Этноконфессиональное сознание замечено в противопоставлении носителей определённой духовной традиции к представителям других культур, т.е. зачастую используется неумными священнослужителями для разобщения.

Абазины учитывают, что нет *плохой* или *хорошей культуры*, они во многом относительно равные, они просто разные. Нельзя также

сделать одну *лучшую* культуру для всех, *все* эту культуру не поймут, тем более не примут *как свою*, если даже она *будет лучше*, навсегда *оставшись чужой*.

При этом понимание его современного состояния и тенденций развития возможно лишь в случае, когда даны ответы на вопросы об *антропологической аутентичности* образования и характере реализуемых в нём творческих инициатив. Следует помнить, что понимание *аутентичности*, в том числе аутентичности в сфере образования, в культурах разных стран существенно различается. В Японии и других азиатских странах это понятие вообще отсутствует как не отражающее специфики культурного развития. Америка в силу своей исторической беспочвенности, вернее, отсутствия собственной древней истории, освящающей ее современность, проблему переживает постоянно и достаточно остро.

В современную эпоху этнических конфликтов и межконфессиональных разногласий, тяжёлой социально-экономической ситуации, нарастания всепоглощающего глобализма, абазин чаще обращаются к принципам и смыслам, необходимым для общего с другими народами выживания и свободного развития: этике и стратегии ненасилия, идеям терпимости, диалога и взаимопонимания, к чужим и иным позициям, ценностям, культурам, поиску взаимоприемлемых компромиссов и консенсусов.

В этом ряду феномен этнической, культурной и иной *толерантности*, как этическая ценность, актуальный нравственный императив способствует философии мирного сосуществования, сотрудничества, гражданского согласия. Сама толерантность является (это общепризнано) универсальной общечеловеческой ценностью, которая всегда была имманентна абазинскому психоменталитету, понятна и родственна абазинским картинам мира, их культуре мира.

Образование активно и плодотворно влияет на состояние толерантности, обеспечивает формирование наступательной жизненной позиции и ценностных ориентиров подрастающего поколения. Наряду со своей специфически национальной культурой, абазинские воспитатели и педагоги культивируют поликультурность [6], создающую условия для введения подрастающего поколения абазин в полиэтническую многоконфессиональную российскую и мировую культуру и цивилизацию.

Это позволяет осознать свою уникальность (*как и язык, внесенный в Книгу рекордов Гиннеса как самый сложный язык в мире*), выработать представление об общих духовно-нравственных ценностях, морально-этических нормах, особенностях мировоззрения, верований, образа жизни, картин мира.

Все эти действия абазин сопряжены с самоутверждением, с требованием и борьбой за право высказывать своё мнение и быть выслу-

шанным (оно впервые сформулировано ещё в 486 году до нашей эры), с желанием быть признанными (Гегель) властью, общественностью, другими народами, совместно с которыми они живут как на Кавказе, так и в России. При этом того же абазина не устраивает всякое признание; ему нужно только такое признание, в котором другие оценивают его так же, как он оценивает себя сам.

Это, в свою очередь, будет способствовать наиболее полному раскрытию своих задатков и дарований как необходимых предпосылок для процесса воспроизводства и обогащения своей абазинской этно- и социокультурной идентичности в контексте кавказского и российского мировосприятия.

Ссылки

1. Абазины – ныне малочисленный (36 тыс.чел.), но в 16 и 17 столетиях могущественный и влиятельный на Кавказе многоплеменной народ, под чьи знамёна становились куманы и аланы. Этнически, по языку, культуре абазины родственны адыго-абхазской этнической общности (Республика Абхазия). Ныне они проживают в основном в Карачаево-Черкесской Республике.
2. Сосруко – главный Нарт; сильный, умный; в целом положительный герой эпоса упомянутых народов «Нарты».
3. Нарты – легендарные человекоподобные существа, считаются предками абазин, адыгов, кабардинцев, черкесов, осетин и других народов Северного Кавказа.
3. Шиков К.М. Становление и развитие адыгейской советской поэзии // Проблемы развития адыгских литератур. Майкоп, 1975.
4. Нарты. Абазинский народный эпос. Черкесск. 1985. 262 с.
5. Тугов В.Б. Память и мудрость веков. Карачаевск, 2006. 340 с.
6. Гожев К.М. «Абазинский транзитив в демократическом лабиринте». Апсоуа-Черкесск, 2010. 496 с.

М.М. Гукасова (Россия),
преп. ИНСПО КубГУ, магистр журналистики

Э.М. Гукасова (Россия),
доц. КубГУ, к.филол.н.

**НАРАСТАНИЕ ПЕРСОНАЛИЗМА
В РАЗНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ
(ПО МАТЕРИАЛАМ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ
ГАЗЕТЫ «ПЕРСОНА»)**

**INCREASE OF PERSONALISM IN DIFFERENT MEDIA TEXTS
(BASED ON MATERIALS SOCIO-POLITICAL
NEWSPAPER «PERSONA»)**

Аннотация. В данной статье рассматривается персонализация вице-мэра г. Москвы по вопросам градостроительной политики и строительства в правительстве Москвы Марата Хуснуллина в нескольких медиатекстах. В одном – с нарастанием персонализма, а в другом – профессионализма.

Abstract. This article considers the personalization of the vice-mayor of Moscow on urban policy and construction in the government of Moscow, Marat Khusnullin in several media texts. In one — with the growth of personalism, and in the other — professionalism.

Ключевые слова: персонализация, медиатекст, Марат Хуснуллин, «ПЕРСОНА».

Keywords: personalization, media text, Marat Khusnullin, «PERSON».

Персонализация находит подкрепление в различных социальных, культурных практиках и информационных пространствах. Среди сфер, концентрированно представляющих персоналистский подход к познанию, закономерное место занимают медиа. Неисследованность этого аспекта побуждает специально рассмотреть медийную реализацию личности в социокультурном аспекте персонализма.

Особенности медиадискурса позволяют уточнить системную специфику персонализации на основе трех линий сопоставления. Первая линия – наличие-отсутствие персонализации при освещении одного и того же события, объекта. Вторая линия сопоставления – нарастание персонализации в разных редакциях одного и того же медиатекста. Третья линия персонализации – сходство и различие представления одной и той же личности в разных СМИ, в связи с их специфичными моделями. Проиллюстрируем каждую линию сопоставления. В последнее время выходит большое количество печатных СМИ, имеющие в своем арсенале рубрики по персонализации: «Лица неде-

ли», «Культура», «Интервью», «Личность и спорт», «Личность», «Сокровенное», «Власть», «Личное дело», «Звездный рецепт», «Персона», «Наш современник», «От первого лица», «Достояние», «Династия», есть и персонализирующая представителей одного рода «Романовы. Непарадные портреты». Сама персонализация имеет возможность облагородить или обезличить того, о ком идет речь, потому что ставит его в определенный ряд. То есть одна и та же информационная основа подается двумя способами:

- 1) с персонализацией;
- 2) без персонализации.

Персонализация – процесс, в результате которого субъект получает идеальную представленность в жизнедеятельности других людей и может выступить в общественной жизни как личность. Общий подход к пониманию проблемы личности, обозначенный А.Н. Леонтьевым, продолжил свое развитие в работах А.В. Петровского и В.А. Петровского. Личность рассматривается в гранях «персонального», когда акцентируется переход человека от бытия в мире и в себе к бытию в другом человеке, означающему для этого «другого» процесс персонализации или внутреннее соединение со значимой личностью. Человек обретает личность в качестве признанной и развиваемой значимости во внутреннем мире другого человека. Персональность — феномен признания меня и «разделения» моей личности между мной и другим. Персональным является то, что осознанно принято мною от значимых людей и стало аутентичным «моим», а также то, что свойственно мне и получило воплощение, стало «своим» для многих других. Сущность персонализации заключается в действенных преобразованиях интеллектуальной и аффективно-потребностной сферы личности другого человека, которые происходят в результате деятельности индивида. Понятие персонализации в этом значении введено профессором В.А. Петровским. Единственный эффективный путь удовлетворения потребности в персонализации – деятельность, поскольку именно посредством своей деятельности человек продолжает себя в других людях, транслирует другим свою индивидуальность [6. С. 27].

Опираясь на определение В.А. Петровского, предлагаем следующую рабочую дефиницию персонализации. *Персонализация – это медийное представление потребности персоны в активной созидательной деятельности. Она проявляется в общественно-политической, культурной, экономической, научной сферах с целью решения важных социокультурных задач с учетом современной модернизации общества*, которое сопровождается интеграционными процессами с привлечением массмедиа [1. С. 57]. Развивая и совершенствуя себя, персоне вносит часть себя, своего активного и физического сознания (деятельности) в развитие страны. Предлагаемое нами определение персонализации дает нам право говорить, что всякая личность – персоне, но не всякая персоне способна передавать свой

социальный опыт другим, то есть персонализироваться. Именно такую персону мы можем назвать субъектом исторического, экономического, социального, культурного процесса, поскольку, внося свой вклад в общее дело, она не разрушает его, а созидает. Рассмотрим данное обобщение в различных медиатекстах одного и того же издания. Исследователи рассматривают текст в системе коммуникативного действия как «звено культуры», подчеркивают, что «язык СМИ, охватывая значительную часть общества через его единое информационное пространство, предстает как национальный поток сознания современного человека» [4. С. 22-25]. Отмечая фундаментальные свойства медиатекста, ученый СПбГУ Мельник Г.С. делает упор на взаимодействия двух или нескольких смысловых позиций, многоголосия общения: «Это фундаментальное для медиатекстов свойство, помимо аспекта адресованности, включает аспект ответственности и присуще как диалогическим текстам (интервью) и межтекстовым единствам (в виде диалога текстов), так и внешне монологическим публикациям» [5. С.27-29]. Сегодня особо популярной стала иллюстрированная информационно-публицистическая газета «ПЕРСОНА» (тираж – 50000 экз.), в основном, рассказывающая о государственных деятелях. Для наглядного примера вышеобозначенной мысли возьмем два номера «Персоны». В октябрьском выпуске за 2012 год главный редактор издания Талина Кривцова показывает своего героя – заместителя мэра Москвы в правительстве Москвы по вопросам градостроительной политики и строительства – в двух рубриках «ПЕРСОНАльное интервью» и «Коллеги о Персоне». Особенность газеты состоит в том, что иногда весь номер может быть посвящен одному человеку, его общественно-политической деятельности, достижениям, в оценке внешних коллег, а также интересной информации личного характера: семья, хобби, становление, отношение к жизни. Разбивая стереотипы обывателя «чиновник – человек, праздно живущий», Марат Хуснуллин предстает перед читателями сильной, целеустремленной, деятельной натурой. Причем настолько, что «скучать и думать о родном любимом городе Казани, в котором родился, вырос, работал, сделал столько... времени нет». У читателя возникает ощущение, что этот человек не принадлежит себе, находится постоянно в работе. Даже решение экономической, социокультурной задачи он считает своим делом: «Моя личная цель – сделать город, в который мне посчастливилось приехать и в котором я сейчас работаю, действительно лучшим мегаполисом мира». Исходя из жизненных принципов – человек должен быть порядочным, честным и профессионалом своего дела, герой формирует свою команду. Главным приоритетом его успеха он считает спартанское воспитание. Не секрет, что профессия строителя считается хлебной, и почти каждый стремится попасть в нее. Но немногие думают о минусах этой профессии, и только профессионал, знающий на собственном опыте эту работу изнутри, может ответить: «Работа

строителя тяжелая. Ее надо любить, чтобы ею заниматься». В краткой справке о герое под фотографией его с автором материала поэтапно перечислены все достижения и награды. Но за одну из них он испытывает особую гордость. Это его семья.

Для полной персонализации героя публикации автор приводит высказывания коллег по работе, например, вот как Генеральный директор ОАО «Институт по изысканиям и проектированию инженерных сооружений и коммуникаций «Мосинжпроект» Геннадий Рязанцев высказывается о профессионализме М.Ш. Хуснуллина: «Марат Шакирзянович – выдающийся человек и сильный руководитель. Он прекрасно знает наши объекты и помнит, где, что в Москве строится. Ориентируется так, словно он тут всю жизнь прожил. Быстро вжился в столицу и знает ее уже досконально, не хуже москвичей... С ним интересно общаться, особенно на субботних объездах. В общем, честно скажу, с ним прекрасно работать. Всегда уважительно ко всем относится. А еще мне очень нравится, что он помнит всех, с кем работает, по имени и отчеству».

В оценке руководителя Департамента строительства города Москва Андрея Бочкарева М. Хуснуллин больше отмечен как человек-личность: «За время совместной работы я увидел, насколько Марат Шакирзянович выдающаяся и очень сильная личность. И не только как руководитель, но и как человек, как индивидуум. У него мощная энергетика, он обладает неординарными психологическими и физическими данными. Хорошо чувствует людей, ситуацию и принимает зачастую нестандартные, но всегда эффективные решения. При этом он очень жесткий руководитель, всегда нацеленный на результат. Не дает поблажек никому, ни знакомым, ни друзьями. Даже более требователен к тем, кого хорошо знает. Обладает способностью мыслить масштабно, по-государственному. По-настоящему переживает за город, за людей, которые в нем живут. Его энергетический посыл может быть отправлен очень тихим и спокойным голосом, и зачастую это действует на подчиненных гораздо более глубоко и очень доходчиво. И оказывает гораздо более сильное влияние, чем грубый окрик. Его уважают как человека, как руководителя, как представителя органа власти, как личность» [2. С. 2–12].

Августовский номер 2016 года также посвящен данной личности. Также как и в октябрьском выпуске 2012 года: на обложке – лицо героя в строительной каске с гербовым изображением, цитата – его профессиональное кредо. Различие лишь в том, что за 4 года работы на благо Москвы М. Хуснуллин за короткое время не только сделал «головокружительную карьеру, завидную для многих молодых и энергичных людей», но и стал достоин «занимаемого им высокого поста, осуществляя масштабную созидательную деятельность». И вся его работа стала информационной основой для выпуска восьмого номера «ПЕРСОНЫ». В газете больше рассказывается о техно-

логиях динамичного развития Москвы: строительстве домов, новых станций метро, улучшении дорог, развитии МКЦ, Москвы-реки, реализации целого ряда мегапроектов и т.д. Депутат Национального собрания Франции Морис Леруа был в восторге от новой Москвы: «Нахожу, что Марат – большое приобретение, большая удача для городской команды Сергея Собянина... Изменения, которые происходят тут сейчас, просто поражают. Город хорошеет на глазах. Международное урбанистическое сообщество очень высоко оценивает деятельность Правительства Москвы по созданию общественных пространств. Наиболее яркими примерами являются Парк Горького и Музеон, которые стали настоящими центрами общественной жизни» [3. С. 22–25].

Проанализировав данные медийные источники, можно сделать следующий вывод. В разных выпусках газеты «ПЕРСОНА» идет разговор об одной и той же персоне, только в номере за 2012 год больше о человеке, личности, его природных качествах и духовных приобретениях. То есть, здесь прямая персонализация. А в номере за 2016 год речь идет о той же личности, но рассказывается больше о ее профессиональной деятельности. В этом случае материалы представлены без персонализации. Итак, личность раскрывается, а персонализации нет? Возникает впечатление парадокса. Однако этот парадокс мнимый. Персонализацию не следует абсолютизировать. Более того, ее суть точнее раскрывается не сама по себе, а в соотношении с противоположными способами. Так в вышеприведенном примере 2016 года (в отличие от предыдущего) и журналист, и его герой нацелены не на индивидуальность, а на подчинение команде. В этом можно усмотреть проявление закономерностей, которые ранее рассматривались на других материалах.

Ссылки

1. Гукасова М.М. Персонализация в социокультурном медиапространстве: от философских истоков до возможностей СМИ. Саарбрюккен. LAP LAMBERT Academic Publishing. 2016. 207 с.
2. Кривцова Т. Марат Хуснуллин. / ПЕРСОНА. 2012. № 10.
3. Кривцова Т. Марат Хуснуллин. / ПЕРСОНА. 2016. № 8.
4. Лисицкая Л.Г. Медiateкст в языковом и функциональном аспектах // Вестник ун-та Российской Академии образования. 2008. № 3.
5. Мельник Г.С. Медiateкст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. 2012. №1.
6. Петровский В.А., Старовойтенко Е.Б. Наука личности: четыре проекта общей персонологии. Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9, № 1.

ТЕХНОЛОГИИ ФЕЙКОВИЗАЦИИ И ПОСТПРАВДИЗАЦИИ НОВОСТЕЙ: АНАЛИЗ МЕДИАПРАКТИК

FAKING AND POST-TRUTHING TECHNOLOGIES OF NEWS: MEDIA PRACTICES ANALYSIS

Аннотация. В статье проводится научное обоснование технологий фейковизации и постправдизации новостей. Анализируются медиапрактики акторов поля телевидения и Интернета, обуславливающие данные явления. По итогам исследования формулируется авторское определение псевдо-новости и конституируются ее типы.

Abstract. The article provides a scientific substantiation of faking and post-truthing technologies of news. Analyzes the media practices of actors in the field of television and Internet, that condition these phenomenon. Based on the results of the study, the author's definition of pseudo-news is formulated and its types are constituted.

Ключевые слова: псевдо-новость, фейк, постправда, СМИ, телевидение, Интернет, медиапрактики.

Keywords: pseudo-news, fake, post-truth, media, television, Internet, media practices.

Современное медиaprостранство функционирует в условиях усиления скорости коммуникационных процессов, порождающих «волны» информационного шума. В этой связи все более очевидным становится размывание границ между правдой и ложью, медиагероями и медиаврагами, в результате чего в поле медиа все чаще возникают **псевдо-новости**. Однако до настоящего времени в контексте социогуманитарных наук (социологии, политологии, коммуникологии) учеными не выделялось дискретно оформившееся медиакоммуникационное явление, получившее статус псевдо-новости. Отличие псевдо-новости от другого проявления медийной квазиреальности – фактоида – заключается в следующем: если в первом случае подразумевается имитация новости (как формы послания СМИ), то во втором – имитация факта. Иными словами, псевдо-новостное сообщение строится на оперировании фактоидами – недостоверными или ложными сведениями (как непроверенными, так и заведомо сфальсифицированными). При этом псевдо-новость может представлять собой как прямое (в том числе непреднамеренное) дезинформирование (**фейк**), так и тенденциозность освещения событий – смещение акцентов, замалчивание деталей, искусственная героизация или, напротив, стигмати-

зация, усиление эмоционального ряда ввиду отсутствия или нехватки фактологических данных (**постправда**).

Хронологически первым было подвержено научному обоснованию явление фейка (в переводе с английского языка лексема «*fake*» означает «поддельный, фальшивый, ложный, фиктивный, ненастоящий, подложный, притворный»), которое стало предметом медиакоммуникационных исследований с начала 2010-х годов [14. С. 210-212]. Основной платформой для «фейковизации» О.С. Иссерс называет Интернет, а среди причин указывает на быструю скорость подачи контента: «В современных онлайн-медиа она такова, что у авторов, редакторов, контент-менеджеров просто нет времени на проверку фактов и достоверности таких новостей. Сенсационное сообщение первым уходит в новостные ленты и распространяется по Сети со скоростью света, а оттуда проникает в другие медиа – телевидение и газеты» [6. С. 112–123].

С.Н. Ильченко впоследствии уточняет, что фактор целеполагания при фейковизации «со стороны представителя медиа не является необходимым условием для квалификации полученной от него информации как фейка. То есть вовсе не обязательно видеть в факте появления фейка на полосе газеты или журнала, в радио- или телеэфире, на сайте информагентства злой умысел, в соответствии с которым автор сообщения намеренно исказил событийную фактуру, свидетельства очевидцев, статистику и цифры» [7. С. 25–26]. Иными словами, медиафейк является следствием журналистской депрофессионализации, особенно отчетливо проявляющейся в поле Интернета, в результате чего наблюдается усиленное медиа-тиражирование информации, не соответствующей «каноническим» признакам объективности и достоверности. Вероятно, подобная проблема возникает из-за неумения сотрудников некоторых веб-изданий работать с фактологической информацией, отсутствия навыков верификации полученных данных.

Свидетельством прямого фейка можно считать размещенное 11 октября 2017 года на информационном портале «Комсомольская правда» сообщение о смерти знаменитого оперного певца Д. Хворостовского (легенда мировой сцены скончалась на 5 недель позднее – 22 ноября). Псевдо-новость моментально появилась на десятках новостных лент, в том числе на сайте телеканала «360» (аффилированной структуры ВГТРК).

Информацию вскоре опровергли концертный директор М. Хилдрю («*Это полная неправда! Он жив и находится дома*»), а также супруга певца Ф. Хворостовская («*Мой муж в порядке и счастливо спит рядом со мной!!! К черту людей, пишущих такие вещи!!!*») [10]. После этого сообщения о якобы смерти Д. Хворостовского были быстро отовсюду удалены, а репортер «Комсомольской правды» извинилась перед семьей, объяснив, что при подготовке материала она опе-

рировала так называемой «инсайдерской» информацией – ссыла-лась на личные, не до конца проверенные источники.

Однако необходимо отметить, что псевдо-новость смогла вы-звать резкий и устойчивый интерес, поскольку «органично» (в пони-мании журналистов, разместивших фейк) вписывалась в нарративную историю об оперном певце [3], «сенсационно» дополняя ее (информа-ция о состоянии здоровья Д. Хворостовского и его борьбе с неизлечи-мой болезнью систематически появлялась как в эфире телеканалов, так и на страницах Интернет-агентств).

Что касается второй разновидности псевдо-новости, понятие постправды (*post-truth*), появившись в 1992 году после публикации эс-се С. Тезича в журнале «The Nation» (*«Мы, свободные люди, добро-вольно приняли решение, что хотим жить в некоем мире постправ-ды»* [13]), стало по версии экспертов «Оксфордского словаря» [8. С. 153–157] главным и наиболее употребительным словом 2016 го-да как в публикациях СМИ (на протяжении всего электорального ма-рафона Д. Трампа и после его победы на выборах [5. С. 40–44]), так и в работах ученых – социологов, политологов, лингвистов. При этом научному осмыслению данный феномен подвергали преимуществен-но зарубежные исследователи.

Концептуализация явления постправды в российской науке принадлежит С.В. Чугрову. В контексте политической социологии и коммуникологии он характеризует постправду как «особую квазире-альную среду», «постмодернистскую девиацию, деформированное и стереотипизированное состояние сознания, в котором стереотипы уже оторвались от реальных образов». По мнению ученого, «постправда – это некий контекст, модальность, ситуация, которые делают возмож-ным распространение ложных новостей, причем не предполагающих за это ответных санкций. В таком модальном (релятивистском) кон-тексте не имеет значения, правдива ли новость или нет. Важно, чтобы она соответствовала двум условиям: эмоциональному настрою потре-бителя информации и политическим целям коммуникатора» [11. С. 46]. На основе стереотипизированного медиавосприятия формиру-ется «общество постправды».

Пример конструирования явления постправды в медиа-повестке 2017 года связан с медиа-репрезентацией выступления школьника из Нового Уренгоя в Бундестаге. Несмотря на то, что 19 ноября 2017 го-да в Германии в День скорби Николай на основе изученной биогра-фии погибшего немецкого солдата апеллировал к необходимости со-хранения мира во всем мире, поскольку война жестока и беспощадна по отношению ко всем ее участникам (*«Всякий, кто заглянул в стек-ленеющие глаза солдата, умирающего на поле боя, хорошо подумает, прежде чем начать войну. <...> Я искренне надеюсь, что на всей зем-ле восторжествует здравый смысл и мир больше никогда не увидит*

войн» [12]), ряд новостных ресурсов (всего – 47 материалов в Интернете), вырвав фрагмент выступления школьника из контекста, интерпретировали речь как попытку оправдать фашизм. Об этом можно судить по заголовкам изданий, содержащих обличительную риторику (с акцентом на лексему «фашизм», поскольку в историческом сознании россиян прочно закрепилась отрицательная коннотация данной политической идеологии): *«Российский школьник заступился за фашистов»*; *«Школьник из Нового Уренгоя оправдал фашистов»*; *«В школе Нового Уренгоя воспитали фашиста»*; *«Российский школьник, уехав в Германию, встал на сторону фашистов»* и др.

После этого на Николая была открыта откровенная «травля» со стороны пользователей социальных сетей, где данное видео (тенденциозно смонтированное) было размещено, с призывами наказать родителей и учителей, воспитавших «фашиста»: *«Позор! Куда смотрели родители и учителя?!»* (Алла ***); *«Родителей – под суд, учителей – уволить!!!»* (Елена ***); *«Таких родителей надо лишать прав на воспитание»* (Николай ***); *«Вот такой результат патриотического воспитания в современных школах»* (Игорь ***); а самого школьника – депортировать: *«Выдворить из страны этого «европеоида»!»* (Юрий ***); *«Ему не место в России»* (Алексей ***); *«Пусть не возвращается, предатель»* (Ирина ***); угрожая в том числе физической расправой: *«Выбить надо из него эту дурь»* (Олег ***); *«Опасно, если мы с ним повстречаемся на пути»* (Сергей ***).

В отличие от истории с медиа-противостоянием ВГТРК и «Эха Москвы», когда в результате конструирования постправды на журналиста Т. Фельгенгауэр было совершено нападение [9], в данной ситуации удалось избежать применения насилия. Во многом это связано с доминированием оправдательной риторики в медиа-повестке со стороны политических акторов, имеющих высокий «кредит доверия» в обществе. В поддержку Николая и на его защиту встали министр образования и науки РФ О. Васильева, уполномоченный при Президенте по защите прав ребенка А. Кузнецов, а также пресс-секретарь Президента Д. Песков, призвав прогрессивную общественность перестать *«упражняться в человеконенавистничестве»* [9] (всего вышло 76 материалов: из них на телевидении – 24, в Интернете – 52).

Результаты проведенного исследования позволяют конституировать псевдо-новость как дискретно существующую разновидность новости. Будучи формально (по структуре) построенным как новостное послание (аналогичные композиция, стилистика, основные элементы, диалектический ответ на триаду вопросов: что? + где? + когда?), псевдо-новостное сообщение содержательно противоречит главным признакам новости (объективности, достоверности, отражению текущей действительности). Основное отличие двух типов псевдо-новости заключается в следующем: если фейк может являться

следствием непреднамеренности действий медиаконтролеров (погоня за сенсацией, низкий уровень профессионализма, проявляющийся в отсутствии навыков верификации фактологических данных), то пост-правда представляет собой результат спланированности техник, конечной целью которых становится осознанная дезинформация аудитории. В конечном итоге системное конструирование явлений псевдо-новости приводит к депрофессионализации, дискредитации работников сферы медиа и деинституционализации журналистики, усиливая «кризис доверия» [2. С. 536-537] к СМИ.

Ссылки

1. Ефанов А.А. Конструирование явления постправды посредством диффамации медиа // Четвертая промышленная революция. Реалии и современные вызовы. Материалы X юбилейных Санкт-Петербургских социологических чтений (Международной научной конференции). СПб: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2018.
2. Ефанов А.А. «Кризис доверия» к телевидению // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: Медиа-Мир; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2018.
3. Ефанов А.А. Между фейком и «постправдой»: особенности конструирования псевдо-новости в современном медиапространстве // Век информации. 2018. № 1.
4. Ефанов А.А. Функционирование псевдо-новости в полях телевидения и Интернета: типология, практики, социальные эффекты // Коммуникология. 2018. Т. 6. № 1.
5. Ефанов А.А. Эволюция стратегий репрезентации политического образа Дональда Трампа на российском телевидении // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2017. № 3.
6. Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и вымыслом // Коммуникативные исследования. 2014. № 2.
7. Ильченко С.Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Медиаскоп. 2016. № 4.
8. Палий О.Л. «Post-truth»: история слова года (2016) по версии Оксфордского словаря английского языка // Безопасность, личность, общество: социально-правовые аспекты. Сборник статей по материалам Всероссийского круглого стола. СПб.: Издательский дом «Петрополис», 2016.
9. Песков осудил травлю ямальского школьника // Российская газета [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2017/11/21/peskov-osudil-travliu-iamalskogo-shkolnika.html> (дата обращения: 25.01.2018).
10. Супруга Дмитрия Хворостовского: Он жив, лежит рядом со мной в кровати // Комсомольская правда [Электронный ресурс]. URL:

- <https://www.kp.ru/daily/26739/3770632/> (дата обращения: 25.01.2018).
11. Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. 2017. № 2.
 12. Школьник из Нового Уренгоя рассказал в Бундестаге, что не все немецкие солдаты хотели воевать. В России его обвинили в оправдании нацизма // Meduza.io [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/feature/2017/11/20/shkolnik-iz-novogo-urengoya-rasskazal-v-bundestage-cto-ne-vse-nemetskie-soldaty-hoteli-voevat-v-rossii-ego-obvinili-v-opravdanii-natsizma> (дата обращения: 25.01.2018).
 13. Flood A. «Post-truth» Named Word of the Year by Oxford Dictionaries // The Guardian. 2017 . URL: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (date of the application: 22.01.2018).
 14. Pocheptsov G. The Origins of Fake and Alternative Facts Can Help Us Understand the Concept of Post-Truth // Russian Journal of Communication. 2017. Vol. 9. № 2.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ЛОНГРИД КАК НОВЫЙ ЖУРНАЛИСТСКИЙ ФОРМАТ СОЗДАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КАРТИНЫ МИРА В РОССИЙСКИХ СМИ

MULTIMEDIA LONGRID AS A NEW JOURNALIST FORMAT OF CREATING THE CONTEMPORARY PICTURE OF THE WORLD IN THE RUSSIAN MEDIA

Аннотация. В статье предпринята попытка рассмотрения характерных черт, содержательных и композиционных особенностей мультимедийного лонгрида как нового журналистского формата, определения степени его распространения в современных российских СМИ.

Abstract. In the article an attempt is made to consider the characteristic features, content and compositional features of multimedia longrida as a new journalistic format, to reveal its prevalence in modern Russian media.

Ключевые слова: мультимедийный лонгрид, формат, сноуфолл, мультимедийная история, очерк.

Keywords: journalism, mass media, multimedia longread, format, snowfoll, multimedia story, essay.

В условиях информационного общества механизм создания картины мира почти целиком зависит от средств массовой информации. Наши представления о том, что происходит в мире, во многом обусловлены теми образами и интерпретациями, которые ежедневно тиражируются массмедиа. Если раньше СМИ служили лишь одним из информационных источников, то в цифровую эпоху медийное пространство, создаваемое СМИ, превращается в тотальность, поглощающую всю культурно-информационную среду, и формирует представления, приоритеты, формат бытового и потребительского поведения.

СМИ моделируют события и явления окружающего мира. Деятельность такого рода связана с активным преобразованием реальности и конструированием новой реальности – медийной. Медиакартина мира формируется различными средствами массовой информации, которые представляют ее варианты: телекартину мира, радиокартину мира, картину мира, репрезентируемую прессой, а в связи с развитием интернета заложены основы виртуальной картины мира. Таким образом, медиа-картина мира существует в своих вариантах, а через них представлена в конкретных реализациях – медиатекстах [14].

События последних десятилетий показывают, что медиатексты обладают огромными возможностями воздействия на умы и чувства массовой аудитории. С одной стороны, они могут просвещать людей, содействовать их стремлению к свободе и социальной справедливости, а с другой, способны дезинформировать, разжигать вражду, этнические и другие конфликты, сеять недоверие и страх. Медиатексты оказывают, по мнению многих ученых, огромное влияние на формирование в обществе системы взглядов на мир, представленной определенной совокупностью ценностей. По мнению И.В. Ерофеевой, «деятельность средств массовой информации аксиологична, она направлена на распространение системы взглядов на мир, структурированных согласно определенной совокупности ценностей» [15. С.18].

Развитие технологий и культуры, изменение запросов и роли аудитории, взаимодействующей со СМИ, сближение различных медиа и возможность получать «одинаковые содержательные продукты для разных каналов коммуникации» – ведёт к рождению новых интегрированных жанров [13. С. 159]. Во многих российских изданиях в последнее время все чаще появляются объемные материалы, которые называют лонгриды (от англ. long read – длинное чтение), – «новый формат подачи текстовой информации в интернете» [1]. Под этим термином понимают мультимедийное произведение, в основу которого положен объемный текст. Это длинные истории, «исследующие глубинные закономерности общественных процессов, включая бытие отдельной личности, человека» [8. С. 93–97].

Популярность лонгридов во всем мире эксперты объясняют тем, что у аудитории произошло «переедание информационным фастфудом» и возникло закономерное желание обстоятельно разобраться в сути событий, сопереживать им. Сегодня в России читателя вновь привлекают эмоциональные «длинные тексты», содержащие детальные исследования или яркие художественные образы [8. С. 93–97]. Редакции многих российских медиа (Lenta. ru, Газета. Ru, Коммерсантъ, РБК, Сноб, Частный корреспондент и др.) стали создавать лонгриды мультимедийного формата, используя опыт передовых стран. Темой российских лонгридов чаще всего является какое-то масштабное памятное событие: начало Великой Отечественной войны, строительство Байкало-Амурской магистрали, взрыв на Чернобыльской АЭС и др. Следует отметить, что лонгриды не только привлекают читателей, но и повышают рейтинг онлайн-медиа в поисковых системах.

В СМИ впервые заговорили о лонгриде в конце 2012 года, когда на сайте The New York Times появился мультимедийный материал, который значительно отличался от того, что делала онлайн-редакция известного американского ежедневника. На отдельной веб-странице был опубликован материал под названием «Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek» («Снегопад: лавина в проходе Крик»). Он

рассказывал о том, как группа американских горнолыжников отправилась в поход в Каскадные горы (США) и стала свидетелем схода лавины, когда под завалами снега погибли несколько человек. Особенности заключались не в выборе темы, а в специфических характеристиках подачи информации. В основе материала был длинный текст (более 16 000 слов), который в нужных местах снабжался мультимедийными элементами (фотогалереи, видео, аудиоцитаты, графика и т. д.). Они были подвешены к тексту настолько органично, что у пользователя создавалось впечатление так называемого «расширенного чтения» (англ. *extended reading experience*), то есть когда в тексте возникал фрагмент, который лучше всего было изобразить графически или дать аудиосопровождение, читателю сразу давали возможность почувствовать силу другого медиа. Особое внимание все обратили на архитектуру материала: он не только появлялся на отдельной веб-странице, но и был сконструирован как единое мультимедийное полотно, которое можно было просматривать, прокручивая мышку. Текст выступал как стержневой элемент, мультимедийные элементы двигались с разной скоростью, что передавало так называемый «эффект занавеса» (англ. *curtain effect*), или параллакс-эффект [3], который создавал ощущение объема в глазах пользователя. Он был нацелен на передачу впечатлений, эмоциональное вовлечение и создание эффекта присутствия. До этого подобные приемы использовались в видеоиграх и презентациях. The New York Times стала первым СМИ, которое перенесло такую технику в медийную сферу [12]. Сразу после своего появления «Snowfall» произвел фурор и собрал более 3,5 миллионов просмотров за первые несколько месяцев после публикации. Многие заговорили о том, что The New York Times задали новую планку в цифровой журналистике и определили то, как должен выглядеть мультимедийный материал будущего. В настоящее время лонгриды стали популярным форматом как в зарубежных СМИ (The New York Times, The Guardian, The Chicago Tribune, The Seattle Times и др.), так и в отечественной журналистике (МИА «Россия сегодня», Lenta.ru, «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Первый канал»).

В отечественной журналистике существуют различные подходы в оценке жанровых особенностей лонгридов. Так, исследователь А.В. Колесниченко определяет лонгрид как жанр журналистики и отмечает, что его главной характеристикой следует считать глубину погружения в тему, качество собранной информации. Журналист, по его мнению, должен достичь экспертного понимания темы, что позволит ему заметить многие детали и сделать обоснованные выводы. Глубина погружения проявляется и в количестве источников информации, использованных при подготовке материала, и в количестве примеров, подтверждающих заявленный тренд, и в информативности текста, когда большой объем сочетается с высокой плотностью смысла [2].

По мнению эксперта М.Н. Булаевой, лонгрид можно охарактеризовать как мультимедийный проект, посвященный конкретному событию или проблеме, актуальной дате [7. С. 121–123]. В качестве текстовой основы лонгрида, по мнению исследователя, могут выступать такие жанры, как репортаж, статья, очерк, обозрение, журналистское расследование и их элементы. В совокупности с мультимедийными платформами они формируются в определенную структуру, в знаковых системах интернета приобретают новые формы и дают возможность характеризовать лонгрид как формат универсальной журналистики. В отличие от жанра, суть которого определяется содержательными характеристиками материала, формат характеризует, прежде всего, структурные особенности медиапродукта [7. С. 121–123].

Кроме этого, М.Н. Булаева отмечает особый способ построения материала лонгридов, определяя его как мультимедийное нарративное изложение, обладающее интерактивностью. Известно, что нарративное изложение – это явление, сочетающее в себе свойства журналистики и художественной литературы: с одной стороны, оно затрагивает социально значимые темы, отличается фактографической точностью излагаемой информации; с другой стороны, представляет увлекательные истории, написанные живым языком, с драматическим сюжетом, в котором явно звучит голос автора [4]. И далее эксперт дает определение мультимедийному лонгриду – это особый формат передачи информации в интернете, основой которого является журналистский текст, создающийся на отдельной странице; отличающийся большим объемом и продолжительностью материала во времени; сочетающий в себе все многообразие аудиовизуальных, графических средств; основанный на мультимедийном интерактивном нарративе [7. С. 121–123].

Исследователи А.А. Золотухин, Ю.Н. Мажарина в своих размышлениях о природе современного мультимедийного формата приходят к выводу о том, что под яркой оболочкой лонгрида возрождается трансформированный инновационными технологиями очерк. «Может, лонгрид – это и есть очерк XXI века? Он вернулся и прекрасно чувствует себя в сети! И предлагает читателю не просто чтение, но целый опыт переживаний через различные способы проникновения в суть материала [8. С. 93–97]. И далее авторы справедливо утверждают, что, двигаясь к вершинам журнализма, важно не забывать о традиционных качествах журналиста, заключающихся в тонкой, скрупулезной работе со словом – основой мультимедийной истории.

По нашему мнению, наиболее точное определение лонгрида представлено в исследовании А. Галустяна и Д. Кульчицкой: мультимедийный лонгрид – это журналистское произведение, в основе которого заложен длинный текст и насыщенный аудиовизуальный ряд. Формат предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также

серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования [12].

Таким образом, в исследовании жанровых особенностей лонгридов мы приходим к выводу, что это особый вид медиатекста, который обладает специфическими формальными и содержательными характеристиками, позволяющими выделить его в определенный новый тип он-лайн произведения. Лонгрид является не жанром, а форматом, реализующим разные журналистские жанры: аналитика, очерковая журналистика, расследовательские материалы и др.

В российской практике слово «лонгрид» вообще прижилось плохо: у нас куда предпочтительнее называть материалы с большим количеством интерактивного материала спецпроектами. Тройка лидеров по созданию таких спецпроектов – портал Lenta.ru, «Коммерсантъ» и ТАСС. Лента, хоть и стоит на первом месте, лонгридов, как таковых, практически не выпускала: по большей части это были просто мультимедийные истории с большим количеством графики, видео, музыкальным рядом. Самое главное – длинный текст, однако он разбит по отдельным историям-страницам, и читатель может сам выбирать, какую из них ему открывать, а какую нет. Из-за этого эффект объемности, фильма, который нужно просмотреть полностью, а не отрывками, исчезает: это, скорее, отдельный журнал, посвященный одному событию. С интервью, репортажами, комментариями и статьями, многие из которых, как и в журнале, можно просто пролистать. Примеров немало: это и спецпроект «Поколение», рассказывающий о уже взрослых детях, выросших за время президентства Путина, и «Дни затмения» – о распаде СССР, и «Страна, которой нет» – «коллективный портрет 15 республик». Подобным образом поступает и ТАСС: их спецпроекты «15 лет Путина: начало новой эры» и «900 дней жизни» выстроены по аналогичному принципу. Спецпроект от Первого канала «Всем миром. Год спустя», посвященный масштабному наводнению на Дальнем Востоке, сделан по форме лонгрида, однако текста там намного меньше, нежели мультимедийного контента. По принципу западных лонгридов создан спецпроект от «Коммерсанта» «Земля отчуждения». Проект рассказывает о катастрофе в Чернобыле, причем даже в этой, казалось бы, исчерпанной теме журналисты смогли найти нечто новое: кроме того, что в нем собраны все подробности трагедии 1986 года в хронологическом порядке, материал дополнен интервью с жителями, вернувшимися на место трагедии, фотографиями и мощным видеорядом. На создание этого лонгрида ушел не один день, а работали над ним целых 14 человек. Второй подобный спецпроект «Коммерсанта» – «День, когда началась война» – посвящен хронике 22 июня 1941 года и включает в себя не только документы из архива или фотографии, но и интервью с еще оставшимися в живых очевидцами. Порой качественные примеры российских лонгридов появляются на абсолютно неожиданных платформах: на-

пример, лонгрид от «Комсомольской правды» «Америка заколоченных небоскребов». Родился он случайно: корреспонденты КП ездили по Америке, собирая материал, в итоге информации получилось так много, что пришла идея создать «свой Сноуфолл». Кстати, это отличный пример того, что для создания хорошего лонгрида совсем необязательны специальные навыки или большая команда: сжатые сроки, тройственный союз корреспондента, фотографа и верстальщика способны сделать даже пилотный проект на уровне.

Исходя из вышесказанного, сделаем следующие выводы: в российских СМИ в настоящее время периодически публикуются лонгриды, которые отличает особый подход к выбору темы, требования к качеству собранной информации и способу подачи материала. Лонгриды, как правило, посвящены исследованию нового явления. При этом в качестве темы может выступать и социально-значимое явление (например, суррогатное материнство), и новый тренд в сфере субкультур (например, появление и популяризация субкультуры поклонников видеоигр и комиксов). Системные расследования в качестве тем для лонгридов также присутствуют, но в меньшей мере. Структурные элементы лонгрида – это истории и репортажные фрагменты, иллюстрирующие описываемое явление, и объясняющая информация, которая вписывает примеры в контекст, показывает их распространенность и уточняет их значение. Композиция – это различные виды сочетания примеров и объяснений в зависимости от характера темы и собранной журналистом информации. Объем лонгридов в большинстве случаев находится в диапазоне от 2 до 4 тыс. слов.

Таким образом, мы можем говорить о том, что лонгрид является продуктом, в котором сочетаются традиции старых печатных медиа и новых цифровых СМИ, журналистики и искусства. Именно этот мультимедийный формат показывает, как практики традиционных аналоговых СМИ обогащаются инструментарием новых медиа и порождают уникальное произведение с набором гибридных характеристик. Поэтому лонгриды можно рассматривать как порождение конвергентной журналистики и один из интересных образцов нового жанра, в котором стираются границы между медийными платформами. В эпоху быстрого просмотра статей, большая часть из которых почти также быстро забывается и теряется среди миллионов подобных текстов в Интернете, хорошие лонгриды имеют больше шансов остаться надолго и стать материалами, к которым будут возвращаться и на которые будут ссылаться.

Ссылки

1. Что такое лонгрид? // Современная библиотека [Электронный ресурс]. URL: [http:// sbiblioteka.blogspot.ru/2014/11/blog-post_57.html](http://sbiblioteka.blogspot.ru/2014/11/blog-post_57.html) (дата обращения: 10.03.2018).
2. Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе. Медиаскоп. – 2015. №1 [Электронный ресурс].

- URL: <http://www.mediascope.ru/node/1691> (дата обращения: 20.03.2018).
3. Волкова В.В., Газанджиев С.Г., Галкин С.И., Ситников В.П. Дизайн газеты и журнала: Учебное пособие. / Под ред. В. В. Волковой. М.: Аспект Пресс, 2003. 224 с.
 4. Колотилов В. Интерактивные статьи, которые учат по-новому рассказывать истории [Электронный ресурс]. URL: <http://mediakritika.by/article/2212/interaktivnye-stati-kotorye-uchat-po-novomurasskazyvat-istorii> (дата обращения: 22.02.2018).
 5. Бозрикова С.А. История нарративной журналистики в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.academia.edu/3684620/> (дата обращения: 14.02.2018).
 6. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / Сост. С. Балмаева. Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, Кабинетный ученый, 2011. 148 с.
 7. Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый формат текста в интернет-СМИ // Журналистский ежегодник. Томск. 2015. № 4.
 8. Золотухин А.А., Мажарина Ю.Н. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестн. ВГУ. Сер.:Филология. Журналистика. 2015. № 2.
 9. Земля отчуждения. Чернобыль и его окрестности после аварии // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]. URL: <http://kommersant.ru/projects/chernoby> (дата обращения: 29.09.17).
 10. Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek. New York Nimes. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall> (дата обращения: 25.09.16).
 11. День, когда началась война // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]. URL: http://kommersant.ru/projects/june_22 (дата обращения: 25.09.16).
 12. Галустян А., Кульчицкая Д. Мультимедийные лонгриды как новый формат он-лайн журналистики// Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016./ Под научн. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
 13. Вартанова Е.Л. Информационное общество и средства массовой информации/ Е. Л. Вартанова; под ред. Н. В. Борисова. – Развитие информационного общества в России. Т.1 Теория и практика, сборник статей. – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2001.
 14. Комаров Е.Н. К вопросу о роли СМИ в формировании медиакартины мира // *Lingua mobilis*. Челябинск. 2014. № 3 (49).
 15. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.): Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб, 2010.

А.Г. Коваленко (Россия),
зав.каф. РУДН, д-р филол.н.

**СОВЕТСКАЯ ИСТОРИЯ В ТВОРЧЕСТВЕ
ВАСИЛИЯ АКСЁНОВА
(ОТ ЖАНРА АНТИУТОПИИ
К ПОСТМОДЕРНИСТСКОМУ РОМАНУ)**

**SOVIET HISTORY IN VASILIIY AKSENOV'S NOVELS
(FROM GENRE OF ANTI-UTOPIA
TO POSTMODERNISM NOVEL)**

Аннотация. Воплощение темы советской истории в творчестве Василия Аксёнова связано с усложнением жанровой структуры романа. Критический пафос в изображении действительности 1960-1970-х годов (роман «Ожог») сменяется попыткой рассмотреть различные исторические векторы истории в романе-антиутопии («Остров Крым»). С другой стороны, раскрытие исторической панорамы делается также в рамках классической жанровой модели романа-эпопеи толстовского типа («Московская сага»). Постмодернистский роман («Москва Ква-Ква») дал возможность использования широкого спектра художественных ресурсов. Наряду с яркой и безудержной игровой стихией в романе обнаруживается философская проблематика, пародирование стилей, широкий литературный интертекст, как современный, так и античный, мифопоэтика серебряного века.

Abstract. The embodiment of Soviet history in works of Vasilii Aksenov is connected to the novel genre structure complication. The critical pathos in depicting reality of the 1960-1970-th («The Burn») have been replaced by the attempts to reveal various historical vectors at the Anti-utopia novel («The Island of Crimea»). From the other side the disclosure of Russian historical panorama has been made within the frames of classical type of L. Tolstoy's novel genre model («The Moscow Saga»). Next to this postmodern novel («Moskva Kva-Kva») has given the opportunity to use a wide spectra of fictional resources. Apart from the bright game elements the novel discloses philosophical questions, style parodies, wide literary intertext of Modern and Antic times and mythopoetic of Silver Age as well.

Ключевые слова: Василий Аксёнов, роман, история, антиутопия, постмодернизм.

Keywords: Vasilii Aksenov, novel, history, anti-utopia, postmodernism.

Стремление художественно воплотить тему истории России XX века – важнейшая доминанта творческой эволюции В. Аксёнова – проблема, пока еще в полной мере не освоенная в литературоведении.

Ранним подступом можно считать роман «**Ожог**» (1968-1975), в котором автор в полной мере «рассчитался» с советской действительностью, изобразив весь его негативный спектр. Крайне критический пафос и «разнузданность» стиля в нем парадоксальным образом соседствовала с духом внутренней свободы и товарищества главных героев, а вся атмосфера «свободного романа» подкреплялась важным для писателя музыкально-джазовым началом. В романе в полной мере выявился «антисоветизм» В. Аксёнова, его нелюбовь к партийной патетике, идеологической лжи и советской пропаганде. Вместе с тем, постоянно возникающие в тексте романа «флешбэки», экскурсы в далекое прошлое героя, главным образом, в «магаданские эпизоды» жизни, заставляли думать о том, что именно в прошлом писатель обнаруживает корни и причины «советского негатива».

