# ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ»

### ВЕСТНИК ЭЛЕКТРОННЫХ И ПЕЧАТНЫХ СМИ № 1 (26)

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №  $\Phi$ C77-52916 от 20 февраля 2013 г.

Учредитель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии».

127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д.105, корп.2. www ipk.ru

#### Е.Я.ДУГИН,

доктор социологических наук, профессор, и. о. ректора ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», член Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации е-mail: e.dugin@yandex.ru

## ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В МЕДИАИНДУСТРИИ

Аннотация. Автор полагает, что проблема низкого качества продукции отечественных медиа, и в частности, телевизионных каналов, обусловлена снижением профессионализма журналистов. В статье анализируются различные подходы к повышению квалификации кадров медиаиндустрии. Дается прогноз развития информационно-коммуникативных технологий, применяемых в СМИ, и предлагается государственный подход к обучению и переподготовке кадров отрасли в Академии медиаиндустрии (Институте повышения квалификации работников телевидения и радио), единственном в отрасли учреждении дополнительного образования.

**Ключевые слова:** дополнительное образование, повышение квалификации, медиа, виртуальная и дополненная реальность, иифровизация.

**Summary**. The author believes, that a problem of low quality products, in particular, television channels, due to the decline in professional growth of journalists. Different approaches are analyzed in the article improving the quality of staff in the media industry. A forecast is given for development of information and communication technologies, and proposes a state approach

to training and retraining of industry personnel in the Academy of Media Industry (the Institute for Advanced Studies Workers of television and broadcasting), the only institution of additional education in the industry.

**Keywords**: additional education, training, improving the quality of staff in the media industry, media, Virtual and Augmented Reality, digitalization.

Виртуальная реальность (*Virtual Reality*), еще недавно была новым шагом в развитии медиа, ныне сменяется тенденцией к дополненной реальности, когда аудитория, неудовлетворенная отображением событий способами виртуальной реальности, может предложить тот или иной сценарий развития происходящего на экране драматургического действия, и самостоятельно дополнять события. Эксперты утверждают, что соединение реального и виртуального мира (для этого явления уже придуман термин AR — Augmented Reality) — неотвратимое направление прогресса современной науки. Если даже реальность в наше время нуждается в дополнении, то и создатели виртуальной и дополненной реальности — журналисты, как никакие другие специалисты, нуждаются в непрерывном обновлении знаний, в дополнительном образовании, каким бы изначально базовым и фундаментальном оно не было.

В структуре научных специальностей Министерства науки и образования РФ специальность «журналистика» включена в федеральное учебно-методическое объединение «СМИ и информационно-библиотечное дело». Наряду с журналистикой в этот раздел входят следующие четыре направления: реклама и связи с общественностью, издательское дело, телевидение и медиакоммуникации.

Конечно, любая классификация огрубляет реалии, тем более, когда предпринимается попытка упорядочить такую тонкую материю, как журналистское творчество. А с учетом того, что цифровизация информационно-коммуникативных процессов, экономики и всех областей жизни входит в повседневную практику, особо актуальным становится понимание представлений о социальных процессах в ближайшем и отдаленном будущем. Но какими бы суперумениями не наделяла журналиста фантазия футурологов, в медиаиндустрии при всех раскладах понадобится специалист, умеющий работать с текстами и образами, создавать и обрабатывать информацию таким способом, чтобы она привлекала внимание, была понятна и интересна для аудитории. Особенно

в современных условиях, «в мире фейковых новостей которые стимулируются, прежде всего, непрофессиональными и ангажированными структурами разного рода, необходим «навигатор по информационным потокам<sup>1</sup>».

## «НУЖНЫ ЛЮДИ С СОЦИАЛЬНОЙ ИНТУИЦИЕЙ И СОЦИАЛЬНЫМ ТЕМПЕРАМЕНТОМ»

Не является новостью, что уже сейчас, в ряде случаев, функции такого навигатора выполняют роботы. В мировой практике медиаиндустрии ряд изданий, информационных агентств пользуются услугами агрегатора новостей. Похоже, в ближайшие годы, чат-бот (виртуальный собеседник, программа, созданная в целях имитации человека при обшении с одним или несколькими собеседниками), могут широко использоваться в электронных коммуникациях. Пока чат-боты, созданные на основе машинного обучения и нейросетей, отвечают на несложные вопросы посетителей сайтов. Тем временем американские фирмы продолжают проводить эксперименты по полной замене привычных схем навигации по сайтам на интерфейс общения с чат-ботами. The Washington Post применяет для написания статей о спорте и голосовании на выборах робота Heliograph, который справляется с текстами самостоятельно. Агентство Reuters запустило алгоритм News Tracer, который способен вылавливать ценные новости из огромного массива сообщений на скорости, превышающей возможности журналиста и редакционного коллектива, при этом «алгоритм за 2017 год позволил Reuters быстрее всех сообщить о 50 крупных информационных поводах. Быстрые оповещения дают журналистам агентства от 8 до 60 минут форы<sup>2</sup>». Благодаря применению интеллектуальных алгоритмов компьютеры в журналистике не только самостоятельно пишут сообщения, но и выполняют функции навигаторов в море информации для потребителей. Например, YouTube рекомендует аудитории какие видео стоит посмотреть, а Instagram включает в ленту сообщений новых пользователей.

Размышляя о будущем медиакоммуникаций, ученые предполагают изменения, связанные с эволюцией способов просмотра. Наверняка,

 $<sup>^{\</sup>rm I}$ Вартанова Е. «Людям нужны навигаторы по информационным потокам» // www.gipp.ru/ 05.02.2018.

 $<sup>^2</sup>$  Исайчев Е. Журнал «Журналист»: обзор зарубежных публикаций о трендах в медиа на 2018 год // gipp.ru. 20.02. 2018.