Писатель далек от того, чтобы выстраивать в романе какую-либо историософскую концепцию, и не она является его художественной задачей. И все же автор отдает себе отчет в том, его роман – это попытка объяснить причины особой судьбы России, претензия «на чрезвычайное проникновение в глубину избранной им проблемы». И в качестве одного из ответов на вопрос, «кто виноват», он предлагает отнести эту «мазохистскую проблему» на совесть русской интеллигенции: «Кто выпустил джина из бутылки, кто оторвался от народа, кто заискивал перед народом, кто жирел на шее народа, кто пустил татар в города, пригласил на княжение варягов, пресмыкался перед Европой, безумно противоборствовал власти, покорно подчинялся тупым диктатурам? Это делали мы – русская интеллигенция» [1. С. 169].

Роман «**Остров Крым**» создавался в 1977-1979 гг. непосредственно перед историей с неизданным неподцензурным альманахом «Метрополь» (1980). Оба романа были опубликованы вскоре после эмиграции писателя в США. В. Аксёнов уехал из России в 1980 г., а в 1981 г. по решению Верховного Совета СССР был лишен советского гражданства. Хотя в подзаголовке романа «Остров Крым» стоит обозначение «боевик», роман представляет собой сложный жанрово-стилистический синтез, который связал воедино утопию, антиутопию, политический роман-памфлет, детектив, американский вестерн с элементами эротики и сатиры.

Жанр утопии реализовался в созданной В. Аксёновым художественной модели полуфантастического государственного образования. Действие романа условно происходит в 1970-е годы в свободной зоне Восточного Средиземноморья – Крыму, созданном в результате поражения Красной Армии в 1920 г. В итоге многолетнего параллельного сосуществования Крым стал процветающим, хотя и полупризнанным в мире государством с развитой экономикой и многопартийной демократической системой; Россия же превратилась в загнивающего бюрократического монстра, в государство, пропитанное пост-

сталинистской психологией и беспросветной чиновничьей тупостью. В. Аксёнов смоделировал альтернативную историю следующим образом: что бы произошло, если бы страна развивалась в ином направлении. В этом случае и Россию не миновала бы участь многих других стран, разделившихся на части с капиталистическим и социалистическим секторами – Германии, Кореи, Китая, Вьетнама.

Осознавая ненормальность двойственного пути, по которому развивалась Россия, главный герой романа издатель влиятельной газеты Андрей Лучников создает организацию Союз Общей Судьбы (СОС). Он один из немногих, кто верит в необходимость воссоединения. Понимая опасность уничтожения демократии и процветания, он верит в важность сохранения национального единства, но главное, в историческую миссию Крыма – завершить процесс разложения и окончательного развала коммунистического государства, а затем возродить новую Россию.

Лучниковым движет любовь к подлинной России, свободной от национализма и сепаратизма, от политических распрей, от коммунистической идеологии. Но идея Общей Судьбы, синоним «третьего пути» в истории, оказывается неосуществимой утопией, она терпит крах, а поиски главного героя приобретают трагический характер. Альтернатива истории отменяется, реальность возвращается к своей закономерной и, увы, печальной неизбежности. В финале Остров Крым перестает существовать, раздавленный советским колоссом.

Роман прочитывается не только как полуфантастическое повествование о «курьезном политико-историко-географическом понятии» [2. С. 67], но и как развернутая метафора несостоявшегося индивидуального, авторского, и общественного идеала, понимаемого В. Аксёновым как слияние несоединимого: свободы и счастья, мечты и реальности, экономического процветания и подлинно национальной культуры, патриотизма и космополитизма, настоящего и будущего. Крушение идеалов, пессимистический конец романа, превращает утопию в антиутопию.

Острота многих вопросов романа, написанного в конце 1970-х годов, придает ему характер яркого социально-политического памфлета. Изображая жизнь в СССР, В. Аксёнов не только развенчивает лицемерие партийно-государственной верхушки, порочность нравов и психологии политиканов, но не упускает возможности поиронизировать над диссидентским движением с его беспомощностью и наивностью. Вместе с тем, при всей безысходности картины России 1970-х гг., в романе легко ощутим и другой мотив – романтической надежды на перемены к лучшему.

Характерная особенность стиля романа, как и аксёновской прозы в целом, – наличие интенсивного игрового начала, проявляющегося в речи героев, характерах и в сюжетных ситуациях. В таком игро-

вом восхищенно-небрежном, «стебном» интонационном ключе, который можно было бы отнести к варианту жанра сказа, раскрываются взаимоотношения друзей, любовников, изображены реалии западного быта, автомобили. С этим связана и мощная струя лексических «космополитизмов», мотивированная самим сюжетом: жители Крыма «вревакуанты» говорят на «смеси татарщины и русятины» с сильной долей американизмов, язык яки – «среднее между якши и о'кей». Словесная ткань насыщена также вульгаризмами, скабрёзностями, создавая особый «аксёновский» аромат смеси романтики и грубоватой иронии. Аксёнов романтизирует московскую молодежную богему 1960-1970-х гг., «фарцу», любителей рока и джаза, видя во всем этом некую остроту ощущения свободы среди тотальной недозволенности и серости. Писатель активно использует элементы детектива и жанра «вестерна» также с явным ироническим оттенком: мотивы покушения, сцены бегства, преследования, исчезновения.

Тема, над которой писатель размышлял на протяжении всего творчества, – история России XX века. Своеобразным продолжением романа «Остров Крым» стали два других произведения – **«Московская сага»** (1990-1992) и **«Москва Ква-Ква»** (2005). Если «сага» написана вполне в реалистическом стиле, с оглядкой на эпопею «Война и мир» Л. Толстого [3. С. 3-7], то в другом романе автор, как бы делая шаг в сторону от развернутого эпического полотна, меняет слог, стиль, «фокус» зрения и вступает на поле «постмодернизма».

«Москву Ква-Ква» можно рассматривать как вполне постмодернистский роман, где исторические реалии получают совершенно иную игровую трактовку, имеющую мало общего с реальностью. Роман наполнен невероятными событиями и фантастическими ситуациями. Чего стоит одна только история с похищением Гитлера (и последующим водворением его обратно, уже как завербованного агента Сталина), за которую Ариадна Новотканная-Ульрих удостоена звания Героя Советского Союза. Таких ситуаций множество. Вылазка отряда югославских бойцов с целью убить Сталина, аналогичные операции ГРУ в Югославии, ночные беседы вождя с другом Кириллом Смелчаковым, чудесное спасение Моккинакки и его превращение в легендарного летчика Штурмана Эштергази, а затем – в исполнителя заговора против диктатора. В. Аксёнов предстает в романе совершенным мастером мистификации. Повествование изначально и задумано как исторический роман-мистификация. С реальной историей его связывают две важные вещи: достоверность исходного материала и историософская концепция. Если в эпопее «Московская сага» достоверно все от первой до последней детали, то в последующем романе от реальности остается только «фон», или «задник» на сцене, а все происходящее «на сцене» становится «фантазийной историей». Даже если читатель не верит происходящему в романе, он принимает правила игры и по-

слушно идет вслед за автором, принимая на веру всю невероятность сюжета и сочувствуя его героям.

Вместе с тем, для В. Аксёнова это не просто самодостаточная игра, игра здесь служит инструментом создания вполне серьезной исторической концепции. Если в предыдущем романе В. Аксёнов развенчивает Сталина, показывает его как «идолище, узурпатора светлых идей революции, тиранище, надругавшееся над вдохновениями молодых ифлийцев, установившее свой культ над поруганной народной демократией» [4. С. 3], то в последующем произведении обосновывается метафизическая природа явления «идолища» и «бога» в одном лице.

В. Аксёнов для создания своей художественной историософии обращается к философии и античной мифологии. Во-первых, в романе имеет место философская полемика, в ходе которой доказывается, что советская идеология есть не что иное, как попытка реализации платоновской философии и платоновской Утопии.

Во-вторых, устами поэта Смельчакова в романе актуализируется миф о Минотавре, который недвусмысленно отождествляется со Сталиным.

В-третьих, образ Дома на набережной Яузы так или иначе выступает как образ-мифологема, выступая, с одной стороны, как развитие платоновского (русского писателя Андрея Платонова) «котлована», с другой – как реализации платоновской (древнегреческого философа Платона) идеи идеального государства. В. Аксёнов изображает Дом на Котельнической как попытку Сталина материализовать советскую утопию, населив его представителями советской элиты, живущей «чистыми, едва ли не утопическими чувствами, характерными для того безмикробного времени» [5. С. 5]. Сам же Сталин строит на вершине «пирамиды» свой штаб-дворец, откуда он собирается управлять государством в так называемой «Новой фазе» его развития. Подчеркивая неизбежность краха «сталинско-платоновской» утопии, В. Аксёнов использует две составляющие – стиль и сюжет. С точки зрения стиля роман, особенно в начальной его части, написан в пародированном соцреалистическом духе. С точки зрения сюжета неизбежный крах сталинской идеи получает свое завершение в гибели всех героев и смерти самого вождя.

В-четвертых, В. Аксёнов обращается к мифопоэтике символизма. Не случайно в романе часто возникают имена Блока, Гумилева, Белого. Аксёнов актуализирует любимую младосимволистами концепцию Софии – Прекрасной Дамы, воплощая ее в облике Глики Новотканной. В свете такой трактовки и весь любовный сюжет романа, в центре которого расположен «треугольник» Смельчаков-Глика-Моккинаки, отчетливо ассоциируется с любовными треугольниками «серебряного века».

При этом нужно отметить, что интенсивная эротическая составляющая сюжета также ассоциируется с эротикой серебряного века, но одновременно обусловлена и самой атмосферой раскрепощенности современной литературы, а также характерной для позднего В. Аксёнова свободой обращения к любовным сюжетам. При этом нельзя не отметить двойственности и амбивалентности авторского отношения к образу Глики, невероятно прекрасной, идеальной девушки, провозвестницы «Новой фазы», но в то же время обреченной на гибель, так же, как и вся развенчиваемая автором система сталинской утопии.

Нельзя также не отметить в романе амбивалентности автора в более широком контексте. Да, В. Аксёнов развенчивает, но в его «деструкции» нет привычной для сатиры ожесточенности, он не пользуется сарказмом и гротеском. В. Аксёнов ироничен и мудр одновременно. И Сталин у него, хотя и жестокий тиран, но умен, хитер и прекрасно владеет юмором. И Берия получает скорее ироничную, чем развенчивающую характеристику, да и делается это «руками» и «устами» Смелячакова. Любопытно, что и к остальным центральным персонажам В. Аксёнов относится восхищенно-иронически, и любование превалирует над разоблачением. Так, антиподы Смелячаков и Моккинакки являются друзьями-соперниками, и их участие в романной коллизии в конце концов завершается их гибелью, в изображении которой явственно ощутимо сочувственное отношение автора. Наверное, в этом проявилась мудрость художника, поднявшегося над противоречиями XX века, простившего всем их заблуждения, не простив лишь одному – «идолищу» Сталину.

Ссылки

1. Аксёнов В.П. Ожог. Роман. М.: Огонек-Вариант, 1990. 402 с.
2. Аксёнов В.П. Остров Крым. Роман. М.: Изограф, 1997. 414 с.
3. Аксёнов В.П. Московская сага. Война и тюрьма. Книга вторая. М.: Эксмо, 2003. 400 с.
4. Аксёнов В.П. Московская сага. Тюрьма и мир. Книга третья. М.: Эксмо, 2003. 464 с.
5. Аксёнов В.П. Москва Ква-Ква. М.: Эксмо, 2006. 448 с.

КРОСС-МЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

CROSS-MEDIA TECHNOLOGIES: MAIN TRENDS OF DEVELOPMENT

Аннотация. В данной статье рассматриваются кросс-медийные технологии как новые формы в цифровом информационном пространстве. Наблюдаются предпосылки возникновения новых кросс-медийных платформ. Определены этапы становления и тенденции развития новых технологий коммуникации.

Abstract. In this article, we consider cross-media technologies as new forms in the digital information space. There are prerequisites for the emergence of new cross-media platforms. The stages of formation and trends in the development of new communication technologies are determined.

Ключевые слова: медиа, кросс-медиа, новые СМИ, новейшие технологии коммуникации, кросс-платформы, конвергентная журналистика, универсальный журналист.

Keywords: media, cross-media, new media, the latest communication technologies, cross-platforms, converged journalism, a universal journalist.

Современная информационная среда стремительно меняется под влиянием новых технологий коммуникации. Прогрессивное развитие интернета обеспечивает рецентное общество новым пространством и возможностями для потребления и популяризации информационного продукта. Текст подвергается дигитализации, то есть переносится в цифровое информационное пространство.

Вместе с технологическим прогрессом появилось множество новейших механизмов по обработке и распространению информации. Данные процессы зазвучали новыми именами в системе СМИ: это кросс-медиа и трансмедиа.

Кросс-медиа – это медийный продукт, который освещает одно событие и распространяет его на нескольких медиаканалах. Трансмедиа – это инфопродукт, сочетающий в себе несколько историй по одной тематике со способом передачи по множественным медиаканалам.

Данные процессы имеют более легкие формулы для понимания:

- Кросс-медиа = одна история, много каналов;

- Трансмедиа = одна большая тема, много историй, много форм, много каналов.

Скорость, с которой Интернет завоевывает массовую аудиторию, для истории средств массовой коммуникации и информации беспрецедентна. Прошло всего 38 лет, прежде чем радио завоевало аудиторию в 50 млн. человек. Телевидение прошло этот же путь за 14 лет. Интернету понадобилось только 4 года для того, чтобы число его пользователей достигло такого же количества – 50 млн. человек [1. С. 1–2].

Исследователи современных медиа, такие как Е.Л. Вартанова, А.Г. Качкаева, М.М. Лукина выявили ряд факторов, которые раньше ограничивали сферу влияния СМИ. К ним можно отнести время, необходимое для публикации, определенные финансовые издержки, территориальные границы распространения и другие, которые теперь могут быть преодолены с помощью новых информационно-коммуникационных технологий.

Феномен кросс-медиа, впервые появился в западных СМИ. Первые кросс-платформы возникли десять лет назад в результате развития новых технологий, а также спада интереса аудитории к традиционной тележурналистике, документальному кино. В попытке удержать зрителя такие каналы, как британский Channel 4, шведский SVT, франко-германский ARTE, создали свои кросс-платформы, а пользователи активно им в этом помогали [3]. При переходе СМИ от традиционных форм к новейшим меняется специфика работы редакций. Сейчас кроссмедийная редакция работает по принципу взаимного обмена информацией. Создание, обработка и распространение контента производится сразу для всех технологических платформ. Журналисты различных тематических отделов (культура, политика, спорт, бизнес и т.д.) создают контент для онлайн-версий изданий, а также обеспечивают сайты видео- и аудиоматериалом.

На данный момент немаловажный интерес для российских медиа-исследователей представляет кросс-медийная журналистика. Предпосылками исследования стали:

- ослабление «старых медиа» (традиционные газеты, радио, журналы, ТВ стали не единственными каналами, где можно получить оперативную и полную информацию);
- появление новых каналов коммуникации: цифровые площадки, интернет (веб-страницы, почта, блоги, RSS и т.д.);
- возникновение новых медиаканалов (интернет-СМИ, цифровое вещание, создание персонализированного контента);
- интерактивность: статистика посещаемости дает понятие о том, что желают люди. Пользователи могут принимать участие в создании контента [3].

Для кросс-медиа определены три этапа производства информационного контента:

- создание содержания будущего материала;
- преобразование и редактирование текстовой единицы;
- распространение информационных продуктов или услуг на различных медиаканалах [4].

Данные процессы повлияли на специфику работы современного журналиста:

- теперь журналист должен научиться работать на базе различных платформ, чтобы, работая с текстом, предложить его и газете, и информагентству, и телетекстовой службе телеканала т.д.;
- изменились требования к журналисту. Обязательным является его понимание специфики адаптации контента для каждой платформы, умение работать с различными цифровыми носителями. Нередко при этом приходится совмещать роли автора, фотокора, телеоператора, звукорежиссера;
- кросс-медийность СМИ порождает новые интегрированные жанры – инфотейнмент, едьютейнмент. Сегодня сочетание новости с развлечением или игры с обучением никого не удивит, и это только начало пути кросс-медийных жанров [4].

Рецентные кросс-медийные ньюзрумы сегодня являются мировым трендом в журналистике и характеризуется целым набором тенденций.

Во-первых, новой организацией работы журналиста, который в новых условиях приобретает навыки универсального специалиста и умеет не только найти информацию и написать материал для различных типов СМИ, но и снять, смонтировать и обработать фото, видео и аудио, разместить материал в интернете.

Во-вторых, организацией рабочего пространства. Для реализации интегрированной системы подачи новостного материала в объединенной редакции формируется особая система организации труда и пространства. В центре большинства объединенных редакций находится «SuperDesk», или «NewsHub», – круглый стол, за которым располагаются редакторы и другие лица, принимающие важные решения. Вокруг находятся контент-группы, каждая из которых занимается созданием материалов на определенную тему. Контент-группы готовят материалы по своей теме для выхода на всех платформах [2. С. 35–48].

Мировые СМИ, уже активно входят в процесс формирования новых медиа и превращают свои редакции в кросс-медийные. Вместе с тем теоретическая и практическая базы только формируются в медиапространстве нашей страны.

Сегодня в России существует масштабный национальный кросс-медийный проект о социальных предпринимателях России под назва-

нием «Дело Жизни». Данный проект стартовал в декабре 2015 года, в преддверии российского «Года Кино», и основан на серии вдохновляющих короткометражных фильмов – историй о социальных предпринимателях нашей страны, рассказанных от первого лица. «Дело Жизни» состоит из 11 эпизодов, которые затем объединятся в один полнометражный документальный фильм для демонстрации на центральных каналах страны, в федеральном кинопрокате.

Ссылки

1. Вартанова Е.Л. Конвергенция как неизбежность: о роли технологического фактора в трансформации современных медиасистем: от книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Я. Засурский, Е. Вартанова. М.: Издательство Московского ун-та, 2000.
2. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А.Г. Качкаева, И.В. Кирия, К.Г. Коломеец. М.: Фокус-медиа, 2010. 200 с.
3. Принцева А. Как кросс-медиа спасают кино и делают мир лучше / А. Принцева [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://os.colta.ru/cinema/projects/70/details/32090/?expand=yes#expand> (дата обращения: 27.03.2018).
4. Федорчук Л. Журналист конвергентной редакции: новые вызовы профессии / Л. Федорчук / Вестник Житомирского государственного института. – Вып. 54. Филологические науки, 2010. 236 с.

**ЭМОТИВНАЯ ЛЕКСИКА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ
ЛИНГВОЭМОЦИОНАЛЬНОЙ КАРТИНЫ МИРА РЕБЕНКА
(НА ОСНОВЕ ТЕКСТОВОГО КОНТЕНТА
ДЕТСКИХ ЖУРНАЛОВ)**

**EMOTIVE LEXICO AS A MEANS OF FORMING
THE LINGU-EMOTIONAL PICTURE OF THE WORLD
OF THE CHILD (BASED ON THE TEXT CONTENT
OF CHILDREN'S JOURNALS)**

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности вербализации эмоций в текстах детских журналов. Обращение к содержанию детских СМИ обусловлено тем, что эмотивная лексика является средством формирования лингвоэмоциональной картины мира ребенка.

Abstract. This article describes the features of verbalization of emotions in the texts of children's magazines. Appeal to the content of children's media due to the fact that emotive language is a means of creating linguoemotional picture of the world of the child.

Ключевые слова: языковая картина мира, лингвоэмоциональная картина мира, эмоциональный концепт, концептосфера, контент, детские СМИ.

Keywords: language picture of the world, linguoemotional picture of the world, emotive concept, sphere of concepts, content, children's media.

Человек существует в постоянном контакте с окружающей средой, под влиянием которой происходит его познавательная деятельность, регулируется поведение. Особое значение в этой деятельности имеют эмоции, являющиеся внутренним механизмом, который превращает внешние раздражители в мотивы, создает оптимальные условия для приспособления организма к окружающему миру. Эмоции и интеллект образуют ядро личности, но если мыслительное отображение отношений субъекта к объективной действительности является опосредованным, то эмоциональное является первичным, так как непосредственно отражает субъективное отношение с помощью языка.

Эмоции – это сложное явление, они актуализируют психологический, биологический, физиологический, философский, этический, дидактический и лингвистический аспекты, и каждый из них изучается в своей отрасли знания. Изучение этого предмета сопряжено с определенными трудностями, поскольку эмоции представляют собой весьма противоречивое явление в психологии: «всякий раз, как пред-

принимается попытка оседлать эмоции, вновь и вновь приходится удивляться тому, как трудно подвести их под какую-либо общую предметную область; запрячь в логику той или иной парадигмы...» [6. С.138]. Разные науки дают собственное понимание термина «эмоции». В биологии, например, эмоции определяют как реакции человека и животных на воздействие внутренних и внешних раздражителей, имеющие ярко выраженную субъективную окраску и охватывающие все виды чувствительности (эмоции, чувства, аффекты, настроение, стрессы, состояния, отношения) и переживаний; психология определяет эмоции как непосредственные реакции на мир, вызывающие определенные психические состояния, в которых с помощью языка и параязыка выражается оценочно-личностное отношение говорящего к миру и к себе в этом мире; философия – как особую форму оценочного отношения к действительности и его отражение в языке. Анализ научной литературы по изучению психических процессов, а также словарных статей разных отраслей знания показал, что определения эмоций часто включают в свой состав понятие «отношения», это объясняется тем, что «эмоции ближе всего связаны с отношениями субъекта к объектам, которые его окружают и входят в контекст основных жизненных событий» [5. С. 372]. В дефинициях эмоций, несмотря на имеющиеся различия, выделяют такие общие признаки, как субъективность, оценочность, рефлексивность, переживаемость, экспрессивность.

Эмоции многогранны: они затрагивают чувства и опыт, физиологию и поведение, формы познания и концептуализации. Эмоция объединяет в себе разные явления: эмоциональные реакции, которые имеют свой аналог во внешних способах выражения; эмоциональные состояния, которые связаны с внутренним эмоциональным переживанием, не имеющим внешнего проявления [8. С. 206]. В связи с многообразием позиций и подходов при исследовании эмоций силами различных наук возникает проблема неупорядоченности терминологии в работах, направленных на изучение эмоциональной сферы человека. Способность человека переживать, испытывать эмоции в разных концепциях получает свое название: психическая реальность, психическое состояние, внутреннее состояние, эмоциональная деятельность и т.д.

Философ Э.Л. Акопов рассматривает эмоции как многофункциональный феномен и отмечает, что прежде всего они выполняют функцию «отражения-познания действительности, а также – выражения отношения человека к тому, что отражается, познается им (отражательно-познавательную функцию)» [1. С. 10]. Кроме того, автор выделяет такие функции, как: сигнальную, регулятивно-корректирующую, оценочную, ориентирующую, информационную, мотивационную, выразительную, коммуникативную, приспособи-

тельную, воздействия и др. Это позволяет предположить, что эмоциональная составляющая латентно присутствует во всех языковых знаках, во всех продуктах когнитивной деятельности, то есть и в когнитивии, и в ментальных, и в речевых репрезентациях. Все вышеперечисленные функции эмоций имеют фиксацию в языке и могут быть реализованы с его помощью.

Исследованием эмоциональной сферы жизни человека через призму языка занимаются многие лингвисты – Л.М. Васильев, А. Вежбицкая, Н.А. Красавский, В.И. Шаховский, Л.Ю. Буянова, О.Н. Аль Каттан, Е.Ю. Мягкова, С.Ю. Перфильева, Н.В. Дорофеева, Л.А. Пиотровская, С.В. ИONOва и др. Современная наука отмечает важное значение эмоций в психологической сфере человека, так как они всегда сопутствуют любому высказыванию и отражаются в нем по-разному.

Познавая мир, человек постоянно взаимодействует с языком, так как посредством языка осуществляется отражение окружающей действительности. Э. Бенвенист пишет, что язык заключен в самой природе человека: «В мире существует только человек с языком, человек, говорящий с другим человеком, и язык, таким образом, необходимо принадлежит самому определению человека... Именно в языке и благодаря языку человек конструируется как субъект, ибо только язык придает реальность, свою реальность, которая есть свойство быть...» [3. С. 368].

Объективируясь в системе языка, эмоциональная жизнь человека отражается в лингвоэмоциональной картине мира, которая представляет собой совокупность вербализованных восприятий, ощущений, чувств, эмоций, понятий, концептов, пропущенных через оценочную деятельность человеческого сознания. Языковая концептуализация эмоций является необходимым этапом формирования лингвоэмоциональной картины мира. Любой эмоциональный концепт знаково оформлен. Способы его семиотической экспликации могут быть вербальными (выраженными через язык) и невербальными (выраженными иными техниками, например, жестом, мимикой, рисунком и т.п.). Вербализация эмоциональных концептов в пространстве текста осуществляется как лексическими средствами языка, так и посредством метафорических конструкций и устойчивых выражений.

Эмоциональные концепты имеют различный характер языковой концептуализации: они могут называться, описываться и выражаться посредством языковых знаков.

Согласно точке зрения Л.А. Калимуллиной, лексическую вербализацию эмоций можно осуществлять:

- с помощью слов-номинантов эмоций и чувств. Такие слова при помощи понятий обозначают константы эмоциональной сферы человека;

- экспрессивов — эмоционально окрашенных слов, эмоционально-оценочных слов и т.п. В них эмотивность выступает в виде созначения, особой эмоциональной окрашенности слова, и реализуется в сфере коннотации;

- аффективов — междометий, бранных слов и подобных языковых единиц, значение которых исчерпывается эмотивным содержанием. Их основной функцией является собственно эмотивная функция — выражение непосредственной эмоциональной реакции говорящего на действительность или отношение к этой действительности [7. С. 9].

В.И. Шаховский отмечает, что единицы, служащие для обозначения, названия или описания эмоций, рассматриваются как нейтральные, содержащие в качестве вершинных сем «логикопредметные» дескриптивные семантические компоненты, а языковые средства, объективирующие эмоции посредством их выражения в речи, — как эмотивные, поскольку они предназначены для типизированного выражения эмоций [9. С. 100–101].

Л.Ю. Буянова, в качестве специфических маркеров эмоционально-психологического и образно-чувственного состояния/континуума сознания языковой личности, выделяет экспрессивы, как «слова, актуализирующие силу и выразительность гаммы чувств», и эмотивы — «лексические единицы, репрезентирующие эмоциональный спектр личностной картины мира» [4. С. 48]. Л.Ю. Буянова отмечает, что традиционно сигнализатором и проводником эмоциональной реакции в лингвистике считается междометие, однако экспрессивы и эмотивы, выраженные словами других частей речи — именами существительными, глаголами, прилагательными, наречиями — «не только отражают эмоциональную реакцию, но и обозначают то или иное эмоциональное состояние, чувство, что не свойственно междометиям» [4. С. 49].

Мы придерживаемся той позиции, что приоритет в оязыковлении эмоций принадлежит номинативной лексике, так как в структурах их лексических значений эмотивная сема является яркой и коммуникативно значимой. При этом слова-номинанты являются наиболее доступным и понятным для языковой личности средством фиксации и выражения определенных психических процессов.

Ученые-психологи (А. В. Запорожец, А. А. Люблинская, Н. Н. Поддьяков, А.Н. Леонтьев) в своих исследованиях сделали вывод о том, что представления об эмоциях необходимо рассматривать как результат и основу познавательной деятельности ребенка. У детей дошкольного возраста представление об эмоциях репрезентируется с помощью наглядного образа и его словесного обозначения. Следовательно, художественная литература, средства массовой коммуникации (телевидение, периодические издания), наряду с непосредственным общением, играют важную роль в процессе познания ребенком дейст-

вительности и, в частности, способствуют формированию его лингво-эмоциональной картины мира. Через сопереживание вместе с героями книг, журналов, мультипликационных фильмов определенных ситуаций ребенок приобретает умение устанавливать связь между представлениями об эмоциональном состоянии человека и его лексическим обозначением, т.е. учится вербально отражать мир чувств, эмоций, отношений. Развитие умения вербализации эмоциональных состояний и представлений сможет обеспечить ребенку комфортное социальное взаимодействие с окружающими людьми.

Социологические исследования показывают, что адекватности понимания и употребления эмотивной лексики повышают качество коммуникации, т.е. эмотивная лексика является важным компонентом коммуникативной и мыслительной деятельности ребенка дошкольного возраста.

Практическим материалом для анализа эмотивной лексики как средства создания лингвоэмоциональной картины мира ребенка в данной работе послужил текстовый контент российских детских журналов с возрастным цензом 0+ («3/9 царство», «Ёжик», «Лунтик», «Барбоскины», «Тролли», «Щенячий патруль», «Веселый колобок», «Играем с Барби», «WINX Club. Твой стиль»).

Обращение к текстам детской периодики в нашем исследовании обусловлено тем, что в настоящее время средства массовой информации играют важную роль в формировании представлений об окружающем мире как у взрослых, так и у детей. Проанализировав материал, выполнив определенные обобщения и статистические подсчеты, можно определить преобладающие формы реализации эмоциональных концептов в текстах детских журналов. О.Н. Аль Каттан отмечает: «Любой текст служит одновременно отражением особенностей национального сознания, закрепленного на вербальном уровне. Исследование этого уровня позволяет делать выводы о национальных приоритетах, об уровне культуры, о менталитете в целом» [2. С. 139]. Именно текст является способом хранения и передачи последующим поколениям значимых морально-нравственных, этических категорий.

Для определения лингвоэмоциональной картины мира нами были выявлены особенности вербализации ее компонентов – эмотивных концептов. Проанализировав научную литературу по психологии и лингвистике (К.Э. Изард, Г.М. Бреслав, В.К. Вилюнас, В.И. Шаховский, Н.А. Красавский, М.И. Лазариди, С.Б. Перфильева и др.), мы, вслед за К.Э. Изардом и С.Ю. Перфильевой, выделили шесть базовых эмоций: страх, ненависть, горе, радость, волнение, любовь. Соответственно с этим выделением лингвистическому анализу было подвергнуто шесть эмоциональных концептов, имена которых идентичны номинациям (названиям) самих базовых эмоций: «Страх», «Ненависть», «Горе», «Радость», «Волнение» и «Любовь».

Для вербальной реализации концепта «Страх» в лингвистике используются имена эмоций: испуг, страх, ужас, кошмар; глаголы: бояться, пугаться, ужасаться, дорожить кем-, чем-л., дрейфить, трусить, опасаться, побаиваться, робеть, страшиться, струхнуть, трястись, ужаснуться, утрашиться; адъективные эмотивы: страшный, ужасный, кошмарный; наречия: испуганно, пугливо, страшно, ужасно; сочетания устойчивого характера: Волков бояться – в лес не ходить; Бойся друга как врага; У страха глаза велики; В страхе (божьем) держать (воспитывать); На свой страх (и риск); Не за страх, а за совесть; Под страхом чего; Рыцарь без страха и упрека; Бояться как огня; Дрожать как осиновый лист (разг.); Прятать глаза (или взгляд); Душа в пятках (разг.).

Доминантой в синонимичном ряду глаголов является слово бояться, которое имеет самое общее значение: «испытывать боязнь, страх» [10. Т. 1. С. 110]. В проанализированных текстах концепт «Страх» составляет 18 языковых реализаций, из которых 2 характеризуют кратковременное, внезапное чувство страха – испуг. Это слово отличается наименьшим проявлением интенсивности состояния страха. При этом не используется лексика, передающая высокую степень интенсивности состояния страха: ужас.

*Ты лучше всех знаешь, что такое **страх**, ведь ты **боишься** даже собственной тени* («Барбоскины». С.7).

*Даже волк **испугается!*** («Ёжик», С.7)

Концепт «Ненависть» определяется в словаре русского языка следующим образом: «чувство сильнейшей вражды, неприязни» [10. т.2. С. 456]. В понятийное содержание концепта «Ненависть» мы включаем слова-номинанты: гнев, раздражение, злость, злоба, негодование, отвращение, недовольство, ярость; глаголы: ненавидеть (доминанта), сердиться, взбеситься, негодовать, гневаться, вскипеть, злобствовать, невзлюбить; адъективы: злой, злобный, недовольный; наречия: свирепо, сердито, гневно; идеографические единицы: лопнуть от злости; распаляться злобой; прийти/приходить в бешенство (в ярость); лопнуть от гнева; выходить/выйти из себя; От любви до ненависти один шаг; Кто гнев свой одолевает – крепок бывает. В нашей выборке данный концепт представлен словом рассердился, в текстах использован 5 раз:

***Рассерженный** Царь отправил в свой терем, пройдя напрямик через яблоневый сад* («3/9 царство», С. 29).

Концепт «Горе». В словаре русского языка приводится следующая дефиниция горя: «душевное страдание, глубокая печаль, скорбь» [10. т.1. С. 333]. В текстах детских журналов концепт был реализован с помощью слов грустить, огорченно и встретился 6 раз:

*- Неужели мы опоздали? – **огорченно** загудел Эрг* («Ёжик», С. 10).

Эмотивная единица радость имеет значение «чувство удовольствия, удовлетворения» [10. Т. 3. С. 581]. Концепт «Радость» получает языковое выражение посредством слов-названий эмоций: восхищение, довольство, удовольствие; глаголов: веселиться, позабавиться, любоваться, восхищаться, забавляться, сиять; прилагательных: веселый, довольный; наречий: весело, восторженно, приятно; устойчивых выражений: Душа радуется; Радоваться (как малое) дитя; Радоваться как маленький; Радоваться как ребенок; (быть) на верху блаженства; на радость; не в радость; с какой радости? Не (мочь) оторвать глаз (от кого, от чего). В анализируемых текстах для реализации этого концепта было использовано 42 языковые единицы:

*Щенок был очень горд, и друзья тоже были за него **рады*** («Щенячий патруль», С. 4).

*Вот Иван и Данила **обрадуются**, когда с рынка придут...* («3/9 царсво», С. 3).

В текстах употребляются эмотивные единицы восхититься, восхищение, восторженно, выражающие высшую степень удовлетворения, удовольствия, радости; прилагательное веселый, выражающее внешнее проявление радости.

Концепт «Волнение». Волноваться – «испытывать волнение» [10. т.1. С.205]. Концепт «Волнение» вербализуется с помощью имен эмоций: волнение, опасение, смятение, трепет; глаголов: разволноваться, трепетать, ерзать (разг.); прилагательных: взволнованный, встревоженный, наречий: озабоченно, трепетно. В текстах детских журналов этот концепт употребляется 5 раз.

Концепт «Любовь». Словарь русского языка определяет любовь как «1. Чувство глубокой привязанности к кому-, чему-л. // Чувство расположения, симпатии к кому-л. 2. Чувство горячей сердечной склонности, влечение к лицу другого пола. 3. Внутреннее стремление, влечение, склонность, тяготение к чему-л. // Пристрастие к чему-л., предпочтение чего-л.» [10. Т. 2. С. 209]. Для выражения концепта «Любовь» в русском языке используются слова-номинанты: любовь, влечение, влюбленность, обожание, привязанность, пристрастие, слабость, сердечная склонность, страсть, увлечение, симпатия; глаголы: любить, нравиться, желать, жалеть, влюбиться, обожать; адъективы: любимый, влюбленный, желанный; наречия: влюблено, страстно; устойчивые выражения: Любовь зла, полюбишь и козла; потерять голову <от любви>; без памяти <влюбиться>; влюбиться (врезаться, втрескаться) по уши; любить до самой березки; вспыхнуть страстью; воспылать любовью (страстью, желанием); сойти с ума <от любви>; <любить> до безумия, заводить (подпускать) амуры; Русская душа простор любит.

Основное значение данного концепта содержат слова любить, любовь, которые дают наиболее глубокое представление об этом чувстве:

Смастери вот такой необычный талисман, и пусть все будет пронизано любовью! («Тролли», С. 2).

Любовь – это постоянное крепкое проявление внутренней способности человека, названное чувством.

Лексемы симпатия, влюбленность, увлечение выражают наименьшую силу проявления чувства:

Тихоня безнадежно влюблена в Короля Хряща («Тролли», С. 5).

В рассматриваемых текстах часто используются лексемы с положительной семантикой с отрицательной частицей не, в результате чего слова приобретают отрицательную оценку:

Может он порой приврать

И не любит убирать... («Барбоскины», С. 23).

Всего выявлено 52 языковые реализации концепта «Любовь».

Анализ языка текстов детских журналов показал, что слова, обозначающие положительные эмоции (99 единиц), преобладают над отрицательными (35 единиц). Остальная лексика (70 единиц) не относится ни к одному из противоположных полюсов. Это такие слова, как волноваться, хотеть, чувствовать себя..., беспокоиться, поскольку данная лексика или просто указывает на присутствие какого-либо чувства, или в ней отсутствует ярко выраженная положительная или отрицательная оценка предмета, явления, события.

Проведенное исследование позволило выявить особенности вербализации эмоциональных концептов в детских журналах, имеющих возрастное ограничение 0+ и сделать вывод, что средства массовой информации, предназначенные для детей дошкольного возраста, способствуют формированию положительного образа окружающего мира в сознании ребенка.

Ссылки

1. Акопов Э.Л. Отрицательные эмоции в жизни человека. Краснодар, 1997.
2. Аль Каттан О.Н. Языковая концептуализация любви: лингвокультурный аспект: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2003.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М., 1991.
4. Буянова Л.Ю. Коммуникативный потенциал экспрессивов и эмотивов (на материале поэтического дискурса) // *Leksyka w komunikacji Językowej: Materiały konferencji międzynarodowej*. Gdańsk, 1998.
5. Веккер Л.М. Психика и реальность: единая теория психических процессов. М., 1998.
6. Дорфман Л.Я. Эмоции в искусстве: теоретические подходы и эмпирические исследования. М., 1997.

7. Калимуллина Л.А. Эмотивная лексика и фразеология русского литературного языка (синхронический и диахронический аспекты): Автореф. дис.... канд. филол. наук. Уфа, 1999.
8. Мягкова Е.Ю. Эмоционально-чувственный компонент значения слова. Курск, 2001.
9. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж, 1987.
10. СРЯ — Словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. А.П.Евгеньевой. М., 1999.

Источники выборки:

Журнал «3/9 царство». 2018. 6 (120).
Журнал «Ёжик». 2018. № 4.
Журнал «WINX Club. Твой стиль». 2018. № 4 (66).
Журнал «Лунтик». 2018. № 4 (131).
Журнал «Щенячий патруль». 2018. № 4 (26).
Журнал «Тролли». 2018. № 2(10).
Журнал «Барбоскины». 2018. № 4 (18).
Журнал «Веселый колобок». 2013. № 9.
Журнал «Играем с Барби». 2013. № 7 (186).

В.А. Красуля (Россия),
обозр. «Открытой газеты»,
член Союза Российских Писателей

PRAEMONITUS, PRAEMUNITUS **(Предупрежден, значит, вооружен)**

FOREWARNED IS FOREARMED

Аннотация. В своей статье автор размышляет о том, почему традиционные подходы к прогнозированию будущего, широко представленные в средствах массовой информации, не всегда способствуют адекватному отражению неотвратно меняющейся реальности.

Abstract. In his article, the author reflects on why traditional approaches to forecasting the future, widely presented in the media, do not always contribute to the adequate reflection of the ever-changing reality.

Ключевые слова: эволюция, Искусственный Интеллект, прогноз.

Keywords: evolution, prognosis, artificial intelligence.

Размышления по поводу некоторых аспектов представления будущего в публичной дискуссии.

Мы видим то, что хотим видеть.

В конце девятнадцатого века ученые и специалисты многих стран ломали головы над проблемой: куда девать конский навоз, потому что основным транспортным средством в те годы была конская повозка. Лондонские ученые подсчитали, что уровень навоза на улицах города к середине 20 века достигнет трех метров.

Научно-технический прогресс справился с этой проблемой. Паровозы, дизель, бензиновые двигатели, электростанции влили в городское хозяйство потребные миллионы лошадиных сил. А через полвека лошадь стала экзотическим явлением на улицах больших городов.

Появилась новая реальность, которую не могли предвидеть работчики плана, исходившие из привычных реалий окружающей их жизни. Это типичное явление. Мы видим то, что хотим видеть. То, к чему привыкли. Будущее мы зачастую представляем как немного подправленное и количественно улучшенное настоящее. Австрийско-американский философ середины прошлого века Пол Фейерабенд называл такой подход «методологическим принуждением» [1].

Заглядывая за полувековой горизонт, мы съезжаем на наезженную тропу. Механическое прибавление к тому, что имелось, линейная экстраполяция и прогноз готов. О том, что такой подход всегда преподносит неприятные сюрпризы, убедительно говорил Нассим Талеб в своей нашумевшей книге «Черный лебедь»: «Пытаясь заглянуть в

будущее, мы «туннелируем» – воображаем его обыденным, свободным от Черных лебедей, но в будущем нет ничего обыденного» [2. С. 226].

Труднее всего укладывается в нашей голове представление о том, что мир через полвека может быть каким-то совсем другим и может отличаться от нашего столь же разительно, как, например, наш мир отличается от мира наших пещерных предков.

Но это естественно вытекает из многих явлений в науке и технологиях, которые пока еще не определяют реальность, но дают достаточно оснований для того, чтобы представить, какой она будет. А она может обернуться очень неожиданными сторонами.

Рассмотрим несколько примеров.

Рост производительности труда.

Он обещает быть настолько ошеломительным, что само понятие «труд», взятое в его традиционном восприятии, вряд ли даст полное представление о процессах, которые будут иметь место. Это скорее будет похоже на действия иллюзиониста, вытаскивающего из шляпы разные вещи.

Одна из популярных тем СМИ – беспилотные автомобили. Они опробуются в России, испытания идут в десятках стран. В некоторых из них они уже действуют, например, в Роттердаме в городском хозяйстве.

Не совсем приятная сторона этого явления: российские эксперты прогнозируют, что к 2025 году около 2 миллионов ныне занятых в транспортной отрасли нашей страны работников останутся без работы из-за внедрения беспилотных транспортных средств [3]. И так по всему миру.

Из этого следует, что лет через двадцать человек за рулем автомобиля будет такой же редкостью, как сегодня всадник на коне.

Аналогичная перспектива ожидает все без исключения отрасли материального производства, начиная с сельского хозяйства и кончая строительством. Человек как производительная единица на глазах двух-трех поколений покинет сферу традиционного производства. Класть кирпич, пахать землю, косить пшеницу, доить коров, возводить стены, устилать крыши, вести трубопроводы, управлять поездом, кораблем, самолетом – эти и еще многие десятки тысяч необходимых сегодня профессий уйдут в небытие. Машины делают работу безостановочно, быстрее и лучше человека.

3D принтеры уже вошли в нашу жизнь. Если вдуматься, это устройство, с помощью которого любой школьник может спроектировать и создать любую вещь. Вопрос лишь в доступе к сырью и энергии.

Нетрудно представить миллионы подобных автоматов, которые по воле своих хозяев днем и ночью неумолимо перерабатывают миллионы тонн металлов и разнообразных пластических масс и преобра-

зуют их в самые разные предметы и объекты: дороги, мосты, дома, предметы быта, автоматы, самолеты, ракеты – все, что угодно, и все это в фантастических масштабах покрывает тело планеты, овладевая воздушным пространством и заполняя просторы и глубины океанов и морей.

Автоматизация, роботизация, искусственный интеллект...

Слова «робот», «роботизация» в трудах многих исследователей приобрели пугающий оттенок. От них почему-то ждут бунта. Роботы восстанут и поработят людей. Не так давно СМИ сообщали о том, что где-то в Китае робот напал на человека [4].

Естественно, в алармистских прогнозах восстание это возглавляют компьютеры, наделенные искусственным интеллектом, когда они превзойдут человека интеллектуальной мощью. А произойдет это достаточно скоро: по расчетам некоторых экспертов, уже к концу двадцатых годов мощность компьютера, его эвристические способности превзойдут возможности человеческого мозга. Как потом поведут себя компьютеры, никто не знает. Это тревожит многих интеллектуалов. В их числе Билл Гейтс, Илон Маск, недавно ушедший из жизни Стивен Хокинг.

Хотя, если хорошенько подумать, угрозу может представлять любой аппарат. Утюг, мясорубка, паяльник и даже молоток. Утечки на атомных электростанциях, аварии в шахтах, техногенные катастрофы...

Что такое робот, если отвлечься от его металлической и электронной начинки? Это не что иное, как человеческая рука в представленной форме. Материальное воплощение человеческого волеизъявления, выход за физические пределы человека для проникновения в пространство и манипулирования материей. Кстати, слово «манипулирование» восходит к латинскому «manu», рука. Рука как продолжение человеческого мозга, как его специфический отдел. Компьютер, суперкомпьютер, сеть суперкомпьютеров, Искусственный Интеллект, который вот-вот выйдет из недр компьютера – это отдел человеческого мозга. Это своеобразный, удаленный неокортекс, но уже не втиснутый в лобные доли отдельного индивида, а являющийся таким органом коллективного восприятия реальности. Это нейронная сеть социума. Планетарный орган мышления, что-то вроде ноосферы, о которой когда-то размышлял академик Вернадский.

Стремительное развитие всего, что связано с искусственным интеллектом, вызывало бы меньше тревог, если бы мы более твердо сформулировали для себя, что техника, машины, роботы, компьютеры – это не просто железяки, чужеродные биологическому организму, не имеющие ничего общего с жизнью, а такой же закономерный плод эволюции, как рука, нога, голова, повадки человека, его мировоззрение, как созданные им социальные и политические институты.

Здоровье, медицина, фармакология.

Модная во многих исследованиях тема так называемого «старения общества» в процветающих странах, которая прямо-таки пугает некоторых публицистов и политиков, в обозримой перспективе будет попросту снята с повестки дня. Через полсотни лет беспомощных, болезненных старцев, обременяющих общество, не будет. Специалисты всерьез поговаривают о реальной перспективе продления жизни человека до 100-120 лет (это пока!). Достижения в генной инженерии, физиологии, фармации позволят не только сохранять физическую и интеллектуальную активность, но и умножать физические и когнитивные способности людей [5].

Так что будет возрастать доля не угасающих и беспомощных старцев, а полноценных в физическом и интеллектуальном отношении людей, которых нельзя будет назвать не то что стариками, но даже пожилыми. Они не только не будут рассматриваться как обуза, но напротив, будут очень активной и эффективной в силу своего огромного жизненного опыта частью общества.

Место человека в пищевой цепочке.

Прогресс ведет к тому, что все необходимые для обеспечения метаболических процессов в человеческом организме ингредиенты, добыча и производство которых на протяжении тысячелетий составляли главное содержание человеческой жизни, определяли его этику, выстраивали государственные и социальные институты, будет производиться в любых количествах без прямого участия человека. Люди будут получать то, что им нужно, так же как сейчас получают из атмосферы кислород, без которого не могут просуществовать дольше пяти минут.

Эпоха праздности?

Чем буду заниматься люди, над которыми не будет довлеть вековая необходимость хлопотать о хлебе насущном и которым и не надо будет копать, пилить, строгать и так далее? Сотни миллионов людей вырваны из круга привычных занятий. Это будет происходить достаточно стремительно. К каким социальным, экономическим, политическим, мировоззренческим, этическим последствиям это может привести?

Вечный человек?

Забрезжившая надежда достичь личного бессмертия или, по крайней мере, радикального отложения смерти ведет к необходимости пересмотреть отношение к самой смерти, а, следовательно, и жизни. Смерть, угроза смерти во все времена были определенным пределом, в рамках которого обитал человек. За ним заканчивалась его свобода, начиналось смирение, судьба. Представление о смертности укоренено в нашей психике, отражено в традициях, преданиях, ритуалах, наших представлениях о добре и зле. Освобождение от страха смерти приве-

дет к трансформациям в психотипе, повлияет на межличностные отношения.

Перспективы потенциального личного бессмертия (многие, кто может себе это позволить, уже завещают замораживать свои тела после смерти для возможного воскрешения в будущем). Люди богатые, люди стоящие у власти получают новые соблазны и стимулы. Появится новая форма личного конкурирования. Это может стать причиной новых коллизий и трещин в социуме.

Образ врага.

Психотип человека с древнейших времен в значительной мере формируется дихотомией: свой-чужой, друг-враг.