каждый зритель на своем опыте замечал, что не смотрит в линейной последовательности фильмы, телевизионные сериалы, и даже образовательные ролики. Зритель склонен «проматывать» неинтересные места. Теперь это можно делать с помощью встроенной функции YouTube, позволяющей почти наполовину ускорять видео без искажений звука и изображения. Отмеченные здесь инновации уже сейчас существенно влияют на трансформацию профессиональных навыков и умений журналистов. Проблема будущего журналистской профессии, взаимодействия с информационно-коммуникативными технологиями актуализируется с каждым годом, а с учетом компьютерных скоростей, можно сказать ежедневно.

Вместе с тем, как справедливо пишет Е. Вартанова: «Пока человеческий фактор играет у нас большую роль в обществе, пока мы не вступили в эпоху искусственного интеллекта и абсолютно полной роботизации, нужны люди с социальной интуицией и социальным темпераментом, способные отбирать из потоков информации социальнозначимые темы<sup>3</sup>».

В Академию медиаиндустрии (Институт повышения квалификации работников телевидения и радио) по-преимуществу приезжают из региональных телерадиокомпаний журналисты, в подавляющем большинстве не имеющие специального, журналистского образования. Будучи выпускниками филологических, исторических факультетов немосковских вузов, они имеют весьма смутное представление о формах, жанрах, специфике работы телевизионного и радиожурналиста. К слову сказать, на факультетах и отделениях журналистики провинциальных вузов преподают все те же историки и филологи, которые сами, чаще всего, не владеют профессиональными знаниями в сфере медиа.

Как показывают социологические наблюдения «Левада-центра», около 80% россиян получают информацию из передач телевидения. И это притом, что за семь минувших лет по данным ВЦИОМ аудитория телевидения и радиовещания сократилась вдвое. Так, если раньше 63% населения посвящали часть досуга просмотру телепрограмм и слушанию радио, то теперь — 28% (56% в группе пенсионного возраста против 8% среди опрошенных от 18 до 24 лет). Характерно, что образованию и повышению квалификации в российском обществе

³ Е. Вартанова. Указ соч.

отводится всего лишь 8 процентов досугового времени. Анализ структуры досугового пространства российского населения и особенно содержания программ федеральных телеканалов показывает, что насаждение либеральных ценностей приобрело государственный размах. Неудивительно, что молодежь не хочет смотреть примитивные шоу, чернуху, криминальные передачи, которыми густо напичкан телерадиоэфир. Но ведь и в социальных сетях сплошь и рядом все тот же контент, который дополняется селфи и графоманией, тусовками молодежного хейпа. Вместо заявленного информационного общества получилось сообщество бездумного развлечения. С целью развлечения используются даже специальные технологии изображения насилия над человеком, вошедшие в «повседневные культурные практики подрастающих поколений России» и получившие в науке понятие «развлекательного насилия<sup>4</sup>».

Запущенное ни много, ни мало, а почти три десятилетия назад по каналам медиа дьявольское колесо развлечений все крутится и крутится, подминая под себя все новые поколения россиян, уже не владеющих элементарной грамотностью, и обнаруживающих чудовищные примеры дикости. Так, например, в ноябре 2017 года неслыханную популярность набрал Instagram — аккаунт «Пьяный батя». Восемнадцатилетний житель Пермского края по имени Виталий регулярно выкладывает видеоролики с участием своего пьяного отца, который уже стал героем интернета, аудитория которого возросла в три раза.

#### «А ХОЧЕТСЯ РЕЧИ. ПРОСТОЙ, ЧЕЛОВЕЧЬЕЙ»

А что поделывают в это время федеральные телеканалы? Они ведают «городу и миру» столичные новости из привычного властного треугольника «кремль — правительство — парламент» с одними и теми же ньюсмейкерами, бессодержательными дискуссиями, перемежающимися потасовками в студии. Анализируя содержание федеральных телерадиоканалов с деградацией лексики, стагнацией стилистических оборотов, перенасыщенными элементарными орфографическими ошибками в речениях ведущих эфира и корреспондентов, поневоле вспоминаются провидческие строки Николая Рубцова:

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Тарасов К.А. Проблема развлекательного насилия в фильмах// Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 106.

Мне трудно думать. Так много шума. А хочется речи Простой, человечьей.

С пронзительной точностью поэтической строкой передано состояние затрудненности мыслительной деятельности, которая возникает при просмотре телепередач отечественных медиаканалов, в которых также не услышишь «простой, человечьей речи».

В тех редких случаях, когда федеральные телеканалы и показывают отдельные сюжеты из регионов, то они подаются с налетом криминальности и диких нравов. Стоит ли удивляться тому, что местные СМИ пользуются большим доверием и популярностью у населения регионов, нежели федеральные телеканалы и издания.

Если окинуть непредвзятым взором медиапространство России, то перед нами предстает причудливая, полная противоречий картина: федеральные каналы СМИ не показывают и не интересуются жизнью провинции, а региональные — ограничены во времени и локальности и не имеют влияния на большую аудиторию. Это касается особенно региональных телерадиокомпаний, которые поставлены в условия, согласно которым они вынуждены пользоваться «окнами» сеток вещания, остающиеся от федеральных каналов<sup>5</sup>. Население регионов вынуждены довольствоваться фрагментарными отрывчатыми сведениями, не ведая о том, что происходит в их регионе, или у ближних соседей, да, чего греха таить, и в стране в целом. Тем временем, «влогеры» и «блогеры» живут и царствуют в социальных сетях, обмениваются лайками, селфи, да еще пресловутыми котиками.

Иными словами, СМИ «садового кольца» столицы живут своей жизнью, а население огромной региональной страны — своей. Надо ли говорить, что утрата единого информационно-коммуникативного пространства приводит с драматической неизбежностью к утрате национальной идентичности, чувства единения. Неудивительно в этом контексте стремительное снижение доверия к СМИ, особенно к федеральным каналам телевидения.