Логично, что враг – это формообразующая фигура в менталитете правящих классов разных стран. Если его нет в реальности, его обязательно выдумают. Во многих прогнозах на будущее достаточно детально развивается тема «врага». Прописываются сценарии возможных действий предполагаемого «врага», прочитываются ресурсы, которые необходимо затратить на его сдерживание. Сколько надо будет, условно говоря, изготовить патронов и автоматов, чтобы чувствовать себя спокойно [6]?

Между тем уже наша реальность подвела к необходимости переакцентировать понимание «врага».

Недавно я прочитал интервью с профессором медицины, специалистом в области инфекционных заболеваний. Он привел цифру, которая заставила задуматься. Два года назад в мире от заболеваний печени, вызванных гепатитом С, умерли 1,3 миллиона человек. Причем, отметил профессор, препараты от этого вируса были уже в начале нашего века, а сегодня к ним прибавились еще более эффективные средства. Если бы люди получали эти лекарства, они были бы живы. Просто они не очень дешевые и большинству не по карману [7].

Я сравнил эти цифры вот с какими. От террористических актов в том же году погибло 29 тысяч человек. В сорок раз меньше. Но на борьбу с терроризмом в то же время было израсходовано в несколько раз больше средств, чем потребовалось бы для исцеления всех погибших от вируса. СМИ переполнены сообщениями о борьбе с терроризмом. Это действительно враг. Но есть более опасный враг, который с большей лютостью выкашивает просеки на человечестве. Он бесшумен, неприметен, о нем не кричат. А это действительно враг.

Можно предположить, что именно в этом направлении в психике будущего человека произойдет сдвиг в представлении о враге. Враг – не другой человек. Другой человек в принципе не должен рассматриваться как враг.

Раскол.

К чему надо быть готовыми? Не все примут новый порядок. Мы видим, представители некоторых древних племен в Африке или Ла-

тинской Америке, например, африканские бушмены, отказываются перенимать цивилизованный образ жизни, уходят в джунгли со своими пиками, бубнами, стрелами, приспособлениями для ловли рыбы и птиц. Им нравится жить по своим традициям, со своими примитивными с нашей точки зрения представлениями о мире – так, как жили их предки. Это их выбор, это их право. Но это частный случай, а впереди человечеству так же придется выбирать, как жить...

Миссия человека.

Для того чтобы увереннее смотреть в будущее и быть готовыми к неотвратимым переменам, нам не хватает уверенности в себе и понимания, что человек не просто какой-то этап в эволюции, может быть даже самый значительный. Человек – это, прежде всего, миссия. Точка или почка роста. В его хромосоме, его судьбе зашифрована судьба вселенной. В человеке вселенная впервые посмотрела на себя со стороны, узнала и осознала себя и подготовилась для нового перевоплощения, в котором человеку уготовано играть ключевую роль. «Философы лишь различным образом объясняли мир; но дело же заключается в том, чтобы изменить его». [8. С. 563] В этом высказывании Карла Маркса, может быть, самом радикальном философском высказывании всех времен, заключается загадочный смысл: природа в человеке не просто познает себя, но изменяется сама.

Искусственный интеллект – лицо будущего?

Сеть искусственного интеллекта накроет в ближайшем будущем всю планету. Она поможет человеку создать новую реальность и измениться ему самому. Мы присутствуем при новом витке эволюции. По своему значению это может быть сопоставимо с таким событием в истории нашей планеты, как выход живых существ из воды на сушу. Жизнь овладела новой средой. Грядущий симбиоз человека с искусственным интеллектом, а на мой взгляд, правильнее было бы говорить, расширенным человеческим интеллектом, вынесенным за пределы его физического тела, это инструмент выхода в принципиально иную среду обитания, которая до сих пор была людям недоступна. Это открывает человечеству прямой доступ в межзвездный мир безграничных пространств и беспредельно сжатый квантовый микромир.

Если конкретнее. В реально проживаемой повседневности мы сталкиваемся с явлениями и событиями, размерность которых составляет от нескольких миллиметров до десятков метров и которые длятся от нескольких десятых секунд до дней или лет. Другое мы уже не улавливаем нашими органами восприятия и создаем об этом образные представления, которые и помогают нам рисовать своеобразную карту мира, условно, аналогичную географической. Эта карта позволяет нам ориентироваться в пространстве и времени. Мы не можем напрямую заглянуть, например, в биологическую клеточку, в том числе и свою собственную, в молекулу, тем более в атом и увидеть и по-

щупать сталкивающиеся мезоны, электроны и протоны, кварки и т. п. Подобная невозможность подстерегает нас, когда размеры предметов и состояний превышают десятки метров, километры, не говоря уже о галактических пространствах. Компьютер, позволяющий фиксировать события в миллиарды раз более скоротечные, чем доступно нашему восприятию, и задерживать их в картинке – знаменитое фаустовское «Остановись, мгновение!» – позволят нам это сделать. Мы сможем погрузиться в биологическую клетку, проплыть по собственным кровеносным сосудам, поприсутствуем при столкновении кварков и появлении новой элементарной частицы. Человек заберется в любые закоулки вселенной и «потрогает» их.

Как ни парадоксально, эти предположения соответствуют представлениям о месте человека в космосе замечательного русского мыслителя Николая Федорова, человека, по-своему очень предубежденного против европейской цивилизации. Он писал: «Органом его (человека – В.К.) сделаются и те способы аэро – и эфиронавтические, помощью коих он будет перемещаться и добывать себе в пространстве вселенной материалы для построения своего организма. Человек будет тогда носить в себе всю историю открытий, весь ход этого прогресса; в нем будет заключаться и физика, и химия... в виде космического аппарата, дающего ему возможность... быть последовательно всюду...» [9. С. 405].

Разумеется, это будет другая жизнь и это будет другой человек, который будет помнить, откуда он пошел. Мы стоим на самом пороге этого мира. Успешный переход к нему не обязательно гарантирован. Тем более он не будет легким. Не исключено, что наши предшественники поднимались по эволюционной спирали до этого порога и срывались, исчезали и мы ничего о них не знаем. Это путь, полный опасностей и потерь. Надо быть готовым к этому.

Но как говорили древние римляне: «Praemonitus, praemunitus».

Кто предупрежден, тот вооружен.

Ссылки

1. Фейерабенд Пол. Избранные труды по методологии науки. М.: Прогресс, 1986. 543 с.
2. Талей Нассим Николас. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости. М.: Колибри, 2011. 526 с.
3. В ближайшие годы 2 млн. работников транспортной отрасли России потеряют работу [Электронный ресурс]. URL: https://www.dp.ru/a/2016/04/11/Do_chego_dojdet_progress.
4. В Китае робот впервые в истории напал на человека [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2016/11/18/v-kitae-robot-vpervye-v-istorii-napal-na-cheloveka.html>.

5. Медицина может дать нам бессмертие уже к 2030 году [Электронный ресурс]. URL: <https://hi-news.ru/technology/medicina-mozhet-dat-nam-bessmertie-uzhe-k-2030-godu.html>.
6. В Генштабе России рассказали о войнах будущего [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3584632?from=hotnews>.
7. Хронический гепатит не приговор [Электронный ресурс]. URL: <https://www.opengaz.ru/stat/virusnyy-gepatit-ne-prigovor>.
8. Маркс К. Тезисы о Фейербахе. // Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология. М.: Государственное издательство политической литературы, 1956. 615 с.
9. Федоров Н. Философия общего дела. // Федоров Н. Сочинения. М., 1982. 709 с.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ

TRANSFORMATION OF THE POLITICAL AND LEGAL SYSTEM OF THE REPUBLIC OF ADYGEA

Аннотация. Статья посвящена краткому экскурсу в историю становления и развития политической и правовой систем Республики Адыгея, исполнительных и законодательных органов власти субъекта, нынешнему положению дел в регионе.

Abstract. The article is devoted to a brief excursion into the history of formation and development of the political and legal systems of Adygheya Republic, the executive and legislative authorities of the subject, the current state of affairs in the region.

Ключевые слова: республика Адыгея, правовая система, политическая система, парламент, губернатор.

Keywords: adygheya Republic, legal system, political system, parliament, governor.

За годы существования Республики Адыгея ее политическая система претерпела определенные изменения. Совершенствовалась законодательная база, изменялись формы республиканского парламента, менялись формы избрания руководителя региона и даже его наименование.

Согласно Конституции субъекта, Республика Адыгея – Адыгея является демократическим правовым государством в составе Российской Федерации [2]. Высшим и единственным законодательным (представительным) органом государственной власти Республики Адыгея является Государственный Совет-Хасэ Республики Адыгея.

Сейчас функционирует шестой созыв Государственного Совета-Хасэ. Он состоит из 50 депутатов и является однопалатным органом. Но за довольно короткую историю существования Республики Адыгея ее парламент претерпевал существенные изменения. В разные созывы он был и двухпалатным, и однопалатным, и состоял из разного количества депутатов – от 45 до 100.

Выборы депутатов Верховного Совета ССР Адыгея первого созыва прошли в четыре этапа и оказались беспрецедентно сложными. На основе политического компромисса удалось выработать оптимальные подходы к проведению выборов. В ходе выборов на альтернативной основе было обеспечено паритетное представительство адыгского и русского населения в парламенте: из 100 депутатов – 45 были адыги,

49 – русские, 6 – представители других национальностей. 17–24 марта 1992 года состоялась I сессия Верховного Совета.

Главной задачей I сессии Верховного Совета было создание законодательной основы для организации работы представительного органа власти. Сессия сформировала свои руководящие органы и утвердила структуру Парламента.

10 ноября 1993 года X сессия Верховного Совета Республики Адыгея приняла закон «О представительном и законодательном органе власти Республики Адыгея на переходный период». В соответствии с ним представительным и законодательным органом власти стало Законодательное Собрание (Хасэ) – Парламент Республики Адыгея. Из депутатов первого созыва путем открытого голосования простым большинством голосов в Парламент Республики Адыгея было избрано 45 человек.

С января 1996 года начал работать новый, второй состав парламента – Государственный Совет-Хасэ Республики Адыгея, сформированный после выборов 17 декабря 1995 года. Парламент также состоял из 45 депутатов.

Во время функционирования третьего созыва Госсовета-Хасэ (с марта 2001 по март 2006 гг.) республиканское законодательство претерпело изменения. В ранее действовавший закон внесены следующие изменения и дополнения: Государственный Совет формировался из двух палат – Совета Представителей и Совета Республики. Таким образом, парламент республики стал двухпалатным.

В Совет Представителей вошло 27 депутатов, представляющих интересы административно-территориальных единиц республики (г. Майкоп, г. Адыгейск, районы), избираемых по трехмандатным округам по три представителя от каждого района и города республиканского значения. В Совет Республики также вошло 27 депутатов, избираемых по одномандатным округам с примерно равным количеством избирателей.

Выборы депутатов Государственного Совета-Хасэ Республики Адыгея четвертого созыва состоялись 12 марта 2006 года. Законодательная база по формированию Парламента Республики Адыгея была пересмотрена: двухпалатный парламент снова был преобразован в однопалатный законодательный орган.

В состав Государственного Совета-Хасэ Республики Адыгея четвертого созыва вошли 54 депутата. Выборы депутатов впервые проводились по пропорционально-мажоритарной системе: одна половина депутатов избиралась по партийным спискам в едином республиканском избирательном округе, другая – в 27 одномандатных избирательных округах.

13 марта 2011 года в Адыгее состоялись очередные выборы депутатов республиканского парламента. 27 депутатов избраны по одномандатным избирательным округам по мажоритарной системе и

27 депутатов – по единому избирательному округу по партийным спискам.

Ныне действующий шестой созыв Государственного Совета-Хасэ Республики Адыгея, был сформирован по итогам выборов 18 сентября 2016 года. Выборы депутатов республиканского парламента проходили по пропорционально-мажоритарной избирательной системе.

В соответствии с требованиями федерального законодательства, количество депутатов было сокращено. Отныне Госсовет-Хасэ состоит из 50 депутатов. 25 депутатов избраны по одномандатным избирательным округам по мажоритарной системе и 25 депутатов – по единому избирательному округу по партийным спискам.

По инициативе нового председателя парламента, его структура претерпела изменения. У председателя Госсовета появилось два заместителя (вместо одного). Причем они оба получили руководство над комитетами республиканского парламента. Их количество тоже было изменено – вместо 9 их стало 7: по законодательству, законности и вопросам местного самоуправления; по бюджетно-финансовой, налоговой, экономической политике, предпринимательству и внешне-экономическим связям; по аграрной политике, имущественным и земельным отношениям; по строительству, транспорту, связи и ЖКХ; по образованию, науке, делам молодежи, спорту, СМИ и взаимодействию с общественными организациями; по социальной политике, делам семьи, здравоохранению и культуре; по туризму, экологии и природопользованию. Также в структуре Государственного Совета-Хасэ Республики Адыгея функционирует Комиссия по статусу, регламенту и депутатской этике.

Таким образом, число депутатов, действующих на постоянной основе (получающих зарплату) – 8 человек.

Высшим должностным лицом Республики Адыгея (руководителем высшего исполнительного органа государственной власти Республики Адыгея – Кабинета Министров Республики Адыгея) является Глава Республики Адыгея.

Согласно республиканскому законодательству, Глава республики избирается депутатами Государственного Совета-Хасэ Адыгеи на пять лет. Руководителем региона может быть избран гражданин Российской Федерации, достигший возраста 30 лет.

С 12 января 2017 года временно исполняющим обязанности Главы Адыгеи является 44-летний Мурат Кумпилов. Это четвертый по счету руководитель республики.

Первый Президент Республики Адыгея был избран 5 января 1992 г. Им стал Председатель Совета народных депутатов ССР Адыгея Аслан Джаримов.

12 января 1997 г. А.А. Джаримов был переизбран Президентом Республики Адыгея. За него проголосовали 110795 избирателей из 177914, принявших участие в голосовании.

Третьи выборы Президента Адыгеи состоялись 13 января 2002 г. Аслану Джаримову не удалось переизбраться на третий срок. С большим отрывом он уступил победу золотопромышленнику Хазрету Сомену, который пробыл руководителем региона один срок.

13 декабря 2006 г. Государственный Совет – Хасэ Республики Адыгея утвердил Аслана Тхакушинова на должность Президента Республики Адыгея.

12 декабря 2011 года республиканский парламент наделил полномочиями Главы Республики Адыгея А.К. Тхакушинова на второй срок.

12 января 2017 года в связи с истечением срока полномочий Главы Республики Адыгея А.К. Тхакушинова Указом Президента Российской Федерации В.В. Путина временно исполняющим обязанности Главы Республики Адыгея назначен М.К. Кумпилов.

Правовые основы деятельности Главы Республики Адыгея определяет Конституция Республики Адыгея и Закон Республики Адыгея от 06 июля 2007 года №102 «О Главе Республики Адыгея».

За время существования республики законодательство, касающееся главы Адыгеи, не раз менялось. Самые существенные изменения касались нормы знания языка, наименования должности руководителя региона и порядка его избрания.

Пункт 1 статьи 76 Конституции Республики Адыгея закреплял требование о свободном владении государственными языками Республики Адыгея как одно из условий, при наличии которого гражданин может быть избран Президентом Республики Адыгея. То есть Конституция Адыгеи определяла, что Президентом республики мог быть избран человек, свободно владеющий как русским, так и адыгейским языком.

Однако Определением Конституционного Суда Российской Федерации от 13 ноября 2001 г. № 260-О, данное положение было признано не соответствующим Конституции Российской Федерации [5]. Данная норма Конституции Адыгеи была отменена.

В ноябре 2011 года наименование высшего должностного лица Республики Адыгея с «Президент Республики Адыгея» было изменено на «Глава Республики Адыгея». Такое же изменение коснулось руководителей всех республик РФ (за исключением Татарстана). Это также было связано с приведением региональных законодательств в соответствие с федеральным. В декабре 2010 г. Президент РФ Дмитрий Медведев подписал закон, согласно которому наименование глав субъектов «не может содержать слов и словосочетаний, составляющих наименование должности главы государства – Президента Российской Федерации» [4].

До 2005 года губернаторы российских регионов избирались путем всенародного голосования. В сентябре 2004 года Президент РФ Владимир Путин выступил с инициативой изменения порядка наделения полномочиями высших должностных лиц субъектов Федерации, предложив утверждать их в должности решениями законодательных органов по предложению Президента. Закон об отмене прямых губернаторских выборов был принят в декабре 2004 года [6].

Так, третий Президент Адыгеи Асланчери Тхакушинов был избран не путем всенародного голосования, а в результате одобрения его кандидатуры депутатами республиканского парламента.

13 декабря 2006 года Госсовест-Хасэ Адыгеи на очередной, 10-й сессии, наделил Асланчери Тхакушинова полномочиями Президента республики, чья кандидатура была внесена на его рассмотрение Президентом России В.В. Путиным 6 декабря 2006 года. 13 января 2007 года он вступил в должность в ходе торжественного заседания Государственного Совета — Хасэ. Аналогичным образом он был переизбран на свой второй срок в декабре 2011 года.

В апреле 2012 года в России был принят федеральный закон, предусматривающий возвращение прямых выборов глав регионов. В апреле 2013 года в закон были внесены поправки, дающие субъектам федерации право заменить всенародные выборы своих глав голосованием в парламенте по нескольким кандидатурам.

Адыгея присоединилась к остальным регионам Северного Кавказа и пошла по пути избрания главы республики региональным парламентом.

В марте 2016 года на 57 заседании Государственного Совета-Хасэ Республики Адыгея были приняты изменения в законодательство региона, отменяющие прямые выборы Главы Адыгеи.

В предыдущей редакции закона «О выборах главы Республики Адыгея» глава республики избирался гражданами РФ, проживающими на территории Адыгеи, на основе всеобщего равного и прямого избирательного права. Согласно новым изменениям, глава Республики Адыгея будет избираться депутатами Государственного Совета-Хасэ и процедура выбора должна быть такой: все партии, представленные в региональном и федеральном парламентах, могут представить Президенту Российской Федерации по три своих кандидата на пост главы. Глава государства выбирает из них три кандидатуры и вносит их на рассмотрение депутатов Государственного Совета-Хасэ, которые и примут окончательное решение.

Именно так был избран четвертый Глава Республики Адыгея в сентябре 2017 года.

Стоит отметить, что между руководителями республики (действующим и бывшими) сохраняется конструктивное сотрудничество, происходит заинтересованный диалог. Часты встречи Главы Адыгеи с бывшими Президентами республики. В апреле 2017 года общение в

неформальной обстановке состоялось между врио Главы РА Муратом Кумпиловым и бывшими Президентами РА Асланом Джаримовым и Асланом Тхакушиновым.

За чашкой чая участники встречи обсудили социально-экономические вопросы, перспективы развития региона. Говорили о социальной сфере, реализации федеральных программ, а также консолидации общества вокруг значимых инициатив, направленных на укрепление гражданского согласия, межнационального и межконфессионального диалога.

Мурат Кумпилов отметил, что встречи действующего руководителя региона с предшественниками всегда были традиционными в Адыгее, и он с большим удовольствием готов их продолжить. Обращаясь к своим предшественникам, врио главы сказал, что ему приятно находиться в кругу мудрых наставников, сыгравших большую роль в становлении региона, отметив богатый жизненный и политический опыт первых руководителей Республики Адыгея [3].

Аслан Джаримов и Аслан Тхакушинов отметили, что поступательное развитие и укрепление региона – это главная задача для любого руководителя. В этом основа благосостояния граждан, улучшения их качества жизни.

Аслан Джаримов отметил, что в первые годы становления республики больше внимания уделялось политическому устройству. Последующим командам предстояло решать вопросы экономики, социальной стабильности. Как отметил Мурат Кумпилов, ныне перед Кабинетом министров РА стоят задачи по усилению работы с федеральным центром, привлечению инвестиций в регион и, как результат, повышение качества жизни населения.

В июне 2017 года третий Глава Адыгеи Аслан Тхакушинов был назначен на должность Государственного советника Республики Адыгея. Эта должность была установлена для всестороннего использования опыта и знаний бывших руководителей Республики Адыгея «в целях политического, социально-экономического и иного развития Республики Адыгея» [1].

Основными задачами Государственного советника Республики Адыгея являются: содействие органам государственной власти Республики Адыгея в эффективном осуществлении их полномочий; подготовка предложений по вопросам защиты прав и свобод граждан, совершенствования системы органов государственной власти республики, федерального и республиканского законодательства, содействие в развитии национальной культуры, языка, сохранении самобытности адыгов и представителей других народов, проживающих на территории Республики Адыгея [1].

Стоит отметить, что пост Государственного советника Республики Адыгея не является государственной должностью и осуществляется на безвозмездной основе.

За годы существования региона законодательство Адыгеи, касающееся вопросов исполнительной, представительной, судебной власти претерпевало изменения. В целом, это не оказало сильного влияния на политическую систему республики. Самая существенная трансформация, на наш взгляд, заключается в изменении формы избрания Президента, затем – Главы Республики Адыгея. Первый и второй руководитель субъекта избирался путем всенародного голосования. Третий и последующие – голосованием депутатов регионального парламента.

Государственный Совет-Хасэ остается однопалатным законодательным и представительным органом власти Адыгеи. Итогом многолетней работы Парламента республики является современная система законодательства, обеспечивающая экономическое и социальное развитие Адыгеи, реализацию гражданами прав и свобод, гарантированных Конституцией страны, обеспечивающая деятельность органов государственной власти и местного самоуправления.

Помимо решения текущих социально-экономических задач, в своей работе Госсовет-Хасэ опирается и на местные особенности и проблемы. К примеру, в декабре 2011 года парламентарии Адыгеи приняли Обращение к президенту РФ Дмитрию Медведеву, Государственной Думе РФ, Совету Федерации Федерального Собрания РФ, а также главам двух северокавказских республик – Карачаево-Черкесии и Кабардино-Балкарии по поводу оказания содействия для возвращения на историческую родину представителей адыгской диаспоры из Сирии. Региональным парламентом учреждено несколько республиканских праздничных и памятных дат, отмечаемых ежегодно – это: День Государственного флага Республики Адыгея (25 апреля), День памяти и скорби по жертвам Кавказской войны XIX века (21 мая), День репатрианта (1 августа); День памяти о боевом содружестве горцев Адыгеи и казаков Кубани в годы Первой мировой войны (5 сентября), День национального адыгского (черкесского) костюма (28 сентября).

Судебная система региона состоит из Верхового суда Республики Адыгея, Конституционного суда Республики Адыгея, Арбитражного суда Республики Адыгея, районными и городскими судами, мировыми судьями Республики Адыгея.

Власти в своей работе опираются на институты гражданского общества, на мнение общественных организаций, лидеров этнических и религиозных групп. В регионе сформирован и функционирует Совет при Главе РА по развитию гражданского общества и правам человека, куда входят представители общественных объединений и правозащитных организаций, известные в республике общественные деятели, ученые; функционирует Совет старейшин при Главе республики; свободно и открыто действуют адыгские, славянские (казахы) организации, объединения представителей иных национальных групп; введены

должности уполномоченных по правам человека, ребенка, предпринимателей; соблюдаются баланс интересов и национальный паритет.

Качественное взаимодействие всех ветвей власти республики является важнейшим фактором стабильности, общественного согласия, гражданского мира, консолидации всех созидательных сил. Существующая в республике политико-правовая система, на наш взгляд, обеспечивает поступательное развитие региона как полноправного субъекта Российской Федерации.

Ссылки

1. Закон Республики Адыгея № 60 от 25 мая 2017 года «О Государственном советнике Республики Адыгея» // Официальный интернет-сайт Государственного Совета-Хасэ Республики Адыгея [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gshra.ru/zakon-respubliki-adygeya-60-ot-25-05-2017.html> (дата обращения: 15.03.2018).
2. Конституция Республики Адыгея // Конституционный Суд Республики Адыгея [Электронный ресурс]. URL: http://ksra.ru/images/files/2016/Prav_osnovi_KSRA/ZRA/7.pdf (дата обращения: 15.03.2018).
3. Мурат Кумпилов провел встречу с бывшими руководителями Адыгеи // Официальный Интернет-сайт исполнительных органов государственной власти Республики Адыгея [Электронный ресурс]. URL: <http://adygheya.ru/press-room/news/murat-kumpilov-provel-vstrechu-s-byvshimi-rukovoditelyami-adygei/> (дата обращения: 15.03.2018).
4. О внесении изменения в статью 18 Федерального закона "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации" // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102144202> (дата обращения: 15.03.2018).
5. Определение Конституционного суда Российской Федерации // ЦИК России [Электронный ресурс]. URL: http://cikrf.ru/law/decreed_of_court/pes_260o.html (дата обращения: 15.03.2018).
6. Указ Президента Российской Федерации от 27 декабря 2004 г. N 1603 О порядке рассмотрения кандидатур на должность высшего должностного лица (руководителя высшего исполнительного органа государственной власти) субъекта Российской Федерации // Интернет-портал «Российской газеты» [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2004/12/29/gubernatori-dok.html> (дата обращения: 15.03.2018).

ИОСИФ БРОДСКИЙ. ПОЭЗИЯ ИЗГНАНИЯ

JOSEPH BRODSKY. POETRY OF EXILE

Аннотация. Иосиф Бродский по своей сути – поэт одиночества и изгнания. Поэзия Бродского до эмиграции уже была выражением экзистенциального одиночества и отщепенства, лирический герой в ней как бы отсутствует, отстраняется от текста. Однако полное самоустранение и отчуждение от своего «я» – это только маска, за которой скрывается трагедия личности, вырванной из стихии родного языка и пересаженной на другую культурную почву.

Abstract. Joseph Brodsky is, in essence, a poet of solitude and exile. Before emigration, Brodsky's poetry already conveyed existential solitude and dissent. His lyric hero seemed to be absent and alienated from the text. However, the poet's estrangement was just a mask disguising the tragedy of a person who was expatriated and deprived of his language and cultural background.

Ключевые слова: одиночество, отчужденность, отстранение, самоидентификация.

Keywords: loneliness, alienation, estrangement, self-identification.

Литературный процесс в широком смысле слова включает в себя «закономерности литературного развития, его движущие силы и художественные тенденции» [6. С. 10]. Одной из важнейших составляющих литературного процесса является «эволюция представлений о мире и человеке» [5. С. 5]. Русская литература 20 века в силу сложившихся социально-исторических и идеологических условий оказалась разделенной на два потока:

- 1) литературу, созданную после Октябрьской революции в России и затем в СССР;
- 2) литературу русского Зарубежья.

В течение длительного времени в критике и литературоведении существовало жесткое противостояние двух точек зрения на русскую литературу 20 века. Критика русского Зарубежья не признавала советскую литературу, считая ее не свободной и подчиненной социальному заказу, в свою очередь, советская критика игнорировала литературу Зарубежья, называя ее упаднической и перепевающей старые ностальгические мотивы.

В современных работах, посвященных двум составляющим русской литературы 20 века, появился более взвешенный и конструктивный взгляд на данную проблему. Многие исследователи склонны рассматривать русский литературный процесс 20 века как единое и цело-

стное явление [14. С. 196]. На наш взгляд, наиболее корректной и близкой к реальности можно считать точку зрения ученых, признающих существование одной русской литературы 20 века, в рамках которой развивались два литературных процесса, в чем-то пересекающихся друг с другом (в плане продолжения классических традиций), а во многом противоположных [13. С. 22].

Изучение литературы русского Зарубежья в последние два десятилетия приобрело в России солидную базу, существуют как общеметодологические работы, так и труды, посвященные творчеству отдельных писателей-эмигрантов. Проблема литературы в изгнании на протяжении 20 века видоизменилась: если эмигранты первой волны уезжали навсегда, не имея надежды увидеть свои произведения опубликованными на родине, то писатели-эмигранты конца 20 века не теряли связи с метрополией. Пожалуй, одним из последних русских поэтов, изгнанных из родной страны в никуда, испытавших на себе всю жестокость и непримиримость государственной машины, был Иосиф Бродский. Противостояние с Системой поэт ощущал на себе с детства, в эссе «Меньше единицы» он с предельной откровенностью говорит об избранном им пути отчуждения и необходимости альтернативного существования в жизни и в искусстве [1. С. 696–726]. Пытаясь выбраться из «паутины лжи», которой Система опутывала личность, Бродский избрал для себя позицию отстранения — от государства, от идеологии, от общепринятых стереотипов, что определило в дальнейшем творческое кредо художника и привело в конечном итоге к самоотчуждению авторского «я» в поэзии.

Любой творец по своей сути — изгнанник, его судьба изначально трагическая. По мнению Мандельштама, «душевный строй поэта располагает к катастрофе» [8. С. 191]. Марина Цветаева, пережившая опыт изгнания, также считала внутреннюю эмиграцию нормальным состоянием поэта, даже если он находится на родине: «Всякий поэт по существу эмигрант, даже в России... На поэте — на всех людях искусства — но на поэте больше всего — особая печать неуютя, по которой даже в его собственном доме — узнаешь поэта. Эмигрант из Бессмертия в время, невозвращенец в свое небо» [12. С. 549].

Отстранение как основной принцип творчества складывалось в поэзии Бродского в какой-то степени под влиянием эстетики Петербурга — мистического города, в силу своего географического положения и европейской ориентации противопоставленного остальной России. В эссе «Путеводитель по переименованному городу» И. Бродский напишет: «Нет другого такого места в России, где бы воображение отрывалось с такой легкостью от действительности: русская литература возникла с появлением Петербурга... Как это нередко случается с человеком перед зеркалом, город начал впадать в зависимость от своего объемного отражения в литературе» [4].

В одном из ранних стихотворений – «Стансы городу» – пророчески звучит щемяще-интимная интонация связи с родным городом и неизбежность будущей разлуки с ним. Поэт как бы предвидит свою судьбу, обращаясь к другому гению и к другой эпохе: в стихотворение вплетены реминисценции из нескольких лермонтовских стихов, а «кривоногий мальчик» – это юный Лермонтов, с судьбой которого поэт соотносит собственную жизнь.

Поколение Бродского – это поколение, которое, с одной стороны, испытало все материальные лишения (голод, нищету, разруху), а, с другой стороны, прекрасно понимало ту ложь, которой была проникнута Система. Это и вызвало резкое неприятие существующего мира и стремление уйти от него, отгородиться, создать свой собственный мир грез и откровений. Сам Бродский так напишет о своем поколении в эссе «Меньше единицы»: «Если мы делали этический выбор, то исходя не столько из окружающей действительности, сколько из моральных критериев, почерпнутых в художественной литературе... Книги стали первой и единственной реальностью, сама же реальность представлялась ... абракадаброй... Это было единственное поколение русских, которое нашло себя, для которого Джотто и Мандельштам были насущнее собственных судеб» [1. С. 721]. В стихотворении «Рождественский романс» рефреном звучит тема «тоски необъяснимой», определившая основную интонацию всего последующего творчества Бродского:

Твой Новый год по тёмно-синей
Волне средь шума городского
Плывёт в тоске необъяснимой....
Как будто жизнь качнётся вправо,
Качнувшись влево. [1. С. 9]

Осознавая дисгармоничность бытия, Бродский пытается «упорядочить хаос», преодолеть «раздробленность мироздания посредством поэтического текста». Уже в ранних стихах 1960-х годов появляются темы отъезда и возврата на родину, когда поэт и не помышлял об эмиграции. Это было реакцией на несправедливое устройство всего мира, а не только какой-нибудь политической системы.

Иосиф Бродский впитал в себя лучшие традиции русской и мировой культуры. Его поэзия – это воплощение мандельштамовской «тоски по мировой культуре», однако Время и Эпоха – категории, основополагающие для поэта, побудили его создать свой уникальный поэтический мир. Даже в трактовке «вечных» сюжетов Бродский очень оригинален. Размышляя в стихотворении «Два часа в резервуаре» о вере и неверии, он дает свой вариант Фауста, отличный от гетевского и пушкинского: Фауст Бродского стремится овладеть знанием ради знания, а истинная вера, по Бродскому, – это сфера глубоко ин-

тимная, далекая от мистических игр. Не случайно во всех интервью и эссе поэт говорит о своей симпатии к кальвинизму с его центральным тезисом о непосредственной ответственности человека перед Богом.

Говоря о традициях, нельзя не обратиться к пушкинским традициям в творчестве Бродского, которые проявляются в его поэзии не прямо, а опосредованно. В этом отношении очень интересно стихотворение «От окраины к центру», которое в чем-то даже текстуально перекликается со знаменитым пушкинским стихотворением «Вновь я посетил тот уголок земли» (у Бродского – «Вот я вновь посетил эту местность любви...»). Одиночество лирического героя приобретает у Бродского романтический ореол. Однако пушкинский мотив возвращения в родные места трактуется не столь оптимистично: радостная встреча с юностью невозможна. Главная тональность стихотворения определяется внутренним состоянием лирического героя, ощущающего себя человеком своего поколения и в то же время гражданином мира, задающим себе извечные вопросы бытия:¹

Значит, нету разлук.
Значит, зря мы просили прощенья
У своих мертвецов.
Значит, нет для зимы возвращенья.
Остаётся одно:
По земле проходить бестревожно.
Невозможно отстать.
Обгонять – только это возможно. [1. С. 21]

Все творчество Бродского пронизано мотивами одиночества, отчуждения и изгнания, поэт пророчески предрекает свою судьбу, понимая, что горькая чаша изгнания не минует его. В стихотворении 1964 года, написанном в архангельской пересыльной тюрьме, явно ощущается предчувствие своего изгнания и пронзительная любовь к родине, отторгающей его:

Сжимающий пайку изгнанья
В обнимку с дремучим замком,
Прибыв на места умиранья,
Опять шевелю языком...
Перо поднимаю насилу,
И сердце пугливо стучит,
Но тень за спиной за Россию,
Как птица на рощу, кричит.

Стихотворение «Сад» – ещё одна вариация на эту тему. Сад – это символический образ мира, «несопряженность» с которым, по

¹Подробнее по теме Бродский и Пушкин см.: [11. С. 200–285].

словам Мандельштама, поэт чувствовал с самого детства. Тема ухода в данном контексте приобретает глубокий философский смысл, означая не столько реальный отъезд из страны, сколько осознание высоких и вечных категорий жизни и смерти, любви и разлуки, когда путь поэта и высокий путь мировой гармонии становятся «тождественно огромными».

Любовная лирика Бродского опровергает распространенное мнение о его поэзии как чисто интеллектуальной игре со словом, в которой преобладают рационализм и холодная созерцательность. За внешней отстраненностью часто кроются глубокие и сильные страсти, и тогда слагается «песня навзрыд». Любовные стихи Бродского, как лакмусовая бумага, выявляют особенности его тонкой и ранимой души, способной любить и страдать. В стихотворении эмигрантского периода «Дорогая, я вышел сегодня из дому...» (1989) слились в единое целое боль и тоска по утраченной возлюбленной, воспоминания о прожитой жизни и вечная для Бродского тема всепожирающего времени:

Не пойми меня дурно: с твоим голосом, телом, именем
Ничего уже больше не связано. Никто их не уничтожил,
но забыть одну жизнь человеку нужна, как минимум,
Ещё одна жизнь. И я эту долю прожил. [1. С. 619]

Вынужденная эмиграция в 1972 году как бы отсекала всю прошлую жизнь и обострила душевную драму поэта. Именно в России он создал «мир в себе» и унес этот мир с собой, но авторское «я» поэта в изгнании претерпело серьезные изменения, и хотя сам Бродский в одном из интервью называл изгнание «естественным условием существования поэта», его творчество эмигрантского периода представляет собой постепенный отказ от лирического героя. Центром его художественного мира становится неиндивидуализированный человек вообще, на которого автор смотрит как бы со стороны, ниоткуда. По справедливому мнению В.П. Полухиной, «я» в изгнании обречено на распад идентичности, поскольку есть прямая связь между опытом изгнания и метонимическим описанием перемещенного авторского «я» [10. С. 36].

Отчуждение, которое в ранних стихах было условным приемом, теперь стало драматической реальностью... Одержав победу над внешними обстоятельствами, человек выпадает из времени и становится неким абстрактным субъектом [7. С. 172]. В этом отношении очень характерно стихотворение эмигрантского периода «Часы останови. Забуди про телефон» – из У.Х. Одена – англо-американского поэта, сильно повлиявшего на творчество Бродского. Английская поэтическая традиция отличается от русской спокойным, внешне бесстрастным отношением к изображаемому. Бродский соединил в своей по-

эзии традиции русского стиха с англоязычной традицией кажущегося отчуждения автора от своего текста. В вольном переводе «Из Одена» мы видим застывшую картину мира, где остановилось время, нет связи с окружающей действительностью, герой находится в вакууме — без любви и с ощущением мертвой Вселенной.

В стихотворении «Метель в Массачусетсе», написанном также в эмиграции, кроме названия, нет никаких привязок к определенному географическому месту. Это, как всегда у Бродского, размышления о мгновении и вечности, о быстротечности жизни, уподобляемой снегопаду — вихрю, сметающему все на своем пути и оставляющему человека один на один с тишиной. Образ снега, также очень характерный для поэтики Бродского, вызывает прямые ассоциации со стихотворением Бориса Пастернака «Снег идет». Перекличка чувствуется уже в первой строке стихотворения Бродского («Снег идет — идет уж который день»). Безусловно, стихотворения Пастернака и Бродского отличаются поэтической стилистикой, образностью и эстетикой, однако их объединяет одна тема — быстротечности времени и трагичности человеческого существования. В то же время в обоих стихотворениях явно ощущается мотив непреходящести простых и вечных категорий, таких, как снег, «цветы герани», «перекрестка поворот» (у Пастернака) и «полотнища цвета прощенных душ» (у Бродского).

Ср. у Пастернака:

Снег идёт — и всё в смятеньи,
Всё пускается в полёт, —
Чёрной лестницы ступени
Перекрёстка поворот...

Снег идёт, густой-густой,
В ногу с ним, стопами теми,
В том же темпе, с ленью той
Или с той же быстротой
Может быть, проходит время? [9. С. 114-115]

У Бродского:

Снег идёт — идёт уж который день,
Так метёт — хоть чёрный пиджак надень.
Городок замело. Не видать полей.
Так бело, что не может быть белей.

Или — может: на то и часы идут.
Но минут в них меньше, чем снега тут.
По ночам темнота, что всегда была,
Непроглядна, и та, как постель, бела. [1. С. 655].

Вариацией на ту же тему является еще одно стихотворение эмигрантского периода – «Осенний вечер в скромном городке». В одном парижском журнале о поэзии Бродского периода эмиграции было сказано так: «Поэзия Бродского есть в некотором смысле запись мыслей человека, покончившего с собой. Он живет отчаянием, он живет в отравленной атмосфере». Именно в таком состоянии находится герой стихотворения «Осенний вечер в скромном городке», вне Пространства и Времени, «забыв про календарь», а о его смерти случайно узнает молочник по нетронутому скисшему молоку.

Изгнание меняет самоидентификацию поэта, в центре его внимания, как и прежде, отношения человека со временем («Человек есть конец самого себя и вдаётся во время»), однако постепенно в поэзии Бродского происходит полное отчуждение авторского «я» от самого себя и превращение его в вещь, в неодушевленный предмет, который, в свою очередь, «становится немедля частью речи». Основные мотивы творчества поэта в эмиграции – ощущение потерянности, полного одиночества, инородности всему окружающему (при внешней благополучности и процветании), лирический герой его поэзии превращается в ничто, в безличного «человека в плаще», потерявшего «память, отчизну, сына», посылающего прощальный привет любимой из пустоты, из «ниоткуда», но с «любовью», и это очень важный компонент лирики Бродского. Его поэзия до крайности индивидуализирована, но она не эгоистична, в ней сосуществуют две порой взаимно исключаящие тенденции: внешняя отчужденность, холодный рационализм и в то же время страстное отношение к жизни, к любви, несправедливости, умение прощать и благодарить судьбу за весь пройденный путь:

Что сказать мне о жизни? Что оказалась длинной.
Только с горем я чувствую солидарность.
Но пока мне рот не забили глиной,
Из него раздаваться будет лишь благодарность. [1. С. 4]

Наиболее полное представление о мировоззрении Бродского и сочетании в его творчестве рационального и эмоционального начал дает эссеистика поэта и, в первую очередь, его выдающееся эссе «Набережная неисцелимых», написанное на английском языке в 1991 году по просьбе одного из венецианских издательств, но по сути представляющее собой глубокие мировоззренческие размышления о смысле жизни, о вечности, о связи человека с пространством и временем, о сущности бытия. Конкретный анализ эссе «Набережная неисцелимых» позволяет обнаружить за внешней сдержанностью и аскетичностью глубокую эмоциональную насыщенность и скрытую гамму сильных чувств и эмоций. Так, в самом начале эссе, которое даже трудно определить в жанровом отношении, Бродский не может спра-

виться с нахлынувшими на него эмоциями от первого восприятия Венеции: «Ночь была ветреной, и прежде чем включилась сетчатка, меня охватило чувство абсолютного счастья: в ноздри ударил его всегдашний — для меня — синоним: запах мерзнувших водорослей... Все отдавало приездом в провинцию — в какое-нибудь незнакомое, захолустное место — возможно, к себе на родину, после многолетнего отсутствия» [2. С. 68-69]. Казалось бы, после такого эмоционального всплеска должно быть продолжение ностальгической темы, но здесь вступает в силу основной принцип поэтики Бродского — антиномичность, соединение взаимоисключающих суждений: автор тут же пытается найти рациональное объяснение своих чувств и ощущений: «Привязанность к этому запаху следовало... приписать детству на берегах Балтики... Я всегда знал, что источник этой привязанности где-то в другом месте, вне рамок биографии, вне генетического склада, где-то в гипоталамусе, где хранятся воспоминания наших хордовых предков об их родной стихии — например, воспоминания той самой рыбы, с которой началась наша цивилизация» [2. С. 69].

Проблемы рационального и эмоционального начал у Бродского непосредственно связаны с религиозно-философским осмыслением действительности, однако вера определяется поэтом очень своеобразно, в контексте основополагающей для него категории Времени, ассоциативно связанной в художественном мире Бродского с водной стихией. Рациональному подходу к действительности Бродский противопоставляет сверхрациональный, т.е. религиозный, вера воспринимается им не как догма, а как проявление глубоко интимного, личностного чувства, непосредственно связанного с внутренним миром поэта, с его экзистенциальным взглядом на окружающую реальность. Сочетание нарочитой приземленности с философским обобщением, углубление в себя и в то же время отчуждение от собственного «Я» — из этих противоречий состоит все творчество Бродского. Рассуждая на эмоциональном уровне о Венеции как о мистическом, непостижимом городе, в котором не действуют законы разума, автор в то же время постоянно анализирует свои чувства, пытаясь отстраниться от самого себя и воспринимать действительность как нечто совершенно абстрактное, не зависящее от личностных эмоций. Этот симбиоз способствует созданию нового, чрезвычайно интересного жанра, в котором мнимое самоустранение автора на самом деле заставляет читателя глубоко проникать в текст и за внешней отчужденностью находить огромный философский, мировоззренческий и эмоциональный подтекст.

Полное самоустранение и отчуждение от своего «я» — это только маска, за которой скрывается трагедия личности, вырванной из стихии родного языка и пересаженной на другую культурную почву. Судьба и Система поставили опыт на поэте, пытаясь перерезать все нити, связывающие его с жизнью. Но опыт не удался — натура оказалась креп-

че. Отчаяние диалектически переросло в творческую свободу самовыражения, а родной язык стал центром поэтического мира и способом выживания в эмиграции. В своей нобелевской речи Бродский называет поэта «средством существования языка», и благодаря этой миссии ему удалось перенести русский язык в центр мировой культуры, превратив его в «мистическое» оружие, способное победить время.

Бродский не приехал в Россию при жизни, он не хотел возвращаться туда, где был одновременно и счастлив, и несчастен, но он все-таки вернулся – своими стихами, своим творчеством, своей посмертной судьбой. Интерес и любовь к его поэзии, многочисленные переложения его стихов на музыку, стремление подражать его творческой манере – все это подтверждает мысли поэта о том, что творчество – единственная ценность, способная победить смерть:

Меня упрекали во всём, кроме погоды,
И сам я грозил себе часто суровой мздой.
Но скоро, как говорят, я сниму погоны
И стану просто одной звездой...

И если за скорость света не ждёшь спасибо,
То общего, может, небытия броня
Оценит попытки её превращения в сито
И за отверстие поблагодарит меня. [1. С. 693].

Ссылки

1. Бродский И. Сочинения. Екатеринбург, 2002.
2. Бродский И. Набережная неисцелимых // Венецианские тетради. Иосиф Бродский и другие. М., 2002.
3. Бродский И. Размером подлинника. Таллинн, 1990.
4. Бродский И. Путеводитель по переименованному городу [Электронный ресурс]. URL: // www.sevenline.narod.ru/pdf/brodsky.pdf (дата обращения: 13.10.2017).
5. Историко-литературный процесс: Проблемы и методы изучения. Л., 1974.
6. Ковский Е. Литературный процесс 60-70х годов. М., 1983.
7. Лурье С. Свобода последнего слова // Иосиф Бродский. Размером подлинника, Таллинн, 1990.
8. Мандельштам О. Сочинения: В 2-х т. М., 1990. Т. 2.
9. Пастернак Б. Стихотворения и поэмы. В 2-х т. Л., 1990. Т. 2.
10. Полухина В. Авторское «я» в изгнании // Больше самого себя. О Бродском, Томск, 2009.
11. Ранчин А. Интертексты Иосифа Бродского. М., 2001.
12. Цветаева М. Избранные сочинения: В 2-х т. М., 1998. Т. 2.
13. Чагин А. Расколота лира. М., 1998.
14. Эткинд Е. Русская поэзия 20 века как единый процесс // Вопросы литературы. 1988. № 10.

П.А. Лекова (Россия),
доц. Дагестанского гос. ун-та,
к.филол.н.

КОНТЕНТНО-АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ДОМИНАНТА ДИСКУРСИВНОГО АНАЛИЗА ОППОЗИЦИОННОЙ ПРЕССЫ ДАГЕСТАНА

THE CONTENT-AXIOLOGICAL DOMINANT OF DISCURSIVE ANALYSIS OF THE OPPOSITION PRESS IN DAGESTAN

Аннотация. Статья посвящена дискурсивному анализу оппозиционной прессы Дагестана в аспекте взаимодействия контента и аксиологии.

Abstract. The article is devoted to a discursive analysis of the opposition press of Dagestan in the aspect of content interaction and axiology.

Ключевые слова: оппозиционная пресса, дискурсивный анализ, медиалингвистика, медиадискурс, контент, аксиология.

Keywords: opposition press, discursive analysis, medialogistics, media discourse, content, axiology.

Современная пресса республики Дагестан включает в свой реестр различные издания, создающие политическую полифонию регионального медиапространства.

По мнению Г.А. Магомедова, «Газеты, учрежденные органами власти, политические издания и частные общественно-политические издания занимают свою нишу, как в структуре дагестанской прессы, так и в обществе, поднимая на своих страницах проблемы, волнующие людей на рубеже тысячелетий, отражая все значимые события общественной и политической жизни республики и играя активную роль во всех происходящих в республике событиях» [1].

После принятия закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», отменившего цензуру и упростившего процедуру регистрации, количество СМИ в республике увеличилось почти в 2,5 раза.

Негосударственные СМИ республики в основном представлены еженедельными изданиями: «Новое дело», «МК» в Дагестане», «АиФ» в Дагестане», «КП» в Дагестане», «Молодежь Дагестана», «Черновик», «Свободная Республика» и др.

Именно эти издания находятся в поле зрения нашего исследования, так как их отличает высокая востребованность, обусловленная открытостью, мобильностью и оперативностью. «В их тематике, кроме достаточно большого блока коммерческой информации и рекламы,

появились новые направления, рубрики: политика, криминал, молодежные полосы, общество и даже журналистские расследования. Эти издания отказались от объемных материалов. Уменьшение объема повлекло за собой увеличение числа элементов, составляющих единые, целые полосы, что делает издания информационно более насыщенным» [1].

Вместе с тем негосударственные газеты неоднородны по своему составу. Так, Г.М. Курбанов подразделяет их на две группы. «Первая – рассчитана на определенную аудиторию и в основном обслуживает бизнес. К ней можно отнести газеты “Новое дело”, “Новый день” и “Молодежь Дагестана”. Вторая – ставит целью получение коммерческого дохода от выпуска массовых газет, наполненных разнообразной легкой информацией, рассчитанной на широкий круг читателя. К этой группе можно отнести газеты “Все для Вас”, “Из рук в руки”» [3. С. 25].

В нашей работе представлен опыт изучения дагестанского медиаполя в его современном состоянии, хотя даже в изучаемый период (2000-2017 гг.) в нем произошли и происходят изменения, которые со временем будут осмыслены в историческом плане, а наше исследование послужит отправной точкой перспективного изучения регионального медиадискурса в диахроническом аспекте.

Перед нами не стоит задача полного и всестороннего исследования дагестанского медиапространства. В связи с интересами прежде всего лингвопрагматическими, для изучения были отобраны медиатексты оппозиционных республиканских русскоязычных газет. Таким образом, в результате отбора в сфере внимания оказались следующие издания: «Новое дело», «Новая газета», «Свободная республика», «Черновик», «Молодежь Дагестана».

Все газеты имеют свои электронные версии и сайты, что свидетельствует о современности изучаемого фрагмента медиаполя.

Хотя наше исследование, как уже отмечалось, носит лингвопрагматический характер в контексте медиакультуры, в нем учитываются различные характеристики медиаполя, в том числе и социальные, а также общие тенденции федеральных и региональных российских медиа.

Превалирование на дагестанском медиаполе провластных газет – медиатенденция последних лет всех региональных СМИ. По-прежнему к изданиям властного учредительства относятся самые тиражные республиканские городские газеты.

Известно, что с 2008 года журналистика во всем мире пережила непростые времена, в частности, наблюдалось снижение тиражей и безработица среди журналистов.

Следует заметить, что кризисные явления современного медиапространства обусловлены прежде всего стремительным развитием

новых медиа, онлайн-журналистики, мультимедийных жанров и, как следствие, сокращение аудитории в изданиях на бумажных носителях.

Вслед за Европой в российских регионах многие газеты стремятся усилить свое присутствие в интернете. И все же региональный сегмент в последние годы развивается достаточно быстро и интенсивно. Ведь сильные стороны региональных медиа во всем мире – ожидание читателем знакомых лиц и местных проблем, национального колорита новостей.

Сегодня у большинства дагестанских газет есть не только «застывшая» электронная копия бумажной версии, но и «живая» электронная страница, которая ежедневно обновляется.

Кроме того (и это отражение мировой практики), редакции не только выкладывают номер в сети, но и создают приложение, отличающееся от своего бумажного аналога.

Редакции интернет-версий и печатных изданий стимулируют читателей оставлять комментарии к новостям.

Всевозможные замеры аудитории региональных медиа осуществляются с помощью изучения комментариев читателей к журналистским публикациям. Общими для большинства ресурсов являются требования о недопустимости в комментариях ненормативной лексики, рекламы, экстремистских высказываний и т.д.

Следует заметить, что в совокупности комментарии издания – это еще и срез общественного мнения не только его целевой аудитории, но и вообще определенной части образованных людей, привыкших оперировать связными текстами с использованием различных риторических приемов, тропеических средств, в том числе и иронии.

В связи с активностью и интересами комментаторов редакция регулирует использование наиболее острых и популярных тем. Налицо взаимодействие контента и аксиологии, обеспечивающее высокую прагматическую адекватность региональным визуальным графическим медиатекстам, вовлеченным в политический дискурс.

Политическая реальность в современной России, как и в любом демократическом государстве, присутствует в нескольких сосуществующих дискурсах. Политические субъекты оправдывают свой особый статус благодаря различным способам самопозиционирования, поэтому в обществе всегда сосуществует несколько конфликтующих дискурсов, стремящихся к единому социально-политическому и идеологическому пространству, наполненному специфическим значением и риторическим оформлением. «Политика всецело вплетается в дискурсивные практики и на этом основании представляет собой сферу борьбы определенных дискурсов, например властного и оппозиционного» [1. С. 58-59].

Немаловажную роль в артикуляции своих идеологических воззрений играют тексты массмедиа, вовлеченные в региональный поли-

тический дискурс и представляющие собой не только материал для изучения их функционирования с точки зрения лингвистических особенностей использования лексики и грамматики, но и в более широких масштабах в контексте дискурсивного анализа с учетом лингвопрагматических максим и постулатов.

Понятие дискурс введено в науку о языке Эмилем Бенвенистом и означает «речь, присвоенную говорящим», а затем получило распространение в лингвистике как понятие, свидетельствующее о «выходе за флажки», за границы существующей познавательной истины.

Одной из первых проблемой дискурса в отечественном языкознании занялась Н.Д. Арутюнова. Ее определение дискурса, как «речи, погруженной в жизнь», приобрело широкую известность и популярность. Не менее известно и ее утверждение, что «анализ дискурса – междисциплинарная область знаний», среди лингвистических направлений, для которых это понятие наиболее значимо и актуально, автор называет прагматику, теорию текста и когнитивистику.

В нашем исследовании актуализируется такое дискурсивное направление в исследовании медиасферы, как прагматика медиатекста оппозиционных дагестанских графических изданий.

Также следует отметить, что дискурс давно и прочно вошел в терминологическую систему медиалингвистики, его использование в многочисленных научных и учебно-методических работах обеспечило ему прочный лингвопрагматический статус.

К этому следует добавить, что общепризнанным является употребление термина дискурс для обозначения совокупности медиатекстов.

Например, Н.И. Клушина, опираясь на концепцию В.В. Чернявской, подчеркивает, что «дискурс – это не конкретный отдельный текст, включенный в коммуникативную ситуацию, а совокупность <...> текстов, каждый из которых воспринимается и идентифицируется как языковой коррелят определенной социально-культурной практики [4. С. 28].

Среди основ, объединяющих общность текстов, автор выделяет две: первая – тематическая, а вторая – институциональная.

Впрочем, не будет ошибкой заменить их нашим принципом выделения, а именно: взаимодействием контента и аксиологии. Хотя следует признать, что это уровни более абстрактного характера.

Возвращаясь к концепции Н.И. Клушиной, отметим, что именно интенциональная составляющая, по ее мнению, организует публицистический дискурс (в нашем случае медиадискурс). Характеризуя интенцию публицистического дискурса как «глобальное коммуникативное намерение – убеждение», автор обедняет его с другими воздействующими дискурсами: политическим, религиозно-проповедническим,

рекламным. Из дискурсов, основанных на общности темы, названы медицинский, спортивный, экономический [4. С 58-59].

Резюмируя изложенное, следует констатировать, что ученые признают приоритетным исследовать не отдельные медиатексты (хотя и такая практика не возбраняется, а их последовательности и совокупности, объединенные на основе детерминанты – смысловой, тематической, жанровой, политической, социальной, контентно-аксиологической и т.д. При этом дискурс оказывается в центре лингвопрагматики и медиалингвистики.

Для нашего исследования наиболее актуальным и последовательным является контентно-аксиологический детерминант региональной группы медиатекстов оппозиционной прессы Дагестана.

Взаимодействие контента и аксиологии не просто выделяет медиатекстовое единство в дискурсивном анализе с позиций прагмалингвистики, но и является важнейшим инструментом медиалингвистики.

Таким образом, в задачи исследования регионального медиадискурса оппозиционной прессы входит селекция текстов в потоке медиапродукции с учетом интенций медиаторца и ориентация его на запросы потенциального адресата – дагестанского читателя, потребителя информационной и информационно-аналитической продукции, а также анализу обозначенных медиатекстов и их многоаспектное исследование на общих – дискурсивных основаниях.

Обращение к детерминанту «взаимодействия медиаконтента и аксиологии» в настоящей работе позволяет рассматривать оппозиционный дискурс региональных газет как феномен медиакультуры.

Ссылки

1. Филиппе Л., Йоргенсен М. Дискурс-анализ: теория и метод. Харьков, 2004.
2. Магомедов Г.А. Особенности национальной журналистики Дагестана // Медийные стратегии современного мира. Краснодар, 2008.
3. Курбанов Г.М. Средства массовой информации и свобода слова в Дагестане. Махачкала, 2003.
4. Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. М., 2008.

Л.Г. Лисицкая (Россия),
проф. Армавирской гос.
пед. академии, д-р филол.н.

М.М. Молчанова (Россия),
проф. КСЭИ, д-р филол.н.

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ АДЕКВАТНОСТЬ ЗАКАДРОВОГО ТЕКСТА В АСПЕКТЕ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ

PRAGMATIC ADEQUACY OF OFFSCREEN TEXT IN THE ASPECT OF A CULTURE OF SPEECH

Аннотация. Закадровый текст рассматривается с позиций прагматической адекватности в аспекте культуры речи.

Abstract. The off-screen text is viewed from the standpoint of pragmatic adequacy in the aspect of the culture of speech.

Ключевые слова: видеоряд, вербальный текст, видеосюжет, коммуникативное сотрудничество, медиатекст.

Keywords: video series, verbal text, video, communication cooperation, media text.

Слово не противоречит экранной действительности, не является антиподом изобразительного языка, ибо весь мир отношений будущей телепередачи выражается в сценарии с помощью вербального текста. «Оставаясь для зрителя звучащим (если не считать титров), оно меж тем рождается написанным, и с его помощью запускается маховик действия, закручивается сюжет, рождается смысл журналистского сообщения» [2. С. 48].

Видеосюжет окончательно создается репортером, когда он пишет к нему закадровый текст. «По возможности закадровый текст сравнить не с чем. Без него сюжет просто невозможен. Если показать смонтированный ряд выразительных кадров..., то зритель извлечет из него ровно столько, сколько доступно его пониманию» [1. С. 21].

Более того, именно закадровый текст, являясь сценарной основой видеосюжета, определяет его стиль, динамику и драматургию. Вербальный текст обычно направленно интерпретирует визуальный текст. При создании телесюжета необходимо учитывать взаимосвязь и взаимозависимость стилистики вербального ряда, фотостиля, тембра озвучивания текста и стилистики видеоряда – причем в каждом конкретном фрагменте передачи.

Конечный продукт телепередачи можно назвать макротекстом, который складывается из взаимодействия вербального, акустического, визуального текстов. Таким образом, телепередача представляет собой не арифметическое сложение, а синтез семиотически различных

текстов, причем взаимодействие осуществляется как одномоментно (вербальный текст на фоне музыкального, акустического), так и последовательно (текст вербальный следует за визуальным, музыкальным и т.д.).

Восприятие звуков, слухов, зрительных образов происходит одномоментно, в то же время в процессе восприятия приоритеты меняются, так как восприятие все-таки селективно. Исходя из этого, основным правилом при создании закадрового текста является его краткость, так как по времени он не должен охватывать весь хронометраж видеосюжета.

Все изложенное аргументирует наше обращение при исследовании закадровых текстов к прагматингвистике. Это дисциплина выдвигает на первый план некоторые правила или постулаты (максимы) общения, призванные соответствовать принципу коммуникативного сотрудничества. В идеале речевые акты, заложенные в медиатексте, должны характеризоваться тем, что автор и адресат имеют общую цель — взаимопонимание.

В связи с этим на первый план выходят разработанные П. Грайсом логические правила речевого взаимодействия, в основе которых лежит принцип коммуникативного сотрудничества. Данный принцип можно реализовать следующим образом: внеси свой вклад в разговор такой, так как требуется в той ситуации, в которой он происходит с приемлемой задачей или направлением разговора, в котором ты участвуешь. В пространстве телевизионного медиатекста (звукового ряда в видеосюжете) в этом принципе заложено взаимодействие медиконтента и аксиологии медиаторца. Данному принципу подчинены такие коммуникативные постулаты, как истинности, информативности, релевантности, способы выражения.

Все они последовательно реализуются авторами в закадровом тексте. Например, принцип информативности, который гласит: «Будь достаточно информативным», «Не сообщай лишней информации». Это максима качества предполагает характеристики, которыми должен обладать вербальный телевизионный текст: ясность, четкость изложения. Соответственно и синтаксис вербального текста своеобразен: простые предложения, небольшая глубина синтаксических конструкций, обилие назывных предложений, кратко, как при прямом обращении представляющих и комментирующих происходящее в кадре.

Синтаксическая специфика закадрового текста связана со своеобразным распределением функционально-семантической нагрузки: описательная функция и, частично повествовательная, выполняются видеорядом, а комментирование принимает на себя вербальный текст. Золотое правило для начинающих тележурналистов: закадровый текст не дублирует изображение, а иллюстрирует его.

Соответственно в телеречи медиаторец должен избегать метафор, определений, свойственных, прежде всего описанию. Более того

журналист должен помнить, что всякое общение происходит в границах социально принятого поведения, то есть адресованное высказывание оформляется этикетной рамкой, поскольку говорящему запрещается наносить своей речью ущерб собеседнику, если поставлена цель достижения коммуникативной согласованности. Нарушение постулата вежливости приводит к коммуникативной неудаче.

Формула успеха коммуникации определяется умением эффективно владеть тремя определяющими категориями: логикой, психологией и речью. Последнее особенно важно, поскольку основная информация до телезрителя доносится посредством речи. Закадровый текст, как и любой медиатекст, может быть оценен и положительно, и отрицательно. В последнем случае его прагматическая адекватность не определяется. При этом оценка речевой продукции медиаторца может производиться в нескольких аспектах: соответствие или несоответствие нормам современного русского литературного языка, стилевым и коммуникативным нормам, логике изложения материала, не банальности изложения, адекватности жанровой принадлежности и.т.д. Именно поэтому необходимо рассматривать речевую деятельность тележурналиста с позиции прагмалингвистики.

К этому следует добавить, что видеоряд имеет свою композицию, которая должна сопрягаться с позицией вербального текста. В принципе визуальные, музыкальные, вербальные высказывания должны планироваться как взаимно ограничивающие и дополняющие друг друга с точки зрения «стандартности», «экспрессивности».

Принятое в современной журналистике четкое разделение информации и комментария в телевизионном тексте реализуется достаточно своеобразно: вербальный комментарий уступает место визуальному при сохранении и внешней объективности изложения. Изобразительная речь в журналистике очень часто обладает риторичностью, то есть добавляет к контенту аксиологию, субъективное видение автора.

По сравнению с кинематографом телевидение «более «разговорчиво», телевизионная речь и текст более информативны, конкретны и активны» [2. С. 38].

Специфика телесообщения объясняется несколькими причинами, главные из которых следующие: публицистические задачи, которые ставят перед собой авторы, особенности телережиссуры, более «камерный» характер коммуникации. Журналисту необходимо быть понятным – но, используя просторечия, жаргон или прочие близкие аудитории разговорные языковые средства, не стоит забывать и о культуре речи.

Ссылки

1. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей и стать медиатором. СПб.: Амфора, 2007.
2. Пронин А.А. Основы сценарного мастерства. СПб., 2008.

**ТВОРЧЕСКИЕ ИНТЕНЦИИ
СПОРТИВНЫХ КОММЕНТАТОРОВ ВИКТОРА ГУСЕВА
И ДМИТРИЯ ГУБЕРНИЕВА**

**CREATIVE INTENTIONS OF SPORTS COMMENTATORS
VICTOR GUSEV AND DMITRY GUBERNIEV**

Аннотация. В данной статье анализируется один из самых популярных жанров в спортивной журналистике – спортивный комментарий. Связано это с тем, что данная тематика на федеральном телевидении превалирует практически в любой сетке канала, и является востребованной среди многочисленной зрительской аудитории. Проводится сопоставительный анализ языковых особенностей спортивного комментария Виктора Гусева и Дмитрия Губерниева.

Abstract. This article analyzes one of the most popular genres in sports journalism – sports commentary. This is due to the fact that this topic on Federal television prevails in almost any grid of the channel, and is in demand among a large audience. A comparative analysis of the linguistic features of the sports commentary of these two popular commentators is carried out.

Ключевые слова: спорт, комментарий, эфир, интонация, трансляция, Олимпийские игры, матч, биатлон, адресат, адресант.

Keywords: sport, commentary, ether, intonation, broadcast, Olympic games, match, biathlon, addressee, addressee.

В последнее время спортивный комментарий стал одним из популярных жанров на современном телевидении. Связано это в первую очередь, с тем, что спортивная тематика стала превалировать практически в любой сетке канала, да и сам жанр «комментарий», причем в любой сфере в области информации, стал востребованным среди зрительской аудитории. Свой комментарий в больших объемах стали давать даже блогеры на интернет просторах.

Достоверно известно, что больше половины от всего объема поступающей информации, человек получает благодаря своему зрению. Физическая индивидуальность ведущего открыта зрителю, в отличие от радио и других печатных СМИ. Его манера говорить, тембр голоса, богатство или наоборот бедность интонаций может дать адресату дополнительные сведения о ведущем, который, в свою очередь, при умелом расставлении акцентов, сможет способствовать лучшему восприятию зрителем передачи в целом. Благодаря возможностям телевидения, мы видим ведущего и можем лучше понять его качества (веселый или злой, воспитанный или резок в своих высказываниях, от-

крытый или показывает неприязнь своим гостям). Таким образом, его духовные качества самым серьезным способом влияют на адресата, но дают тем самым дают больше возможностей для воздействия на зрителя.

«Когда же перед вашим взором лицо этого человека со всеми оттенками эмоций, впечатление, которое на вас производит он и его рассказ, во много раз усиливается. Начинает работать психологический механизм, называемый учеными "фильтр доверия и недоверия". Если облик человека преодолевает этот фильтр, существующий в нашем сознании, воздействие речи усиливается многократно, начинает сказывать эффект внушения, действующий подчас сильнее логических аргументов» [1. С. 19].

Мы солидарны с данным высказыванием, что «фильтр доверия и недоверия» очень важен в спортивном комментарии. И от того, с какую сторону настроен фильтр, можно сделать вывод, будет ли он востребован у адресата или нет.

Среди зрителей бытует мнение, что сегодня достаточно много эфирного времени уделяется спорту. С этим нельзя не согласиться, но если вспомнить спортивно-публицистическую программу «Арена», которая стала выходить с 1989 года по второй программе Центрального телевидения, то время ее выхода в эфир составляло 2 часа – с 19.00 до 21.00 – с перерывом на передачу «Спокойной ночи, малыши». И выходила она два раза в месяц. В студии работал многоканальный телефон, что обеспечивало обратную связь со зрителями.

Сегодня трудно представить на отечественном телевидении существование подобной спортивной программы, длящейся так много. Хотя мы считаем, если возродить подобный контент и сделать его разнообразным: снабдить обилием спортивной информации, репортажей, комментарием, интервью, рассказами о профессиональном и массовом спорте, отдельный материал посвятить людям с ограниченными возможностями, то подобная программа могла быть востребованной как на федеральном, так и на региональном телевидении. Кстати сказать, что тема инвалидного спорта была впервые поднята именно в программе «Арена».

Современный спортивный комментарий можно охарактеризовать как беседу с невидимым зрителем. В начале комментирования любого спортивного события, журналист представляется зрителям, даже если его голос известен и легко узнаваем. Например, манеру Виктора Гусева или Дмитрия Губерниева невозможно спутать ни с одним спортивным комментатором. После представления себя зрителем, комментатор знакомит свою аудиторию непосредственно с участниками баталии и предлагает вместе с ним погрузиться в происходящее.

На наш взгляд, эффективный комментарий может считаться таковым только тогда, когда комментатор в процессе эфира становится

зрителю знающим собеседником, который помогает разобраться в тонкостях того или иного вида спорта. Он должен не просто пересказать своему адресату, что в данный момент происходит на спортивном мероприятии, а постараться передать эмоции непосредственных участников встречи. Проанализировать определенные их действия, технико-тактических перемещения, рассказать об их выступлении в сезоне, то есть постараться дать максимальное количество информации о спортсмене и тренере, но сделать это тактично и интересно. Задача спортивного комментатора, чтобы спортсмен был максимально приближен к зрителю, чтобы ему хотелось смотреть на это событие глазами именно этого комментатора.

«Слово – великая сила, однако изображение ограничивает меру использования слова, заставляет принципиально по-иному употребить его. Заметим еще, что телевидение по причине все той же зрелищности, больше утомляет человека» [1. С. 20]. Поэтому, по нашему глубокому убеждению, чтобы не было утомления, необходимо говорить так, чтобы адресату хотелось слушать и слышать своего адресанта, так как это делали в середине прошлого века В. Синявский, Н. Озеров, Н. Шедов, Э. Манджгаладзе, В. Набутов, В. Дубинин.

Со своей аудиторией комментаторы должны обращаться только на «вы», и чем чаще они будут обращаться к своей аудитории, привлекая ее внимание, тем эффективнее, мы считаем, будет комментарий. Необходимо постоянно держать зрителя в напряжении, снабжая свой комментарий интересными и малоизвестными фактами. Подобная манера, на наш взгляд, будет эффективным способом привлечения зрителей к данному событию, и будет способствовать повышению своего личного рейтинга среди адресата.

Перед началом трансляции спортивного события, особенно если речь идет о соревновании высокого уровня (чемпионат мира, Олимпийские игры) комментатор должен говорить достаточно эмоционально и громко, тем самым заставляя поверить своего зрителя, что ему предстоит смотреть интересное событие под интересный комментарий. Но не переходить на ор, как это делает популярный российский комментатор Дмитрий Губерниев. Это своего рода аванс для адресата на предстоящую зрелищность события.

Периодически комментатор должен менять темп речи и интонации, то усиливать эмоциональный накал вокруг своего комментирования, то уменьшать, давая тем самым зрителю передохнуть перед опасными моментами данного события.

Например, журналист ярко выражает свои эмоции после забитого гола, или наоборот, когда удача была не на стороне спортсмена. Любые опасные моменты дают возможность комментатору использовать весь интонационный набор для привлечения внимания зрителями в данный момент и погружение его в состояние напряжения. В подобных ситуациях, мы считаем, происходит феномен переноса возбужде-

ния действия. Он может также усиливаться, когда комментатор свои симпатии и эмоции выражает с помощью речевых конструкций, в частности междометий. Чаще других таким способом пользуется спортивный комментатор Дмитрий Губерниев.

Кстати, его достаточно часто использует восклицательные предложения, и это дает ему возможность добавить своему комментарию больше эмоциональности, что в свою очередь эксклюзивность его манеры. Чем выше эмоциональная составляющая комментирования, тем большего отклика оно оставит у зрителей.

Неоднократное повторение слов, согласно нашим выводам, способствуют лучшему запоминанию определенных моментов, на которые комментатор обращает внимание адресата. Этому способствуют и выражения, заостряющие внимание на том или ином моменте или объекте: *посмотрите, вы видели?* Частые обращения к зрителям (*мои дорогие, любители футбола, хоккея и т.д.*) тоже способствуют повышению внимания со стороны адресата и лучшему запоминанию текста самого журналиста. Подобные знаки внимания, на наш взгляд, не только подчеркнут уважение со стороны адресанта, но и придадут тексту уважительный тон и вызовут доверие со стороны зрителей.

Подчеркнуто-уважительный тон, по нашему глубокому убеждению, всегда присутствует при комментировании футбольных матчей спортивного журналиста и комментатора Виктора Гусева. Например: *«Здравствуйте, дорогие телезрители! Сегодня в матче сборной России против сборной Греции на стадионе «Спирос Луис» в Афинах присутствует около 15 тысяч зрителей».*

В конце матча Виктор Гусев приводит статистику игры каждой из команд. И прощаясь с телезрителями, всегда произносит одну и ту же фразу: *«Берегите себя!»* Только по одному этому выражению можно понять, что комментировал данное событие комментатор Виктор Гусев. Никто со зрителями не прощается, как он. В этом заключается его эксклюзивность.

Манера общения Виктора Гусева нравится людям старшего поколения. Он в меру эмоционален, говорит грамотно в эфире, не позволяет комментаторской иронии, никогда не озвучивает непроверенные факты, и уж тем более слухов и личных домыслов. Не навязывает своего мнения зрителю и «не раздает» на протяжении всего комментирования медали российским спортсменам. Такая манера присуща только Дмитрию Губерниеву.

Если разобрать его авторский стиль комментирования, то можно обнаружить, что его манера – давать сильные эмоциональные толчки зрителям приводит к появлению у адресата эффекта отторжения, неприятия информации и самого ведущего. После того как Дмитрий Губерниев иронично высказался о заявлении французского биатлониста, двукратного олимпийского чемпиона Мартина Фуркада, назвав в одном из своих интервью «свиньей», у большинства зрителей эта ин-

формация вызвала негодование. *«А еще Фуркад не против того, чтобы зимой шел снег, осенью дождь, а весной пели птицы, разумеется, не уличенные в применении запрещенного корма!!!»*. Подобные резкие заявления Губерниева послужили тому, что многие зрители выразили желание запретить известному российскому комментатору появляться в качестве спортивного журналиста на телевидении, подписав соответствующую петицию и направив ее руководству ВГТРК, где работает Дмитрий, и в Министерство культуры РФ.

Существуют полярные мнения среди специалистов массовой коммуникации по поводу того, стоит ли спортивному комментатору говорить о своих личных наблюдениях и пристрастиях по отношению к участникам его комментирования, и так ли необходимы зрителям собственные выводы комментатора. Мы считаем, что они необходимы, но любые выводы должны основываться на определенных фактах или компетентных мнениях сведущего в этих вопросах специалиста. Популярный комментатор и на наш взгляд, со своей ни на кого непохожей манерой ведения, Василий Уткин считает, что плохого комментатора отличают оценки, идущие впереди наблюдений, а у хорошего комментатора оценок может совсем и не быть, потому что оценку зритель может дать и сам.

По нашему глубокому убеждению, современный комментатор, прежде всего, должен накапливать личные наблюдения за спортсменами и тренерами на протяжении всей своей спортивной карьеры. Но выдавать их при комментировании спортивного события порциями и делать это умело и корректно. На наш взгляд, мастерски это делает Виктор Гусев, Владимир Стогниенко, Василий Уткин, Владимир Гомельский. Пожалуй, чаще всего некорректно выдает в эфир личные наблюдения только Дмитрий Губерниев.

К тому же комментатор должен безукоризненно разбираться в том виде спорта, который комментирует. Желательно, чтобы он специализировался на одном или нескольких видах спорта, но не больше пяти, и делал это регулярно, а не от случая к случаю. Поясним, зритель привыкает к манере ведения того или иного комментатора, когда он слышит его чаще других при комментировании одного и того же вида спорта. У адресата складывается впечатление, что его собеседник в виде журналиста прекрасно разбирается в этом виде спорта и его комментарий будет полным и интересным. Например, Виктор Гусев. Его знания в футболе безупречны. Он никогда не путает фамилии игроков и страны, за которые они выступают. В отличие от того же Дмитрия Губерниева. Больше всего фактических ошибок из всех комментаторов делает именно он.

На открытии Олимпийских игр в Сочи, он назвал сборную Узбекистана сборной Таджикистана. Это оговорка вызвала бурное негодование в узбекском секторе интернета, однако комментатор через день после инцидента принес извинения перед узбекскими спортсме-

нами и пожелал им удачного выступления. Такой факт к карьере любого комментатора, мы считаем, недопустимым при комментировании.

Приведем примеры негативного комментирования Дмитрия Губерниева: *«Смотрите, какая прическа у Бергмана, да любой бильярдный шар позавидует этой блестящей лысине»*. Или *«Раньше биатлонисты были самыми несчастными, зачуханными замарашиками, и биатлон хотели даже убрать из олимпийской программы, говоря "Да чё они там делают, бегут, палят непонятно куда"»*. Подобные высказывания недопустимы в адрес ни российских спортсменов, ни их соперников.

Но вместе с тем уникальность комментатора Губерниева, на наш взгляд, заключается в том, что он единственный из всех его коллег смог популяризировать среди населения некоторые виды спорта и привлечь к просмотру состязаний не только постоянных поклонников, но и тех, кто никогда не интересовался спортом. Например, биатлон. В Советские годы этот зимний вид спорта был популярен среди населения, потом в связи с неудачными выступлениями россиян на мировой арене, внимание к нему было утеряно. Только единицы из числа зрителей смотрели трансляции с участием биатлонистов. Десять лет назад ситуация коренным образом изменилась, в том числе благодаря Дмитрию Губерникову.

С приходом Губерниева в передачи про биатлон этот вид спорта стал любимым у многих россиян. Программа «Биатлон с Дмитрием Губерниковым» — одна из самых популярных спортивных программ на телевидении. Он комментирует и другие виды спорта, и даже неспортивные события, но как он рассказывает о биатлоне, на наш взгляд, лучше его не делает никто.

По нашему глубокому убеждению, Дмитрий Губерников, действительно, интереснее других своих коллег комментирует этот вид спорта. И его порой излишняя эмоциональность в этом виде спорта смотрится выигрышно. Дело в том, что биатлон сложный вид спорта, он достаточно затратный по времени, не такой быстротечный как, скажем, бокс или борьба. И в те моменты, когда проходит гонка на дистанции, зрителям хочется услышать больше информации о данном спортсмене и его соперниках, и громкие крики, эмоциональное подбадривание спортсмена смогут повлиять на удержание внимания зрителя. Даже авторская ирония, мы считаем, будет уместна в таких случаях. Но опять, повторим, если она корректная. Приведем мнение зрителей: *«Постоянно смотрю биатлон только по «Россия 2». А Губерников эмоционально может так захватить, что до самого финиша не отпустит»*.

«Теперь сложно представить биатлон без одного из ведущих комментаторов телеканала «Россия 2» — Дмитрия Губерниева. Его эмоциональные комментарии походу биатлонных гонок никого не ос-

тавляют равнодушными. Не случайно программа о биатлоне связана именно с его именем».

«Смотрю данную передачу с самого первого выпуска в эфир. Очень интересная и занимательная передача, смотреть одно удовольствие. Позволяет глубже узнать любимых спортсменов биатлонистов, раскрывает их не только со спортивной стороны, но и как личностей».

«Нормальный комментатор, разве что чуть более эмоционален, зато болеет за своих всей душой и сердцем. Уж лучше быть журналистом и телеведущим с именем и яркой харизмой, чем бледным его заменителем, имя которого и не вспомнишь».

«Лучшая передача для поклонников биатлона. Я, как истинный фанат данного вида спорта, хочу не только смотреть трансляции биатлонных соревнований, но и узнать как можно больше о самих спортсменах, о каких-то особенностях биатлона, об интересных историях. И Дмитрий Губерниев нам об этом рассказывает» [2].

А вот другие мнения телезрителей:

«Губерниев – обычный полуграмотный, хамоватый, наглый дилетант, который, к тому же, понятия не имеет о том, что такое культура слова».

«Я перестал смотреть биатлон из-за того, что его ведет Губерниев! Раньше ни одного репортажа не пропускал. Просто хамская манера ведения. И почему с Губерниевым? Откуда такое самомнение? Может покровители соответствующие? Разве можно себе было представить».

«Сколько себя помню всегда смотрю по возможности все гонки, знаю всех великих биатлонистов, но смотреть программу «Биатлон с Дмитрием Губерниевым» приходится скрипя зубами. Он неадекватен, позволяет себе называть спортсменов какими то кличками, которые сам им присваивает» [3].

По нашему глубокому убеждению, современный комментатор должен быстро анализировать ситуацию, происходящую в данный момент, чтобы он мог легко спрогнозировать дальнейшие действия спортсменов и рассказать об этом зрителям, придавая тем самым интригу своему комментированию. А любая интрига способствует вниманию со стороны адресата, которое всегда очень сложно удержать.

При комментировании, мы считаем, не стоит злоупотреблять специальной лексикой, которая в редких случаях понятна адресату. Если использовать спортивные термины, то необходимо объяснить в эфире, что это значит. Это касается таких терминов, как, например, «навес». Знатоки футбола смогут легко понять комментатора. А вот непосвященные сразу не поймут, что это слово означает действие футболиста, подающего мяч ногой по воздуху, таким образом, он исполняет элементарный «навес».

Некоторые словосочетания из языка спортсменов людям непосвященным кажутся малопонятными, а иногда — и вовсе нелепыми. На чемпионате мира по биатлону у россиянке Альбины Ахатовой сломалась винтовка, и она не смогла своевременно и точно поразить все мишени. Для описания этой ситуации Дмитрий Губерниев произнес в эфире: «Застрелилась!». Правильно понять ситуацию могут только профессионалы. Рядовой зритель эту информацию воспримет иначе. *«Вот наконец-то застрелился немецкий спортсмен!»*

На вопрос: имеет ли его манера комментирования аналоги? По нашему глубокому убеждению, нет. Необходимо также подчеркнуть, что если раньше спортивные баталии, и в частности, футбол, смотрели по большей части мужское население нашей страны, то сегодня любые спортивные состязания, даже самые незначительные в рамках мировых баталий, смотрят женщины. Поэтому комментарий со сравнением с прошлым столетием, резко изменился в сторону эмоциональности, обилия информации и увеличения темпа комментирования. И Губерниев этот факт умело использует в своей работе.

Проанализировав десятки программ с участием Виктора Гусева и Дмитрия Губерниева, их спортивный комментарий с чемпионатов мира и Олимпийских игр, мы пришли к выводу, что нужно взвешенно и уместно вставлять в свой комментарий фразы: «мы лучшие», «мы первые», «наши совершили невозможное», чтобы зрители не воспринимали их как штампы. Во время комментирования комментатор не имеет права демонстрировать собственные симпатии и антипатии. Среди зрителей могут быть поклонники и тех, и других спортсменов. Безусловно, аудитория, как правило, переживает за свою национальную команду, за отечественных спортсменов, но следует сохранять объективность в оценке выступлений их соперников. А в конце своего комментирования лучше использовать яркие заготовки. Например, мы считаем самой эффективной и удачной заключительную фразу Дмитрия Губерниева: *«Мы победители: Алексей Волков, Евгений Устюгов, Дмитрий Малышко, Антон Шипулин и доживший до этой победы комментатор Дмитрий Губерниев».*

Ссылки

1. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. М.: Высшая школа, 2002.
2. Дмитрий Губерниев — как вам? // [Электронный ресурс]: <http://www.woman.ru/stars/medley1/thread/3950230>.
3. Агентства «Русский Взгляд» // [Электронный ресурс]: www.russianlook.com.

И.А. Мальцева (Россия),
доц. КубГУ, к.филол.н.

А.С. Диванян (Россия),
магистрант КубГУ

ИНТЕНСИОНАЛ И СТРАТЕГИЯ ЖАНРА: УСЛОВИЯ УСПЕХА ПУТЕВОГО ОЧЕРКА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

INTENSIVE AND STRATEGY OF THE GENRE: THE CONDITIONS FOR THE SUCCESS OF THE TRAVEL ESSAY IN MODERN MEDIA

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема использования в современных СМИ такого жанра, как путевой очерк, который является одним из древнейших жанров журналистики. Анализируются современные программы, выходящие на федеральных и региональных каналах, которые активно используют очерки. Приведен анализ творчества блоггера Григория Кубатьяна. Рассмотрены также вопросы авторского «я», которые используются в различных связях.

Abstract. This article discusses the problem of using such a genre as a travel essay in modern media, which is one of the oldest genres of journalism. The article analyzes the modern programs that appear on the Federal and regional channels, which actively use the program essays. The analysis of creativity of blogger Gregory Kubatyan. The article also discusses the issues of author's "I", which are used in various connections.

Ключевые слова: путевой очерк, художественность, блоггеры, телевидение, массмедиа, канал, радио, интернет-журналистика.

Keywords: travel essays, artistry, bloggers, television, mass media, channel, radio, Internet journalism.

Путевой очерк является одним из древнейших жанров журналистики. Он прошел длинный путь становления и развития, начиная со времен античности и до сегодняшнего дня. Из обычных рассказов странников про увиденные ими далекие земли, путевой очерк на протяжении истории трансформировался в самостоятельный жанр. Это один из самых сложных и трудоемких жанров журналистики, но он по-настоящему яркий и непредсказуемый.

При своем становлении путевой очерк проявил себя как гибкий жанр, быстро подстраивающийся под перемены, происходящие в обществе. Сейчас журналисты все реже обращаются к данному жанру, предпочитая заменять аналитичность и художественность на информационность.

Однако нельзя утверждать, что путевой очерк не популярен среди современных СМИ. Многие журналисты по-прежнему достаточно часто обращаются к этому жанру. Тем более, что сейчас общество остро нуждается в духовных ориентирах и очерк как жанр, отчасти поучающий и наставляющий, готов дать их обществу. Это связано с изменением ряда обстоятельств: открытие границ (глобализация), рост доходов, повышения культурного уровня в обществе, развитие туризма и т.д.

Использования такого жанра, как телевизионный очерк можно обнаружить на отечественном телевидении даже в информационно-аналитических программах, например, «Вести» с Сергеем Брилевым. Автор и ведущий практически в каждом выпуске прибегает к этому жанру, и умело строит свои видеоматериалы, согласно законам данного жанра.

Проблемы, с которыми сегодня сталкивается путевой очерк, а также портретный, многочисленны. В первую очередь, из-за изменения ситуации в журналистском пространстве, очерк как жанр постепенно исчезает со страниц газет и журналов. Такая ситуация сложилась не только с путевым очерком. Сейчас уже редко встретишь портретный, проблемный очерки и другие виды этого жанра. Из эфиров федеральных государственных радиостанций практически исчезли радиоочерки. Даже на региональных радиостанциях местные журналисты очень редко готовят свои материалы в таком жанре. Исключение составляет лишь радиостанция «Казак FM». А мы глубоко убеждены, что жанр «очерк» был бы очень востребованным среди местного населения, в силу своей ментальности, особенно в хуторах и станицах, где радио очень по-прежнему популярное средство массовой информации.

Как только в прошлом веке радио и телевидение прочно вошло в жизнь каждого кубанского жителя, наибольший интерес радиослушателей и зрителей вызывали не только информационные программы, но и, в первую очередь, художественные передачи, касающиеся различных жизненных, социальных тем. Героями материалов радио- и тележурналистов прошлого столетия были рабочие и сельские труженики. И практически каждый из них был подготовлен в жанре очерка. Нельзя не вспомнить, замечательные работы кубанского радиожурналиста Виталия Мацко. Его радиоочерк «Хлеб 1945-го года», состоящий из воспоминаний кубанских сельских тружеников, собиравших на Кубани урожай в 1945 году, смело можно считать образцом классического радиорепортажа.

Среди ярких представителей талантливых журналистов-очеркистов на краевом радио и телевидении можно также выделить Тамару Массальскую, которая в своей авторской программе «Кубанская станица» довольно часто прибегала к жанру радиоочерк, причем

как портретному, проблемному, так и путевому. Очерковые материалы Евгения Карманова, посвященные представителям научной интеллигенции Кубани, стали основой его книги «Тмутараканский солнцеворот». Умение показать личность героя характерно для работ многих журналистов краевого радио: Ирины Путилиной, Натальи Деняк, Елены Лариной, Константина Антишина. Кстати, именно Константин Антишин стал первым радиожурналистом, кто в своей программе «Любить человека» стал говорить о проблемах инвалидов и социально незащищенных людей в жанре очерка. Большое количество материалов этих талантливых журналистов до сих пор хранятся в фонде записей краевого радио.

В сегодняшнем радиоэфире такого разнообразия очеркистов уже не встретишь. Многие журналисты даже не берутся за такой жанр в силу его специфичности. Необходимо затратить гораздо больше времени, чем на подготовку информационного материала, и он требует более глубокого осмысления жизни героя, обстоятельств, ситуаций, в которых он побывал. И не каждый представитель СМИ готов потратить столько времени, чтобы сделать свой материал в форме путевого или портретного очерка. Да и те записи, которые «выстреливают» на отечественных радиостанциях, таких как «Маяк», «Радио России», «Вести FM», серьезно отличаются по качеству от подобных материалов, сделанных журналистами в прошлом столетии. Даже эфирное время, потраченное на этот жанр, в разы меньше старых материалов. В конце прошлого столетия и до двухтысячных годов 21 века радиоочерк мог звучать минимум 3,5 минуты. В основном они длились 5, 6 и даже больше 8 минут. Радиоочерк в наши дни уместается в рамки 2-2,5 минуты. Но мы глубоко убеждены, что за такое короткое время не возможно сделать добротный радиоочерк. Такие материалы больше похожи на информационные с небольшим вкраплением художественных элементов.

В. Симонов утверждает: «...изменилась сама профессия... Журналистика была ближе к литературе, к художественному творчеству. Сегодняшние профессионалы не обязаны писать лучше, красивее, ярче других. И даже, выскажу крамольную мысль, не обязаны думать глубже других. Их главная обязанность – успеть раньше, успеть в номер. Быть первыми. Они не хуже своих предшественников, они – другие» [1. С. 17].

С этим высказыванием мы согласны отчасти. Действительно, профессия изменилась, как и отношение к ней. Причем, и со стороны самого журналиста, и со стороны аудитории, кому адресован конечный продукт данного автора. Быть первыми подстегивает представителей СМИ готовить свои материалы быстро, наспех, из-за этого не всегда получается качественный продукт. А вот с мнением Симонова по поводу того, что современные журналисты не обязаны писать луч-

ше, красивее, ярче других, мы категорически не согласны. Независимо от контента СМИ, тиража издания, и возрастного ценза аудитории, необходимо поставлять только качественную информацию, «завернутую» в грамотную и красивую речь. Только такой материал, по нашему глубокому убеждению, может называться журналистским продуктом. Причем, если речь идет о жанре очерк, то критерии его подготовки только усиливаются и ужесточаются. Лишь тогда со страниц газет, журналов, из теле- и радиоэфира исчезнут такие фразы, типа «Классенький», «Офигительный», «Хреновый» и т.д.

Согласно мнению профессора О.А. Леонтьевич, авторский смысл формируется по направлению от мысли к способу ее вербального выражения, а уже потом происходит разворачивание смысла в тексте и его восприятие аудиторией [2]. И если бы современные журналисты, особенно, кто относит себя к представителям художественно-публицистической журналистики, применял данные мысли в своей профессии, мы считаем, качественный контент резко изменился.

Приведем мнение А.И. Руденко, который отмечает: «Сегодня голод не на факты – на точки зрения. На яркое слово. На старые, но забытые жанры» [1. С. 18]. В этом смысле на телевидении именно путевой очерк выходит на первый план. Этот жанр больше, чем в других типах СМИ, представлен как на федеральном, так и региональном телевидении.

Сегодня существует огромное количество телеканалов и передач, специализирующихся на жанре путешествия. Телевидение подарило массовому потребителю качественную картинку, интересный яркий сюжет и харизматичного ведущего в кадре. Не надо напрягать фантазию, можно просто включить телевизор и увидеть мир таким, каков он есть. Сейчас на российских каналах в любое время можно увидеть передачи о путешествиях. На канале «СТС» выходит трэвел-передачу «Руссо туристо», на «Домашним» – «Вкус путешествий», на телеканал «Че» – «100500 Городов» и т.д. Многие из этих программ являются долгожителями эфира. На «НТВ» по выходным дням выходит в эфир передача «Поедем, поедим!», которую мы считаем одной из лучших на отечественном федеральном телевидении. Стоит отметить прекрасную работу в жанре путевого очерка Михаила Кожухова и его программу «В поисках приключений».

На отечественном телевидении стоит выделить популярную в России украинскую телепередачу «Орел и Решка». В ней ставка делается на харизматичных ведущих и не банальность сюжета. Каждые выходные двое ведущих отправляются в различные города мира. По правилам программы они кидают монету. Если выпадает «орел», то бросившему ее ведущему достается «золотая» банковская карта с неограниченным количеством денег. А его коллеге, которому выпала «решка», всего сто долларов. Условия – оба ведущих должны прожить

выходные на эти средства. Здесь присутствует неординарный и непредсказуемый сюжет, ведь даже ведущие не знают, как им придется провести выходные. При этом в программе «Орел и Решка» всегда рассказывается о культурной жизни страны, в которой идут съемки, истории, значительных памятниках архитектуры и нравах местных жителей.

Подобный контент есть и на региональном телевидении. В качестве одной из лучших таких программ собственного производства, посвященных различным аспектам местной жизни, мы бы выделили «Занимательное кубановедение», адресованную детям и «Культурная навигация» для взрослой аудитории.

«Культурная навигация» – своего рода этнографическая экспедиция, которая знакомит зрителей с районами, станицами, селами и хуторами Краснодарского края, с их окрестностями, природными и архитектурными достопримечательностями. Герои программы – местные жители: народные мастера, выдающиеся кубанцы, представители малых народов. Задача автора программы рассказать о своих наблюдениях за бытом и историческим наследием кубанцев через их семейные традиции, ценности и увлечения. МТРК «Краснодар» предлагает своей аудитории «Краснодар экскурсионный». Это цикл познавательных телепередач, цель которых презентовать Краснодар туристам и напомнить местным жителям, что им есть, чем гордиться. Построена программа в жанре путевого очерка.

По нашему глубокому убеждению, такие программы очень популярны среди местного населения. Согласно проведенному нами исследованию в форме анкетирования, мы выяснили, что «Культурную навигацию» смотрит население в возрасте 40-70 лет, «Краснодар экскурсионный» же популярен среди молодой аудитории – от 25 до 40 лет. Мы считаем, что подобный контент весьма эффективен и способствует увеличению рейтинга канала в целом.

А вот аудитория в возрасте 15-25 лет отдает предпочтение Интернет СМИ. Путевой очерк сумел подстроиться даже под этот, популярный среди молодежи, гигант. Сам жанр немного изменился, однако приобрел и ряд привлекательных качеств. Поэтому в последнее время все больше авторов предпочитают вести блог в интернете.

Пик развития блогосферы произошел в 2004 году. Этот термин переводится как «дневник в сети». Такая популярность предвещала появлению в 2005 году первой блоговой площадки – «Live Journal». «Живой Журнал» создал высокую социальную активность: пользователи могли регулярно обновлять свои записи и обсуждать каждую из них. В нем стали регистрироваться известные деятели искусства, политики, артисты, писатели. Но настоящим толчком эта платформа стала для интернет-журналистики.

На данный момент блогосфера является одним из важных явлений в информационном пространстве России. Ведь аудитория отдельных блогов может исчисляться миллионами подписчиков. Не каждое федеральное СМИ имеет такое количество зрителей, слушателей или читателей.

Одной из разновидностей интернет-журналистики получившей интенсивное развитие в сети стала трэвел-журналистика. Несомненным преимуществом перед печатными газетами и журналами стал тот факт, что автор мог свободно высказывать свои мысли, авторы стали свободны от рамок редакторской политики. Еще одним плюсом становится то, что материалы не надо подгонять под рекламный формат, как это делают многие журналы.

Путешественник и журналист Григорий Кубатьян за 14 лет путешествий объездил около 80 стран так выразил свое отношение к блогосфере: «Возможность публиковать информацию открыто и своевременно – главная особенность блогов. Трэвел-журналистика развивается и становится многогранным явлением. Жанровое и стилистическое разнообразие текстов способно удовлетворить потребности любой читательской аудитории» [3].

Григорий Кубатьян считает, что именно с блогосферы начнется правдивая и независимая подача информации. Автор сам определяет тематику собственного блога. Стоит заметить, что Кубатьян, не раз печатавшийся в таких изданиях, как «GEO», «Всемирный следопыт» «Эхо Планеты», «АиФ» и т.д., также имеет свой блог в «Живом Журнале», который стал одним из самых популярных среди читателей трэвел-контента. Каждая запись в блоге – 40 000 просмотров.

Многие трэвел-журналисты совмещают работу, как в печатных изданиях, так и сети. Поэтому большинство редакторов ищут авторов именно среди блогеров. Помимо авторов-одиночек, существует множество проектов в онлайн-формате. «Бродяги Дхармы» – интернет-проект, имеющий внушающую аудиторию подписчиков на 02.04.2018– 231228 тыс. человек. Описание видеоконтента следующее: «Реальные истории настоящих бродяг и путешественников, видео передачи о самых интересных местах на планете, где стоит побывать, обзоры снаряжения и другие интересные видеоматериалы» [3].

К тому же сегодня пользователь интернета, может наблюдать за путешествием любимого автора и задать ему вопросы. Такая хорошо отлаженная обратная связь невозможна у печатных СМИ. Так же любой человек может свободно размещать свои тексты, фотографии и видеозаписи в сети. С одной стороны, это является плюсом – нет редакторской цензуры, абсолютная творческая свобода. Но с другой стороны, это отрицательно сказывается на качестве публикуемых материалов. Так как, не имея журналистского образования и не зная азов

творчества данной профессии, автор текста зачастую не может предложить своей аудитории качественный продукт.