Сотрудники местных телерадиокомпаний заинтересованы в повышении квалификации, но приехать на учебу они не могут себе позволить

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Дугин Е.Я. Региональное телевидение: стратегии развития или судьба? // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 1. С. 27 - 39.

из-за отсутствия финансирования. Эта веская причина ставит перед необходимостью менять концепцию обучения. Преподаватели Академии медиаиндустрии готовы проводить выездные занятия в регионах, но на командировочные расходы на все учреждение выделяется ... 3008 рублей в год (!?). В настоящее время руководство Академии ведет переговоры с рядом местных телерадиокомпаний о проведении выездных тренингов одновременно для нескольких телерадиостудий соседних регионов, что может значительно удешевить учебный процесс для журналистов.

## «ВОСПИТАНИЕ БАЛАНСА ЭМОЦИЙ, РАЗУМНАЯ ГОРДОСТЬ И СТОЙКОСТЬ»

На занятиях с региональными журналистами мне и моим коллегам приходится немало просматривать материалов, которые привозят с собой студенты. Вопреки снобистскому мнению столичных критиков, заявляющих, что местное телевидение - это сплошь и рядом показ губернатора, перерезающего ленточку на открытии очередного события, должен сказать, что журналисты из региональных компаний представляют по-настоящему талантливые работы по замыслу, постановке вопроса, по гражданской позиции. Особенно наглядны в этом отношении различные форумы, смотры, конкурсы, фестивали, где можно увидеть широкую картину жизни страны, отраженную творческими коллективами региональных СМИ. Академия медиаиндустрии участвует в фестивалях ТЭФИ, «Братина» (Московская область»), «Об инвалидах и для инвалидов» (Москва), «Спасти и сохранить» (Ханты-Мансийск), «Разум XXI век» (Томск), «Телезачет» (Москва) и др. По инициативе Академии в начале 2018 г. проведен первый Всероссийский телефестиваль «Призвание – волонтер». В мае 2018 г. Академия участвует в совместном с Евразийской Академией Телевидения и Радио проекте – XV фестивале «Победили вместе!» (Севастополь). Такого рода форумы являются еще и своеобразной формой совершенствования мастерства творческих работников — мастер-классы, «круглые столы», творческие встречи и т.п., - но системной формой образования ее все же назвать сложно.

Если позволительно прибегнуть к метафоре, то можно сказать, что региональные журналисты подобны самородкам. И чтобы из них получился бриллиант, они, безусловно, нуждаются в огранке, которая

достигается учебой, постоянным тренингом под руководством опытного наставника. А это может дать только систематизированное образование, разумное сочетание практики с теорией, но никак не скороспелые коммерческие курсы, которые обещают подготовить за две недели и несколько десятков тысяч рублей корреспондента или ведущего телеэфира.

По мнению известного психолога, отдавшей жизнь изучению мозга, академика Н. Бехтеревой: «важнейшим условием полной реализации таланта является «воспитание баланса эмоций, разумная гордость и стойкость». Вот эти критерии и должны быть положены в основу повышения квалификации специалиста, воспитания таланта творческой личности.

#### СИСТЕМА ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ: НАУЧНЫЙ АНАЛИЗ

Современные подходы к системе образования для журналистов представлены в научно-исследовательском проекте «Журналистское образование: перспективные методики и инструменты преподавателя», который был проведен группой преподавателей и научных сотрудников факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова<sup>6</sup>:

Исследователи сосредоточились на изучении активно применяемых в профессии алгоритмизированных подходов по созданию контента под общим названием «роботизированная журналистика». Данный термин обозначает обработку программами-роботами семантических связей между единицами текста, включая автоматизированную генерацию журналистских текстов.

Наряду с этим, в исследовательском проекте уделено внимание также теоретическому осмыслению так называемой иммерсивной журналистики (от англ. immersion — создающий эффект присутствия, погружения, например, в экранное пространство). Этот новый термин обозначает известный «эффект присутствия», являющийся сущностной характеристикой телевизионного репортажа.

В качестве предварительных итогов проекта можно выделить результаты исследования, обусловленные неизбежностью внедрения

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Лукина М.М. Научный отчет о выполнении межкафедрального научно-исследовательского проекта «Журналистское образование: перспективные методики и инструменты преподавателя». М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2017.

роботизированных решений в журналистские практики, что требует комплексной программы адаптации (психологической, социокультурной, инструментальной) к новым реалиям образовательных программ по журналистике. Главной задачей будущего, как отмечают эксперты, станет включение в результаты обучения новых или расширение «старых» профессиональных компетенций.

В обозримом будущем, по мнению ученых, подвергнется изменениям так называемая инструментальная компетенция, умение обеспечить производственно-технологический процесс создания журналистского продукта. Журналистика все в большей мере перейдет в междисциплинарную сферу, включая пограничные элементы традиционных дисциплин (управление, коммуникации, социология и т.п.), и потенциальных медиумов будущего (искусственного интеллекта, цифрового искусства и др.).

В соответствии с новыми направлениями развития медиаиндустрии коренным образом трансформируются структуры учебных программ, касающиеся общеобразовательных дисциплин и сугубо профессиональных, таких, например, как изменения в курсе по информатике, в рамках которого необходимо обучить студента основным принципам функционирования интеллектуальных, роботизированных систем, ориентированных на практику.

Кроме того, судя по результатам исследования, возможно появление новых дисциплин в учебных планах как следствие роботизации рутинной журналистской деятельности. Речь идет о журналистике данных, которая сейчас изучается, как правило, в факультативном режиме и далеко не во всех вузах. Похожая ситуация может сложиться и с разделом учебной программы, посвященной применению дронов (беспилотных летательных аппаратов) в журналистике.

Перед журналистским образованием будущего стоит задача уделить внимание всем составляющим обучения студента — будущего сотрудника современной редакции СМИ. В некотором смысле вузам, и особенно, в сфере повышения квалификации, предстоит разработка учебных программ и проектов, направленных на опережение медиарынка.