В любом путевом очерке очень важно авторское начало. Путешественник и его мысли – это проводники для читателя в совершенно другой мир. Среди остальных жанров публицистики очерк наиболее личностный, однако, мысли автора всегда понятны широкой аудитории. Очеркист может писать о себе, о своих чувствах и переживаниях, но они понятны читателю. Значит одна из важных особенностей жанра – активная позиция автора в построении очеркового сюжета.

Главным отличием путевого очерка является то, что накапливание материала происходит не за письменным столом, а во время самого маршрута. Эта особенность делает путевой очерк наиболее личностным жанром: материал и факты отражаются через призму восприятия журналиста. Это означает, что несколько очерков, написанных об одном и том же месте разными очеркистами, будут различаться. Все зависит от впечатлений автора и его умения замечать наиболее важные моменты. А тема путевого очерка, как правило, не ограничивается одним событием, а включает описание событий, мест, людей, с которыми автор знакомится во время своего путешествия. Все они связываются между собой одним мотивом. В целом, тему путевого очерка можно обозначить следующим образом: описание наиболее интересных и ярких впечатлений и эпизодов за время маршрута. И задача современного журналиста, на наш взгляд, грамотно и «вкусно» подать свои впечатления, «завернутые» в красивую обертку в виде правильно сформулированных мыслей и собственных впечатлений.

Сегодня автор является выразителем собственных оценок, мнений, суждений, позиций. В путевом очерке, автор может открыто проявлять свое авторское самосознание, смело выступать от собственного «я». Так, путешественник Григорий Кубатьян считает, что журналист несет моральную ответственность за те взгляды, которые он выражает. Ведь они могут иметь определенное влияние на читателя. Сам же автор придерживается крайне миролюбивой позиции по отношению ко всем народам: «Зачем "терпеть" людей другой культуры, если можно дружить?» [4].

Авторское «я» используется в различных связях, как например: автор – очевидец происходящего, автор – участник события, автор – наблюдатель. С помощью этого и достигается эффект эмоциональной сопричастности читателя к происходящим событиям, которые разворачиваются в сюжете очерка.

Приведем еще один пример из творчества Григория Кубатьяна. Его материал «Суданское время» начинается с размышлений и воспоминаний автора: «Когда я впервые попал в эту страну, мне показалось, что времени здесь не существует вообще. Глиняные дома, примитивный быт, сонные верблюды, бескрайняя пустыня, рассеченная

зигзагом древнего Нила. Непохоже, чтобы местная жизнь как-то менялась за минувшую тысячу лет. И вот я снова в этих краях...» [5].

Авторское «я», выражается в таких словосочетаниях как «я вижу», «я чувствую» и т.д. Это создает эффект присутствия автора на месте события. Но авторское «я» очеркового произведения используется не для того, чтобы привлечь внимание читателя к внешним приметам события, как это делается в репортаже. Очерковое «я» используется для углубления и постижения внутреннего смысла разворачивающегося на глазах журналиста действия. Раскрытие образа автора может происходить не только через познание внешнего мира, но и через самопознание и самоанализ. Журналист объясняет читателю выбор темы, которую будет освещать, причину предпринятой им поездки, тем самым выражает суть понимания стоящей перед ним проблемы.

Таким образом, мы считаем, что такое выразительное средство как авторское «я» привлекает читательское внимание за счет проявления личностного отношения к описываемым событиям и имитизации авторского стиля повествования. Эмоциональная и откровенная манера письма способна настроить читателей на чувственное восприятие очеркового произведения.

С течением времени изменялись не только каноны очеркового произведения, но и сам образ автора. Из бесстрастного повествователя очеркист превращается в активного участника событий, которые его окружают. Он обосновывает причины поездки, выбор определенной страны. Он входит в контакт с местным населением и составляет свое мнение, касаясь быта, обычаев и уровня жизни в данной местности. Очеркист доносит свое эмоциональное состояние до читателя. Сейчас в путевом очерке зачастую личность публициста выходит на первый план. Все чаще можно столкнуться с описанием эмоционального состояния автора в определенный промежуток времени, его впечатлений от различных факторов, таких как: менталитет, обычаи, нравы, кухня и т.д. Здесь мнение журналиста не только уместно, но так же способно оказывать определенное влияние на читателя.

Мы уверены, что путевой очерк и далее будет претерпевать некоторые изменения в своей структуре, ведь он никогда не отличался устойчивостью форм, он постоянно находился в развитии. Молодежь любит жанр путевого очерка не меньше чем его любили старшее поколение. Молодым людям нравится смотреть программы о путешествиях – это подтверждается количеством просмотров видеороликов путешественников.

Очерк продолжает существовать и развиваться. Однако авторам следует помнить, что путевые очерки должны не только информировать и развлекать читателя, но и вдохновлять. Прочтения таких публикаций, их прослушивание или просмотр могут наставлять свою ау-

диторию делать то, на что он сам бы не решился. Возможно так же отправиться в путешествие, увести читателя в те места, о которых он еще даже и не слышал, а так же показывать совершенно разные стороны довольно популярных мест, возможно даже и неприглядные.

И, пожалуй, не стоит забывать, что путевой очерк – один из наиболее ярких, живых, интересных, но в то же время и самых трудоемких жанров публицистики. Именно этот жанр отвечает вечному стремлению человека проникнуть взором за пределы видимого глазом – раздвинуть горизонт, научиться новому, открыть для себя реальный мир. И пока эти стремления живы – жанр путевого очерка никогда потеряет своей актуальности.

Ссылки

1. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб. 2011.
2. Леонтович О.А. Позитивная коммуникация: постановка проблемы // Вестник РУДН. Серия Лингвистика. 2015. № 1.
3. Путешественник Григорий Кубатьян // [Электронный ресурс] URL:https://www.youtube.com/watch?v=DQQKo_3da1U.
4. Чайка Марина, Кубатьян Григорий: «Зачем «терпеть»» // [Электронный ресурс] URL:<http://miraman.ru/posts/1674>.
5. Кубатьян Г.С. «Жизнь в дороге» // [Электронный ресурс] URL:<http://kubatyan.blogspot.ru/2013/12/blog—post.html>.

И.А. Мальцева (Россия),
доц. КубГУ, к.филол.н.

А.И. Красноярова (Россия),
магистрант КубГУ

ВЛИЯНИЕ КОНВЕРГЕНЦИИ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВА

THE INFLUENCE OF MEDIA CONVERGENCE ON THE FORMATION OF THE MEDIA SPACE

Аннотация. В данной статье мы впервые рассматриваем факторы формирования современного медиапространства в условиях конвергенции мультимедийных технологий. Делается попытка раскрыть суть роли конвергенции СМИ в развитии медиапространства. В работе также отмечается, что структура медиапространства поменялась с появлением электронных СМИ и новых медиа. В связи с этим мы выделяем несколько уровней изменений, которым подвергалось медиапространство под влиянием конвергенции СМИ. Обосновывается мысль о том, что влияние конвергентных процессов на медиапространство создает новую реальность, меняющую традиции восприятия информации.

Abstract. In this article we consider for the first time the factors of formation of modern media space in the convergence of multimedia technologies. An attempt is made to reveal the essence of the role of media convergence in the development of media space. The paper also notes that the structure of media space has changed with the advent of electronic media and new media. In this regard, we highlight several levels of changes to media space under the influence of media convergence. The author substantiates the idea that the influence of convergent processes on the media space creates a new reality that changes the tradition of perception of information.

Ключевые слова: конвергенция, медиапространство, массмедиа, конвергентные СМИ.

Keywords: convergence, media space, mass media, convergent media.

Процессы конвергенции СМИ за относительно короткий промежуток времени сумели внести существенные изменения в структуру многих аспектов современных массмедиа. Само понятие «конвергенция» прочно вошло в лексикон журналистов и ученых. Мы солидарны с мнением Е.В. Олешко, который, рассуждая о конвергентной журналистике, и в частности, о профессиональной культуре субъектов информационно-коммуникационной деятельности, отмечает, что в современных медиаисс-

ледованиях, под понятием «конвергенция» онимает «процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс или процесс взаимодействия разных средств массовой информации для создания и распространения общего контента» [5. С. 3].

Заслуживает особого внимания тот факт, что конвергентные процессы легли в основу такого фундаментального явления, как медиапространство, которое в свою очередь является совокупностью источников информации для массовой аудитории. И.М. Дзялошинский, говоря о медиапространстве, уточнял, что в его структуру также входит смысловое поле, формирующее эти источники » [3].

Мы считаем, что современное медиапространство тесно связано с социальными процессами, происходящими в обществе, что подразумевает его значительное влияние на СМИ и ее аудиторию. Например, одним из основных источников информации таких региональных СМИ, как Интернет-портал «Живая Кубань» и медиахолдинг «АС Байкал ТВ», являются сообщения в социальных сетях. Таким образом, информация, полученная от рядовых граждан, перерабатывается, и на ее основе журналисты пишут новостную заметку, которая может изменить жизнь населения района.

В последние годы медиапространство расширилось за счет развития сети Интернет и электронных СМИ, и на основании этого факта можно смело утверждать о серьезной социальной роли конвергенции массмедиа. Так, медиахолдинг Росбизнесколсалдинг одновременно развивает свои платформы в периодической печати, в сети Интернет и на телевидении. Юрий Ровенский, генеральный директор РБК, объяснил такой подход к созданию конвергентной редакции тем, что все виды каналов распространения информации остаются в поле зрения аудитором СМИ и рекламодателей.

Особенности становления медиапространства указывают на особую роль конвергентных процессов и сети Интернет в процессе его формирования. Если рассмотреть медиапространство 1960-х годов прошлого столетия и медиапространство 2017 года, можно обнаружить серьезные структурные различия. Например, на сегодняшний день для того, чтобы озвучить информацию о состоянии внешней политики России, официальному представителю российского МИД Марии Захаровой уже не нужно выступать с речью на конференции – достаточно опубликовать пост на официальной странице в социальной сети Facebook, чтобы ее сообщение распространилось по федеральным телеканалам и другим крупным СМИ.

Если в середине прошлого века традиционные СМИ – периодическая печать, радиовещание и телевидение – господствовали на информационном поле, то в наши дни они вынуждены считаться с новыми медиа, которые проникают в традиционные виды пространства.

Например, сообщения, которые раньше печатались на бумажных носителях, сейчас проходят через диджитализацию, то есть совершают переход в цифровую форму и распространяются через электронные СМИ» [4. С. 259-263].

Влияние конвергентных процессов СМИ оказалось настолько велико, что самым популярным на сегодняшний день представлением феномена, возникшего в результате взаимодействия СК и общества, стало следующее понятие медиапространства, которое ввели зарубежные исследователи, такие как Роберт Стултс и Стив Харрисон. Под «медиапространством» они понимают пространство, создаваемое электронными средствами коммуникации. В конце 1980-х эти американские ученые утверждали, что медиапространство является электронным окружением, в котором отдельные люди, социальные группы и другие сообщества могут действовать вместе в одно и то же время в любых условиях. «В этом пространстве они могут создавать визуальную и звуковую среду, воздействующую на реальное пространство» [2. С. 185]. На основании этих выводов, мы можем с уверенностью утверждать, что процессы объединения традиционных и электронных СМИ сыграли ключевую роль в формировании и развитии современного медиапространства. Конвергенция СМИ вносит различные изменения в эту многоуровневую систему.

Важно отметить эти изменения, которые возникли в современном медиапространстве под влиянием конвергенции СМИ. Самое очевидное из них – это массовое распространение сети Интернет и включение ее в систему электронных массмедиа: компьютерные игры, цифровые фильмы и фотографии, мобильная телефония. Кроме того, конвергенция СМИ дала толчок для развития механизма обратной связи и интерактивности, что также изменило структуру медиапространства и привело к появлению новых каналов и типов коммуникации, таких как социальные сети, мессенджеры, порталы, блоги и т.д.: Развитие блогосферы привело к появлению нового информационного пространства, которое недавно стало частью общего медиапространства. Например, блоги Леонида Парфенова и Владимира Соловьева успешно исполняют роль самостоятельных СМИ, где, кроме всего прочего, читатель может завести дискуссию с известными российскими журналистами.

Под влиянием новых элементов медиапространства поменялись модели поведения аудитории и журналистов. Так, каждый участник блогосферы может создавать качественный медиаконтент и распространять информацию по коммуникационным каналам. Такие блогеры могут оставаться частью широкой аудитории СМИ и формировать свое мировоззрение на основе сообщений из той же блогосферы. Например, детали о происшествии в Кемерово, такие как последние сообщения о погибших в пожаре, журналисты узнали из блогов ке-

ровчан в мессенджерах и социальных сетях, а аудитория электронных СМИ сообщала дополнительную информацию в комментариях под сводкой новостей.

Конвергентные редакции стремятся создать интерактивные площадки, поскольку на сегодняшний день открытые дискуссии между потребителями и производителями продукции СМИ привлекают аудиторию. Такие электронные СМИ, как «Блокнот» и «Эхо Москвы», добавляют возможность посетителям сайта оставлять комментарии и участвовать в опросах.

По нашему глубокому убеждению, конвергентные процессы в медиапространстве происходят сразу в нескольких сферах. На основе трудов исследователей СМИ и своих наблюдений мы выделим несколько таких очевидных уровней изменений:

1. Технические средства, поддерживающие функционирование современного медиапространства. Слияние медиаиндустрии, телекоммуникационных и компьютерных технологий обеспечивает важнейшие функции современного медиапространства. Например, оно предоставляет широкому кругу лиц доступ к медиаконтенту в любое время и в любом месте с помощью мобильных приложений. Кроме того, журналисты могут использовать автоматические системы мониторинга в режиме реального времени, агрегаторы сообщений и др. инструменты для создания мультимедийного контента.

2. Профессиональный уровень, который подразумевает изменение структуры современных СМИ. Под влиянием конвергенции возникли новые отношения между медиапространством и массмедиа. Следовательно, современные СМИ можно разделить на несколько групп:

- а) Традиционные СМИ, которые работают в основном на одной из медиаплатформ – периодическая печать, радиовещание, телевидение или Интернет-СМИ.

- б) Конвергентные СМИ, которые осваивают одновременно несколько различных способов передачи информации – оффлайн и онлайн версии, трансляция предварительно записанных видео и Интернет-трансляции и т.д.

- в) Новые медиа, или трансмедиа, споры вокруг которых не утихают до сих пор: социальные сети, мессенджеры, блогосфера и др. Зачастую контент в данных СМИ отклоняется от привычного представления журналистского материала: авторство принадлежит пользователям, а не специалистам.

Таким образом, коммуникационная составляющая довлеет над информационной. Однако новые медиа заметно расширили современное медиапространство. Например, на практике социальные сети вмешиваются в работу культуры, политики, образования, бизнеса и др. Например, критический пост президента США Дональда Трампа в

Твиттере вызвал падение котировки интернет-ритейлера Amazon, что также привело к потере компанией около \$30 млрд. рыночной капитализации за два дня торгов.

3. Содержание медиапространства, которое подверглось изменениям благодаря конвергенции СМИ. В результате слияния различных вещательных платформ сформировались новые свойства контента СМИ:

а) Интерактивность – это свойство, которое устраняет эффект отложенного ответа, характерный для традиционных СМИ. Очевидно, что под влиянием этого явления медиапространство расширяется за счет активной информационной и коммуникативной деятельности потребителя медиаконтента.

б) Гипертекстуальность – это способность журналистского материала ссылаться на множество различных текстов и давать возможность аудитории переходить по внутренним корреляционным ссылкам для уточнения информации. Современное медиапространство наполнено содержанием, в котором присутствует система гиперссылок, позволяющая нелинейно переходить от одной части медиаконтента к другой. Следовательно, данные процессы позволяют объединить разнородные элементы медиапространства в единую структуру с помощью связей, которые расширяют сферы деятельности СМИ и методов их влияния на общественное мнение.

в) Мультимедийность – это свойство, которое обогащает содержание медиапространства информацией, представленной на различных медиаплатформах. Оно делает контент СМИ многослойным и легкодоступным, не лишая его информативности. Так, структура медиапространства становится динамичной и многоплановой за счет поступления новой информации.

Таким образом, можно сделать вывод, что под влиянием конвергентных процессов медиапространство значительно расширилось вплоть до того, что его элементы могут влиять на немедийные структуры. Так, конвергенция наделяет СМИ инновационными качествами, которые позволяют журналистам создавать новую реальность: «Современные СМИ имеют широкий арсенал средств воздействия на эмоциональный, поведенческий и ценностно-ориентационный уровни сознания (предполагает критическое осмысление поступающей информации) и бессознательное» [1. С. 99].

На сегодняшний день виртуальный мир играет ключевую роль в мировосприятии реальности современным обществом. В современном медиапространстве происходит переход от локальных, линейных смыслов к многомерным смыслам, требующим умения находить информацию в нескольких пространствах сразу. По нашему убеждению, влияние конвергентных процессов на медиапространство создает новую меняющую традиции восприятия информационную реальность.

На существование виртуальной реальности, на которую воздействуют конвергентные СМИ, указывают усиление информационных войн и активное участие в них пользователей сети Интернет и журналистов, выступающих на различных медийных площадках. И можно с уверенностью утверждать, что конвергенция СМИ формирует современную виртуальную реальность через периодическую печать, электронные СМИ и новые медиа одновременно связывая их между собой так, что те ссылаются друг на друга и дополняют информацию новыми смыслами.

Ссылки

1. Абрамова В.А. Виртуальная реальность как пространство симулякров // Историческая и социально-образовательная мысль. Краснодар: КубГУ, 2017. №1-1.
2. Водопьян В.Г. Медиапространство в сфере массовой коммуникации: социокультурная реальность // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. Майкоп: АГУ. 2017. № 1 (194).
3. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М.: АПК и ППРО, 2013.
4. Куприна К.А., Хазанова Д.Л. Диджитализация: понятие, предпосылки // Вестник научных конференций. Тамбов: Консалтинговая компания Юком. 2016. № 5-5(9).
5. Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: Учеб. пособие. Екатеринбург: УрФУ, 2015.

И.А. Мальцева (Россия),
доц. КубГУ, к.филол.н.

И.Д. Степанова (Россия),
магистрант КубГУ

АВТОРСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ МАТЕРИАЛАХ В ФЕДЕРАЛЬНОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВЕЩАНИИ

AUTHOR'S CONCEPT IN MODERN JOURNALISTIC MATERIALS IN FEDERAL AND REGIONAL TELEVISION BROADCASTING

Аннотация. Данная статья посвящена анализу авторских концепций ряда программ на федеральном и региональном телевидении, в частности, «Специальный корреспондент с Аркадием Мамонтовым» «Намедни» с Леонидом Парфеновым», «Стоп, снято» с Андреем Трегубовым и «Жаркий лед» с Олегом Мазуром. Проанализировав данные программы, мы пришли к выводу, что авторские программы на региональном телевидении тоже продукт совместного творчества, поэтому в авторском проекте в рамках регионального вещания, на наш взгляд, важно определиться с ведущим проекта. Это намного важнее, чем на федеральных каналах, потому что в регионах дистанция между телеведущим и массовой аудиторией намного короче.

Annotation. This article is devoted to the analysis of author's concepts of a number of programs on Federal and regional television, in particular, "Special correspondent with Arkady Mamontov" "Namedni" with Leonid Parfyonov", "Stop, shot" with Andrey Tregubov and "Hot ice" with Oleg Mazur. After analyzing these programs, we came to the conclusion that the author's programs on regional television is also a product of joint creativity, so in the author's project in the framework of regional broadcasting, in our opinion, it is important to determine the leading project. This is much more important than on Federal channels, because in the regions the distance between the TV presenter and the mass audience is much shorter.

Ключевые слова: авторская концепция, авторская программа, телевидение, Парфенов, «Намедни».

Keywords: author's concept, author's program, television, parthenes, "Namedni".

Авторская концепция представляет собой модель журналистского материала, созданного с опорой на точку зрения, систему взглядов и подход к анализу данных самого автора. Такая концепция аналитических журналистских материалов в более полной мере пред-

ставлена, на наш взгляд, в некоторых телепрограммах – так называемом «авторском телевидении». Оно стало открытием для отечественного телевидения середины XX века, с его помощью журналисты могли транслировать зрительской аудитории собственное мнение и личное видение какой-либо проблемы.

Авторские программы развивались параллельно с внедрением в журналистику принципа персонификации новостей и, по сути, строились на его основе. Основу авторского телевидения сегодня составляют ярко выраженный замысел журналиста и оригинальные решения в области технической и художественной формы программы. Из основных критериев, определяющими успех передачи, мы бы выделили следующие:

- точность определения темы и жанра;
- совпадение образа ведущего и стилистики передачи;
- умелое использование художественных приемов вербального и невербального влияния на аудиторию;
- разнообразие технологических средств телевидения (визуальные эффекты, виды монтажа, звуковое сопровождение и др.).

Жанровую адресность необходимо разделять на два типа популярности. Первый, – это скрытый или интраверсивный тип. И второй – это открытый или экстраверсивный тип. Зависит это от личности человека в сочетании применяемым ведущим способов общения со зрителями.

Авторская концепция опирается на одно из важнейших достижений демократии – право свободы слова, возможности выражения мнений. На этом фоне развивается стереотип субъективизма аналитических журналистских материалов, особенно это касается продуктов телевизионного пространства. В этом случае, мы считаем, необходимо обратить внимание на две позиции.

Во-первых, журналист как никто другой понимает свои цели и задачи в неразрывной связи с законами этики и обязательствами перед аудиторией. По мнению С.А. Муратова, журналист не может позволить себе «забыть о последствиях своих собственных слов и действий, забыть о том, что экранные публикации могут сказаться на жизненных судьбах его героев <...> попасть в зависимость от рекламодателя или своего административного руководства, чьи указания противоречат его журналистской совести, от собственных политических взглядов, соблазна славой и популярностью» [5. С. 233]. Мы полагаем, что это «правило» относится к журналистике в целом, но в большей степени реализуется именно в авторских программах. Именно в них, на наш взгляд, журналист оперирует мнением, а не сухими фактами; он вступает со зрителем в диалог, стараясь вызвать доверие к себе и своим словам. То есть, предоставляя на суд аудитории собственное мнение, он несет ответственность за его восприятие.

Во-вторых, любой авторский продукт проходит стадию аналитической обработки. Журналисты не могут задавать гостям вопросы «с потолка» и выдумывать детали, как и не могут перевернуть «правду» в свою пользу. При создании авторской программы все факты должны быть проверены, а выводы — сформулированы логически, исходя из предоставленной информации. Авторская программа действительно выстраивается с конкретной точки зрения, однако нельзя называть ее полностью субъективной.

Таким образом, мы считаем, что авторская программа возможна только при участии ярких личностей, это позволит привлечь внимание как можно большего числа аудитории. Проследив развитие авторских проектов на отечественном ТВ, мы пришли к нескольким выводам. Большинство из телепередач имеют зарубежные аналоги, кроме того, специфика телевидения подразумевает интернациональность — перенос успешных идей в медиа-сфере других стран на российскую реальность. И зачастую подобный опыт заканчивается успехом, так как была переработана первоначальная концепция программы и добавлены в нее собственные рубрики.

Среди отечественных авторских программ, которые в своей работе опирались на собственные авторские концепции построения повествования, следует отметить «Намедни» Леонида Парфенова. По нашему глубокому убеждению, она была одной из первых передач, сыгравших значительную роль в развитии журналистики мнений, и оставила в истории отечественного телевидения след, на который позже ориентировались как современники Парфенова, так и более молодое поколение журналистов.

Программа «Намедни» выпускалась с 1996 г. в жанре сначала неполитических новостей, позже — как цикл документальных программ. Информационно-аналитической «Намедни» стала в 2001 г.

Отличалась от своих программ-современников она, в первую очередь, подходом к построению сюжета. В сравнении с теми же информационно-аналитическими «Вестями недели» с Евгением Ревенко, в центре внимания которых всегда находилось событие, новость, создатель «Намедни» сюжетной основой делал «житейскую сторону» события, т.е. центральным лицом был человек. «Он (*Парфенов – И.Д.*) потрясающе монтировал Куршавель с жизнью семьи двух прапорщиков в старом «Москвиче». Он показывал жизнь в казино и одновременно — как курские атомщики, голодные и несчастные, шли на Москву» [3].

Программа состояла из событийного блока, в котором анализировались события недели различной тематической принадлежности, и исследовательского блока, где рассматривались общественно-значимые явления и их роль в жизни людей. С 2002 г. появился третий блок программы — лирический (или развлекательный).

«Намедни» начала развивать одну из современных сегодня тенденций телевидения – подачу «инфотеймент». Этот принцип позиционировался, как способ привлечь большее количество зрительской аудитории. Для этой же цели использовались фотоколлажи и юмористические мини-заставки перед сюжетом («ТВ-6-Минус» (пара фраз от «НТВ-Плюс»), «Тополиный пух и прах»).

Помимо репортажей и комментариев в «Намедни» значительную часть занимал жанр очерка, который использовался в исследовательском блоке передачи. Также после еженедельных выпусков программы часто выходили специальные проекты: «Кому принадлежит Россия?», «Настоящее прошлое», «Ударник капиталистического труда», «Made in USSR», «Колода Российской Федерации», «Бедные люди» и др. Очерковый жанр повествования применялся и в них.

Все это было заложено в модель программы Парфеновым, который следовал собственно выработанной концепции на протяжении всего существования программы. Информационно-аналитическая «Намедни» была одной из самых высокорейтинговых программ канала НТВ – «ее еженедельно смотрели почти 25% взрослых москвичей и 15–17% россиян старше четырех лет. Кроме того, рейтинг «Намедни» в два раза превышал рейтинг художественного фильма, который шел перед ней, и в среднем составлял около 10%» [4. С. 113].

«Намедни» не раз вызывала широкий общественный резонанс и недоумения критиков, потому что Парфенов всегда старался подобрать для нее «острые» сюжеты. О выпуске, посвященном террористическому акту на Дубровке, говорили, что «такие высокие рейтинговые показатели не получала ни одна другая аналитическая программа ни до, ни после этого выпуска от 27 октября 2002 года» [1]. В ходе передачи была показана видеозапись совещания президента В.В. Путина с силовиками по вопросу освобождения заложников, находившихся в театральном центре. В эфире той же программы был показан видео-сюжет о судьбах чеченских женщин [2].

Проанализировав десятки программ Леонида Парфенова, мы пришли к выводу, что во все свои передачи Парфенов приносил уникальную манеру обращения к зрителю, вхождения в кадр, привлекал внимание «художественностью» и неторопливостью речи, стилистическими оборотами.

Парфенов заложил в программу «Намедни» свою авторскую концепцию, которой придерживался до самого окончания вещания. Темы, поднимаемые в «Намедни», комментировали известные люди, что позволяло зрителю наиболее полно довериться мнению автора. Средством привлечения массовой аудитории служило смешение информационной и развлекательной составляющих. Немаловажным был способ подбора сюжетов программы: Парфенов удачно выбирал самые актуальные проблемы и освещал с неожиданной стороны. Статистически

доказано, что «Намедни» была одной из самых просматриваемых и востребованных программ на ТВ рубежа XX-XIX веков.

В качестве другого примера авторской программы, только уже на другом телевизионном канале, можно привести «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» и «Поединок», которые всегда отличаются информационной насыщенностью, обилием комментария и своеобразной манеры самого автора и ведущего данной программы. Прототипов его и его телевизионного продукта нет ни на одном федеральном канале.

В настоящее время авторские программы стали иметь высокие рейтинги, как современные ток-шоу. Взлет популярности авторских программ был еще в восьмидесятых годах, когда появились такие передачи «До и после полуночи», «600» секунд. Это явление было связано с активной политической жизнью страны. Эта тема сегодня очень популярна и в современных авторских программах.

В качестве серьезной авторской программы, популярной среди широкой аудитории, можно назвать и «Специальный корреспондент с Аркадием Мамонтовым». Выход передачи в формате обсуждения документальных фильмов в студии на телеканале «Россия» был возобновлен только в 2017 году. Первоначально, анпомним, программа транслировалась в сетке вещания телекомпании «НТВ». И она стала выходить вместо передачи «Вечер с Владимиром Соловьевым» с пометкой на экране «Прямой эфир» во всех часовых поясах, но транслировалась одинаковая видеозапись. Примерно с этого же момента ведущий и гости в студии начали обсуждать несколько подготовленных репортажей за одну программу.

Как правило, фильмы не анонсировались в межпрограммном пространстве телеканала. Короткий анонс звучал, как правило, только в эфире программы «Вести недели»: «Сразу после нас смотрите авторскую программу Аркадия Мамонтова с подробностями о том, что....».

Несмотря на достаточно плодотворную работу этого журналиста на канале «НТВ», многие зрители его все же ассоциируют, прежде всего, имя Аркадия Мамонтова с телеканалом «Россия». Мы провели социологическое исследование среди кубанских телезрителей, чтобы узнать с каким каналом у них ассоциируется имя Аркадия Мамонтова. В соцопросе приняли участие 100 респондентов в возрасте от 40 до 60 лет – основная аудитория потребления такого формата как специальный репортаж. Оказалось, что только 7% от числа опрашиваемых, вспомнили, что помнят репортажи Мамонтова на телеканале «НТВ». У 89% респондентов имя этого журналиста связано только в «ВГТРК «Россия» и именно с программой «Специальный корреспондент». Оставшиеся 4% ответили, что впервые Аркадия Мамонтова они увидели именно в его авторской программе на канале «Россия».

Таким образом, можно сделать вывод, что программа «Специальный корреспондент» зарекомендовала себя как интересная программа, в которой используются только проверенные факты, добытые путем журналистского расследования. Интересная манера подачи информации, отличная дикция автора сюжетов, хорошая операторская работа, собственная манера общения со зрителем, когда достаточно неторопливо, словно смакуя каждое слово, авторы «Специального корреспондента» доносят до зрителя каждый факт. Смотря программу, у зрителя складывается впечатление, что она идет в прямом эфире и все эти расследования происходят здесь и сейчас. Зритель начинает сопереживать героям программы, полностью погружаясь в атмосферу фильма. Программа «Специальный корреспондент» — это своего рода бренд телеканала «Россия». И, безусловно, ее лучшим автором и ведущим, на наш взгляд, является Аркадий Мамонтов, которому зрители доверяют, как своему хорошему знакомому.

Если бы подобных программ, как «Специальный корреспондент», было бы больше на отечественном телевидении, то количество зрителей, поглощающих именно телевизионную информацию, выросло, на наш взгляд, как минимум вдвое. И даже молодежь, которая составляет рейтинг чаще интернет изданий, мы уверены, тоже вошла бы в разряд поклонников телевизионной информации.

К сожалению, такого проекта пока нет на региональном телевидении, хотя темы, которые можно поднять в таких программах, как «Специальный корреспондент», достаточно много. И мы считаем, что подобная программа необходима на региональном телевидении, и у него было бы большое будущее.

Необходимо отметить, что авторские программы на региональном телевидении тоже продукт совместного творчества. Поэтому в авторском проекте в рамках регионального вещания, на наш взгляд, важно определиться с ведущим проекта. Это намного важнее, чем на федеральных каналах, потому что в регионах дистанция между телеведущим и массовой аудиторией намного короче. Поэтому чаще всего в проект привлекается популярный ведущий, вызывающий у телезрителей доверие. В отличие от других СМИ, телевизионная программа на региональном телевидении доходит до зрителя в двух плоскостях: вербальной и невербальной. Таким образом, создается доверительный диалог между зрителем и ведущим.

В авторских программа на региональном телевидении ведущий должен быть наделен даром коммуникабельности. Он должен уметь создавать контакт со зрителями, вызывать у них ощущение того, что он видит свою аудиторию, умеет улавливать ее настроения и оправдывать ее ожидания. Необходимо также быть заинтересованным в том, что делает сам автор проекта. Важным является и подбор правильной интонации.

Таким образом, можно сделать вывод, что при подборе интонации необходимо учитывать, кому адресована программа, какой возрастной аудитории. Если это серьезная передача для людей среднего возраста, то в ней должны быть исключены фамильярность и заигрывание с аудиторией.

Если в качестве примера привести авторскую программу Андрея Трегобова «Стоп, снято!», которая выходила на «Кубань 24» (в то время «9 канал»), то здесь мы видим прямо противоположное общение со зрителем. Язык жестов, интонация ведущего, прическа соответствуют стилевым канонам молодежной аудитории. И говорит ведущий на языке молодежи: вместо полных предложений – неполные обороты речи, вместо высококультурных слов – сленг и т.д., но данная программа, прежде всего, была адресована молодежной аудитории, но это не мешало ей быть популярной и среди возрастной категории — 35–45 лет. Таким образом, можно сделать важный вывод – необходимо всегда помнить, что телеведущий в авторской программе — это своего рода близкий зрителю человек. И имидж телеведущего авторской программы складывается из множества факторов: голоса, речи, внешнего вида, жестов, интеллектуального уровня, а также степени доверия ему со стороны зрителей.

Еще к одним выводам мы пришли: авторских программ на региональном телевидении, безусловно, меньше, чем на федеральных каналах. Но они есть и очень часто такие передачи завоевывают любовь, признание среди зрителей. Отметим авторскую программу, выходящую на региональном телевидении, в частности на ГТРК «Кубань», – «Жить в южной столице». В центре ее внимания, в первую очередь, события, люди и явления, которые, как утверждают авторы, «достойны показа без прикрас». Автором проекта является Кристина Пьяных. Формат программы напоминает новостной – сборка и компоновка нескольких сюжетов, связанных одной тематикой. Задача программы заключается в формировании положительного образа Краснодарского края.

На ГТРК «Кубань» выходит авторская спортивная программа «Жаркий лед». Автор и ведущий телевизионного продукта Олег Мазур. Слоган программы «Кто сказал, что на льду не бывает жарко?», по нашему мнению, полностью соответствует ее концепции. В центре внимания хоккейный клуб «Кубань», эксперты и болельщики. Тема хоккейного спорта рассматривается с разных сторон. Популярны среди зрителей и другие проекты данного канала: «Территория культуры», «Специальный репортаж» и «Вести из округов».

Мы убеждены, что чем больше авторских программ будет презентовать региональный канал, тем больше зрительской аудитории он будет иметь. Телевидение развивается, появляются новые совершенные технологии цифрового вещания, сама аудитория сегментируется и объединяется уже не вокруг предполагаемого им продукта, а вокруг

интересующей их темы. Рекламный рынок вынужден реагировать на существующие тенденции. Кому удастся раньше узнать все хитрости регионального медиапланирования и успешно использовать происходящее в телевизионном пространстве перемены, тот и сможет себе обеспечить в ближайшие годы конкурентное преимущество в своем сегменте.

К журналисту, заявившему себя автором программы, предъявляется ряд жестких требований, подтверждающих его профессионализм. Журналист должен заслужить право высказывать свое мнение. Мы считаем, что это прежде всего серьезный подход к своему делу, честность, открытость — это те качества, которые непременно должен совмещать в себе автор. В авторской программе важен именно автор как личность. Зрители смотрят программу из-за интереса к личности.

Таким образом, мы пришли к следующему выводу: авторская программа — образец наиболее близкого, доверительного и дружественного отношения между зрителем и журналистом. Авторская программа своего рода вершина журналистского мастерства. И ведущий такой передачи имеет целый спектр возможных решений, выбирая между этичным и неэтичным поступком.

Ссылки

1. Бородин А. Итоги теленедели с 18 по 24 января. Эхо Москвы, 2010. [Электронный ресурс]. URL: http://echo.msk.ru/blog/p_o/652770-echo/ (дата обращения: 31.03.2018).
2. Бородин А. Леонид Парфенов. Отражение в телеэфире. Коммерсант.ru, 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1548165> (дата обращения: 31.03.2018).
3. Информационных войн в новом телесезоне не будет. Sostav.ru, 2003. [Электронный ресурс]. <http://www.sostav.ru/articles/2003/09/01/razv1-010903/> (дата обращения: 29.03.2018).
4. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. М., 2004.
5. Муратов С.А. ТВ — эволюция нетерпимости: история и конфликты этических представлений. М., 2001.

И.А. Мальцева (Россия),
доц. КубГУ, к.филол.н.

Д.А. Шхалахова (Россия),
магистрант КубГУ

**ИНТЕРНЕТ КАК КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ
(ИНСТРУМЕНТ SMM)
НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ**

**INTERNET AS A TERRITORY PROMOTION CHANNEL
(SMM TOOL) ON
AN EXAMPLE OF SOCHI RESORT CITY**

Аннотация. В статье рассматриваются инструментальные возможности Интернета как канала продвижения территории, а именно продвижения в социальных сетях. Также анализируются методы SMM, как одни из самых эффективных и популярных на сегодняшний день, при построении брендинга города Сочи.

Abstract. The article deals with the instrumental capabilities of the Internet as a channel of territory promotion, namely promotion in social networks. Also analyzed by the SMM as one of the most effective and popular today, when you build the branding of the city of Sochi.

Ключевые слова: интернет-брендинг, SMM (Socialmediamarketing), брендинг территории, социальные сети, PR-компания, блоггерство, SWOT-анализ, имидж города.

Keywords: Internet branding, SMM (Social media marketing), territory branding, social networks, PR company, blogging, SWOT analysis, image of the city.

Социальные сети прочно вошли в нашу жизнь и стали необходимым элементом в ней. Многие компании успешно ведут бизнес в интернете, развиваются и получают доход с минимальными вложениями. В современных рыночных условиях стоит уделить достаточно внимания социальным сетям, рассматривая один из главных каналов продвижения их бренда.

Интернет стал важнейшим источником информации о территории (стране, регионе, городе), который формирует восприятие и ретранслирует стереотипы о ней. Использование интернета в качестве канала продвижения территории началось сравнительно недавно, но уже показывает достаточно высокие результаты. В условиях информационного общества глобальная сеть стала ключевым каналом коммуникации территориального бренда.

Социальные сети – это интерактивные веб-сайты (онлайн-сервисы) в сети Интернет, созданные для общения и обмена информацией группами пользователей, объединенных тем или иным социальным признаком (профессией, хобби, территорией отдыха, проживания или работы) [1].

Бренд территории – это уникальный позитивный образ страны, региона, города либо иного территориального образования, обусловленный природными, историческими, производственными и социокультурными особенностями территории, ставший широко известным общественности [2. С. 85].

Мы считаем, что в современных условиях нужно уделить особое внимание интернет-брендингу, который прежде всего ориентирован на развитие территории. Он должен использоваться в рамках общей долгосрочной стратегии ее социально-экономического развития и учитывать заявленные в ней цели. В планах продвижения территории должны быть прописаны инструменты кампании, сроки проведения, механизмы, которые будут использоваться, и показатели, которыми будут измеряться результаты. При отсутствии показателей эффективности новые кампании запускаются по старым сценариям, без пересмотра способов воздействия на целевые аудитории.

Каждая территория обладает набором социально-экономических индикаторов, способствующих развитию и продвижению данного города или республики. Эти индикаторы выделяются из различных сфер жизни: социальной, экономической, экологической, политической. Также есть и отрицательный набор факторов, которые замедляют процесс развития территории, это могут быть: демографические проблемы, природные угрозы, снижение заинтересованности к городу [3. С. 31 – 45].

Учитывая эти факторы до начала продвижения посредством SMM, нужно составлять SWOT-анализ, который позволит определить главные сильные и слабые стороны города, а также возможности и угрозы, которые могут исходить из внутренних и внешних источников. После проведенного SWOT-анализа, нужно отметить, каких сторон выявлено больше, и оценить потенциал для дальнейшего развития города. Сильные стороны помогут для продвижения города в социальных сетях, а слабые дадут понять, чему надо уделить внимание и на что должны быть нацелены усилия для эффективного позиционирования города.

В сети интернет достаточно много информации о городе, инфраструктуре и даже местном менталитете людей. Не всегда можно прочитывать положительные отзывы о той или иной местности, но это не значит, что этим территория создает негативный имидж, наоборот, есть возможность узнать недостатки города, чтобы устранить проблемы.

Чтобы продвигать город в социальных сетях, необязательно грузить контент сотрудникам из администрации или PR-специалисту. Этим и отличается социальная сеть, дав возможность создавать образ территории людям, которые не заинтересованы в экономическом развитии города.

Socialmediamarketing (SMM) – процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач [4]. На сегодняшний день тема социального маркетинга (сокращенно SMM) стала настолько популярной, что ее постоянно развивают в новых направлениях. Так или иначе, подавляющее большинство компаний и людей пытаются продвинуть свои позиции, используя популярные платформы, такие как: «Facebook», «Twitter», «ВКонтакте», «Instagram». Большое преимущество пиара в социальных сетях – это точечное воздействие на целевую аудиторию, выбор нужной площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней, при этом в наименьшей степени затрагивая незаинтересованных в этой рекламе людей.

Продвижение бренда в социальных сетях на сегодняшний день набирает все большую популярность. В социальных сетях пользователи ведут достаточно активную виртуальную жизнь, поэтому получить эту аудиторию через поисковые системы практически нереально. Продвижение в социальных сетях дает возможность выбирать нужную аудиторию, то есть своеобразную подсказку, на кого стоит воздействовать, а кого можно обойти стороной. Выбираются такие площадки в социальных сетях, где эта аудитория в большей степени представлена. Например, сообщество жителей города Сочи – отличная площадка для властей города, выявить проблемы курорта и решить их. При грамотном использовании инструменты Web 2.0 могут существенно улучшить понимание своей целевой аудитории и взаимоотношений в ней.

Мы полагаем, что в сумме все эти довольно простые действия дают весьма положительный результат, способствуют узнаваемости бренда и привлекают новых клиентов. Стратегия продвижения разрабатывается на определенный этап времени, также ставятся определенные цели и задачи. Рыночная ситуация непостоянна, учитывая этот фактор, процесс нуждается в постоянном контроле. Он осуществляется за счет постоянного проведения анализа текущей рыночной ситуации, а также и иных маркетинговых исследований.

Для успешного функционирования SMM важна работа с популярными блогерами, которые могут опубликовать у себя отзыв о данной территории. Блогеры оказывают большое влияние на аудиторию,

которая читает блог, их мнение считается приоритетным. Среди самых распространенных способов работы – проведение специальных мероприятий для блогеров с целью привлечения их внимания и, впоследствии, появления как можно большего количества позитивных упоминаний, которые увидят десятки тысяч пользователей Рунета [5].

С помощью социальных сетей можно постоянно обмениваться информацией, накапливать для дальнейшего анализа мнения пользователей, оперативно получать просьбы, жалобы и замечания. При этом полезны как позитивные, так и негативные отзывы. Первые позволяют оценить эффективность бренда, а конструктивная критика необходима для принятия неотложных мер по исправлению имеющихся недочетов. Коммуникация – один из важных этапов в SMM.

На примере города Сочи можно показать, как одна из самых крупных PR-компаний города прошла после назначения комиссией МОК городом столицей проведения Зимних Олимпийских игр в 2014 году. Кстати, широкомасштабная кампания по брендированию данного курорта в качестве места проведения Олимпиады развернулась по всем канонам маркетингового искусства.

Создавались группы, которые не только продвигали сам бренд города, но и вели бурную деятельность по набору в волонтерские ряды. Эти группы создавались на базе интернет-сообществ крупных университетов, которые получили грант на подготовку волонтеров 2014, а также эти группы продвигали на правах рекламы в других, менее популярных, но имеющих свою аудиторию, социальных сетях.

Специфика и особенность работы по формированию информационного поля проекта и приобретению активных сторонников заключалась в краткосрочности коммуникаций (весь заявочный процесс должен был занимать около 2 лет), а также в необходимости формирования принципиально разных коммуникационных и рекламных стратегий для российской и международной аудитории.

Маркетологам предстояла задача откорректировать устоявшееся мнение о Сочи как о городе-курорте для летнего отдыха. Интернет-кампания «Сочи-2014» стартовала в конце сентября 2009 года, в это же время на обновленном сайте www.sochi2014.com запустили онлайн-голосование в поддержку Заявки в Интернете. В течение первых трех дней онлайн-голосования за проведение в Сочи Олимпийских игр высказались свыше 32 тысяч человек.

К тому же данному бренду была придумана легенда. В частности, Прометей был прикован на одной из вершин горы Черноморского побережья Кавказа, которая, согласно легенде, находится рядом с городом Сочи. А ведь именно огнем, добытым Прометеем, согласно другим легендам – Древней Греции – зажигался олимпийский огонь в греческой Олимпии – колыбели летних Олимпийских игр. Таким образом, получается, что данный курорт – не только место отдыха и ку-

портного лечения, а этот город напрямую, исторически связан с олимпийским движением. А олимпийское движение, в свою очередь, всегда играло серьезную роль в нашем обществе.

Кстати, первый региональный Олимпийский совет в России был создан в Краснодарском крае в 2003 году. Инициатором этого события был руководитель Департамента по физической культуре и спорту Краснодарского края Владимир Иващенко. В 2006-м году опыт работы Олимпийского совета Кубани был обобщен Национальным олимпийским комитетом страны, и по примеру Кубани Олимпийские советы появились в других субъектах Российской Федерации.

Новости, связанные с Олимпийским Советом Краснодарского края, были достаточно часто озвучены со страниц печатных и электронных СМИ, что тоже, по нашему глубокому убеждению, способствовало продвижению бренда Сочи. Увеличилось количество материалов, связанных с местными спортсменами. Например, бобслеист Алексей Воевода стал одним из самых популярных спортсменов не только в городе, но и в крае в целом. Регулярно выходили в свет материалы о спортсменах, представляющих летние виды спорта и город Сочи, например, теннисистках Елене Весниной, Марии Шараповой. Такое обилие материалов, мы считаем, не прошло незамеченным, и среди населения разных возрастов постепенно стала укореняться мысль в правильности принятого решения МОК в качестве проведения Сочи столицей XXII Зимних Олимпийских игр и в тоже время, как города с большими спортивными традициями. Каждый житель города стал ощущать причастность к этому важному для всей мировой общественности событию.

Особую роль в продвижении бренда территории Сочи со стороны Олимпийского Совета Краснодарского края и региональным Министерством по физической культуре и спорту можно назвать уникальную акцию «Навстречу Олимпийским Играм в Сочи», организованную специально для пропаганды города Сочи в качестве столицы XXII Зимних Олимпийских игр. Данная акция включала в себя ежемесячное проведение во всех районах Краснодарского края большого спортивного праздника с участием спортивных звезд Кубани. Олимпийские чемпионы и призеры Олимпийских игр разных лет приезжали в район и рассказывали местным жителям, которых собирали в качестве зрителей на самом крупном местном спортивном объекте, о необходимости занятий спортом. И в качестве одного из важных факторов развития спортивной сферы в нашем регионе приводился аргумент в пользу проведения Олимпиады в городе Сочи. Заметим, что спустя четыре месяца после старта данной акции, согласно нашим исследованиям в этой сфере, количество жителей нашего края, положительно отзывающихся о том, что знаменитый курорт станет городом проведения состязаний планетарного масштаба, увеличилось на 27 %.

Думается, будет логичным предположить, что использование манипулятивных приемов, включая комплексное и массированное их применение, имеет значительно меньший эффект в аудитории информированной, с устойчивой системой обоснованных взглядов, а также знающей технику манипулятивного воздействия и обладающей некоторым опытом целенаправленной социально-психологической защиты.

Таким образом, можно сделать вывод, что степень насыщения новостного сообщения в целях продвижения бренда территории зависит от конкретного мотива. Существуют психологические границы, до которых можно дойти в процессе достижения определенного эффекта. Но степень эмоционального внушения, которое можно индуцировать в сознание аудитории, ограничена множеством когнитивных и поведенческих процессов.

Мы полагаем, что такая глобальная PR-компания дала серьезный результат. Олимпийские игры в Сочи были названы одними из лучших. А спустя год в социальной сети «Instagram» и «ВКонтакте» было запущено мероприятие под слоганом «Год после игр». Оно получило максимальный отклик со стороны не только тех, кто был на играх, принимал непосредственное участие, но и со стороны обывателей, которые посетили южную столицу.

В качестве другого примера можно привести известного блогера Андрея Доля. На сайте «Livejournal» и «Instagram» он разместил уже 19 постов с темой Сочи. Каждая тема отличалась друг от друга. Это было и строительство олимпийских объектов, и отдых в лучших отелях города. Андрей Доля про отель «Swissôtel Resort Сочи Камелия» высказался так: «Можно ли сказать, что это лучший отель Сочи? Думаю, вполне. Это не вариант для однодневного размещения во время рабочей командировки. Это тот случай, если вы решили выбраться на неделю-другую с семьей. Я останавливался во многих отелях на Черноморском побережье и точно могу заявить, что для семейного отдыха места лучше нет» [6].

Мы глубоко убеждены, что это довольно хороший рекламный ход для одновременного продвижения отеля и территориально бренда. Привязка к городу, выявление особенных качеств и особенностей территории – это главный фактор на пути брендинга территории.

С помощью социальных сетей можно постоянно производить не только обмен разного рода информацией, накапливать эти данные для дальнейшего анализа мнения пользователей, чтобы повысить качество продвижения бренда территории. Этот обмен важен и для оперативного решения различных жалоб, просьб, наставлений и т.д. При этом полезны и позитивные, и негативные отзывы. Первые позволяют оценить эффективность бренда, его отличительные стороны, выявить его сильные и слабые места, а критика необходима для принятия самых

неотложных мер по исправлению ситуации. Коммуникация – один из важных этапов в SMM.

Таким образом, можно сделать вывод, что главная особенность сети Интернет – это огромная мобильность и доступ ко всей информации. Использование возможностей сети Интернет и социальных сетей для достижения положительного брендинга территории говорит о том, что город является не только успешным в плане инфраструктуры либо местоположения, он является современным в плане ведения своей деятельности, что играет важную роль в формировании его имиджа. Удачно использовались в сети и культурно-познавательные мотивации жителей России в плане данного курорта.

Если же говорить о социальных сетях и их использовании при формировании бренда города, то они обладают огромным потенциалом, который активно используется и дает свои результаты. Город Сочи все чаще упоминается в прессе и по праву считается одним из наиболее развитых центров нашей страны.

Проанализировав продвижение бренда на примере города-курорта Сочи, мы пришли к выводу, что особое внимание нужно отдавать социальным сетям, рассматривая их как один из главных каналов продвижения бренда. Такие свойства, как интерактивность, мгновенность, способствуют сокращению временного интервала между сообщением и ожидаемым результатом, а разнообразный функционал способствует поиску нужной аудитории и эффективного взаимодействия с ней.

Город Сочи является сильным и проработанным брендом, и во многом благодаря именно социальным сетям, которые всесторонне освещают его деятельность, дублируют информацию, полученную из СМИ, и создают свою. Использование виртуальных сетей для продвижения бренда позволяет не только создать положительный имидж города относительно других субъектов нашей страны, но и имеет большое значение в определении самосознания каждого человека, проживающего на данной территории.

Ссылки

1. Далворт Майк. Социальные сети. Руководство по эксплуатации. / М. Далворт / пер. с англ. Н. Холмогорова. М.: Добрая книга, 2010.
2. Визгалов Д. В. Маркетинг города: практики в поисках теории. // Маркетинг в России и за рубежом. М.: Фонд Институт экономики города, 2008.
3. Котлер Ф. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы // Рекламодатель: теория и практика, 2009.
4. Кудинов В.А. SMO, SMM, PR и брендинг в социальных сетях / В.А. Кудинов, М.О. Иванов // Ученые записки. Научный журнал Курского государственного университета. 2012. № 1.

5. Международная конференция «СМИ и социальные сети: перспективы взаимодействия» [Электронный ресурс]. URL: <http://spb.i-smi.ru/program> – (дата обращения: 17.02.2018).
- 6 Доля Сергей. Лучший отель в Сочи? [Электронный ресурс]. // <http://livejournal.com> – URL:<http://sergeydolya.livejournal.com> (дата обращения 17.02.2018).

ПРАГМАТИКА ВЕРБАЛЬНОГО ТЕКСТА В ТЕЛЕПЕРЕДАЧЕ

THE PRAGMATIST OF THE VERBAL TEXT IN THE TELECAST

Аннотация. Рассмотрена прагматика вербального текста в телепередаче на примере авторских, сценарных, новостных видеосюжетов.

Abstract. The pragmatist of the verbal text in the telecast is considered on the example of author's, scenario, news video.

Ключевые слова: прагматика, интенции, медиакультура, закадровый текст, стендап.

Keywords: pragmatics, intentions, media culture, offscreen text, standup.

Длительные наблюдения над вербальными текстами телепередач наводят на мысль об их слабой теоретической классификации и почти полной изоляции от изучения медиатекстов СМИ в аспекте прагматической реализации авторских интенций.

Во многом это объясняется тем, что до настоящего времени не устоялось общее мнение о телевидении как вполне сформировавшемся общественном феномене, развивающемся по своим собственным законам и тенденциям.

Отечественные и западные теоретики телевидения расходятся во взглядах на природу и сущность этого явления. Так, Владимир Саппак еще в 1963 году в книге «Телевидение и мы» определил его как искусство, а Энвер Багиров несколько позже рассматривал телевидение в контексте журналистики.

Западные исследователи как прагматики, а не романтики, в отличие от наших ученых, в своих воззрениях на телевидение сошлись в том, что основная миссия этого общественного феномена – информировать, просвещать и развлекать.

Один из первых теоретиков современного отечественного телевидения Виталий Третьяков склонен рассматривать его как «вещь в себе», которая ломает традиционные институты общества – основу его физического выживания [4. С. 17]. Исходя из сегодняшней реальности автор не без основания обеспокоен тем, что наше телевидение все яростнее и агрессивнее наступает на высокую культуру, в структуру которой, по нашему мнению, входит и русский язык. Язык – единственная сила, которая еще осталась у нас как возможность развития культуры. Не «гос.» и даже не «литературный» (в других планах он откровенно и называется стандартным языком), а – русский язык

как система концептуальных ценностей, накопленных предками» [2. С. 226].

Уничтожая высокую, традиционную культуру, современное телевидение использует в качестве главного оружия – пошлость, сниженный стиль и языковое дурновкусие. А ведь давно известно, что плохая, небрежная речь – это неуважение к собеседнику (в нашем случае телезрителям).

В последнее время всё чаще говорят и пишут о медиакультуре как зеркале глобального, информационного общества. Это новое понятие привносит в нашу жизнь новые словесные штампы, призванные сформировать новые мифы: «общечеловеческие ценности», «западно-европейский дом» и т.д.

По мнению В. Третьякова, «судя по всему, западная культура, пройдя в XV-XX веках пик своего развития, умирает, а телевидение то ли специально, либо паразитирует на ней, продлевает агонию высокой культуры, то ли подгоняет летальный исход» [4].

Медиакультура по сути своей – это массовая культура, помноженная на технологическую мощь Интернета и телевидения. Высокая же культура находится в информационном гетто. В силу этого вместо диалога высокой культуры и массовой мы фактически погружаемся в ее монолог, который мощно и агрессивно навязывается телезрителю с позиции силы.

Выход из создавшегося положения один – готовить новое поколение тележурналистов, медиаторов с целью повышения не только уровня их общего образования, но, и последовательно убеждая их в особой культурной миссии, повышать качество телепрограмм, не позволить уничтожать высокую культуру и великое классическое искусство. В связи с этой миссией журналистов нового поколения остро встает вопрос о повышении их языковой компетентности, о формировании культуры речевого поведения в эфире, в кадре и за кадром.

Известно, что эфирное слово наряду с видеорядом представляет единое произведение, в котором медиатор стремится к самовыражению, к демонстрации своего менталитета. Драматизация творческих интенций в практике электронных СМИ позволяет рассматривать телевизионные тексты как феномены медиакультуры в рамках гуманитарного дискурса.

В связи с этим повышается ответственность автора аудиовизуальных медиатекстов за качество контента и аксиологии выпускаемого продукта, а редактор должен «разглядеть» спектр возможных текстовых интерпретаций, корректность использования «цитаты культуры» и оценить их приемлемость для документального в своей основе журналистского произведения [3. С. 9].

В рамках данной статьи мы делаем акцент на вербальные тексты в новостных телепередачах. Как правило, хроникальные видеосюжеты

делятся на две разновидности: первый вид – сообщение об официальном событии. Он имеет стандартный монтажный лист – адресный план, несколько общих планов с места события, крупные и средние планы участников. При подготовке материала к эфиру сначала зачитывается закадровый текст, а потом под него монтируется видеоряд. Закадровый текст носит официально-деловой характер, не включает в себя эмоционально-экспрессивные языковые средства. Вторая разновидность новостной видеохроники – сценарная или авторская. Главные требования к написанию вербального ряда – лаконичность, рассказывать не «что мы показываем», а «почему», при этом вербальная часть не должна дублировать видеоряд.

От качества композиции, стиля этого текста зависят следующие параметры: целостное восприятие сюжета, его прагматическая адекватность, под которой мы понимаем достижения высокой информативности адресата, а также воздействующая сила, направленная на массовую аудиторию.

Безусловно, вербальный ряд зависит от видеоряда. Они должны объединяться общей темой, рассматривать и показывать одно и то же явление, событие, иными словами, быть осмысленно сопоставимы для телезрителя.

Но «закадровый текст не комментарий к картинкам, не словесное описание того, что зритель наблюдает в кадре». Это движущая сила, которая направляет сюжет. Видеоряд, соединяясь с закадровым текстом, не «плюсуется», а «умножается», создавая синергетический эффект. Эффект, который поработает зрителя и формирует информационный образ сюжета» [1. С. 22].

Для того чтобы закадровый текст имел необходимый канал воздействующей силы на умы и чувства телезрителя, необходимо строить его по законам драматургического развития истории, и именно так, как и в хорошей пьесе здесь обязателен конфликт, который проходит обычные фазы: экспозиция, завязка, кульминация и развязка. И если первые две фазы зачастую объединяются, то последующие две в тексте обязаны присутствовать автономно, иногда развязка выходит за рамки закадрового текста и бытует в виде стендапа (финального появления корреспондента в кадре). И еще одно важное правило – полнота в краткости, потому что с первой секунды эфира сюжет испытывает дефицит времени. Таким образом, вербальный (закадровый) текст в телепередаче должен легко восприниматься на слух, быть понятным и однозначным.

Существует немало запретов и табу при написании хорошего закадрового текста, один из них – как можно реже использовать прилагательные, потому что они вносят прямую эмоциональную оценку и как бы навязывают зрителю отношение к событию и его героям или антигероям. Зритель должен сам выработать в себе эмоциональное

восприятие происходящего, слушая бесстрастное, нейтральное изложение.

И еще очень важно, чтобы текст опережал показываемое в видеоряде, телезритель должен сначала услышать, а потом увидеть кадр. Закадровый текст – это основа стиля сюжета, под ним мы понимаем проявление творческих интенций личности репортера в рамках, установленных правилами подачи информации зрителям.

Резюмируя изложенное, отметим следующее: закадровый текст видеохроники не должен содержать в себе «внутренние противоречия, а также расходиться со всеми устоявшимися представлениями о реальности, научном знании, о здравом смысле, о прекрасном и моральном» [4. С. 26].

И, конечно же, медиатор обязан строить текст согласно нормам русского языка. Мы никогда не вернем себе речи богатой, выразительной, красивой, если сами с сознанием дела не будем употреблять, распространять и развивать наш родной язык в рамках культуры речи и культуры поведения.

Ссылки

1. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей и стать медиатором / Константин Гаврилов. СПб.: Амфора, 2007. 299 с.
2. Колесов В.В. Философия русского слова. СПб.: ЮНА, 2002. 448 с.
3. Сметанина С.И. Редактирование текстов массовой коммуникации: Учеб.-метод. пособие/; Фак. журналистики. СПб.: СПбГУ, 2003. 153 с.
4. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым на телевидении. М.: Ладомир, 2016. 536 с.

МЕДИАКУЛЬТУРА: ОНТОЛОГИЯ, КАТЕГОРИИ, ТЕНДЕНЦИИ

MEDIA CULTURE: ONTOLOGY, CATEGORIES, TRENDS

Аннотация. Статья содержит системный анализ медиакультуры. Медиакультура трактуется не только как культура информационного общества, но и как постмодернистская культура общества потребления. Выявлены и обоснованы существенные характеристики медиакультуры: медиатизация, эскапизм, реконструкция паттернов первобытного мышления.

Abstract. Article contains the system analysis of media culture. Mediakuakultura is treated not only as the culture of information society, but also as the postmodern culture of consumer society. Intrinsic characteristics of media culture are revealed and proved: mediatization, escapism, reconstruction of patterns primitive soznaniya.

Ключевые слова. Медиатизация, миф, первобытное мышление, эскапизм, информационное общество, общество потребления, постмодернизм, симулякр.

Keywords. Mediatization, myth, primitive thinking, escapism, information society, consumer society, postmodernism, simulacrum.

Один из распространенных способов атрибуции кого-либо термина, особенно при донесении его семантики до студенческой аудитории, является так называемый «этимологический» подход. При его применении понятие «разбивается» на составляющие его структурно-смысловые единицы, а затем описываются их лексические значения. И, в конечном счете, делается вывод о семантическом диалоге этих составных элементов, порождающем смысловую направленность термина.

В нашем случае это элементы «медиа» и «культура», но, думается, доминирующим, т.е. порождающим семантическую основу термина здесь является его часть «культура». И это, несмотря на то, что термин создан методом сложения, т.е. в целом сохранено содержательное равенство обеих частей.

Слово «культура» образовано путем калькирования с латинского языка, в котором cultura происходит от cultio (‘возделывать’, ‘обрабатывать’, ‘почитать’). Впервые это понятие появилось в трактате родоначальника латинского литературного языка Марка Порция Ка-

тона «Агрикультура» (160 г. до н.э.). Название трактата обычно переводят «О земледелии», «Земледелие», но на латыни оно звучит: «De Agri Cultura». В трактате речь шла (1) об обработке почвы и (2) о нравственном отношении к земле (почитании, любовании), которое является основой культуры земледелия, т.е. агрикультуры.

Значит, первоначально слово «культура» употреблялось как в связи с характеристикой целенаправленных воздействий человека на природу, так и при описании процессов обучения и воспитания человека.

Дальнейшее развитие понятие культура получило в трудах римского оратора Марка Туллия Цицерона, который в «Тускуланских беседах» (45 г. до н.э.) сфокусировал внимание на человеке и стал рассуждать о культуре человеческого сознания. В итоге он пришел к выводу: «Философия – культура ума, наука об исцелении души» [1].

Итак, еще в античном мире сложились три основных смысла понятия «культура»: (1) возделывание, обработка земли (природы); (2) духовно-нравственное воспитание личности; (3) почитание, т.е. культ богов, предков, святынь.

С середины XIX в. понятие «культура» вошло в научный оборот и стало основной категорией в науке, изучающей так называемые «примитивные» общества. Этот период – время становления колониального могущества стран, развивавшихся по европейской модели. Открывая страны и народы, развитие которых проходило иначе, они шовинистически называли их «примитивными».

Наука о культуре имела различные названия: в Германии она называлась этнологией, в России – этнографией, в США – культурной антропологией, в Англии – социальной антропологией; во Франции она числилась по ведомству исторических наук, представленных в знаменитых «Анналах».

Многовековая история превращения понятия в термин «культура» была прослежена в фундаментальном труде немецкого ученого И. Нидермана «Культура. Становление и изменение понятия от Цицерона до Гердера» (1941). В 1964 г. исследователи насчитывали 257 дефиниций понятия «культуры», а в 2000-е годы П.С. Гуревич насчитывает более 400 определений культуры [2. С. 35].

Большое количество определений культуры равно свидетельствует как о сложности этого феномена, так и о многообразии методологических подходов к определению сущности культуры. Разнообразие методологий, репрезентирующих феномен культуры, настолько велико, что на сегодняшний момент в научной среде даже предпринимают попытки типологии культурологических определений.

К примеру, среди массы определений культуры можно выделить: *описательные*, сводящие культуру к сумме всех видов деятельности человека, его обычаев, верований; *исторические*, подчерки-

вающие роль традиций и социального наследия в эволюции культурных форм; **нормативные**, указывающие на значимость для культуры принятых в обществе правил и норм; **ценностные**, в рамках которых культура сводится к ценностям, продуцируемым исторически сложившимися в данную эпоху социальными общностями; **психологические**, трактующие культуру через принцип приспособления к природному окружению и экономическим потребностям; **идеологические**, в рамках которых культура – это поток идей, переходящих от индивида к индивиду посредством особых действий, т.е. с помощью слов или подражаний; **игровые**, истолковывающие культуру в парадигме ритуала и игры; **семиотические**, трактующие культуру через такие базовые категории, как символ, миф, знак.

Вне всяких сомнений, классификацию определений культуры можно множить, но, думается, это, по меньшей мере, нецелесообразно. Для того, чтобы отобразить, каким образом менялись представления о культуре, достаточно указать на то, что во всем многообразии подходов к культуре можно выделить те же стадии, какие проходила наука.

В зависимости от доминантной эпистемологической парадигмы ученые выделяют три этапа развития науки и, соответственно, три типа истолкований культуры.

Во-первых, **классические толкования культуры** (представлены в эпохи Ренессанса, Просвещения, всем XIX веком), согласно которым культура понимается как объективно существующая реальность, признается возможность ее рационального познания методами науки, в которых главенствуют такие методологические принципы, как рационализм, объективность, историзм, универсализм.

Во-вторых, **неклассические трактовки культуры** (появляются в периоды декаданса и модернистского XX века), которые отличаются крайним субъективизмом и мистицизмом, так как сводят культуру к проявлению стихийного иррационального непознаваемого начала.

В-третьих, **постнеклассические интерпретации культуры** (возникают в постмодернистском конце XX века и доминируют по сей день), в основе которых лежит представление о том, что культура может существовать лишь во взаимодействии людей, в субъект-субъектных отношениях, а современная культура – в безусловном превалировании коммуникативного дискурса. В свете этого знание о культуре оказывается предельно субъективным, обусловленным не только амбивалентным подходом к объекту, но и спецификой позиции познающего субъекта. При этом культивируются такие методологические подходы к культуре, как принципы синергетики и коэволюции, целостности и глобальной интерпретации проблем, методического синтеза (междисциплинарности) с бесспорным доминированием семиотики и коммуникативистики.

Однако, несмотря на многообразие методологических подходов в культуре, в ней можно выделить онтологические свойства, выражающие ее сущность.

Сущность культуры – в том, что это *ненаследуемая биологически информация, символическая реальность*, которую *homo sapiens* как биосоциальное существо «над(вы)страивает» над природой, обнаруживая свой *творческий потенциал*. Поэтому одной из значимых характеристик культуры является ее *инновационность*.

В то же время культура – это *выражение деятельности природы человека*, а потому, с точки зрения многообразия форм человеческой деятельности, выделяют такие формы бытия культуры, как *материальная, духовная и художественная*.

Культура всегда *выступает мерой развития человека*, то есть: *каков человек – такова культура общества*, как, впрочем, и наоборот: *какова культура общества – таков и человек*. Следовательно, *история общества фактически превращается в историю культуры*.

В связи с этим закономерно сделать вывод, что термин *медиакультура*, наряду с такими понятиями, как первобытная культура, античная культура, культура средних веков, ренессансная культура и пр.т.п., – *отражает один из этапов развития культуры*, специфику которого фиксирует часть «медиа».

Однако термин «медиа» многозначен, его смысл зависит от контекста, и он может употребляться, по меньшей мере, в трех значениях: (1) аналог «мультимедиа»; (2) то же самое, что медиаискусство; (3) синоним СМИ. Учитывая тот факт, что первые два значения локальны, получается, что *понятие «медиа» синонимично термину СМИ*. Это один из стереотипных подходов, которые мы не склонны разделять. Кроме того, необходимо помнить, что в российском обществе устойчиво функционирует термин «медиакультура», а не СМИ-культура (выражение «культура СМИ» можно отнести к числу понятий профессионального этикета).

Если обратиться к глубинной семантике обоих терминов, то получится, что *СМИ* – это *средства донесения общественно значимой информации массовой аудитории*, а *медиа* – это *посредники в разноуровневой коммуникации*. Так, «посреднический» смысл слова «медиа» великолепно прослеживается в русскоязычных словах, образованных от единого латинского корня *media*: медиатор – «посредник» между пальцами гитариста и струнами; медиум – посредник между людьми и духами; медиана – отрезок, соединяющий угол треугольника с серединой противоположной стороны и т.п.

Впрочем, в современной ситуации существования медиаиндустрии, когда происходит *сегментация аудитории*, спровоцированная спецификой удовлетворения *индивидуализирующихся запросов «об-*

щества потребления», понятие «массовая аудитория» подвергается существенной корректировке. И естественно, происходит сближение, вплоть до полного отождествления, феноменов СМИ и медиакommunikаций. Тем не менее, она существует.

По нашему мнению, разницу между СМИ и медиа блестяще раскрывает Оксана Силантьева, основатель «Silamedia», мультимедийный продюсер, тренер-консультант по маркетингу и менеджменту медиапроектов. Так, она справедливо отмечает: «Изображение концепции “медиа” будет отличаться от картинки “СМИ”. Поле, на котором работают журналисты-медиаторы – это поле общественного диалога. Медиа – это помощник, посредник в налаживании коммуникации между людьми, различными социальными и профессиональными группами. Журналист, живущий в концепции медиа, ощущает себя посредником, помогающим соединиться разным группам, заинтересованным друг в друге. Разница между СМИ и медиа — это разница между постановкой балета на сцене и хороводом, к которому может присоединиться каждый» [3].

Метафоры, которые представитель медийного бизнеса расположила в финале своих рассуждений, знаковы. Подчеркнем, что в обоих случаях мысль о социально значимой информации сохраняется. Однако метафора «СМИ как балет» акцентирует такие их качества, как ангажированность, «постановочность» (государством или иными властными структурами), ограниченность определенным форматом, профессионализм, векторно-направленная однолинейная массовая коммуникация с (явно или завуалированно) выраженным манипулятивным эффектом. В то же время метафора «медиа как хоровод» имплицитно содержит такие смыслы, как свобода выражения мнения участников вне формата, интерактивность, лояльное отношение к профессионализму (вплоть до дилетантизма), конвергентность, импровизационность коммуникации-диалога.

Подчеркнем условность этих метафор в условиях интенсивного развития новых информационных технологий. Сейчас, на рубеже XX–XXI вв., в связи с доминированием web-коммуникаций, цифрового формата подачи контента, а также в связи с расширением форм интерактивности и конвергентности журналистики, понятие СМИ, причем не только на уровне обыденного, но и на уровне профессионально ориентированного сознания, все более представляется анахронизмом.

Пример такого подхода к СМИ (или, по сути, к журналистике) дает Г.Г. Почепцов в статье «Медиакоммуникация и журналистика: смена парадигмы». Отметим, что ученый акцентирует не технологический аспект изменений, происходящих в системе курсирования информационных потоков, спровоцированных современной интернет-революцией. Употребив слово «коммуникация» в единственном числе и декларировав в названии статьи «смену парадигмы», Г.Г. Почепцов

подвергает сомнению незыблемость онтологического статуса журналистики.

Исходя из утверждения, что «сегодня медиакommunikация всё больше привлекает внимание исследователей, отодвигая журналистику как базовую точку на второй план», Г.Г. Почепцов детально систематизирует онтологические отличия между ними. В итоге возникает матрица оппозиций. В этих оппозициях «журналистика – это социальный институт, авторская, креативная, имеет многообразную тематику, жесткое разграничение читающего и пишущего, идеологически ориентирована, действенна, имеет ориентацию на позитивные события». Тогда как «медиакommunikация – это профессия, анонимная, стандартизированная, в центре внимания – протестная тематика, размытое разграничение читающего и пишущего, не является идеологически ориентированной, недействительна, имеет ориентацию на негативные события» [4].

Конечно, некоторые формулировки качеств медиакommunikации и журналистики в качестве оппозиционных вызывают у нас, по меньшей мере, недоумение. К примеру, это «авторство, креативность журналистики» и «анонимность, стандартизованность» медиакommunikаций (словно журналистика не обслуживает ту же массовую аудиторию); «действенность», «ориентация на позитивные события» журналистики» и «недейственность, ориентация на негативные события» медиакommunikации (оптимистическая призма освещения событий отнюдь не доминирует в СМИ, в противном случае, если бы так было, то существенно бы обеднела их пафосная палитра) [4].

Г.Г. Почепцов сам осознает условность данных оппозиционных свойств, признавая в качестве основного отличия то, что «журналистика прошлого (социальный институт) является результатом взгляда на массовый информационный процесс как бы сверху, с точки зрения других социальных институтов, например, власти». В то время как «медиакommunikации... это взгляд “снизу”, являющийся отражением позиции потребителя информации» [4]. Причем трудно не согласиться с мнением исследователя, что «медиакommunikации как объект будут становиться всё более интересными в качестве точки отсчета» [4], т.е. будет возрастать их роль в жизни общества.

Заметим, что Г.Г. Почепцов употребил слово во множественном числе, акцентировав технологический аспект медиакommunikаций. И в своих прогнозах он оказался прав, так как статья, написанная им в 2013 году, в сущности, отразила ситуацию нынешнего дня. Но в этой подмене единственного числа множественным кроется «перекодировка» смыслов статьи. «Смены парадигмы» на статусном уровне не происходит, и *СМИ по-прежнему будут выступать в ипостаси социального института, а медиакommunikации*, выражающие «взгляд “снизу”, являющиеся отражением позиции потребителя информации»

и *технологически обогащающие традиционную журналистику*, будут отчетливо выступать *в роли репрезентанта медиакультуры*.

Итак, на *специфику репрезентации медиакультуры* указывают именно *медиакоммуникации*, которые выступают характерными «маркерами» ее «плана выражения», то есть, так сказать, *технологической составляющей*. Иными словами, *медиакультура немислима вне медиакоммуникаций, но отнюдь не они выражают ее онтологическую сущность*.

Однако в отечественной науке сложился устойчивый стереотип, согласно которому *сущность медиакультуры сводится к медиакоммуникациям*.

В русле данного подхода, к примеру, сформулирована концепция Н.Б. Кирилловой, безальтернативными учебниками которой изобилует русскоязычный интернет. Рассматривая в качестве синонимичных понятия «медиакультура», «информационная как тот «тип культуры информационного общества», который «представлен печатными изданиями... радио и телевидением, Интернет-ресурсами, — всем тем, что связывает человека с окружающим миром, развлекает, пропагандирует» [5. С. 18].

Значит, упоминание об информационном обществе осталось не более чем метафорой, а *медиакультура свелась к формам ретрансляции социально значимой информации*. В парадигме данного подхода Н.Б. Кириллова предлагает «рассмотреть медиакультуру в исторической репрезентации», как «некий “код”, с помощью которого передается информация об окружающем человека мире». Отсюда весьма широкое определение медиакультуры как «совокупности информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности» [6. С. 13].

Иными словами, медиакультура сводится к «культуре передачи информации и культуре ее восприятия» [6. С. 14].

В русле данного подхода понятие «медиакультуры» размывается; и в него, например, А.В. Фёдоров, Н.П. Рыжих включают «предшественников печатных медиа», «книгопечатание», «прессу», «фотографию», «кинематограф», «телевидение», «компьютерные системы и интернет» [7. С. 64].

В связи с этим, в парадигме компетентностного подхода, основополагающего в методике современного вузовского образования, ученые рассуждают о «медиакомпетентности», актуальной для современного молодого человека в силу того, что «медиакультура (пресса, печать, радио, звукозапись, фотография, кинематограф, телевидение, видеоарт, интернет), в современной социокультурной ситуации приобретает все большее влияние и распространение» [8. С. 74].

Впрочем, несмотря на то, что исследователи зачастую сводят медиакультуру к культуре передачи и восприятия массовой информации, существовавшей с ранних времен эволюции *homo sapiens*’а, некоторые ученые подчеркивают связь медиакультуры с постиндустриальным информационным обществом, но делают это достаточно неуверенно. К примеру, Н.А. Крюкова в статье «Медиакультура и ее роль в современном информационном обществе» дает весьма туманное определение: «Медиакультура предстает проявлением собственно культуры и трактуется как всеобщая доступность культуры для человека посредством продукции средств массовой информации» [9. С. 226]. Она «увязывает» медиакультуру и с процессами глобализации, и с «компьютеризацией массовых библиотек», и с «развитием русскоязычного сектора в интернете», но приходит к невнятным методологическим выводам: «Медиакультура – уникальный социальный институт информационной эпохи, важный фактор духовного производства» [9. С. 227]. Данный вывод свидетельствует об эклектичности культурологических знаний ученого, но отнюдь не проясняет сущность феномена медиакультуры.

Подытоживая сказанное, отметим, что на сегодняшний момент в отечественной науке сложился устойчивый подход *к медиакультуре как к культуре передачи и к культуре восприятия информации посредством книг, прессы, радио, телевидения, интернета*. При таком подходе феномен медиакультуры существовал в различные эпохи – от античности до современности, ибо всегда существовали как социально значимая информация, так и ее ретрансляторы, которые исторически меняли свои формы (на уровне семиосферы – от пиктограммы до алфавита, от рукописных газет до блогов).

Однако такой подход некорректен в силу двух моментов.

Во-первых, феномен медиакультуры непосредственно связан с явлением *массовой коммуникации*, а значит, и с эпохой конвейерного производства и зарождающейся массовой культуры. На это явственно указывают термины «mass culture», «mass media», изначально введенные для обозначения массовой культуры. И конвейерное производство, и шаблонизация культуры, и интенсивное развитие массовой коммуникации связаны с эпохой модерн – началом XX века. Это означает, что употребление термина «медиакультура», например, применительно к эпохе Ренессанса некорректно. А такое определение вполне логично «вытекает» из распространенного стереотипного подхода к медиакультуре как к культуре передачи и восприятия информации.

Во-вторых, феномен медиакультуры сопряжен с интенсивным развитием медиакommunikаций, которые, в сущности, и явились формой ее репрезентации. Эти процессы «отсылают» нас к рубежу XX–XXI вв., когда, собственно, и заявляет о себе медикультура в ее «классическом» виде.

Итак, мы определим медиакультуру как *особый этап развития мировой культуры*, соответствующий *постиндустриальному информационному обществу*. Исходя из временной локализованности медиакультуры, ее можно также определить как *постмодернистскую культуру общества потребления*.

Однако последняя «прописка» медиакультуры в научном обществе особо не котируется, и, в принципе, традиционно *медиакультуру*, как на уровне обыденного сознания, так и в научном сообществе, «увязывают» с феноменом *информационного общества*. В частности, это доказывает тот факт, что, согласно сайту «Статистика ключевых слов на Яндексе» (<https://wordstat.yandex.ru>), понятие «информационное общество» более чем в 66 раз популярнее понятия «медиакультура». Для нас это означает в первую очередь то, что россияне предпринимают попытки самоидентификации и сопряжен этот процесс с до недавнего времени футурологическим понятием информационного общества.

Термин «постиндустриальное общество» был предложен американским социологом Д. Рисменом в 1958 году. Произошло это в связи с тем, что в США ранее, чем в других странах, осознали отличия американского капитализма 1950-х годов от индустриального капитализма, системно описанного в трудах К. Маркса, но завершившего свое существование в годы Великой депрессии. В связи с этим в 1965 году по инициативе Американской академии искусств и наук была создана футурологическая комиссия. Ее возглавил профессор социологии Дэниел Белл. Целью комиссии стало построение прогностической модели социокультурной динамики США до 2000 года. Результаты работы этой комиссии были опубликованы в журнале «Дедалус» и стали отправной точкой в построении концепции постиндустриального общества, которое трактовалось как вектор перспектив мирового общественного прогресса.

Тогда же, в 1960-е годы с понятием постиндустриального общества стал конкурировать термин «информационное общество», введенный в научный обиход независимо друг от друга двумя учеными американцем Ф. Махлупом и японцем Т. Умесао.

Среди «отцов»-теоретиков постиндустриального (информационного) общества Д. Белл, З. Бжезинский, П. Друкер, Ю. Хабермас, Ф. Махлуп, Т. Умесао, М. Маклюэн и др. Невзирая на некоторые различия в интерпретации сущности информационного общества, исследователи на редкость единодушны в определении целого ряда его качеств.

Обозначим некоторые из них. Сущность общества – в интенсивном «курсировании» колоссальных потоков информации, обусловленным протекающей интернет-революцией и развитием медиакommunikаций и цифровых мультимедийных технологий. С точки зрения

экономического «базиса» информационное общество – продолжение капитализма, но только капитализма новой формации, в котором произошли статусные изменения в институте частной собственности, и основополагающим типом собственности постепенно становится, взамен собственности на производство и средства производства, собственность на информацию.

Значительную роль в постиндустриальном обществе играет теоретическое знание, распространение которого обеспечивает глобальная развитая сеть коммуникаций. Более того, поскольку информация становится товаром, изменяется отношение человека к информации и знанию. В итоге познание истины вытесняется прагматикой, и на знания смотрят с позиций выгоды.

Идея относительности истины, постулируемая в модернизме (начало XX в.), в информационном обществе получает логическое продолжение в теории симулякра Ж. Бодрийяра. Симулякр как копия без оригинала, как симуляция реальности возникает вследствие избытка информации, которая продуцируется разросшейся системой медиакоммуникаций, составляющих структурообразующие черты медиакультуры. Как справедливо отметил Н.О. Ноговицын, «предмет в медиакультуре перестает быть собой и становится чем-то иным». И если «в классической коммуникативной ситуации под значением... подразумевался предмет, а под смыслом – то событие, которое формируется автором сообщения и в котором данный предмет участвует», то «в формате медиа смысл и значение практически меняются местами». Значит, «место значения занимает сам субъект, в общем-то предопределяющий и ждущий целевое сообщение», а «предмет занимает место смысла и формирует то сообщение, которое рождается в данном образе» [10. С. 35–39].

Иными словами, порождающая значение миссия коммуникатора, равно как и образо-созидательная семиотическая маркировка предмета, в сущности, есть *мифотворчество медиакультуры*.

Об этом же феномене писал Р. Барт, сведший современные массмедиа к феномену социокультурной мифологии. Он отождествил понятия «идеология» и «современная мифология». Причем в бартовской интерпретации миф, продуцируемый массмедиа, маскирует идеологию, «заклинает» и «натурализует» («оправдывает») противоречия [12].

Собственно, об этом говорил и М. Маклюэн, рассуждавший не только о «технологичности языка медиа», но и о метафоричности любой коммуникации. Напомним, что, по М. Маклюэну, «все средства коммуникации – действующие метафоры» [11. С. 8–10].

В основе метафоры – рождение образа через перенос семантики с одного предмета (признака, действия) на другой на основе сходства (отличия). Вследствие этого метафора как таковая выражает процесс

аналитического, рационального, систематизирующего и типологизирующего отношения к действительности. И в этом коренное отличие метафоры от метонимии, создающейся переносом по смежности и репрезентирующей мир как сращенное единство на основе сопредельных, близких, легко понимаемых связей предметов и явлений. Поэтому мифу как таковому свойственна метонимическая образность. Об этом, в частности, размышлял и А.Н. Веселовский в «Истории эпитета» в связи с систематизацией процессов в эволюции эпитета от вещественного к метафорическому [13], и А.А. Потебня при исследовании взаимодействия «мысли и языка» [14].

Примеры подобных рассуждений, как отечественных, так и зарубежных ученых, можно множить, однако целью настоящей статьи является определение онтологической сущности медиакультуры. Поэтому подчеркнем, что онтология **медиакультуры неотделима от мифа**, и попытаемся разобраться с сущностью проявлений мифа в медиакультуре. При этом отметим, что **миф в медиакультуре обнаруживается не столько в ипостаси социокультурной мифологии** (это проявляется во всех типах культуры на протяжении ее мировой истории), сколько **как реконструкция паттернов первобытного сознания**.

В доказательство нашей гипотезы перечислим такие качества медиакультуры, как **визуализация информации; язык эмодзи как современный вариант пиктограммы; гиперссылки и хэштеги как технологии разрушения аналитизма линейного текста; «стадная этика» коммуникации в социальных сетях** (с четким делением участников на «своих» и «чужих» с последующим «затролливанием» последних).

Вне всяких сомнений, «специфика медиакультуры определяется ее символической природой и техническими возможностями средств ее реализации» [6. С. 17]. Поэтому Н.Б. Кириллова правомерно относит к ее основополагающим свойствам такие качества, как «высокую информационную емкость, легкость и убедительность чувственного (образного) восприятия, доминирование продуктивных возможностей над репродуктивными, скорость и широта трансляции и тиражирования, массовость и доступность» [6. С. 18].

Остановимся подробнее на такой характеристике медиакультуры, как преобладание наглядно-чувственного начала, т.е. **примат визуально-сенсорной подачи информации над абстрактно-аналитической**. В связи с этой характеристикой не следует забывать о том, что медиакультура – это культура не только эпохи развития высоких информационных технологий, но и «общества потребления».

Для «общества потребления» несомненен прагматический аспект медиакоммуникаций, что, думается, наиболее ярко демонстрирует реклама. Ибо, по меткому замечанию О.Н. Ткаченко, Д.Н. Крас-

нояровой, «визуализация стала неотъемлемым сущностным компонентом рекламной коммуникации», так как «невербальные компоненты рекламного сообщения позволяют передать больше информации, чем вербальные». Происходит это из-за «специфики восприятия рекламы», к которой относятся и «кратковременный характер» рекламного сообщения, и «информационный шум», и «множество посторонних объектов». В данных условиях, для усиления прагматического эффекта рекламного сообщения, необходимо, чтобы «фраза была представлена в виде некоего визуального образа» [15. С. 266].

Однако, по мнению О.Н. Ткаченко, Д.Н. Краснойровой, вследствие «количественного и качественного роста различных технологий визуализации», не только в медийном бизнесе и в частности, в рекламе, но и в современной культуре в целом возрастает роль визуализации в подаче информации. Поэтому трудно не согласиться с утверждением ученых, что «изначальное использование принципа визуализации в процессе передачи массовой информации становится основанием для его применения во всех сферах социокультурной жизни» [15. С. 265].

Но концептуальное утверждение того, что «визуальная коммуникация» имеет «креативную основу» [15. С. 265], представляется нам, по меньшей мере, спорным.

Докажем свою точку зрения. Так, в истории мировой культуры были прецеденты развития у людей творческого начала при помощи актов коммуникации. В связи с этим достаточно вспомнить, к примеру, методики преподавания в Древнем Риме, где акцент делался на риторических штудиях-импровизациях учеников (к слову, будущих государственных служащих и управленцев). Или, позднее, были состязания культистов и концептистов в Испании XVII, школа «метафизиков» Д. Донна в английском барокко. Примеры можно множить, но суть их остается неизменной: «креативность» во всех случаях развивалась посредством словесной импровизации, а не «застывшей» наглядной образности, актуальной как для пространственных искусств, так и для *первобытного творчества*, развивавшегося от статики к динамике, от наглядности к абстрактности, от чувственного образа к аналитике.

Поэтому, думается, визуальная подача информации, основанная на технологии наглядно-чувственной образности «застывшего мгновения», способствует отнюдь не формированию креативности, а, напротив, шаблонизации и стандартизации сознания, выхолащиванию аналитического мышления и формированию «людей кнопки», тяготеющих к алгоритмизированным и тестовым «форматам» жизни.

Подчеркнем, что безусловное превалирование визуальной коммуникации в медиакультуре как «культуре экрана», несомненно, свидетельствует о ее мифологической сущности. «Технологией» реали-

зации мифологических аспектов медиакультуры является процесс медиатизации.

Данный процесс был великолепно описан С. Жижеком в работе «Киберпространство, или невыносимая замкнутость бытия» [16]. Сущность медиакультуры он усматривает в феномене виртуальной реальности, порождаемой процессом медиатизации, который ***трансформирует человеческую природу, ибо человек, захваченный и погруженный в медиакультуру, сам становится продуктом новых информационных технологий***. Об этих метаморфозах человеческого естества С. Жижек пишет образно: «Тело, которое почти полностью “медиатизировано”, функционирует с помощью протезов и говорит искусственным голосом» [16].

Феномен медиатизации ранее становился объектом нашего исследования, и мы интерпретировали медиатизацию как «процесс, образующий ***когнитивно-ценностную модель культуры информационного общества потребления***» [18. С. 229]. Медиатизация способствует «ремифологизация сознания индивида (общества) и манипулятивное управление им», т.е. порождает так называемый информационно-финансовый тоталитаризм» [18. С. 230]. Мы доказали, что тотальная духовно-интеллектуальная несвобода человека возникает вследствие того, что «его сознание поработщено стереотипами и мифологемами, продуцируемыми медиакоммуникациями» [18. С. 231], образующими феномен медиатизации.

По меткому определению автора понятия Е.Л. Вартановой, «идея “человека медийного” – это идея человека, существование которого ***напрямую формируется процессом получения, потребления и осмысления медиатизированной информации***, медийной средой, и социальное, индивидуальное бытование фактически реализуется в информационных и коммуникационных процессах» [17] (курсив наш. – О.П.).

Процесс медиатизации порождает виртуальную реальность, ставшую предметом размышлений С. Жижека. Он исследует онтологическую природу виртуальной реальности, порождаемой новыми информационными технологиями, являющейся неотъемлемой частью медиакультуры. В частности, он пишет об этом: «Специфика статуса виртуальной реальности определяется различием между имитацией и симуляцией: виртуальная реальность не имитирует реальность, но симулирует ее с помощью сходства» [16]. По сути, при определении онтологической сущности медиакультуры он апеллирует к бодрыйяровскому концепту симулякра (как копии без оригинала и следовательно, симуляции реальности).

Статья «Киберпространство, или невыносимая замкнутость бытия» была написана С. Жижеком в 1980-е годы, когда интернет-революция только заявляла о себе. На настоящий момент феномен

виртуальной реальности не только всесторонне изучен, но и проведены исследования, проясняющие многозначность данного понятия.

В частности, исследователи выделяют, по меньшей мере, три подхода.

Согласно первому подходу, виртуальная реальность – это реальность, созданная компьютерными технологиями (А. Бюль, А.И. Воронов, Дж. Ланье и др.).

По второму подходу, виртуальная реальность – это субъективная («внутренняя», «психологическая») реальность, моделируемая индивидом в соответствии с его миропониманием, зачастую при посредничестве технических средств (В.С. Бабенко, С.А. Борчиков, Е.В. Ковалевская, Н.А. Носов, П. Тиллих и др.).

Третий подход к виртуальной реальности истолковывает ее как мир симулякров постмодернистской культуры общества потребления (Ж. Бодрийяр, Д.В. Иванов, С. Жижек, Е.Л. Жижек и др.).

В перечне свойств виртуальной реальности некоторые ученые указывают на такие качества, как «субъективность», «несубстанциональность», «эфемерность», «ирреальный характер» [22. С. 95]. Другие исследователи существенно дополняют перечень свойств виртуальной реальности, отмечая следующее: «Порожденность. Виртуальная реальность продуцируется активностью какой-либо другой культуры, внешней по отношению к ней. Актуальность. Виртуальная реальность существует ... только пока активная порождающая реальность. Автономность. ... В виртуальной реальности для человека, в ней находящегося, нет внеположного прошлого и будущего. Интерактивность. Виртуальная реальность может взаимодействовать со всеми другими реальностями, в том числе с порождающей, как онтологически независимая от них» [23. С. 33].

А.А. Гаврилов определяют виртуальную реальность как «несубстанциональную реальность, имеющую общественную природу, порожденную сознанием субъекта на основе образов, созданных в процессе взаимодействия человека с ... медиа, искусством, компьютерными технологиями, и существующую до тех пор, пока это взаимодействие длится». Исходя из данной трактовки, он выделяет три типа виртуальной реальности – «компьютерную, художественную и игровую» [22. С. 96]. Соглашаясь с данной трактовкой виртуальной реальности в целом, подчеркнем, что данное определение дано с позиций «философского дискурса» и не учитывает специфику проявления данного феномена в медиакультуре.

Медиакультура – порождение информационного общества, поэтому ***моделирование виртуальной реальности в медиакультуре происходит посредством медиатизации, при непосредственном участии высоких информационных технологий массмедиа.***

Находясь в парадигме виртуальной реальности, С. Жижек, ис-

толковывая современную культуру как культуру симуляций, дает чрезвычайно трагические прогнозы относительно ее существования. «Последствия различия между имитацией и симуляцией более существенны, чем может показаться, – пишет он. – В противоположность имитации, которая поддерживает веру в существование предсущей “органической” реальности, симуляция обратным ходом “денатунализует” саму реальность, обнаруживая механизм, ответственный за ее порождение» [16]. Иными словами, виртуальное человечеством воспринимается как реальное; граница между виртуальным и реальным, между «внешним» и «внутренним» размывается, и для человека (и человечества) наступает кризис самоидентификации. Причем это не столько кризис, сопряженный с самосознанием своей личности (это наличествовало и в другие эпохи), сколько кризис онтологии человека в бытийном пространстве «наличной» реальности.

С. Жижек предлагает классификацию «размывания» границы между виртуальной и «наличной» реальностями в информационном обществе.

Во-первых, «техно-биология снимает различие между “естественной” жизненной реальностью и “искусственно” порождаемой реальностью; уже сегодня генная инженерия (с перспективой свободного выбора пола, цвета волос, уровня интеллекта) делает живую природу технически манипулируемой сферой» [16].

Во-вторых, «“исчезновение реальности”... происходит... в связи с усилением “гиперреализма” образов, которыми бомбардируют нас средства массовой информации», причем, причем «мы воспринимаем только их цвет и контуры, но не глубину и объем» [16]. Иными словами, вследствие медиатизации происходит примитивизации восприятия, сопряженная с реконструкцией первобытных паттернов сознания.

В-третьих, «технология MUD (многопользовательских пространств) в киберпространстве размывает понятие “я” (самоидентификации) воспринимающего субъекта» [16]. В конечном счете, любой субъект «без всякого для себя травмирующего эффекта» должен «признать диссимиляцию его уникальной самости во множественность соперничающих агентов» [16]. Согласно С. Жижеку, эти три процесса идут последовательно и в итоге приводят к «взрыву идентичности индивида» [16].

Итак, в виртуальной реальности, порождаемой медиатизацией как неотъемлемым, сущностным качеством медиакультуры, происходит отчуждение человека от его биосоциальной природы и сущности посредством погружения в игровой мир симуляций. Данные феномены обуславливают кризис самоидентификации личности, наиболее наглядными проявлением которого становится *процесс тотального размывания границ* – между интимно-личностным и общественным,

между природно-естественным и «техно-биологическим», в самосознании – между глубинными ценностями и идеалами и игрой, симуляцией, сменой масок.

Уничтожение границы между природно-естественным и «техно-биологическим» в жизни современного человека демонстрируют как интенсивно развивающаяся научная отрасль генной инженерии, так и набирающая все бóльшую популярность пластическая хирургия.

Примером стирания границы между интимно-личностным и общественным в современном российском социуме являются контент «желтой прессы», в которой активно обсуждается личная жизнь публичных личностей; многочисленные телевизионные шоу «Пусть говорят», «Большая стирка», «За стеклом», «Дом-2: территория любви», «Холостяк» и т.п., обсуждение личных проблем обычными людьми вплоть до выяснения отношений по сотовому телефону в общественных местах и т.п.

Однако, сущностным проявлением стирания границы между виртуальной реальностью и «наличным» бытием в медиакультуре, несомненно, является *разрушение самосознания личности вследствие бегства современного человека от глубинных, имеющих статус сакральных, ценностей, в сферу игры, симуляции, смены масок*. Подчеркнем: происходит это бегство даже на уровне самосознания личности.

В доказательство наших рассуждений приведем событие московской трагедии, произошедшей 22 января 2018 года в формате электронного перформанса. Мы имеем в виду убийство студентом МГТУ им. Н.Е. Баумана Артемом Исхаковым его бывшей подруги-сожительницы, соседки по снимаемой квартире Тани Страховой. Совершив убийство на сексуальной почве, молодой человек описал свои переживания и, поставив на таймер, выложил их в Интернете, но уже после того, как сам был мертв, т.е. покончил с собой.

Эксцентрично-театрализованные убийства и самоубийства имели в мировой истории многократные прецеденты (достаточно вспомнить ритуальное двойное убийства Клейста и его возлюбленной Генриэтты Фогель). Мы не будем рассуждать о предельном эгоцентризме обоих участников трагедии, об их психиатрических и сексуальных проблемах, – все это более, чем очевидно. Для нас важно подчеркнуть то, какой резонанс получила эта история в сетевых обсуждениях (в Instagram, в ВКонтакте и др.). Подобно западноевропейским средневековым горожанам, катарсически созерцавшим акты смертной казни, сетевая «общественность» с упоением обсуждала личную жизнь главных героев трагедии, и даже систематизировала материалы [19]. Так, на контент сообщества «Артём Исхаков & Таня Страхова | инфа» сети «ВКонтакте» на 29 марта было подписано 2187 человек [19].