Немаловажное место в новых подходах к системе обучения журналистов и их переподготовке отводится повышению квалификации преподавательского состава. Полагаю, система дополнительного образования может стать хорошей площадкой для этого вида деятельности.

Нетрудно заметить, что в исследовательском проекте «Журналистское образование: перспективные методики и инструменты преподавателя», разработанном сотрудниками факультета журналистики МГУ, обучение журналистике и повышение квалификации основано на системном, комплексном подходе, учитывающем инновации и не упускающем из виду традиционные наработки в сфере теории и практики медиа.

#### ХАЙП УЧЕБУ НЕ ЗАМЕНИТ

Есть, впрочем, и иные вгляды на будущее образования для работников медиа. Недавно коллективу Академии медиаиндустрии довелось познакомиться с другим подходом, представленным НИУ «Высшая школа экономики», где предлагается свести учебу журналистов, работников медиаотрасли к молодежному хайпу (от англ. hype «ажиотаж», «крикливая реклама», «сенсация», шумиха»). При этом содержательную часть программы обучения предлагается заменить ... молодежной тусовкой (?!). Согласно этому проекту тусовку социальных сетей следует дополнить еще одной же тусовкой. Только площадкой ее становятся аудитории учебного заведения дополнительного образования. Иначе говоря, одна тусовка дополняется другой, что не может по определению дать новое качество. Единственно возможным результатом такого подхода к учебе, не может получиться ничего другого, кроме, как говаривал Гегель, «дурной бесконечности». Результаты либерально-тусовочного подхода мы уже не одно десятилетие наблюдаем в телерадиоэфире и в социальных сетях, в виртуальной, да и в реальной жизни. Но еще никогда тусовка, шумиха, ажиотаж не были основой повышения квалификации или образования. Учеба – это упорный труд, без которого повышение качества специалиста в любой отрасли, тем более в журналистике, невозможны.

Авторы тусовочного подхода заявляют, что таким способом им удастся протестное движение молодежи с улиц переключить на обучение в аудиториях, где легче за ней присматривать и контролировать поведение нового поколения.

Но если обратиться к анализу недавней волны протестных выступлений молодежи, то она обнажила узел нерешенных и неразрешимых проблем, стоящих перед структурами государственного управления и

власти, выявила неэффективность деятельности традиционных СМИ и журналистики, других институтов социализации личности $^7$ . Реакция власти по испытанной модели «страусиной политики» на этот раз оказалась неудачной. Пожалуй, единственный политик высокого ранга, Председатель Совета Федерации В. И. Матвиенко сразу же заявила о том, что «власть не должна просто констатировать либо делать вид, что ничего не происходит», призвав все ветви власти «не прятать голову под крыло». «Все представители власти-депутаты, сенаторы, органы исполнительной власти в регионах — безусловно, должны встречаться с людьми, понимать, почему они выходят на протесты, что их волнует, обсуждать способы решения этих вопросов $^8$ ».

Нацеленность на созидание, стремление к поиску нового, которое отличало молодежь во все времена, подменилась ныне тусовкой, жаждой виртуального признания в социальных сетях, потому что в реальной жизни приложению молодой энергии не находится места.

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

На вопрос, поставленный три десятилетия назад в публицистическом фильме талантливого режиссера Ю. Подниекса «Легко ли быть молодым?» по-прежнему не найдено положительного ответа. Судя по данным социологических исследований нынешнее поколение молодых также, как прежде, не может найти работу, соответствующую уровню их образования, квалификации и жизненным устремлениям. У 75% современной российской молодежи практически отсутствуют устойчивые идеалы в том смысле, что для них жизненные цели не соотносятся

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Дугин Е.Я. Конфликт поколений или моделей коммуникации? (социологический аспект) // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 5-15.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> «Не прятаться под крылом». РБК, 30 марта 2017.

с неким прообразом модели поведения, ценностных ориентиров<sup>9</sup>. Примечательно, что моральные принципы в иерархии ценностей у современной молодежи занимают не первое, а только восьмое место.

В структурах власти и управления, в экспертном сообществе склонны обвинять Интернет и социальные сети в мобилизации участников протестных митингов, сравнивая их с технологиями подготовки и проведения с «цветными» революциями и террористическими актами. Доля истины в этой позиции есть. Но более глубокое понимание и выводы можно сделать, опираясь на исследования мотиваций использования интернета. Социологические исследования показывают, что 60,4% пользователей «мировой сети» - молодежь, активно интересующаяся политикой. Для сравнения в этой же группе предпочтение отдают просмотру передач федеральных каналов телевидения 90,6%. Доля активных пользователей интернета в возрасте 14 - 30 лет довольно велика — не менее 60% опрошенных 10.

За минувшее десятилетие, с учетом тенденции бурного роста информационных технологий, поколение «живущих в сети» увеличилось в разы, что и подтверждается данными социологических исследований. Там же отмечается, что «для нынешней молодежи Интернет однозначно не является средством мобилизации идеологических соратников для проведения митингов, выступлений — в этих целях стремятся использовать его 0.6% опрошенных $^{11}$ ».

Анализ социально-экономической ситуации в стране и господствующих настроений в обществе, показывает, что проблема не в последнюю очередь, кроется в содержательной наполненности социальных сетей, в контенте телевизионных и радиопрограмм, коммуникативных стратегиях медиасистемы в целом. Авторитетные эксперты, научные исследования фиксируют отсутствие в теленовостях и социальных сетях системы ценностей, позитивного опыта развития страны. «Квазиновостная и псевдоаналитическая фактура телевещания и спецпроектов в интернете приучает массы к поглощению микро и макросенсаций в нездоровых дозах при невнимании к течению повседневности и состоянию обыденности<sup>12</sup>».

 $<sup>^9</sup>$  Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. — М.: ЦСПиМ, 2010. С. 128.

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Указ. соч. С. 115.

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Указ. соч. С. 121.

<sup>12</sup> Рубцов А. Метафизика власти: Политическая история// Ведомости, 13 марта 2017.

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

В качестве весомого аргумента сошлюсь на позицию советника Президента России С. Глазьева, который связал протестное поведение молодежи с последствиями макроэкономической политики, проводимой государством. В результате этой политики происходит сокращение доходов населения, растет безработица и, как следствие, у молодежи утрачиваются жизненные перспективы. Без долгосрочных инвестиций молодежь не получит рабочих мест, у нее теряются ориентиры на будущее. «Для того, чтобы загрузить молодежь интересной работой, дать ей перспективы, нужно кардинально изменить денежную политику. Если мы хотим стабильности в обществе, хотим, чтобы люди занимались своим профессиональным делом, получали хорошую зарплату, необходимо изменить денежнокредитную политику<sup>13</sup>».

Наряду с реформированием финансово-экономических условий жизни общества, необходимо разработка концептуальных положений философии и идеологии для обновленной России, направленных на формирование идентичности молодежи, на раскрытие ее созидательного потенциала. Требуется также трансформация коммуникативных стратегий и моделей взаимодействия общества и структур власти и управления, коренное улучшение деятельности институтов социализации общества, СМИ, медиа и, в частности, реформирование телевизионной системы и всей медиаиндустрии в целом, в том числе обучение журналистов.

 $<sup>^{13}</sup>$  Советник Президента РФ связал протесты молодежи с «утратой жизненных перспектив». // RNS Информационное агентство, 30 марта 2017.

#### ПОВЫШАТЬ КВАЛИФИКАЦИЮ МЫШЛЕНИЯ

Поскольку целью деятельности многообразных средств коммуникаций и медиаиндустрии в целом должно быть влияние на интеллектуальную, духовную составляющую развития общества, постольку одним из фундаментальных направлений повышения квалификации кадров медиаотрасли, по моему глубокому убеждению, должно стать повышение квалификации мыслительной деятельности журналистских кадров. Не жалкие потуги догнать англо - саксонскую модель журналистики, а разработка и освоение собственных подходов к постижению и трансляции национальных культурных кодов на основе богатых традиций отечественной журналистики.

Декан факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, доктор филологических наук, профессор Е.Л. Вартанова, справедливо утверждает, что «если оценивать нашу журналистику с позиций англо-саксонской журналистики, то она не соответствует её нормативу. Но она соответствует отечественному культурному коду — коду литературоцентричности, текстоцентричности, словоцентричности, который во многом определяет и наше политическое сознание  $^{14}$ ». Этот набор типологических характеристик я бы дополнил кодом «антропоцентричности», несмотря на попытки исключить человека из современной цивилизации перехода от информационного этапа развития к эре искусственного интеллекта  $^{15}$ .

В любом случае, способность гибко и креативно мыслить и созидать отличает творчество от роботизированной журналистики. Развитие этих способностей личности и должно стать магистральным направлением повышения квалификации и переподготовки кадров медиаиндустрии.

Конечно, освоение навыков, связанных с цифровизацией информационно-коммуникативных процессов, важно и неизбежно. Но все это скорее технологические приемы работы с информацией, но никак не постижение и трансляция смыслов, столь важных для общества и личности.

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Е. Вартанова. Указ. соч.

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Дугин Е.Я., Куприянов О.А. Антропоцентрическая модель коммуникации в контексте ценностных предпочтений телевизионной аудитории// Гуманитарий Юга России. 2017. №5. С. 82-91; Дугин Е.Я. Антропоцентрическая модель современных электронных коммуникаций // Перспективы развития науки и образования: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч. - практ. конф. 30 декабря 2014 г. в 8 ч. М.: АР-Консалт. 2015. Ч.VIII. С. 136-137.

Недавно, на семинаре, организованном Академией НАТ (Национальная ассоциация телевещателей), выступал представитель одной из телекомпаний Красноярского края, который рассказал о повышении квалификации журналистов. В частности, для учебы руководство телекомпании приглашает экспертов из различных областей науки, искусства, культуры для того, чтобы познакомиться ... с особенностями их мышления. В самом деле, знания можно почерпнуть из книг, из того же вездесущего и многознающего интернета, а вот интерпретация информации зависит от стиля и глубины и гибкости мышления.

Примечательно, что крупные компании («Сбербанк», например), приглашают на свои образовательные семинары музыкантов, искусствоведов, культурологов, актеров и др. представителей искусства потому, что люди искусства обладают типом мыслительной деятельности, отличным от банковского работника, финансиста. Модель их мышления не укладывается в привычный, стереотипный алгоритм. И вполне возможно, что, прослушав лекцию искусствоведа, профессионал банковской деятельности сможет отойти из привычных схем и предложит креативную модель финансовой операции.

Следует особо подчеркнуть, что в Академии медиаиндустрии, как ни в каком другом учебном заведении, складывается уникальная ситуация для творческого взаимообогащения исследовательских методов искусствоведения, социологии и теории медиакоммуникаций. В качестве одной из магистральных проблем для совместного изучения становятся различные аспекты изучения изобразительно-выразительных средств в кинематографе и на телевидении, привнесении отточенных временем и осененных великими авторитетами методологических положений теории экранного искусства, исследования киноязыка, образной структуры экранных произведений. В частности, при анализе работ слушателей мы стараемся всегда обращать внимание обучающихся на драматургическое построение даже информационного сюжета, репортажа, на такие его составляющие, как завязка, кульминация, развязка и другие элементы, присущие художественному произведению. В курсе «Журналистское мастерство» мы стараемся научить студентов пользоваться воображениями. Согласитесь, что создавать контент, который способен вызвать ответные чувства, глубоко затрагивающие личностные переживания, стимулировать воображение, вряд ли возможно без использования широкой палитры изобразительно-выразительных средств экранного искусства. Замечу, что привнесение в журналистскую практику художественных критериев поневоле заставляет задуматься о коммуникативной составляющей своей деятельности, и в этих целях, «подтянуть» уровень мастерства, повысить ответственность корреспондента телевидения перед зрителем.