Мы полагаем, все это наглядно свидетельствует об эскапизме и

кризисе самоидентификации не только героев трагедии, но и российского общества в целом, о его тяготении к специфической форме интеллектуального эксбиционизма.

Дело Исакова – Страховой имело широкий резонанс в русскоязычном интернете. Авторы некоторых «психоаналитических материалов» обвинили жертву – Татьяну Страхову, якобы спровоцировавшую Артема Исакова на злодеяние. Авторы других, напротив, утверждали, что «виноват всегда убийца» [20]. К тому же девушки, возмущенные тем, что обвинялась жертва, публиковали в Instagram собственные фото в стиле ню, сопровождая их хештегом «#этонеповодубить». Мужская часть населения в то же время интересовалась: «Когда будут фотки могилы Татьяны? Вроде адрес-то знают, а съездить не могут и фото сделать» [19].

Думается, сущность описанных реакций виртуальной общест-венности выражает бахтинская концепция карнавальной культуры средневековья и, в частности, концепт «телесного низа». Феномен народно-смеховой средневековой культуры, по М.М. Бахтину, выражает амбивалентное, игровое отношение к миру и возникает в точке пересечения христианских и античных культурных традиций и ритуалов.

Структурообразующим началом бахтинской концепции карнавала является «идея об инверсии двоичных противопоставлений, то есть переворачивание смысла бинарных оппозиций». В стихии карнавала, который в средневековье проходил перед долгим постом, народ «прощается со всем мирским», и «все основные оппозиции христианской культуры и все бытовые представления меняются местами». Так, королем карнавала «становится нищий или дурак, трикстер» (т.е. противоположность творца – демиурга); «назначается карнавальный епископ, и кощунственно оскверняются христианские святыни», главенствует материально-телесный низ, так как «голова и половые органы меняются местами»; «слышится сквернословие, площадная брань» [21].

В стихии средневекового карнавала происходит реконструкция аграрного культа и в частности, «мифа о вечном возвращении» (в дохристианских мифах – Озириса, Диониса, Сераписа), т.е. символическое разыгрывание наступления «золотого века». Значит, в парадигме карнавальной культуры средневековья и Ренессанса, происходило травестирование христианских идеалов и ценностей и в имитационно-игровой манере подавалась античная эсхатология, восходящая к ритуалам в честь Диониса.

Иначе говоря, в ментальности средневековых людей происходила **десакрализация архетипов обеих культурных традиций**. Причем под архетипами мы, вслед за К.Г. Юнгом понимаем «коллективные универсальные паттерны», которые являются «основным содержанием религий, мифологий, легенд и сказок» [24. С. 451]. Исходом из

этой десакрализации стала Реформация, обнаружившая первый кризис христианства, и рождение гуманизма.

Думается, концептуально значимую «параллель» между народно-смеховой культурой средневековья и медиакультурой постиндустриального общества можно провести именно через типологически тождественное в них качество, а именно: десакрализацию архетипов. В частности, А.А. Лукьяненко пишет об особенностях бытия современников в хронотопе медиакультуры: «Усиление роли виртуальной реальности в социальном бытии человека приводит к ослаблению и вытеснению сакральных аспектов. Все большее развитие науки и технологий приводит к все бóльшей виртуализации социальной реальности и вытеснению сакральных ценностей» [25]. Как видим, ученый напрямую связывает процессы развития технологий и десакрализации архетипов через понятие виртуальной реальности.

Интереснейшую черту виртуальной реальности подметил Э.Ф. Асадулин. Анализируя генезис феномена виртуальности, он пришел к выводу о том, что «понятие виртуальной реальности зарождается еще на этапе предфилософии – магии и мифологии», ибо «магическая картина мира различает обычную (реальную) реальность, доступную внешнему восприятию, и иную, невидимую реальность, постигаемую с помощью телесного знания, знания сердца» [26. С. 24].

На первый взгляд, данное определение противоречит идее десакрализации архетипов, ибо утверждает миф и магию структурообразующими началами виртуальной реальности современного общества. Характерно, что Э.Ф. Асадулин некоторым образом подменяет понятия: то, что он обозначает в терминах «реальная реальность» и «виртуальная, невидимая, магическая, мифологическая реальность», – это в более традиционной терминологии называлось «потусторонним» и «посюсторонним» мирами. Представляется, ученый интуитивно осовременивает понятие «мифологической реальности», «увязывая» его с термином «виртуальная реальность». Происходит это потому, что виртуальная реальность, порождаемая медиатехнологиями и медиатизацией медиакультуры, строится *на реконструированных паттернах первобытного сознания*, которое непротиворечиво репрезентирует магия.

Подытожим наши рассуждения о медиакультуре.

Медиакультура – это стадия эволюции мировой культуры, соответствующая этапу постиндустриального информационного общества. Исходя из временной «прописки» медиакультуры, ее уместно также определить как постмодернистскую культуру и культуру общества потребления.

Неотъемлемыми свойствами медиакультуры являются система медиакоммуникаций и феномен медиатизации, которые, реконструируя паттерны первобытного сознания, обуславливают процесс моде-

лирования виртуальной реальности – зону эскапизма «человека медийного». Онтологическая сущность медиакультуры – в ее мифологической природе.

Ссылки

1. Цицерон М.Т. Тускуланские беседы /[Электронная библиотека] bookz.ru. [Электронный документ]: https://bookz.ru/authors/mark-tullii-ciceron/tuskulan_742/1-tuskulan_742.html (дата обращения: 04.03.2018).
2. Гуревич П.С. Величие и бесценность гуманитарного знания // Гуманитарное знание и вызовы времени / Отв. ред. С. Левит. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2014.
3. Силантьева О. СМИ и медиа: в чем различия / Silamedia. [Электронный документ]: <http://sila.media/multimedia/smimedia/> (дата обращения: 08.03.2018).
4. Почепцов Г.Г. Медиакоммуникации или журналистика: смена парадигмы /Пси-фактор. [Электронный документ]: <http://psyfactor.org/lib/media-communication-5.htm> (дата обращения: 17.03.2018).
5. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. М.: Академический проект, 2005. 400 с.
6. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2005. 448. с.
7. Фёдоров А.В., Рыжих Н.П. Программа учебного спецкурса для вузов «История медиакультуры» // Медиаобразование. 2007. № 3.
8. Фёдоров А.В. Программа учебного спецкурса для вузов «Основы медиакомпетентности // Медиаобразование. 2008. № 2.
9. Крюкова Н.А. Медикультура и ее роль в современном информационном обществе // Омский научный вестник. 2013. № 5(122).
10. Ноговицын Н.О. Смысл и значение в медиакультуре // Вестник СПбГУ. 2013. Сер. 6. Вып. 1.
11. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. М.: Гиперборей; Кучково поле, 2007. 464 с.
12. Барт Р. Мифологии // М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2004. 278 с.
13. Веселовский А.Н. Историческая поэтика. М.: Высшая школа, 1989. 434 с.
14. Потебня А.А. Мысль и язык. Киев, 1993. 192 с.
15. Ткаченко О.Н., Красноярова Д.К. Креативная основа визуальной коммуникации // Омский научный вестник. 2013. № 9 (122).
16. Жижек С. Киберпространство, или невыносимая замкнутость бытия // искусство кино. 1991. № 1. [Электронный документ]: <http://kinoart.ru/archive/1998/01/n1-article25> (дата обращения: 28.03.2018).

17. Человек медийный – новая ступень эволюции или приложение к гаджету ? // Наука и жизнь. 2018. № 3. [Электронный документ]: <https://www.nkj.ru/open/27523/> (дата обращения: 29.03.2018).
18. Павлова О.А. Медиатизация политики и беллетризация российской истории в репрезентации «русского вопроса» на страницах еженедельника «Литературная газета» // Современные медиакommunikации как информационная площадка межнационального и межэтнического диалога: Материалы международной научно-практической конференции. Т. 1. Краснодар: КСЭИ, 2017.
19. «Артем Исхаков & Таня Страхова | инфa». [Электронный документ]: <https://vk.com/public160799032> (дата обращения: 29.03.2018).
20. Виноват всегда убийца /Метакритика. [Электронный документ]: <http://telegra.ph/Vinovat-vsegda-ubijca-01-25> (дата обращения: 29.03.2018).
21. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. [Электронный документ]: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture (дата обращения: 29.03.2018).
22. Гаврилова А.А. Осмысление феномена виртуальной реальности в философском дискурсе // Омский научный вестник. 2014. № 2 (126). С. 93–96.
23. Носов Н. Виртуальная психология. М., 2000. 432 с.
24. Юнг К.Г. Человек и его символы. СПб., 1996. 193 с.
25. Лукьяненко А.А. Архетипические особенности репрезентации виртуальных феноменов // Общество: Философия. История. Культура. 2017. № 12. [Электронный документ]: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhetipicheskie-osobennosti-reprezentatsii-virtualnyh-fenomenov> (дата обращения: 30.03.2018).
26. Асадулин Э.Ф. Виртуальная антропология социально-исторического познания. СПб., 2009. 443 с.

МЕХАНИЗМЫ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

MECHANISMS OF SELF-REGULATION IN THE MASS COMMUNICATION SYSTEM

Аннотация. В статье рассматривается проблема саморегулирования системы массовых коммуникаций. На примере практики отечественных и зарубежных массмедиа охарактеризованы основные механизмы саморегулирования СМИ: кодекс профессиональной этики, совет по прессе, омбудсмен.

Abstract. The article deals with the problem of self-regulation of the mass communication system. The main mechanisms of self-regulation of mass media are described on the example of the practice of national and foreign mass media: the code of professional ethics, the press council, the ombudsman.

Ключевые слова: саморегулирование, кодекс профессиональной этики, совет по прессе, омбудсмен.

Keywords: self-regulation, code of professional ethics, press council, ombudsman.

В условиях трансформации медиaproстранства, приобретающего глобальный характер, изменения роли информационных ресурсов в функционировании и развитии социальных институтов, саморегулирование рассматривается в качестве альтернативной модели правового регулирования деятельности СМИ.

В Федеральном законе «О саморегулируемых организациях» в статье 2 указано, что «под саморегулированием понимается самостоятельная и инициативная деятельность, которая осуществляется субъектами предпринимательской или профессиональной деятельности и содержанием которой являются разработка и установление стандартов и правил указанной деятельности, а также контроль за соблюдением требований указанных стандартов и правил» [6].

Саморегулирование СМИ, как отмечает О.И. Мамонтова, «это система добровольной ответственности журналистов перед обществом, основанная на принципах профессиональной этики и заключающаяся в создании механизмов рассмотрения жалоб и разрешения конфликтов в сфере их профессиональной деятельности» [1. С. 5].

Эта интерпретация близка позиции Миклоша Харасти, который обозначает, что «саморегулирование СМИ – это совместные усилия профессионального сообщества средств массовой информации по доб-

ровольному определению принципов, руководящих работой редакции, и их соблюдению в открытом процессе информирования общественности. При этом независимые СМИ берут на себя долю ответственности за качество общественного дискурса в стране при полном сохранении редакционной самостоятельности в его формировании» [4].

В Путеводителе по саморегулированию СМИ, подготовленном Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ ОБСЕ, называются причины для поддержки и развития системы саморегулирования средствами массовой информации. Отмечается, что саморегулирование:

- является свидетельством ответственности СМИ перед обществом,
- содействует сохранению редакционной свободы и независимости,
- способствует повышению качества материалов СМИ,
- помогает свести к минимуму вмешательство государственных органов власти в процесс функционирования СМИ,
- способствует доступу представителей аудитории к продукции массмедиа.

В мировой практике этический кодекс, совет по прессе и омбудсмен рассматриваются как наиболее распространённые и эффективные механизмы саморегулирования СМИ.

Общенациональные профессионально-этические кодексы для журналистов действуют во многих странах мира. Например, в России, Греции, Индонезии, Италии, США, Франции они обсуждались и были приняты национальными союзами журналистов. Значительно реже кодексы принимают общенациональные советы по прессе, например, в Австрии, Великобритании, Германии, Турции, ЮАР. Существует также практика утверждения кодексов ассоциациями редакторов и издателей, как в Нигерии и Японии.

Наряду с национальными существуют отраслевые этические кодексы, предназначенные для работников различных видов СМИ – прессы, радио, телевидения, а также для журналистов, специализирующихся на освещении определённых общественных тем и проблем. В нашей стране – это Хартия телерадиовещателей России, Декларация Гильдии судебных репортеров «О принципах честной работы в жанрах судебного очерка и репортажа, а также журналистского расследования», Хартия телерадиовещателей «Против жестокости и насилия».

В большинстве крупных средств массовой информации приняты собственные профессионально-этические кодексы. Например, в Великобритании есть кодекс у газеты «Гардиан», у «Би-би-си»; во Франции – у тележурналистов TF1; в США – у газеты «Нью-Йорк таймс», агентства «Ассошиэйтед пресс». Также есть свои кодексы у газет «Арамот» (Армения), «Бангкок пост» (Таиланд), «Диена» (Латвия)

«Коррейо Бразилиенсе» (Бразилия), «Сюд Котидьен» (Сенегал), «Ио-миури» (Япония), телеканала «Аль-Джазира» (Катар).

Редакции российских СМИ также имеют собственные кодексы. К примеру, существуют «Правила профессиональной этики для сотрудников МТРК «Мир», в вологодской газете «Премьер» прописаны принципы редакционной политики издания, на радиостанции «Эхо Москвы» придерживаются «Правил для журналистов «Эхо Москвы» по работе в социальных сетях», а в газете «Известия» принята «Хартия взаимоотношений редакции газеты «Известия» и акционеров издания».

Разработка профессионально-этических кодексов является первым этапом развития системы саморегулирования СМИ. Для эффективного функционирования института саморегулирования важную роль играет создание специального независимого органа для осуществления контроля над соблюдением норм, прописанных в этическом кодексе и применения санкций к его нарушителям. Как правило, это советы по прессе, основная задача которых – рассмотрение жалоб на работу конкретного журналиста или редакции в целом, а также в коллегиальном и гласном принятии решений по итогам изучения фактов, указанных в обращениях.

В России таким органом саморегулирования с 2005 года является Общественная коллегия по жалобам на прессу. Соединение функций медийного саморегулирования и гражданского саморегулирования проявляется в делении Коллегии на две палаты: Палату медиасообщества и Палату медиааудитории, которые рассматривают жалобы заявителей (как физических, так и юридических лиц) на нарушение журналистами норм профессиональной этики. Каждая палата включает 25 членов, избираемых один раз в пять лет. Кандидаты, выдвигаемые в состав Коллегии, должны быть известны в обществе своими высокими морально-этическими и профессиональными качествами.

У Коллегии есть три региональных отделения: Казанская региональная общественная коллегия по жалобам на прессу (г. Казань), Уральская региональная коллегия по жалобам на прессу (г. Екатеринбург), Северо-Западная коллегия по жалобам на прессу (г. Барнаул).

С 2005 года Общественной коллегией было рассмотрено 176 информационных споров, касавшихся освещения негативных историй, связанных с детьми, несогласованного заимствования информации, нетолерантного отношения к меньшинствам, разжигания расовой, религиозной и национальной розни, ненависти к животным и многих других вопросов. В 2017 году Коллегией было рассмотрено 19 жалоб, с января по март 2018 года — 3 жалобы. В подаваемых в Коллегию заявлениях чаще всего среди нарушений норм профессиональной этики указывают на публикацию недостоверной информации, необъективность подачи сведений, которые порочат честь и достоин-

ство или деловую репутацию, а также отказ в предоставлении права на ответ или опровержение.

В практике Общественной коллегии есть такое понятие, как «черная метка». Это письменное уведомление СМИ о поступившей жалобе на его материалы. Редакция СМИ вправе не реагировать на данное уведомление, однако предоставление аргументированного письменного ответа или делегирование представителя на заседание Коллегии, демонстрирует высокий уровень профессиональной культуры СМИ и повышает градус доверия к нему со стороны общества. В таблице указаны СМИ, с жалобами на которые чаще всего обращаются в Коллегию, а также представлено соотношение количества жалоб и количества разбирательств, в которых принимали участие представители данных медиа.

Название СМИ	Количество жалоб	Количество разбирательств, на которых присутствовали представители СМИ
Газета «Московский комсомолец»	14	9
Газета «Комсомольская правда»	13	2
Телеканал «НТВ»	13	0
Телеканал «Россия»	12	0
Газета «Известия»	9	6
Радиостанция «Эхо Москвы»	8	7
Телеканал «РЕН-ТВ»	7	2
Газета «Российская газета»	6	1
Телеканал «ТВЦ»	5	5
Телекомпания «Пятый канал»	4	0

Саморегулирование может быть организовано как в рамках отрасли, так и в отдельном массмедиа. Во многих странах мира сегодня получил распространение институт омбудсмена.

Как правило, омбудсмен работает с материалами, опубликованными в конкретном СМИ. Он регулярно осуществляет взаимодействие между его журналистами и аудиторией. При получении жалоб и претензий последних, старается урегулировать конфликты, назревающие между ними.

На сегодняшний день в СМИ ряда стран есть омбудсмены (Австралия, Аргентина, Бразилия, Германия, Дания, Великобритания, Испания, Канада, Франция, США, Турция, Мексика, Индия, Зимбабве и др.) Как правило, они работают в редакциях качественных газет и общественных телерадиокомпаний.

В мировой практике представлены три национальных омбудсмена СМИ – в Ирландии, Швеции, и ЮАР, которые являются структурным элементом национальных советов по прессе. Все жалобы, поступившие в такой совет, сначала попадают к ним. Омбудсмен изучает их и пытается разрешить конфликты собственными силами, и только когда это ему не удастся, жалоба направляется в совет по прессе и там рассматривается. Или в случае, когда податель жалобы не удовлетворен решением омбудсмена, он также имеет право перенаправить её в совет.

Значимым направлением в развитии и поддержке институтов саморегулирования в мире является создание специальной Организации омбудсменов средств информации (Organization of News Ombudsmen). Это международное объединение, в состав которого входят представители средств массовой коммуникации из Аргентины, Бельгии, Великобритании, Швеции, США, Турции, Франции, Бразилии, Канады, Дании, Эстонии, Кении, Японии и других стран.

Саморегулирование на уровне омбудсменов важно для признания того, что массмедиа, призывая представителей аудитории к конструктивному диалогу, сами должны быть открытыми перед обществом.

Таким образом, развитие институтов саморегулирования является важным гарантом свободы и эффективной работы системы массовых коммуникаций.

Ссылки

1. Мамонтова О.И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом: автореф. дис. канд. филол. н. М., 2011.
2. Минбалеев А.В. Особенности саморегулирования средств массовой информации // Вестник ЮУрГУ. Серия «Право». 2014. Том 14. № 3.
3. Официальный сайт Общественной коллегии по жалобам на прессу [Электронный ресурс]. URL: <http://www.presscouncil.ru> (дата обращения: 28.03.2018).
4. Путеводитель по саморегулированию СМИ. Все вопросы и ответы / под ред. А. Улен и Д. Смита. Вена : Представитель ОБСЕ по во-

- просам свободы СМИ. 2008. 113 с. [Электронный ресурс]. URL : <http://www.ifap.ru/library/book287.pdf> (дата обращения: 12.03.2018).
5. Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. 2-е изд. испр. и доп. / под ред. Ю.В. Казакова. М. : ИД «Стратегия», 2004. 400 с.
 6. Федеральный закон «О саморегулируемых организациях» от 01.12.2007 № 315-ФЗ (последняя редакция) // Консультант Плюс [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72967/ (дата обращения: 16.03.2018).

ИННОВАЦИОННЫЕ РЕЧЕВЫЕ ПРОЦЕССЫ В СТРУКТУРЕ МАССМЕДИА

INNOVATIVE SPEECH PROCESSES IN THE STRUCTURE OF THE MASS MEDIA

Аннотация. Новые речевые процессы в массмедиа в сильной степени воздействуют на становление речевых норм. В речевом облике СМИ наблюдается тяготение к варваризмам, заимствованиям, сленгу. В эфире обнаруживаются многочисленные ошибки. Общее снижение культуры в журналистской среде показывает, что СМИ теряют свою образовательную функцию, становясь средством развлечения.

Abstract. New speech processes in masses-media give strong influence upon the formation of the speech rates. The speech image of masses-media finds the adherence to barbarism, borrowing, slang. We can find multiple of mistakes while broadcasting. The general reduction of culture in the sphere of journalistic shows, that mass-media may lose it's educational function, becoming the facility of the amusement.

Ключевые слова: речевой имидж, речевая норма, варваризм, сленг, вещание, массмедиа.

Keywords: keywords: speech image, speech rate, barbarism, slang, broadcasting, mass-media.

С 90-х гг. XX века в эфире началась эпоха речевой раскрепощенности, которая привела к серьезным изменениям речевого облика электронных массмедиа. В борьбе за внимание слушателя/зрителя журналисты стали обращаться к самым низменным потребностям публики, нередко довольствуясь «формированием коммуникативного квазипортрета потенциального реципиента на основе своих субъективных представлений о нем» [3. С. 122]. Излишне цензурированный и обезличенный «новояз» сменился другим «новоязом», который ныне критикуют уже за излишнюю ненормированность. С возникновением конкуренции в эфире обнаружилось, что позитивный образ диктора воспринимается аудиторией как искусственный и менее интересный публике, чем эпатажный имидж ар-джея, в речевом имидже которого в сильной степени проявилась небрежность в использовании сленга, новейших лексических заимствований и новообразований.

Как показывают опросы общественного мнения, молодежная аудитория относится к нарушениям речевых норм и активному вторжению заимствований гораздо терпимее, воспринимая некорректное поведение в эфире как смелость, яркость, индивидуальность. Еще от-

носителем недавно на радио был чрезвычайно распространен такой прием завоевания популярности, как подчеркнутый эпатаж. Почти все «радио-легенды» 1990-х и начала 2000-х гг. заработали себе имя на скандалах. Сегодня ситуация несколько изменилась. Массовая аудитория начала пресыщаться подобным стилем ведения эфира, и многие коммерческие радиостанции скорректировали свою вещательную политику. В настоящее время редакторы и ведущие отвергают речевую агрессию в эфире. По мнению М. Набоковой, нужно «обращаться к слушателю, как к равному, но в тоже время не допускать панибратства. Небольшую дистанцию нужно держать, даже если звонит родная бабушка» [5]. Сходное мнение высказывает С. Комаров: «Для успешного коммерческого вещания необходимо позиционировать себя в эфире со слушателями уважительно, на равных, по-партнерски, не допуская при этом заигрываний и всегда отвечая за свои слова» [2]. Важно заранее просчитать варианты развития беседы, «задать тон разговора и быть в нем хозяином положения, держать процесс под контролем; тогда ты выйдешь победителем из любой, даже самой щекотливой ситуации» [1].

Как представляется, переходный период уже завершен, активные процессы в языке пошли на спад. По мысли специалистов [4], количество говорящих уменьшается, а количество слушающих увеличивается. Более того, та устная речь, которую мы слышим, – это преимущественно речь, порождаемая в системе СМИ различными техническими устройствами: радио- и телевизионная речь, записи на компакт-дисках, аудио- и видеокассетах, речь в компьютерных записывающих устройствах и т. п. На подобное воздействие возможна лишь пассивная реакция адресата. Все попытки интерактивного общения в сфере массмедиа принципиально не меняют общую ситуацию. Усилившаяся внешняя диалогизация в эфире по сути является искусственным диалогом. Единственно, звучание ненормированной речи дозвонившегося в студию во время трансляции слушателя в еще более сильной степени способно «расшатывать» ранее сложившиеся языковые нормы, поскольку дает доступ к эфиру недостаточно образованному рядовому носителю языка.

На восприятие звучащей речи во многом влияет и фоновый характер теле-радиовоздействия, при котором информация оценивается лишь как фон к какой-либо другой деятельности. Поэтому речь в СМИ перестает быть информационно значимой, теряет роль эталона и не выполняет прежней образовательной функции. Если диктор в прошлом мог быть дисквалифицирован только за неверный интонационный посыл сообщения, то нынешнего ведущего не смущают даже грубые лексические и грамматические ошибки. Анализ современного вещания позволяет выявить типичные речевые ошибки ведущих. Это употребление слов в несвойственном им значении; неустраненная

контекстом многозначность, порождающая двусмысленность; плеоназм и тавтология, смешение паронимов; ошибки, связанные с сочетаемостью слов. Частотными являются акцентные нарушения. Самым распространенным типом лексической ошибки является нарушение лексической сочетаемости, обусловленное приблизительным знанием значения слова, например, «участники «Голубого коридора» организовали небольшую сцену», «поднять тост», «еще пара сообщений», «уделить значение». Достаточно часто встречается смешение паронимов (близких по звучанию слов): «проистекают процессы» (вместо «протекают»), «представить слово» (вместо «предоставить»), «орден Андрея Первозданного (правильно — «Первозванного») и т.п.

Как представляется, отношение к языковой норме отражает общее снижение культуры в журналистской среде, поскольку к эфиру допускаются люди, не получившие системного журналистского или филологического образования и, соответственно, имеющие лишь отрывочные познания в языковой сфере, которые они самонадеянно и беспардонно навязывают окружающим. Нередко даже в прямых трансляциях ди-джеи поправляют слушателя, пытаясь навязать английский вариант акцентирования слова «мАркетинг» как единственно правильный, хотя словари фиксируют сосуществование двух вариантов ударения: мАркетинг и маркЕтинг.

Причиной нарушений языковых норм в эфире может стать и спешка при прямых трансляциях программ или недостаток опыта (из-за «текучки кадров»). Особенно часто в спонтанной речи ведущего встречаются фигуры речевой избыточности (тавтология и плеоназм), например, «эта клубная карта позволит вам хорошо провести время и предоставит ещё другие всевозможные шансы и возможности», «патриот Родины», «а я люблю месяц май». Вред от ненормативной речи тем сильнее, чем более популярен ведущий. Фраза с ошибкой, произнесенная хорошо поставленным голосом харизматичного ди-джея, заставляет даже грамотную часть аудитории засомневаться в своей языковой компетенции. Даже неудачно сконструированный неологизм (грамматически и лексически) в речи популярного ведущего может войти в речевой обиход социума. Например, «написывать» в значении «писать» («он ей пишет все время»), «строить отношения» (вместо «ухаживать»), «сливать» («предавать»).

Общество под воздействием речевой агрессии СМИ постоянно находится в состоянии коммуникативной неопределенности, смещающей все привычные правила. Даже информационное вещание теряет официальность. Главной целью становится не информировать, а создавать хорошее настроение. Сегодня в эфире преобладает относительно новое для российских СМИ направление — инфотеймент, когда новости передаются под девизом «информируя развлекай». Если юмор и игривость в передаче служат средством, тогда это оправдано, но на-

стороженность вызывает ситуация, когда развлечение в информационном дискурсе становится самоцелью. В результате в речевой практике СМИ происходит восстановление того типа публичной речи, который был широко развит в светских салонах России 19 века, а затем ушел из речевого обихода эпохи. Имеется в виду формирование массива публичной фатической речи [< гр. *photos* — сказанный < *phanai* — говорить, сказать; возможно, от лат. *fatuus* — глупый]. Такой тип речи существует только для установления и поддержания контакта между собеседниками. Именно этот вид общения в настоящее время преобладает в многочисленных радиопередачах fm-диапазона.

Приведем пример фатического общения ди-джея со слушателем в типичном диалоге-привете: — *Алло, здравствуйте, как Вас зовут?/- Мария./- Мария, с чем вы к нам?/- С «приветами»./- Давайте./- Хочу передать привет маме, сестре./- Что-нибудь скажете им особого или не надо?/- Они все сами знают./- Ясно, то есть баловать их не хотите. Что поставим для них?/- Поставим А. Варум («Динамит FM»).*

При фатическом использовании языка для собеседников важным становится не столько вербально выраженный смысл фразы, сколько особенности ее интонирования. Радиодialog не позволяет применять просодические модели, обнаруживаемые при естественном общении. Слушающая аудитория невольно усваивает новую интонационную манеру.

Несмотря на имеющиеся значительные расхождения в звучании различных радиостанций и телеканалов, общим для речи современных ведущих можно считать восходяще-нисходящий акцент (без удлинения гласного). Он обычно используется как своеобразный завершитель сообщения и символизирует нечто вроде «обратите внимание!». Такое же завершение стало привычным в заключительных призывах рекламы: «Звоните! Заходите!». У русского слушателя старого поколения такая речевая манера создает впечатление излишней экзальтированности.

Надо отметить, что на просодическую манеру современных ведущих в значительной степени влияет стремление подражать модным стереотипам иноязычного вещания. Это не всегда приводит к положительным результатам. Возобладавшее сегодня в дикторской речи сильное сужение мелодического диапазона в русской естественной речи оценивается негативно не только как физическое несовершенство голоса, но и как эмоциональная холодность выступающего. «Американский» имидж сегодняшних ведущих характеризуется убыстрением темпа, что вызывает общее сужение диапазона. Новое просодическое оформление ассоциируется у привыкшей к иному стереотипу аудитории с обезличенным типом чтения, когда все факты подаются

как имеющие одинаковое значение, и вызывает раздражение. Но молодое поколение, воспринимая свежую манеру чтения как «стильную» и модную, начинает ее перенимать, неосознанно уничтожая тем самым глубинные основы русской фонетической системы.

СМИ подошли к слушателю на предельно близкое расстояние, что проявляется в увеличении количества различных реалити-шоу, ток-шоу, в намеренном допущении к микрофону непрофессионалов речи. Даже ведущие информационных программ перестали быть только «говорящими головами» и начали общаться со зрителем, рассказывать ему о последних новостях, а не читать пресс-релизы правительства. Иногда подобный подход оправдывает себя, привлекая аудиторию и поднимая рейтинг программ интимизацией и диалогизацией эфира. Современный эфир требует четкой структурной организации выступления (создание моделей-стереотипов диалогов, облегчающий контакт с аудиторией). Так, у ведущих на радио всегда есть список-набор речеповеденческих стереотипов (ситуативных высказываний и вокализаций), которые детерминируют во время эфира. Допускается использование лишь строго определенного просодического оформления. Условно строго детерминированное голосовое оформление отдельных фраз и вокализаций в радиоречи можно обозначить термином «просодическое клише». Аудитория невольно интуитивно овладевает этими клише.

Однако стремление к уникальности и эмоциональности в эфире приводит к появлению множества речевых приемов, неприемлемых даже при личном контакте. Нередко личность ведущего и установки редакции перестают соответствовать требованиям грамотного, культурного эфирного выступления, а журналисты перенимают тон, стиль, лексику общения люмпенизированных групп. К сожалению, речевой облик телерадиоканалов сегодня складывается под весьма существенным влиянием не столько разговорности, сколько просторечности и даже диалектов. В последнее время активизировался сленг, зародившийся в социальных сетях Интернета, которые постепенно пытаются занять нишу СМИ.

Таким образом, обнаруживается глобальный процесс речевых изменений в эфире, обусловленных новым характером взаимоотношений с аудиторией, для которой речь медиа-модераторов перестала быть образцовой. Она нередко воспринимается лишь как общение с собеседником, транслирующим модные коммуникативные тенденции.

Ссылки

1. Зверев А. Последствия языковой моды. // Журналист. 2011. № 2.
2. Интервью Сергея Стиллавина // Радиозвук. Рус. 2007 [Электронный ресурс]. URL: <http://radiozvuk.com/content.php?r=128-stillavin-1>. (дата обращения 19.02.2018).
3. Колесов В.В. Язык города. М.: Высш. шк., 1991.

4. Русский язык и культура речи. Учебник / Под. ред. В.И. Максимова. М.: Гардарики, 2001.
5. Набокова М. Работа с ведущими эфира (ди-джеями) на радиостанции. Часть 1./ Звукорежиссер. 2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://rus.625-net.ru/audioproducer/2007/10/radio1.htm>. (02.02.2018).
6. Ольшевская Р.В. Роль просодии в создании целостного эмоционального диалога-унисона // Функциональная просодия текста / Сб. научн. трудов МГПИИЯ им. М. Тореца. 1982. Вып. 201.

ДУХОВНЫЙ ПОДТЕКСТ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКАРТИНЫ МИРА

SPIRITUAL SUBTEXT OF THE WORLD'S MODERN MEDIA PICTURE

Аннотация. Охарактеризован тотальный кризис нравственности, охвативший средства массовой информации, показаны его духовные истоки. Обрисованы возможные пути выхода из тупика.

Abstract. A total crisis of morality involving mass media is characterized, its spiritual sources are shown. Possible ways of overcoming the deadlock are described.

Ключевые слова: медиакартина, массмедиа, информационный поток, нравственные ценности, духовная консолидация, кризис.

Keywords: media picture, mass media, information flow, moral values, spiritual consolidation, crisis.

В данной статье правомерно поставить вопрос о целесообразности использования во многих работах журналистиковедческого профиля понятия «медиакартина мира». Следует отметить, что оно отсылает нас «к объектам умозрительным и идеальным», причём «ни один субъект не в состоянии воспринимать эти объекты с помощью органов чувств» [13. С. 124]. Можно согласиться с тем, что такая картина является «особой формой знания» [9. С. 46], правда, хотелось бы, чтобы авторы, использующие подобные характеристики, раскрывали бы эту «особость», а заодно договорились бы о том, без каких параметров медиакартины обойтись нельзя, а какими можно и пренебречь. В противном случае получится, что каждый вкладывает в выражение «медиакартина мира» нечто своё, глубоко окказиональное.

Какие же информационные потоки формируют очень условную и абстрактную современную медиакартину? В первую очередь и преимущественно полужёсткие потоки¹, в создании которых самое активное участие принимают профессиональные производители информации, предназначенной для массового потребления через открытые каналы связи. Традиционно считалось (и считается), что массмедиа поставляют обществу социально значимую информацию. Однако в связи с существенными изменениями ценностных ориентаций в постиндустриальную эпоху это представление нуждается в корректировке. Как показывают рейтинги, в современном мире все события

¹Типология и характеристика информационных потоков приводятся в одной из статей автора настоящего исследования (см.: [13. С. 126]).

равно актуальны: и военная операция в Сирии, и факт завершения писателем работы над романом про Эраста Фандорина, и пожар в торговом центре, и подаренный президенту пододеяльник ручной работы. По верному наблюдению Милана Кундеры, «ни одно событие не остаётся актуальным в течение всей своей длительности, но только в течение весьма короткого отрезка времени, в самом начале» [8. С. 84]. Другими словами, актуальность – это временное скоропреходящее свойство, приписываемое событию отправителем. «... Вне средств массовой информации и без них, – замечает И.В. Силантьев, – мир в принципе не был бы таким насыщенно событийным – и даже порой таким избыточно событийным» [11. С. 93].

Медиакартину можно сравнить с живым ковром, сотканным из нитей разного цвета, длины и прочности, причём окраска, интенсивность цвета и форма узоров на нём постоянно меняются. Неизменной остаётся лишь тёмная изнанка ковра, верная духу времени. По словам Святейшего Патриарха, «сегодня в нашем греховном мире на человека обрушивается информационный поток, который так или иначе формирует греховный образ мыслей» [7. С. 296]. Характеризуя нашу эпоху, архимандрит Андрей (Конанос) уточняет: «Трагично не то, что мы совершаем грехи, а то, что мы имеем дерзость и превращаем грех в способ существования» [1. С. 148]. Для современных людей, говорит преподобный Паисий Святогорец, грех стал «признаком прогресса» [2. С. 78].

Чем же озабочены современные массмедиа? Главное – раньше других сбросить в аудиторию информацию, которая в дальнейшем получит статус новости, уточнения, разъяснения, заблуждения или чего-нибудь ещё. За информационным поводом гоняться не надо – он у тебя под рукой, и слепить информацию можно при желании из чего угодно, почти что из ничего. Каким критериям должна отвечать информация? Во-первых, – и это главное – она должна соответствовать идеологическим установкам того конкретного средства массовой информации, которое представляет журналист. «СМИ поддерживают точку зрения и защищают интересы крупных компаний и государственных структур, от которых находятся в финансовой зависимости», – констатирует Афанасий Зоитакис [2. С. 43]. Во-вторых, информация должна быть или, во всяком случае, должна казаться свежим продуктом, а не залежалым товаром. В-третьих, она должна содержать «изюминку», то есть вызывать интерес современной аудитории, которую можно «расшевелить», если умело разбудить её инстинкты.

Что касается принципа достоверности информации, то он понимается сегодня в плане соответствия информации выбранному дискурсу, а не денотату. Как отметил А. Зоитакис, СМИ «подают только выгодные им факты, дозируют информацию, порой пользуются непроверенными и даже заведомо вымышленными данными» [2. С. 42].

Гарантом непредвзятости журналиста могла бы стать его духовная культура и гражданская позиция, однако эти качества обществом ныне не востребованы.

Особенностью новейшего периода являются перманентные информационные войны, в рамках которых «факты» получают контрастную интерпретацию с обеих сторон, а «комментарии» превращаются в соревнование двух противоборствующих сторон во взаимных обвинениях. В медиатекстах, участвующих в информационном противоборстве, особую роль начинают играть такие функции и подфункции, как идеологическая, пропагандистская, дезинформативная, социального управления, дифференцирующая, распространительская, перформативная¹. В информационной войне убийства, ранения, оскорбления, унижение человеческого и национального достоинства осуществляются посредством слова, причём в информационное поле вовлекаются многочисленные группы населения, участвующие в обсуждении медиатекстов в чатах, социальных сетях, на сайтах и других интерактивных площадках. Информационная война несёт реальную угрозу «нанесения ущерба национальным интересам в информационной сфере» (Ч. IV, ст. 23б) [5]. Особое беспокойство вызывают последствия информационных войн, не учитываемые их идеологами: «школа вражды» участников таких войн негативно сказывается в дальнейшем на их социальной и профессиональной деятельности, создавая потенциальную угрозу социальной стабильности общества.

Собственно говоря, тотальный кризис нравственности возник не в последнюю очередь благодаря взятому на вооружение «ложному принципу», глубокий анализ которого дал в одной из своих проповедей Святейший Патриарх. «Мы живём в такое греховное время, – отметил он, – когда само существование и успешное функционирование цивилизации всецело основано на этом ложном принципе жизни. Человеческие потребности искусственно взращиваются и стимулируются, номенклатура товаров бесконечно расширяется, а планка нормы потребления постоянно поднимается теми, кто зарабатывают на этом деньги. Главная цель в этом самовозобновляющемся цикле удовлетворения и умножения потребностей – заставить нас с головой и душой погрузиться в материальный мир, окончательно превратив человека разумного в человека потребляющего. На разжигание в человеке похоти потребления работают не покладая рук реклама, мода, массовая культура, средства информации. Их усилиями формируется и поддерживается философия жизни потребляющего общества, где законом является то, что новое лучше прежнего уже только потому, что оно новее. При этом человек потребляющий не отдаёт себе отчёта в том, что сам он становится объектом потребления со стороны тех, кто пла-

¹Характеристика функций дана в специальной работе, посвящённой системе функций журналистики: [14. С. 54–56].

нируют, производят, рекламируют и реализуют всё увеличивающийся избыток товаров и услуг» [6].

В XXI столетии наряду с рекреативной функцией властно заявляет о себе моделирующая функция медиатекстов. Журналистская модель мира имеет мало общего с реальностью: она не менее фантастична, чем художественная модель мира, при этом более опасна, поскольку внедряется в сознание аудитории под видом модели реального мира. На примере газеты «Комсомольская правда» это хорошо показал И.В. Силантьев.

«Как всякий нормально сделанный таблоид, – отмечает исследователь, – эта газета не информирует, и даже не дезинформирует, а открывает перед читателем какой-то свой, особенный мир героев, вещей и событий, не имеющий прямого отношения к тому миру, в котором живёт и которому свидетельствует своим существованием читающий эту газету обыватель. На языке семиотики такую газету можно охарактеризовать как коммуникативно динамический мир знаков, которые только притворяются, что отсылают к известным денотатам, но на самом деле осуществляют своего рода референциальную подмену и отсылают читателя к специально сконструированным в этой газете сигнификатам и коннотатам» [11. С. 116].

На кого же рассчитаны тексты с доминирующей моделирующей функцией? В первую очередь, на «доверчивую» аудиторию, которая составляет не менее одной трети всех потребителей информации. Однако негативные последствия тотальной обработки населения информацией, содержащей, к примеру, чуждые ценности, не стоит недооценивать, имея в виду, в первую очередь, менее защищённое подрастающее поколение. Такая информация не отвечает национальным интересам страны и вступает в противоречие со ст. 12 Доктрины информационной безопасности Российской Федерации [5].

«Большие» аналитические жанры в современной российской журналистике непопулярны. На смену им приходят микрожанры и минитексты, небрежное письмо, скороспелые заключения. «Газеты, журналы, радио- и телепередачи, – отмечает А. Зоитакис, – всё больше и больше походят одна на другую: их содержание, редакционные комментарии всё менее и менее разнообразны» [2. С. 43]. Одна из причин такого положения дел заключается в том, что современные СМИ «предстают как некая гипер-фабрика производства и распространения общественно значимой информации», в которой работают «технологии дискурсов – новостного, рекламного, развлекательного, политического и др.» [11. С. 35]. Журналистика отвернулась от чуда реальной жизни и от человека с его насущными потребностями, поэтому повсюду пожинает плоды массового недоверия к себе.

С сожалением приходится констатировать, что развлекательный дискурс, традиционно чуждый традициям национальной русской ли-

тературы и публицистики, укоренился в современных российских СМИ. Даже недавняя мартовская трагедия в Кемерово, унёсшая десятки человеческих жизней, не прервала потока развлекательных передач, заполонивших российское телевизионное пространство. Обратимся, однако, к сравнительно «безобидным» зрелищам. Популярнейшее капитал-шоу «Поле чудес» уже второе десятилетие не сходит с экранов Первого канала Российского телевидения. Ведущий шоу – журналист со стажем Леонид Якубович, рассказывая о своей работе, в частности отметил: «XXI век на дворе. Девять взрослых человек с образованием полтора или два часа всерьёз на глазах у всей страны по буквам угадывают слово. Это диагноз. Это шизофрения» [12]. Откровенные признания ведущего вызвали бурю возмущений в журналистской среде. Журналистское сообщество вдруг вспомнило о том, что существует некая «профессиональная этика». «Вечерняя Москва» посвятила «событию» даже целую колонку. Колумнист не без иронии резюмировал: «Хуже нет – зарабатывать на народной любви и считать свою “паству” тупыми нищebroдами. Впрочем, у нас большинство “звёзд” так себя и ведёт. Якубовичу – спасибо за честность, конечно» [4]. Сам ведущий вынужден был защищаться: «Что касается вчерашней шумихи... В мире много происходит плохого и хорошего. Чтобы писать об этом, надо глубоко разбираться в своей теме, надо быть журналистом. А для того чтобы распространять сплетни и слухи, не разобравшись в ситуации, ничего не надо. И журналистом тоже быть не надо» [15]. В этой реплике любопытно качество, выделенное Якубовичем в качестве «пробного камня» профессии, – «глубоко разбираться в своей теме». Похоже, ведущий отказывает своим коллегам в профессионализме. А может быть без этого качества его коллеги прекрасно обходятся? Точку в этой невесёлой истории поставила пресс-служба Первого канала: «Цитата Леонида Якубовича была вырвана журналистами из контекста и относилась вовсе не к оценке игроков, а тому, как Якубович работает с участниками до начала съёмки, чтобы снять напряжение» [12]. Мелкотемье, «мышинная возня», сенсации и скандалы «на голом месте» заполняют медийное пространство, лишённое нравственных опор. У каждого своя личная «истина».

Процесс насаждения чуждых российскому народу идей, ценностей и идеалов начался не сегодня. Насадители знали, что для успешного внедрения идеологием необходимо наличие благоприятной среды. Именно массовая духовная индифферентность, или бездуховность, и явилась самой что ни на есть благоприятной средой. Сейчас уже очевидно, что внедрение чуждых нам идей, ценностей и идеалов зашло слишком далеко, создав угрозу национальной безопасности, что нашло отражение в новой Доктрине информационной безопасности Российской Федерации (2016). Одним из основных направлений обеспе-

чения информационной безопасности в области государственной и общественной безопасности стала «нейтрализация информационного воздействия, направленного на размывание традиционных российских духовно-нравственных ценностей» (Ч. IV, ст. 23к) [5].

В Приветствии Святейшего Патриарха Кирилла участникам XVII Всемирного конгресса русской прессы, в частности, говорилось: «Массовая информация – характерная и яркая черта современной цивилизации. Это сложный и противоречивый по своей природе феномен, который, с одной стороны, может объединить людей из разных уголков планеты, с другой же – разъединить и разобщить даже тех, кто находится друг от друга на расстоянии вытянутой руки. И это свойство средств массовой информации обуславливает большую ответственность специалистов, трудящихся в медийном пространстве, поскольку их навыки и опыт могут быть использованы в чьих-то корыстных интересах как инструмент формирования мнения людей на основе ложных и опасных идей. Поэтому одна из важнейших задач, стоящих сегодня перед журналистом, – всей своей профессиональной деятельностью утверждать истину и традиционные духовно-нравственные ценности, препятствуя манипуляции общественным сознанием» [10].

Возврат к традиционным духовным ценностям сродни выздоровлению после тяжелой продолжительной болезни. Случится он или нет – сказать трудно. Рецепт, на первый взгляд, прост. «Если бы на телевидении, – замечает архимандрит Андрей (Конанос), – пропагандировались высокие жизненные идеалы, нравственные ценности, то это вдохновляло бы людей на добро». «Но, – прибавляет архимандрит, – ... такие вещи не популярны сегодня, а популярно другое, то, что показывают, то, что пользуется спросом» [1. С. 337].

Ещё в 1990-е годы публицист и литератор Сергей Баймухаметов сокрушался: «Наш цех смертельно болен, наша репутация и само наше честное ремесло под угрозой» [3. С. 46]. Чтобы вернуть доверие народа, журналистское сообщество должно стать самой здоровой частью российского общества, заботящейся о насущных проблемах своей аудитории. Духовная консолидация перед лицом глобальных угроз – единственно адекватный ответ нашего народа на вызовы современности.

Ссылки

1. Андрей (Конанос), архим. Не бойся радоваться!: Беседы о православии. 2-е изд. М., 2017.
2. Афонский цветослов: Православный календарь 2018. М., 2017.
3. Баймухаметов Сергей. «И зачем ты, Вася, такой разухабистый...» // Журналист. 1997. № 10.
4. Бокашева Лера. Крутите барабан, Якубович // Вечерняя Москва. 2018. 26 фев.

5. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: // <https://rg.ru/2016/12/06/doktrina-infobezobasnost-site-dok.html> (дата обращения: 20.03.2018).
6. Кирилл, Святейший Патриарх Московский и всея Руси. О воспитании плоти. Слово за литургией... (14 марта 2003 г.) // Кирилл, Святейший Патриарх Московский и всея Руси. Тайна покаяния. Великопостные проповеди (2001-2011) [Электронный ресурс]. URL: <https://azbyka.ru/propovedi/velikopostnye-propovedi-patriarkha-kirilla.shtml> (дата обращения: 15.03.2018).
7. Кирилл, Святейший Патриарх Московский и всея Руси [Фрагмент проповеди] // Патриарший Календарь на 2018 год с приложением. М., 2017.
8. Кундера Милан. Неспешность // Кундера М. Неспешность. Подлинность: Романы. СПб., 2005.
9. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студ. вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2010.
10. Приветствие Святейшего Патриарха Кирилла участникам XVII Всемирного конгресса русской прессы [Электронный ресурс]. URL: // <http://www.patriarchia.ru/db/text/4112707.html> (дата обращения: 19.03.2018).
11. Силантьев И.В. Газета и роман: Риторика дискурсных смещений. М., 2006.
12. Скандал с Якубовичем: комментарий Первого канала [Электронный ресурс]. URL: // <http://www.tele.ru/news/skandal-s-yakubovichem-kommentariy-pervogo-kanala/> (дата обращения: 19.03.2018).
13. Чередниченко В.И. Массовые информационные потоки в свете синергетического подхода // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22. № 1. С. 123-129.
14. Чередниченко И.В. Функции журналистики // Чередниченко В.И., Чередниченко И.В. Теория журналистики. Ч. 1. Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2002.
15. Щёкина Дарья. Якубович обвинил СМИ в создании шумихи вокруг его слов о шизофрении [Электронный ресурс]. URL: // <https://360tv.ru/news/obschestvo/jakubovich-obvinil-smi-v-sozdanii-shumihi-vokrug-ego-slov-o-shizofrenii/> (дата обращения: 21.03.2018).