Для повышения эффективности обучения и повышения квалификации в программы подготовки журналистов, наряду с курсами «основы журналистского творчества», «журналистское мастерство», преподаватели Академии стараются ввести циклы занятий по режиссерскому, операторскому мастерству, а также целый блок лекционно-семинарских занятий по постижению изобразительно-выразительных ресурсов экрана, языка экранного произведения.

Таким образом учебные программы и тренинги ориентированы на то, чтобы привить слушателям *культуру экранного языка*, к великому сожалению растраченного современным телевидением. Язык экранного произведения, пожалуй, также неисчерпаем, как мироздание, потому что каждый творческий человек, осваивая изобразительно-выразительные ресурсы экрана привносит в грамматику, морфологию, синтаксис и стилистику экранного языка свое вдохновение, незаёмное видение мира, неравнодушный отклик и оценку событий. Уместно напомнить, что выдающийся кинодокументалист Дзига Вертов в своем дневнике более 70 лет назад писал: «Киноязыку (экранному языку) надо учиться. Никто этого не делает. Думают, что диктор (или журналист) все наговорит. А на экране — бестолочь. Никто не замечает. Слушают диктора и через его слова глазеют на экран. Слушатели, а не зрители. Слепые, слепые. А слепой курице — все зерно (пишеница)<sup>16</sup>».

Язык экрана, созидающий фундамент многообразного производства смыслов, образов, которые в конечном свете отображаются в качестве интегрального впечатления коммуникативных сообществ, аудитории, а также коммуникативным пространством борьбы идей, конкурентоспособным инструментом борьбы за идеологическое, культурное и эстетическое влияние в обществе.

И в этом смысле странно наблюдать как монтажные приемы и методы творческого мышления почти не используются в современной медиакоммуникации, где, казалось бы, сама природа мультимедийный

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Цит. по Горюнова Н.Л. Телепроизведение: функция, содержание и форма//Наверное, так любит людей Бог. Воспоминания о Надежде Львовне Горюновой. М.: 2015. С. 168.

диктует монтажное мышление и профессиональное использование многообразия выразительных, смысловых, звуковых и изобразительных элементов, которыми так богато наделены различные средства и каналы информационно-коммуникативной системы. Вместо всего этого богатейшего арсенала изобразительно-выразительных средств на телеэкране с грустью приходится наблюдать не дающие ни уму, ни сердцу примитивные приемы, заимствованные из заморских квизов и реалити-шоу.

К сожалению, в современных условиях мультимедийности, постоянной погоне за сенсациями и доходами в нескончаемых примитивных телесериалах и реалити-шоу многие наработки в сфере поиска изобразительно-выразительных ресурсов экрана оказались неосвоенными и потому утраченными. К счастью, в Академии пока еще работают опытные преподаватели, которые могли бы передавать свои уникальные умения и знания работникам местных телерадиокомпаний.

Все эти размышления, о которых мне уже приходилось неоднократно писать и высказываться в различных аудиториях, свидетельствуют о том, что деятельность Академии целесообразно рассматривать не только как учебное заведение, но и научный, экспертный центр отрасли, к слову сказать, единственный в медиаиндустрии.

И еще об одной актуальной проблеме, связанный с разработкой профессиональных стандартов и соотнесение с ними программ ДПО. В настоящее время, Академия медиаиндустрии участвует в разработке профессиональных стандартов для работников полиграфии, но пока в медиаиндустрии они не утверждены, несмотря на законодательные статьи № 122- $\Phi$ 3 от 02.05.2015 г., в котором говорится о том, что для всех работников и работодателей обязательно применение профессиональных стандартов. К слову сказать, к разработке профессиональных стандартов для работников телевидения и радио ещё никто не приступал. Возможно поэтому до сих пор не решена проблема мотивации повышения квалификации для работников медиаиндустрии. Профессионалы со стажем помнят четко отлаженную систему повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, которая была в Гостелерадио СССР, согласно которой все сотрудники были обязаны проходить в плановом порядке переподготовку и повышение квалификации каждые пять лет.

Кажется, еще Гюставом Флобером было замечено, что каждые десять лет необходимо переписывать историю. Как известно, за десятилетие

устаревает 80% технологий, свыше 70% работников имеют образование и навыки, полученные 10-15 лет назад. Что же касается скоростей изменений, происходящих в сфере информационных, компьютерных технологий, электронных средств коммуникации, то они переписывают историю в режиме on-line, ежедневно. Неспроста новости СМИ называют «секундной стрелкой истории». Поэтому повышение квалификации надо проводить чаще, чем раз в пятилетие. Более того, работа над собой — процесс непрерывный. И хорошо, когда его сопровождают опытные преподаватели, которые помогут овладеть искусством слова и образа, способствовать совершенствованию техники и культуры речи, технологии и методики ведения беседы, интервью, повысить мастерство поведения в кадре, написанию литературного сценария и сценарного плана. Пожалуй, никакое другое учебное заведение не располагает таким творческим потенциалом, как Академия медиаиндустрии.

Сейчас многие редакции, телевизионные каналы не от хорошей жизни вынуждены создавать свои курсы и школы, на которых преподают опытные журналисты. Но даже самый знаменитый наставник в лучшем случае рассказывает о себе, любимом, может поделиться своими творческими находками, которых у него не так уж и много. Но преподаватель, который сам работал в журналистике, а затем, благодаря занятиям наукой, изучил гораздо большее число приемов многих мастеров пера и экрана, может передать слушателю значительно более богатую палитру творческого опыта как отечественного, так и зарубежного. Именно широта и глубина подхода к обучению выгодно отличает преподавателя от практикующего журналиста.

#### О ГОСУДАРСТВЕННОМ ПОДХОДЕ К ДОПОЛНИТЕЛЬНОМУ ОБРАЗОВАНИЮ

Одним из ключевых факторов, способных повлиять на укрепление информационно-коммуникативного пространства — образование специалистов медиаотрасли, которые могут и должны создавать это единое пространство. Факультеты журналистики, особенно МГУ им. М.В. Ломоносова, дают своим студентам фундаментальную университетскую подготовку, которая позволяет выпускникам трудоустраиваться в медиаиндустрии и в самых разнообразных видах деятельности.

Но отрасль стремительно развивается, обогащается новыми технологиями. Особенно динамичными темпами развиваются электронные

средства коммуникации, цифровая журналистика. Ни в одной другой профессии или специальности, пожалуй, нет такой потребности в обновлении знаний, умений как в журналистике, в медиаиндустрии в целом. Учебники и учебные пособия устаревают, едва выйдя из печати.

Единственное средство выдержать конкуренцию в этой гонке со временем и информационными технологиями — это постоянная учеба, систематическое пополнение знаний и умений, которые возможны только в учреждениях дополнительного образования.

По ряду обстоятельств система дополнительного образования «выпала» из сферы государственного регулирования из-за многолетних структурных диспропорций в области подготовки и повышения квалификации кадров (и не только журналистских), вследствие усердной деятельности реформаторов от просвещения, в результате которой появилась тенденция к «массовизации» образования и снижение требований к его качеству.

В Послании президента Федеральному собранию достаточно ясно поставлены задачи в сфере дополнительного образования, сформулирована политика государства по переподготовке кадров на ближайшую перспективу. «Опираясь на лучшие практики и опыт, нам нужно в короткие сроки провести модернизацию системы профессионального образования, ...а также организовать центры опережающей профессиональной переподготовки и повышения квалификации для уже работающих граждан<sup>17</sup>».

Разумеется, повышение квалификации журналистов и сотрудников медиаиндустрии нуждается в обновлении. Одним из ключевых элементов этой огромной работы должна стать система дополнительного образования, встроенная в подготовку и повышение квалификации кадров отрасли. В частности, роль единственного в отрасли Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания (неудачно переименованного в Академию медиаиндустрии), должна быть повышена в функциональном, содержательном и финансовом плане, в том числе, в материально-техническом обеспечении учебного процесса, оснащении его современным оборудованием, в повышении зарплат профессорско-преподавательского состава.

Говоря о системном подходе в смысле содержательности журналистского образования, стоит обратить внимание и на систему его

<sup>17</sup> Электронный ресурс: kremlin.ru/evens/president/news/56857. Дата обращения: 05.03.2018.

организации. Как известно, ИПК работников телевидения и радиовещания (ныне «Академия медиаиндустрии») был основан в 1970 г. постановлением Совета министров СССР № 709 «О системе повышения квалификации работников телевидения и радиовещания». Ключевое слово в названии документа — система, чем и был обозначен государственный подход к проблеме. Это выразилось в том, что, во-первых, к педагогической работе с молодыми работниками ТВ и РВ были привлечены ведущие мастера отрасли тех лет, во-вторых, при Гостелерадио СССР создан Всесоюзный институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания (ВИПК), а в регионах — либо самостоятельные ИПК, либо филиалы ВИПКа, в-третьих, сформулирована государственная программа повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров для отрасли на длительный период.

К сожалению, в 90-х гг. российское образование, как и многое в стране, оказалось в состоянии кризиса. Пострадала в первую очередь система дополнительного образования (ДПО). ВИПК лишился всех учебных помещений и профессиональной технической базы в АСК-2 на Шаболовке. А учебный корпус для института, несмотря на правительственное постановление, так и не был построен. Институт вынужден был переехать в неприспособленное для учебного процесса здание общежития. Постепенно закрылись институты, филиалы и курсы на местах. Резко упала зарплата профессорско-преподавательского состава ИПК в связи с тем, что в постановление правительства РФ о повышении доплат за ученые степени и звания преподавателям вузов «забыли» внести отраслевые институты повышения квалификации, которых насчитывалось в стране более 200. Комплектование контингента в ИПК после ликвидации Гостелерадио было пущено на самотек. Было напрочь забыто Постановление Совмина СССР о необходимости направлять специалистов каждые пять лет на повышение квалификации. И, наконец, дополнительному образованию во всех его ипостасях в новом Законе «Об образовании в РФ» от 29.12.2012 №273-ФЗ посвящена всего лишь одна статья из нескольких строчек.

В итоге система была разрушена, и это пагубно отразилось на профессиональном уровне электронной и печатной журналистики. И не только журналистики. Поэтому сегодня вновь приходится говорить о необходимости вернуться к государственному решению проблемы

повышения квалификации и профессиональной переподготовки сотрудников телерадиовещания, настаивать на принятии Федерального закона о системе ДПО в целом, закона, учитывающего современные творческие и технические реалии отрасли.

Реформирование Академии медиаиндустрии (Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания) должно быть направлено на развитие его как постоянной творческой лаборатории, превращения в экспертный и прогнозный центр отрасли. Нужно разумное сочетание инноваций с традициями в обучении и повышении квалификации сотрудников медиа, учреждений образования и культуры.

Когда-то премьер-министра Великобритании У. Черчилля спросили, чем отличается политик от государственного деятеля? Он ответил: «Политик думает о следующих выборах, а государственный деятель о следующем поколении». Пора бы и нам, работникам образования и просвещения, которым доверено воспитывать целые поколения людей, отнестись к нашей высокой миссии по-государственному. Повышение квалификации журналистских кадров следует вести на уровне мышления государственного деятеля, думая о следующих поколениях. Для такого подхода имеются все основания у единственного в медиаотрасли учреждения ФБГОУ ДПО «Академия медиа-индустрии» (Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания).

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Вартанова Е.Л. «Людям нужны навигаторы по информационным потокам» // www.gipp.ru / 05.02.2018.