З.И. Цховребова (Южная Осетия),
заслуженный журналист РЮО,
гл. ред. МИА «Южная Осетия сегодня»

АВГУСТОВСКАЯ АГРЕССИЯ И ПРИЗНАНИЕ РОССИЕЙ НЕЗАВИСИМОСТИ ЮЖНОЙ ОСЕТИИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ СМИ: ПОСЛЕДСТВИЯ И УРОКИ

AUGUST AGGRESSION AND RUSSIA'S RECOGNITION OF INDEPENDENCE SOUTH OSSETIA THROUGH THE PRISM OF THE MEDIA: CONSEQUENCES AND LESSONS

Аннотация. В статье поднимается проблема ангажированности западных СМИ в связи с особенностями журналистской репрезентации факта признания независимости Республики Южная Осетия. Доказано, что освещение данного события по настоящее время ведется на Западе с точки зрения официальных структур власти в ущерб объективности и беспристрастности.

Abstract. In article the problem of involvement of the western media in connection with features of journalistic representation of the fact of recognition of independence of the Republic of South Ossetia rises. It is proved that covering of this event is conducted till present in the West from the point of view of official structures of the power to the detriment of objectivity and impartiality.

Ключевые слова: СМИ, этнополитическое противостояние, национальный конфликт, государственная независимость.

Keywords: Media, ethnopolitical opposition, national conflict, state independence.

В этом году уже 10 лет прошло с августовских событий 2008 года, а их последствия и уроки продолжают оставаться в сфере внимания СМИ и политиков. Споры о сути этой одной из самых жестоких и опасных по своим последствиям войн в XXI веке и последствиях факта признания независимости Республики Южная Осетия Российской Федерацией по-прежнему на слуху. Именно события того августа стали индикатором для СМИ всего мира и испытанием на предмет объективности, беспристрастности и человеческой порядочности конкретных журналистов.

С сожалением приходится констатировать, что представители «свободных» СМИ Запада этот экзамен не выдержали. Вернее, можно говорить о том, что независимые СМИ во многих странах «развитой демократии» прекратили свое существование и безоговорочно стали рупором власть предержащих на Западе.

В пользу этого утверждения говорит то обстоятельство, что практически ни одно СМИ на западе даже не попыталось объективно осветить одно из самых критических явлений XXI века. Это может свидетельствовать либо о том, что все сколь-нибудь значимые СМИ полностью подконтрольны государственным структурам, либо о том, что «четвертая власть» чутко улавливает умонастроения государственных чиновников и даже не пытается публиковать что-либо противоположное их мнению.

Проще говоря, СМИ стали следовать постулату недоброй памяти Й. Геббельса: «Права она, или нет – это моя родина». Излишне говорить о том, какие чудовищные преступления можно оправдать, прикрываясь этой формулировкой – история «третьего рейха» достаточно наглядно это продемонстрировала.

За прошедшие 10 лет в мире, конечно, произошло много важных событий. Политические реалии ежедневно меняются. Периодически мы слышим о новых конфликтах в разных точках Земли. Однако в любой точке земного шара достаточно услышать слово Южная Осетия, и дальше вам скажут о своем видении этих событий.

На мой взгляд, нам следует самим с большей активностью использовать современные информационные возможности. Личная инициатива журналистов и равнодушная позиция рядовых граждан тоже дают всходы. Так, например, 10 августа 2013 г. в американской газете «Диаспора» (штат Калифорния) была опубликована статья корреспондента газеты «Южная Осетия» Джульетты Валиевой с символическим названием «Пусть в небе гордо развевается флаг Южной Осетии», в которой она рассказывает о пережитом ею за пять дней августа 2008 года. Мы все являемся очевидцами августовских событий, а людям порой рассказы очевидцев доступнее и понятнее, чем речи экспертов и политологов, поэтому важно использовать этот потенциал и привести в систему распространение аналогичных материалов.

На сайте «Forbes.ru» содержится много материалов на тему многолетнего осетино-грузинского конфликта, который вылился в пятидневную агрессию. На неоднократно прозвучавший риторический вопрос: Могла ли Россия повести себя иначе в августе 2008 года? – все чаще и увереннее слышится отрицательный ответ!

«И дело не в симпатиях или антипатиях к российскому президенту, какую бы фамилию он ни носил. Динамика грузино-осетинского конфликта связана с историей первого этнополитического противостояния в постсоветской России, осетино-ингушского, а проблема Абхазии – с адыгскими движениями в западной части Кавказа. Игнорировать это не мог бы любой хозяин Кремля. Как и не мог бы он игнорировать и четырехлетнюю последовательную политику официального Тбилиси (2004-2008) по «разморозке конфликтов», то есть попыткам одностороннего пересмотра юридических норм о пре-

крашении огня и проведении миротворческих операций в Южной Осетии и Абхазии, зафиксированных в 1992-1994 годах.

Что же касается решения о признании абхазской и югоосетинской независимости, то его не следует вырывать из контекста. На протяжении долгих лет Москва пыталась сохранять статус-кво и отказывалась признавать новые республики, несмотря на многочисленные обращения и референдумы. Лишь в марте 2008 года, когда «разморозка конфликтов» уже слишком далеко зашла, Госдума обнародовала предварительные условия для такого решения. «Пятидневная война» поставила крест на соглашениях начала 1990-х годов, а мирные пункты, известные как «План Медведева-Саркози», практически сразу же получили разные интерпретации, что вызывало опасения в Москве по поводу интернационализации мирного процесса без учета ее интересов. Это ускорило процесс признания Абхазии и Южной Осетии».

Даже поверхностное знакомство с публикациями дает основание для утверждения о том, что не стихающая агрессивная риторика грузинских СМИ — это не пропагандистская работа отдельных лидеров, а целенаправленная работа государственных структур, нацеленная на выполнение конкретных задач по «воссоединению» Грузии. Видимо, эта параноидальная идея еще долго будет рефлексировать в речах грузинских идеологов. Поэтому мы не должны ждать, когда, наконец, к политикам и политологам наших южных соседей придет осознание окружающей реальности, а активнее привлекать на свою сторону международную общественность, используя все имеющиеся современные коммуникационные средства, включая политические ресурсы и контакты отдельных групп и граждан.

Резюмировать общие тенденции в мировых СМИ можно следующим образом:

Освещение событий с точки зрения официальных структур власти в ущерб объективности и беспристрастности. Причем, эта тенденция имеет место быть не только в странах, которые идентифицированы международными правозащитными организациями как «несвободные», но и в тех государствах, где, по мнению тех же организаций с правами и свободами все в полном порядке. Эта тенденция ведет к тому, что у официальных структур формируется искаженное представление о ситуации, объекте, процессе и, как следствие, к выработке и принятию неоптимальных, а порой и деструктивных решений. Конформизм СМИ в данном случае также не идет им на пользу, поскольку дискредитирует их, вызывает сомнения в профессионализме и непредвзятости. В конфликтных ситуациях, которыми до предела загружена сегодняшняя повседневность, противоборствующие стороны, как правило, используют информационные ресурсы в качестве одного из важнейших факторов в конфликте в максимальном объеме. Освещение ситуации в данном случае подается сторонами в выгодном для

себя ракурсе, стремясь обосновать и превознести свои действия над поступками оппонента и, более того, демонизировать имидж последнего, создать максимально отталкивающий «образ врага». Очевидно, что это также не отвечает требованиям объективности.

Помимо чисто военных и политических аспектов Пятидневной войны и признания Россией независимости Южной Осетии информационная составляющая четко идентифицировала отношение к драматическим событиям августа 2008-го всех заинтересованных сторон, предельно откровенно продемонстрировала мотивацию конфликтующих лагерей.

О том, что это были именно противоборствующие группы, а не диадическая модель конфликта, свидетельствует весьма любопытная книга Рональда Асмуса – аналитика внешней политики и бывшего помощника госсекретаря США «Маленькая война, которая потрясла мир».

В ней этот сторонник расширения НАТО на восток информирует о том, что вице-президент США Дик Чейни призывал Соединенные Штаты вмешаться в конфликт и нанести удар по Рокскому тоннелю, с тем, чтобы не допустить вмешательства России. Фактически это означало начало новой третьей мировой войны. Д. Буш поинтересовался, хватит ли для выведения из строя тоннеля обычных вооружений. Только после того, как последовал ответ в том смысле, что тоннель можно вывести из строя только с помощью ядерной боеголовки, безумный совет Д. Чейни был отклонен.

Приведенный пример с книгой одного из командиров внешней политики ведущей мировой державы, а также небывалый всплеск информационной атаки на события в Южной Осетии являются доказательствами того, что локальный конфликт, долгое время протекавший вокруг РЮО с разной степенью напряженности, на самом деле был средоточием мировой политики. Им он и остался после августа 2008-го, поскольку для многих процессов, явлений и политических коллизий именно эти события стали точкой отсчета и в мировой геополитике, и в региональных взаимоотношениях.

Именно события того августа стали индикатором для СМИ всего мира и испытанием на предмет объективности, беспристрастности и человеческой порядочности конкретных журналистов. С сожалением приходится констатировать, что представители «свободных» СМИ запада этот экзамен не выдержали.

Что же касается СМИ Южной Осетии, то единственно верной остается приверженность к освещению событий с максимальной достоверностью, во-первых, в связи с тем, что любая неправда или искажение действительности нашими журналистами будет разоблачена моментально и безжалостно, во-вторых, следует отдавать себе отчет в том, что обнародование истины, какой бы неприглядной она не была,

неизбежно идет во благо общества. Тем не менее, за несколько месяцев до десятилетия признания Российской Федерацией независимости Южной Осетии представители СМИ гордятся тем, что их голос был услышан. Однако реваншистские настроения грузинского руководства, которые эхом разносят журналисты Грузии, не дают нам права расслабляться.

В настоящее время важно отбросить внутренние разногласия и консолидированно работать, чтобы все мировое сообщество услышало объективную информацию, правду о нашей борьбе за независимость, за стремление к свободе. Факты говорят о том, что информационная война не прекратилась. Приведенные выдержки – красноречивое тому свидетельство.

Признание Россией нашей независимости придало гражданам Южной Осетии огромный стимул для построения стабильного процветающего государства. Каждый из нас должен это осознать и поставить свой кирпичик в строящемся государстве.

**ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ДЕТЕРМИНИЗМ И ИСТОРИЧЕСКИЙ
ПРОЦЕСС: «ПОЭТИКА ПРЕДНАЧЕРТАНИЯ»
(ПРОБЛЕМНЫЕ РАЗМЫШЛЕНИЯ К ВОПРОСУ
ОБ ИСТОРИЧЕСКИХ СУДЬБАХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ)**

**GEOGRAPHICAL DETERMINISM AND HISTORICAL PROCESS:
«POETICS OF PREDESTINATION»
(PROBLEM THINKING ABOUT THE HISTORICAL FATE
OF MODERN RUSSIA)**

Аннотация. В статье поднимаются вопросы политической и социальной истории России с совершенно неожиданной и непривычной позиции, а именно, зависимости исторической судьбы России как сверхдержавы от многих её составляющих, в том числе и от географического расположения её территорий в пределах современных границ. Автор статьи, исследуя материалы о России как о европейской или азиатской сверхдержаве, приходит к достаточно убедительному выводу о том, что она всегда была и остаётся евразийским государством.

Abstract. In the article the issues of political and social history of Russia are raised from a non-typical point of view, to be precise, from the point of dependence of the historical fate of Russia as a superpower from many of its components, including its geographical position within the modern borders. The author of the article conducts research of materials about Russia as a European or Asian superpower and comes to the quite convincing conclusion that Russia has always been and remains to be a Eurasian country.

Ключевые слова: географические детерминанты, политика, социальная история, русский мыслитель, цивилизация, народ, местность, природа, географическая среда, естественные условия, Россия, Западная Европа, этнография, Океания, месторазвитие, обитатели, детерминизм, религия, государство, этногенез, космические силы, биосфера, река, методология.

Keywords: geographical determinants, politics, social history, Russian thinker, civilization, people, area, nature, geographical environment, natural environment, Russia, Western Europe, ethnography, Oceania, developmental site, inhabitants, determinants, religion, state, ethnogenesis, cosmic forces, biosphere, river, methodology.

Русская мысль имеет давние географические интересы. Уже в древности ее волновали вопросы: а) откуда есть пошла Земля Русская? б) каковы географические детерминанты ее политической и социаль-

ной истории? Вплоть до XIX века географическая область философско-исторических, социальных и политических рассуждений русских мыслителей не имела специального, самоценно-самодостаточного воплощения, хотя идеи «Географической школы» социологии, особенно Ш.Л. Монтескье, а позже Г. Бокля через многочисленных, в том числе и заграничных, авторов журнала «Русская мысль» находили своих последователей, а то и критиков.

Одним из первых, связавших географию и социологию, был русский ученый XIX века академик К. Бэр. В работе «О влиянии внешней природы на социальные отношения отдельных народов и историю человечества» он высказал идею природной обусловленности социального прогресса, развил мысль об определяющей роли рек в распространении цивилизации. К. Бэр был уверен, «что судьба народов определяется наперед, и как бы неизбежно природою занимаемой ими местности».

Географический детерминизм как методологическая установка постепенно завоевывает свои главенствующие позиции, прежде всего у исследователей русской истории. Виднейший русский историк XIX века С.М. Соловьев в своей знаменитой «Истории России с древнейших времен» так объясняет особенности отечественной истории: «Перед нами обширная равнина: на огромном расстоянии от Белого моря до Черного и от Каспийского до Балтийского путешественник не встретит никаких сколько-нибудь, значительных возвышений, не заметит ни в чем резких переходов. Однообразие природных форм исключает областные привязанности, ведет народонаселение к однообразным занятиям, однообразность занятий производит однообразие в обычаях, нравах, верованиях; и равнина, как бы ни была обширна, как бы ни было в начале разноплеменно ее население, рано или поздно станет областью одного государства: отсюда понятна обширность Русской государственной области, однообразие частей и крепкая связь между ними» [1. С. 33].

Историк убежден, что существует объективная связь между естественными условиями жизни, географической средой и характером экономических занятий восточных славян. Через это взаимодействие он объясняет и их духовную жизнь. «Природа роскошная, с лихвой вознаграждающая и слабый труд человека, усыпляет деятельность последнего, как телесную, так и умственную. Природа более скупая на свои дары, требует постоянного и нелегкого труда со стороны человека, держит последнего всегда в возбуждении: его деятельность не порывиста, но постоянна; постоянно работает он умом, неустанно стремится к своей цели» [1. С. 78].

С.М. Соловьев выделяет три главнейших фактора исторического развития: 1) географический – природа страны; 2) этнографический – характер «племени», к которому принадлежит народ, 3) внешний –

соприкосновение с другими народами» [1. С.22]. Применяя эти факторы к анализу воздействия природных условий конкретных районов Московского государства – обширных открытых равнин – на жизнедеятельность земледельческих племен, С.М. Соловьев указывает, что эта равнина не везде равно плодородна и в самых плодородных местах уступает южным пространствам, но «...зато она почти везде способна к обрабатыванию, следовательно, везде поддерживает деятельность, энергию человека, побуждает к труду и вознаграждает за него» [1. С. 76].

Именно сельскохозяйственная производственная деятельность людей преобразила здешние места, превратив их в зону земледельческой пашенной культуры с оседлым населением. Данный исторический факт позволяет историку поставить славянские племена Древней Руси на один уровень с европейскими земледельческими народами и определить их превосходство по способу экономической жизни перед норманнами («шайкой искателей приключений») и кочевниками. Аналогично объясняет он отставание России от Западной Европы: «Природа для Западной Европы, для ее народов была мать, имея в виду благоприятный климат и выгодное географическое положение, для Восточной, для ее народов, которым суждено было здесь действовать – мачеха» [1. С. 82].

Разумеется, позиции С.М. Соловьева были бы слабыми, если бы общественные успехи (или неуспехи) объяснялись лишь различием географической среды. Эту односторонность он «преодолевают» с учетом обратного действия организованного общества на природу с целью снять неблагоприятные условия географической среды, сравнивать их внутренними усилиями русского государства с условиями государств Западной Европы.

Несомненный интерес представляет сравнительный анализ влияния природных условий жизни Европы и Азии другого видного русского историка В.О. Ключевского, который дается в его «Курсе русской истории»: «Две географические особенности отличают Европу от других частей света и от Азии преимущественно: это, во-первых, разнообразие форм поверхности и, во-вторых, чрезвычайно извилистое очертание морских берегов; известно, какое сильное и разностороннее действие на жизнь страны и ее обитателей оказывают две эти особенности. Европе принадлежит первенство в силе, с какой действуют на нее эти условия. Нигде горные хребты, плоскогорья и равнины не сменяют друг друга так часто на таких сравнительно малых пространствах, как в Европе. С другой стороны, глубокие заливы, далеко вдающиеся полуострова, мысы образуют как бы береговое кружево западной и южной Европы. Здесь на 30 квадратных миль материкового пространства приходится одна миля морского берега, тогда как в Азии одна миля морского побережья приходится на сто

квадратных миль материка. Типичной страной Европы в обоих этих отношениях является южная часть Балканского полуострова, древняя Эллада» [2. С. 46].

Правота В.О. Ключевского особенно убедительна, если смотреть на предмет конкретно-исторически: удобное географическое положение Европы, несомненно, играло положительную роль в развитии производства, общественных отношений в странах этой части света, особенно в прошлом. Что касается русской природы, то высказывания В.О. Ключевского о ее влиянии на историю народа отличаются реализмом исторической перспективы, не утратившим своего научного и практического значения и в современных условиях.

Сторонником географического детерминизма был русский публицист Л.И. Мечников. Его труд «Цивилизация и великие исторические реки» задумывался как вступление в исследование мировой культуры. Л.И. Мечников переносит основной упор, во-первых, на анализ роли географических условий в механизме социального прогресса, во-вторых, делает особый акцент на идее солидарности. «Задача, к которой я стремлюсь, – писал он, – может быть сформулирована в следующих словах: какая таинственная сила налагает на некоторые народы то ярмо истории, которое остается совершенно неизвестным для значительного количества племен? Какие естественные причины неравного распределения благоденствий и тягостей цивилизации?» [3. С. 90]. Такая точка зрения приводит социолога к географическому детерминизму, но в отличие от западных ученых Монтескье, Бокля, Риттера, он иначе исследует этот вопрос. «По моему мнению, – пишет он, – причину возникновения и характер первобытных учреждений и их последующих эволюций следует искать не в самой среде, а в тех соотношениях между средой и способностью населяющих данную среду людей к кооперации и солидарности» [3. С. 159].

Согласно Л.И. Мечникову, главный вопрос о прогрессе истории – это вопрос об определяющем источнике развития. «С нашей точки зрения, – утверждает он, – основной причиной зарождения и развития цивилизации являются реки» [3. С. 162]. Такая точка зрения доминирует и в общем методе деления истории человечества на периоды. Учитывая перемещение центров цивилизации из одних географических зон в другие, историк подразделяет их на три периода: 1) древние века (речной период) – охватывает собой историю четырех великих цивилизаций древности: Египет, Месопотамия, Индия и Китай, возникших в бассейнах великих рек; 2) средние века (средиземноморский период) – охватывает двадцать пять веков, с основания Карфагена до Карла Великого; 3) новое время (океанический период) – характеризуется заметным перевесом западноевропейских государств, лежащих на побережье Атлантики.

Л.И. Мечников подчеркивает тот факт, что речные системы, как «месторазвитие» (термин П.Н. Савицкого) первых цивилизаций, под «страхом смерти» принуждали людей к кооперации в целях создания и поддержания огромных ирригационных систем, так как малейшая недобросовестность одного работника могла привести к неисчислимым бедствиям. Из этого же он выводит жесткие тоталитарные режимы первых цивилизаций как потребность власти, обеспечивающей выполнение работы в соответствии с требованиями окружающей среды.

Географический детерминизм С.М. Соловьева, В.О. Ключевского, Л.И. Мечникова имеет ярко выраженное стремление гуманизировать даже такую область мысли (науки), как география. Именно поэтому он перерастает в собственно теософию. И первое место здесь занимает П.Н. Савицкий, введший этот термин в научный оборот.

Теософия П.Н. Савицкого послужила основой, на которой выросло движение «Евразийства», о котором сейчас много пишут, говорят и даже используют в политических целях. Уже в первом евразийском сборнике «Исход к Востоку. Предчувствия и свершения. Утверждения евразийцев» (1921) было три статьи П.Н. Савицкого – «Исход к Востоку», «Миграции культуры», «Континент – Океан (Россия и мировой рынок)». Для географа П.Н. Савицкого будущее простерлось зыблущимися очертаниями неизвестного «срединного материка», который, тем не менее, имел точные географические координаты: в безвозвратном прошлом это была степная «империя» Чингис-Хана, границы которой совпадали «в исчерпавшем себя настоящем с границами Великой Российской империи, а в будущем это «Континент – Океан», Россия – Евразия, какой она была, есть и будет.

Россия резко отличается от океанических держав, цветущее благосостояние которых основано на морской торговле, колониальных захватах, неэквивалентном обмене. Раскинувшаяся между трех океанов, Россия имеет океан внутри себя, она сама является океаном, «великим рождающим», гранью мира. Резко отличается и ментальность населяющих Россию-Евразию народов, их мироощущение, когда «чувству моря» (или, что то же самое «чувству леса») противостоит континентальное «чувство степи», т.е. ощущение безграничной широты пространства. По образному определению А. Белого, «гигиенической цивилизации зубочисток», торгово-мануфактурной и католически-протестантской культуре Запада в России противостоит преимущественно православная степная культура «кочевников – номадов», «крещенных китайцев» (А. Белый) .

П.Н. Савицкий берет на себя смелость доказать с историческими выкладками в руках, что знаменитые достижения Петра I, мореплавателя и плотника, «в Европу прорубившего окно», сильно преувеличены ангажированными историками, что Россия-Евразия даже не ощутила на себе реального позитивного влияния такого фундаментально-

го факта, как выход к Атлантике, к настоящему океану – он был для нее «выходом в пустоту» [4. С. 124].

П.Н. Савицкий утверждает, что бессмысленно и губительно для России стремиться к господству на стратегических океанских магистралях. Главное, чтобы контролирующие мировой океан державы не поставили под свой контроль доселе недоступный им «степной» океан России-Евразии, и если она не желает превратиться в сырьевой придаток «великих держав» и рынок дешевой рабочей силы, то она должна сохранять верность своим геополитическим интересам, и быть осмысленной в выборе своих новых союзников.

Одним из основных доводов в пользу самобытного национального, культурного и государственного существования России-Евразии является концепция «месторазвития». Сам термин и учение о месторазвитии были предложены П.Н. Савицким, который определяет его как широкое – общежитие живых существ, взаимно приспособленных друг к другу и к окружающей среде, а также приспособивших ее к себе. Социально-историческая среда и ее территория сливаются в одно целое, – географический индивидуум или ландшафт. Знаменательно, что народы и люди, проживающие в пределах России-Евразии, как особого мира, отличаются, по мнению Савицкого, именно этой способностью к достижению такой степени взаимного понимания и таких форм братского сожительства, которые труднодостижимы для них в отношении народов Европы и Азии.

Географические предпосылки евразийско-российского мира естественно складываются, как пишет об этом П.Н. Савицкий, из последовательного перехода друг в друга климатических и почвенных зон, в основном равнинного ландшафта, практически нигде не пересекаемого труднодоступными хребтами гор (тундра, лес, степь, пустыня). Они соединены мощной системой рек. Отдельные регионы России-Евразии как бы стягиваются к центру благодаря сухопутному и водно-речному транспорту, облегчающему хозяйственные связи, так как здесь не было естественного выхода на морские и океанские пути, которые способствовали бы самостоятельной торговле отдельных народов. Россия сама является, повторяет П.Н. Савицкий, Континентом – Океаном. Он разворачивает детально проработанную доктрину геополитических, теософских и исторических аргументов для обоснования самобытного евразийско-русского культурного, религиозного и государственного мира. Склонный к поэтическому творчеству П.Н. Савицкий писал:

Мы – не Восток, но и не Запад,
особый наш уклад и род,
мы – целостный Востоко-Запад,
мы – путники его высот ...

Эту же точку зрения разделяет историк Г.В. Вернадский, соратник П.Н. Савицкого по евразийскому движению, создавший историческую концепцию евразийства. Он был в числе тех историков-эмигрантов, которые ещё в 20-х годах XIX столетия стояли у истоков американской школы изучения истории России. Опираясь на учение своего отца-естествоиспытателя В.И. Вернадского, и под воздействием теософии П.Н. Савицкого, Г.В. Вернадский дал целостную картину влияния биосферы на историю развития русского народа. Он установил взаимное воздействие данного общества и природно-географического окружения, в котором оно развивается. При рассмотрении территориального влияния Евразии на русский народ Г.В. Вернадский пишет об отсутствии естественных границ между европейской и азиатской Россией. Следовательно, утверждает он, нет двух России – европейской и азиатской. Есть одна Россия – евразийская, или Россия-Евразия.

Евразия и представляет собой ту наделенную естественными границами географическую область, которую в стихийном историческом процессе суждено было освоить русскому народу. Говоря о почвенно-климатических и географических условиях определенной территории и их влияния на исторический процесс, Г.В. Вернадский пользуется термином «месторазвитие», под которым понимает определенную географическую среду, которая налагает печать своих особенностей на человеческие общежития, развивающиеся в этой среде. Разделив территорию Евразии на четыре почвенно-климатические зоны (безлесую тундру, лесную зону, степную зону и зону совершенно безлесых пустынь), Г.В. Вернадский отмечает, что размещение этих зон по параллелям в значительной мере обусловило собою направление движения кочевых племен Евразии, особенно в области пустынь. Взаимодействие коренных русских племен, ведущих оседлый образ жизни на территории лесной зоны, с кочевыми племенами степной и пустынной зон позволяет оценивать Г.В. Вернадскому историю России как соотношение лесной и степной полосы. Он развивает и продолжает мысль В.О. Ключевского о взаимообразном влиянии окружающей природы и людского общежития на исторический процесс: «...внешняя природа наблюдается в исторической жизни, как природа страны, где живет известное людское общество, и наблюдается как сила, поскольку она влияет на быт и духовный склад людей... Человеческая личность, людское общество и природа страны – вот те три основные исторические силы, которые строят людское общежитие» [5. С. 263].

Теософия современной русской мысли наиболее выпукло представлена трудами последнего евразийца Л.Н. Гумилева – автора оригинальной теории пассионарности. Ее основные положения Л.Н. Гумилев изложил в книге «География этноса в исторический период». В ней ученый рассматривал этнос как выразитель исторического про-

цесса, с одной стороны, а с другой, – как двигатель истории. Вскрывая генетические корни этногенеза, он смотрит на него как на природное явление. По мнению Л.Н. Гумилева, на людей, как и на все организмы биосферы, влияют физические и космические силы – ландшафт, климат, излучения Космоса, неравномерность распределения биохимической энергии самой поверхности Земли и т.д. Эффект, производимый их сочетаниями и вариациями, Л.Н. Гумилев называет пассионарностью. Это своеобразная «микромутация» небольшого количества людей, не затрагивающая генотипа основной массы населения. Пассионарные особи активны, у них отсутствует инстинкт самосохранения, они всегда стремятся к некоей цели, часто недостижимой, что не останавливает их. Пассионарность заразительна, эти люди тянутся друг к другу и могут заражать своей активностью окружающих. Именно они пополняют армию романтиков, первооткрывателей, конкистадоров, бандитов, бродяг и т.д. Они образуют консорции, которые затем могут перерасти в этносы. При этом новые этносы возникают не в монотонных ландшафтах, а на границах, в зонах этнических контактов, где неизбежна интенсивная метисация. Именно поэтому нельзя назвать этнос расой, этот признак не играет здесь никакой роли. Л.Н. Гумилев строит кривую этногенеза, которую можно рассматривать как инерционную, возникающую время от времени в результате толчков, которыми могут быть только «микромутации». От начала такой «микромутации» до *пассионарного толчка* (курсив наш. – К. Ш.) проходит примерно 130 лет.

Не вдаваясь далее в теорию этногенеза, можно сказать, что Л.Н. Гумилев считает одним из характерных примеров развития этноса зарождение и развитие Российской государственности на территории Евразии, опираясь на учение «евразийцев». Эта теория Л.Н. Гумилева о глубочайшей связи характера, обычаев и культуры народа с ландшафтами, а психологии этноса с биосферой, делает его продолжателем теософских идей – одного из интереснейших течений русской философии, столь актуальных сегодня, когда современная Россия познает себя в новых географических границах в поисках путей и средств для своего «о ч е р е д н о г о» (разрядка наша. – К.Ш.) возрождения.

Ссылки

1. Соловьев С.М. История России с древнейших времен. Т. XIV. Кн.1. М., 1965.
2. Ключевский О.В. Соч. в 8-ми т. М., 1956–1959. Т. 1.
3. Мечников Л.И. Цивилизация и великие исторические реки. Париж, 1889.
4. Савицкий П.Н. Континент – Океан (Россия и мировой рынок) // Исход к Востоку. София, 1921.
5. Вернадский Г.В. Начертание русской истории. Прага, 1927.

Н.И. Щербакова (Россия),
директор агентства
медийного продвижения «Вектор»,
к.филол.н.

**К ПРОБЛЕМЕ МЕТОДОЛОГИИ ОСВЕЩЕНИЯ
СОВРЕМЕННОЙ КАРТИНЫ МИРА
МАССМЕДИЙНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ XXI ВЕКА**

**METHODOLOGY PROBLEM OF STUDYING THE MODERN
PICTURE OF THE WORLD BY THE MASSMEDIA SPACE
OF THE XXI CENTURY**

Аннотация. Проблема методологии освещения современной картины мира массмедийным пространством XXI века рассматривается автором статьи с учетом постмодернистских характерологических черт информационных коммуникаций и поиска методологических приемов минимизации деструктивных явлений, возникающих в процессе освещения явлений современной картины мира.

Abstract. The problem of the methodology of lighting the modern worldview by mass media space of the XXI century is considered by the author taking into account the postmodern characteristics of information communications and the search for methodological methods of minimizing destructive phenomena occurring in the process of lighting the phenomena of the modern worldview.

Ключевые слова: картина мира, методология, медийное пространство. постмодернизм, информационный деструкт, нелинейные соотношения, метафизический дискурс.

Keywords: worldview, methodology, media space. postmodernism, information destruction, nonlinear relations, metaphysical discourse.

Актуальность заявленной проблемы объясняется моментом трансформации характерологических черт современной картины мира под влиянием новых категориальных смыслов, транслируемых философией во все отрасли научного знания. Формирование на протяжении последних 25 лет мировоззренческой парадигмы, ориентированной на аксиологию потребления, с одной стороны, обязывает соотносить философские обобщения эпохи с контуром новых мировоззренческих установок, жизненной позиции, образа мысли, мироощущения – с базовыми компетенциями картины мира, возникшей после смены в 1991 году политического строя, экономической модели России, общественных институтов. С другой, следствием возникновения в 90-е – нулевые годы дополнительных компетенций, обозначающих индивидуальный тип сознания, отказ от нравственных императивов служе-

ния, создания устойчивого института семьи, поиска смысла жизни, потребности в формировании духовного характера, явился раскол некогда (в советскую эпоху) единого массмедийного пространства на традиционные (журналы «Наш современник», «Дон», «Русское слово», газеты «Завтра», «Литературная газета», «Русский вестник», «Советская Россия») и либеральные СМИ («Новая газета», «Коммерсантъ», «Эхо Москвы», интернет-издание «Грани ру», веб-портал «Свобода», «Московский комсомолец», «Независимая газета»).

Став компонентом социокультурной среды обитания человечества, современные СМИ, по мнению Е.Д. Павловой, «не только транслируют сложившуюся систему ценностей, но активно участвуют в ее формировании. <...> За относительно короткий исторический период они превратились в эффективнейший инструмент моделирования культурного пространства и ценностно-мировоззренческой ориентированности социума» [7. С. 13]

Становясь инструментом моделирования ценностных ориентиров культурно-исторического пространства, СМИ, по сути, задают формат современной картины мира в ее историческом срезе. Закономерным образом возникает проблема рисков информационного деструкта: имитации правды / истины, фальсификация, замалчивание фактов, и как следствие – потеря личностью ориентации в сложных реалиях современного общества. «Информационная атака на российское массовое сознание, историческую память и укорененную в ней национальную модель мира, – считает Е.Д. Павлова, – приобретает все больший размах. Что доказывается обилием в российской прессе фальсифицированных и мифологических материалов о российской истории. Явный дисбаланс в освещении российской Истории заметен в электронных СМИ, которые сочетают программы, рекламирующие величие западных политических деятелей («Золотой шар») с передачами, показывающими те или иные темные пятна отечественной истории. При этом такие передачи и статьи полны различных фальсификаций и манипуляций, лишаящих общество основы для эффективного функционирования как целостности» [7. С. 18].

Ксения Ярцева в своих исследованиях, посвященных картине мира, генеалогии самого понятия относит ко времени естественнонаучных открытий (рубеж XIX-XX веков), «объясняющих природу и функционирование окружающего нас материального мира и могущих кардинально поменять картину мира человека» [13].

В научном дискурсе картиной мира принято называть «сложившуюся на конкретном этапе развития человечества совокупность представлений о структуре действительности, способах ее функционирования и изменения. Она формируется на основе исходных мировоззренческих принципов и интегрирует знания и опыт, накопленные человечеством» [10. С. 22]. В этом определении В.С. Степина и

Л.Ф. Кузнецова выражено то общее всех бытующих дефиниций «картины мира», о чем впервые заявил А. Эйнштейн, обращая внимание на относительность любого человеческого знания: «Человек стремится каким-то адекватным способом создать себе простую и ясную картину мира для того, чтобы в известной степени попытаться заменить этот мир созданной таким образом картиной» [12. С. 98].

На протяжении всей истории человечества религиозная, научная и философская картины мира меняли одна другую, не исключая, но дополняя компетенции. Открытие О. Контом учения о стадиях развития человеческого духа, через которые должно пройти каждое общество: теологическую, метафизическую, научную, — позволяет сделать вывод о том, что особенность картины мира в конкретно взятую эпоху определяется фундаментальными принципами, лежащими в основе лидирующей отрасли знания — во времена господства теологии можем говорить о религиозной картине мира, в случае изолированного рассмотрения объектов и явлений окружающего мира есть смысл говорить о метафизической картины мира, а если в приоритете стоит систематизация знаний, качественное обобщение и мировоззренческий синтез различных научных теорий, — налицо научная картина мира.

Научные революции меняли ценностно-смысловое наполнение сознания — главной компетенции картины мира. А значит, меняли и картину мира. Исторически древнюю / аристотелевскую картину мира (5 век до н.э.) сменила классическая / механистическая / ньютоновская (16-17 век). В XX столетии третья научная эпоха — неклассическая / современная / эйнштейновская, не отменяя классическую, дала толчок к зарождению картины мира эпохи постмодерна. Если создаваемая в рамках онтологии, философская классическая картина мира определяет основное содержание мировоззрения индивида, социальной группы, общества, то философия Шопенгауэра, Ницше и Хайдеггера, — проигнорировав онтологический аспект, лишает мир наличного бытия («Мир, взятый независимо от нашего условия, а именно, возможности в нем жить, который не сведен нами на наше бытие, нашу логику и наши предрассудки, такой мир, как мир в себе, не существует» [11. С. 268]).

В условиях дестабилизации и ломки иерархии ценностей подвергается разрушению сама однозначность объективной природы картины мира, ее онтологическая сущность Л.В. Мокшанцев [6] совершенно справедливо идентифицирует постмодернизм в социальной сфере со средствами массовой информации и коммуникации и с обществом потребления — обществом «всеобщего компромисса». Роль мифологии, религии, философии, по мнению исследователя, начинает выполнять в постмодернистском обществе мода, установки которой транслируются по ТВ и печатным, интернет-СМИ. Театрализация и принцип игры подкрепляется в культурной и общественной жизни по-

стмодерна философией релятивизма как антиподом гегельянства, делающего акцент на категориях бытия, единого, целого, универсального, абсолютного, разумного.

«Постмодернизм – это единственное течение, окончательно перечеркивающее гуманистическую модель и ставящее перед собой задачу представить мир как абсолютный хаос, который и является для него объективной реальностью» [6]. Концепты, раскрывающие онтологию хаоса: анти-бытие, относительность, атомарность, частное. Если «прежние картины мира страдали метафизичностью», преувеличивая роль сначала законов механики, затем – электромагнетизма. «Современная картина мира [ориентированная на постмодернистскую аксиологию. – Н.Щ.], – по словам исследователей, – порвала с такой ориентацией. В ее основе лежат взаимопревращения, игра случая, многообразие явлений. Основанная на вероятностных законах, современная картина мира диалектична; она значительно точнее, чем прежние картины, отражает диалектически противоречивую действительность» [6]. Утратив актуальность как эстетическая координата художественного творчества в нулевые (Вяч. Курицын, «Русский литературный постмодернизм», 2000), постмодернизм продолжает существовать как одна из устойчивых характеристик современного сознания, встроенного в парадигму игры. И это явилось одной из главных причин кризиса научного знания, которое на протяжении XX столетия являлось базовой константой картины мира. Разбалансированными оказались такие структурные элементы мировоззрения, как обобщенные знания, уклад и содержание человеческой жизни, идеалы, позиция субъекта, системы ценностей (добро / зло, человек / общество, государство / политика и др.).

«Одно из ключевых понятий постмодерна, трансгрессия, фиксирует феномен перехода непроходимой границы, прежде всего границы между возможным и невозможным, «преодоление непреодолимого предела» (Бланшо)» [6]. Именно трансгрессия породила симулякры — художественные и публицистические образы, жизнеподобные фикции, которые не имеют аналогов в исторической реальности. На явлении подмены факта симулякром выстраивается современная информационная война: заявления в британских СМИ об отравлении Россией Сергея Скрипаля и его дочери Юлии 4 марта 2018 года в г. Солсбери (издание The Sun), подозрение России в применении химического оружия в сирийской провинции Идлиб (агентство Reuters).

С точки зрения постмодернистской парадигмы информационного вещания, Обращение Президента России В.В. Путина к Федеральному Собранию, ставшее повесткой дня деловых, общественно-политических, региональных и федеральных СМИ и провозгласившее базовые величины роста и политического, социально-экономического, культурного развития страны, без опоры на реальные ресурсы – фи-

нансовые, кадровые, технологические, геополитические – содержит в себе риск превратиться в симулякр.

Господство технологического принципа изощенной игры в современном медийном дискурсе (начиная от заголовков, заканчивая обыгрыванием публикуемых фактов) привело к утрате доверия к Слову как главной и обязательной онтологической единице картины мира, выстраивающей политическую, социальную, деловую, межличностную, корпоративную и пр. виды коммуникаций. И явилось катализатором возникшей серьезной проблемы истинности картины мира, гарантом которой для расколотого, расщепленного сознания, не готового воспринять целостную картину бытия, – не может выступать ни религия, ни философия, ни наука.

Методологический выход из кризисного состояния, позволяющий подготовить сознание к целостному восприятию окружающего мира, Илья Пригожин, автор книги «Порядок из хаоса», находит в изучении тех аспектов реальности, которые не являются замкнутыми и их исследование не подпадает под механистические законы, и именно они «наиболее характерны для современной стадии ускоренных социальных изменений: разупорядоченности, неустойчивости, разнообразии, неравновесности, нелинейных соотношений, в которых малый сигнал на входе может вызвать сколь угодно сильный отклик на выходе» [8. С. 4].

Атипичные события – исключения из правил в системе новой теории И. Пригожина – рассматриваются как концепты метафизического дискурса. Если вслед за Ю.Н. Карауловым и В.В. Петровым рассматривать дискурс как «сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [8], то метафизический дискурс как основа философской картины – «обобщенной философскими понятиями и суждениями теоретической модели бытия в его соотнесенности с человеческой жизнью, осознанной социальной активностью и соответствующей определенному этапу исторического развития мира» [4. С. 6], – в качестве экстралингвистических факторов включает в себя элементы знания о сущности природы, общества, человека. Примером метафизического дискурса в современных массмедиа может служить опубликованное на страницах газеты «Завтра» интервью с Эдуардом Лимоновом «Не думал, что доживу до тридцати...». В нем интервьюируемый признается в том, что присоединение Крыма к России – для него, как и для всех нацболистов, не является новостью. «Девятнадцать лет назад, 25 августа, в день независимости Украины, наши ребята на башне Клуба моряков (38 метров высота!) вывесили огромный лозунг «Севастополь – русский город!» Это был 1999 год, кромешная тьма. И над нами все тогда смеялись – дураки, идиоты, дебилы! Какой русский? Флот скоро выкинут. Теперь это, оказывается, один из главных

лозунгов нового времени» [5. С. 3]. Само событие не является линейным, о чем свидетельствуют негативные смысловые коннотации слов «тьма», «дураки», «идиоты», «дебилы».

Именно ментальный код русского человека как признак архетипического сознания выстроил риторику поступка нацболистов в Украине 90-х годов и не был учтен медийным сообществом, негативно интерпретирующим поступок русских парней, получивших конкретный тюремный срок. Метафизика коммуникативного дискурса анализируемого события проявляется в предугадывании, предчувствии носителями национально-исторического самосознания того главного исторического события в жизни современной России, которое не только станет поворотным в ее судьбе, но и обозначит конец существованию однополярного мира и задаст мировому геополитическому курсу новую траекторию.

Рассматривая картину мира в аспекте отраслевых научных знаний (культурологического, психологического, биологического, этнопсихологического), К.В. Ярцева соглашается с В.П. Завальниковым, который предлагает термин «этническая картина мира», являющаяся «особым структурированным представлением о мироздании, характерным для того или иного этноса, которое, с одной стороны, имеет адаптивную функцию, а с другой, – воплощает в себе ценностные доминанты, присущие культуре конкретного народа» [13; 3].

Ценностные установки всегда присутствуют в национальной картине мира, воссоздаваемой в тексте / подтексте / предтексте публикаций газеты «Завтра». Яркой иллюстрацией глубокой аналитики, проникающей в нелинейные события и открывающей общие смыслы русской православной цивилизации, могут служить тексты передовиц главного редактора Александра Проханова. Так, в колонке редактора, озаглавленной «Стиль «Путин», можно найти емкие по смыслу метафоры, которые, во-первых, обладают глубоким историзмом, во-вторых, создают метафизическое пространство, формирующее прогнозы и исторические реалии, которым суждено сбыться: «Концерт дирижера Валерия Гергиева, данный им на развалинах Пальмиры в присутствии войск, являл собой грандиозное античное зрелище, явившее новый путинский стиль...» [9. С. 1]

Эпический строй повествования держится в тексте статьи за счет расширения смыслов и трансформации идейно-эстетического формата метафоры в символ, подкрепляемый историческими реалиями: «Музыка победы и одоления, под которую двигались не только войска, бронетранспортеры и танки, но и мчались эллинские боевые колесницы с витязями троянской войны» [9. С. 1].

Методологический ключ к объективному освещению титульных исторических событий на страницах современных массмедиа находится в плоскости проникновения авторской мысли, энергии познания, духовных и интеллектуальных усилий предвидения – за пределы

видимого мира вещей: «Бессмертный полк», ликующий и рыдающий, напоминающий пасхальное шествие, мистический акт воскрешения из мертвых, – это тоже стиль «Путин», часть его магических технологий, направленных на воскрешение страны, на воскрешение истерзанных и убитых поколений, воскрешение народа-великана, который в годы перестройки превратился в народ-лилипут...» [9. С. 1]. Эпитеты «ликующий и рыдающий», переходящие в метафору («пасхальное шествие, мистический акт воскрешения из мертвых»), символизируют ментальность как один из аспектов дискурсивной рефлексии, которая нацелена на обретение опыта понимания и адекватного усвоения лексических пластов текста.

«Нормативное обучение, – по мнению Г.И. Богина, – начинается с научения дискурсивной рефлексии в виде интерпретации, но это делается для того, чтобы человек мог рефлексировать и понимать без дискурсивности» [1. С. 85].

Современная герменевтика как наука понимать и интерпретировать тексты («Риторическая программа художественного текста как условие использования рациональных герменевтических техник в диалоге "текст-учитель"» (М.Н. Макеева), сборники «Понимание как усмотрение и построение смыслов» (1996, 1998, 2000)) путем переживания рефлексии – своеобразный ключ к установлению связи между извлекаемым прошлым жизненным опытом и ситуацией, описываемой в тексте. По мнению В.С. Григорьевой, рефлексия должна включать этнические, социальные, психологические и другие моменты, что особенно актуально при интерпретации иноязычных текстов [2. С. 111]. Актуальность этнических, социальных и психологических тонкостей для интерпретации иноязычных текстов лишний раз подчеркивает глубину кризиса ментальных, мировоззренческих основ современной национальной картины мира. Что дает основание философам двадцатого века ввести понятие «жизненного мира», который противостоит «мирам» объективных наук и порождающим их научным интересам.

Таким образом, являясь компонентом социокультурной среды, массмедиа активно влияют на моделирование ценностных ориентиров современной картины мира. Постмодернистский характер ее аксиологических ориентиров, мотивированных запросами общества потребления, усиливает риски информационного деструкта: имитация правды, фальсификация, замалчивание фактов, и как следствие – потеря ориентации в сложных реалиях. Для минимизации деструктивных явлений, возникающих в процессе информационного освещения явлений современной картины мира, можно прибегнуть к следующим методологическим приемам:

- ограничение трансгрессии как одной из основных характеристик постмодерна, фиксирующих феномен нарушения границ

между возможным и невозможным, «преодоление непреодолимого предела»;

- усиление историзма журналистского и публицистического письма, исключающего появление симулякров;
- освещение тех аспектов реальности, которые не являются замкнутыми и их исследование выходит за рамки механистических законов;
- активизация метафизического дискурса как основы философской картины мира с помощью концептов: «бытие», «добро», «воля», «Родина», «смысл», «перспектива», «личность» и др., формирующих духовные основы национально-исторического самосознания.

Ссылки

1. Богин Г.И. Система техник понимания текста. Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 1997. 85 с.
2. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивные аспекты. Монография. ТГТУ, Тамбов. 2007. 288 с.
3. Завальников В.П. К вопросу об экстралингвистических детерминантах языковой картины мира: обобщение известного // Язык. Человек. Картина мира: материалы Всерос. науч. конф. Ч. 1. Омск, 2000.
4. Караулов Ю.Н., Петров В.В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Т.А. Ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. Вступ. статья. М.: Прогресс, 1989.
5. Лимонов Э. «Не думал, что доживу до тридцати...» // Завтра, февраль-март, 2018, № 8.
6. Мокшанцев Л.В. Картина мира в эпоху постмодерна [Электронный ресурс]: <http://hmbul.ru/articles/204/204.pdf> (дата обращения: 30.03.2018).
7. Павлова Е.Д. Взаимодетерминация культуры и власти в информационном обществе: социально-философский срез: Автореф. дисс. ... д-ра филос. наук. М., 2009.
8. Пригожим И., Стенгерс И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 1986. 432 с.
9. Проханов А. Стил «Путин» // Завтра, февраль-март, 2018, № 8.
10. Степин В.С., Кузнецова Л.Ф. Научная картина мира в культуре техногенной Цивилизации. М., 2004.
11. Новейший философский словарь. Мн.: Интерпрессервис, 2001. 1280 с.
12. Эйнштейн А. Собр. соч. Т. 8. М., 1968.
13. Ярцева К.В. Понятие «картина мира». Адаптивная функция картины мира [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/v/ponyatie-kartina-mira-adaptivnaya-funktsiya-kartiny-mira> (дата обращения: 30.03.2018).

ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ

Материалы
Международной научно-практической
конференции

Подписано в печать 10.04.2018. Формат 60x84 1/16.
Усл.печ.л. 14,42. Тираж 500 экз.

Кубанский социально-экономический институт
Россия, 350018, г. Краснодар, ул. Камвольная, 3

Типография
ООО «Межотраслевой центр профессиональной переподготовки»