Горюнова Н.Л. Телепроизведение: функция, содержание и форма // Наверное, так любит людей Бог. Воспоминания о Надежде Львовне Горюновой. М.: 2015. С. 161.

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

Дугин Е.Я. Конфликт поколений или моделей коммуникации? (социологический аспект) // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 5-15.

Дугин Е.Я. Региональное телевидение: стратегии развития или судьба? // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 1. С. 27-39.

Дугин Е.Я., Куприянов О.А. Антропоцентрическая модель коммуникации в контексте ценностных предпочтений телевизионной аудитории// Гуманитарий Юга России. 2017. №5. С. 82-91.

Дугин Е.Я. Антропоцентрическая модель современных электронных коммуникаций // Перспективы развития науки и образования: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч. - практ. конф. 30 декабря 2014 г. в 8 ч. М.: АР-Консалт. 2015. Ч.VIII. С. 136-137.

Исайчев Е. Журнал «Журналист»: обзор зарубежных публикаций о трендах в медиа на 2018 год // gipp.ru. 20.02. 2018.

Лукина М.М. Научный отчет о выполнении межкафедрального научно-исследовательского проекта «Журналистское образование: перспективные методики и инструменты преподавателя». М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2017.

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

Тарасов К.А. Проблема развлекательного насилия в фильмах// Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 106.

#### Ю.Д. ГРАНИН,

доктор философских наук, профессор, Институт философии РАН. г. Москва, ул. Гончарная, д. 12, стр. 1. e-mail: maily-granin@mail.ru

## ФОРМИРОВАНИЕ «НАЦИЙ» В ИСТОРИИ И СОВРЕМЕННОСТИ. ЗАПАДНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

Аннотация. В статье анализируется значение коммуникаций в формировании наций в Европе, Российской империи, СССРи современной России. Для обеспечения национального (политического и культурного) единства России необходимо унифицировать коммуникативное пространство Российской Федерации, создать общее символическое поле для всех народов РФ.

**Summary**. In article are analyzes the value of communications in formation of the nations in Europe, the Russian Empire, the USSR and modern Russia. The national (political and cultural) unity of Russia is ensured by bringing the communicational space of Russia into line and creating common symbolic sphere for all nations of RF.

**Ключевые слова.** Интеллигенция, масс-медиа, нация, национальное государство, национализм, федерализм, образование, суверенитет.

**Keywords.** Intelligency, mass media, the nation, the national state, nationalism, federalism, formation, sovereignty.

Вопрос о формировании «нации» был и остается ключевым вопросом внутренней политики любого полиэтнического государства. Правда, до недавнего времени о необходимости формирования «российской нации» вообще предпочитали помалкивать. Но после декабрьских 2010 года волнений в Москве, Санкт-Петербурге, других городах России и последовавших за ними терактах о создании нации наконец-то вновь заговорили не только в блогосфере, но и в высших эшелонах власти. Так, 27 декабря 2010 г. В.В. Путин высказался о необходимости формирования «общероссийского патриотизма» — аналога патриотизма советского, а Д.А. Медведев заявил, что «идея российской нации абсолютно продуктивна, и её не нужно стесняться». 11 февраля 2011 года президент развил эту мысль: «Наша задача заключается в том, чтобы создать полноценную российскую нацию при сохранении идентичности всех народов, населяющих нашу страну. Только тогда мы будем крепкими» (курсив мой — Ю.Г.).

Совершенно верно. Однако решение этого вопроса явно затянулось. Была выдвинута идея о разработке стратегии национальной политики Российской Федерации. Ее, как мы помним, «посмотрели, причём со всеми согласовали, и в итоге положили на полку» 18. Однако Указом Президента от 05 июня 2012 года №776 был создан Совет при Президенте РФ по межнациональным отношениям. Первостепенной задачей этого совещательного органа является «рассмотрение концептуальных основ, целей и задач государственной национальной политики Российской Федерации, определение способов, форм и этапов её реализации» В число этих концептуальных основ, на мой взгляд, должен быть включен вопрос о формировании российской нации и, соответственно - России как «национальном государстве».

Были ли прежняя и современная Россия «национальными государствами»? Как я собираюсь показать, таковыми они так и не стали. Но по мнению члена нового Совета при Президенте РФ по межнациональным отношениям, академика РАН В.А. Тишкова и его последователей, которые, надо думать, концептуальные основы новой национальной политики продолжают разрабатывать, это вопрос риторический. Запамятовав о том, что еще недавно они предлагали вообще отказаться от термина

 $<sup>^{18}</sup>$  Стенографический отчёт о совместном заседании Госсовета и Комиссии по реализации приоритетных национальных проектов и демографической политике. 27 декабря 2010 г., 15:00, Москва, Кремль. // www. kremlin. ru.

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Образован Совет по межнациональным отношениям // http://state.kremlin.ru/face/15609.

«нация» («забыть о нации»), теперь они утверждают, что современная Россия (как США, Великобритания, Испания и др.) это «нация наций». При таком подходе, изначально предполагающем существование российской нации как гражданской (но не культурно-лингвистической!) общности, проблема ее формирования автоматически выносится за скобки.

Предполагается, что «российская нация» («многонациональный российский народ»!?) уже существует. Именно это записано в Федеральной программе «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие России (2014-2020 годы)», утвержденной Постановлением правительства РФ от 20.08.2013 года №718. Основным разработчиком, координатором и распорядителем финансовых средств (3 млрд. 761, 85 млн. руб.) было определено Министерство регионального развития РФ, упраздненное в сентябре 2014 года. Так федеральная программа осталась без «головы» и без средств. Однако ее (в неизбежно урезанном виде) попыталось исполнить Федеральное агентство по делам национальностей, результат деятельности которого в условиях секвестра федерального бюджета в 2015- 2016 годах очевиден. Тем не менее на последнем заседании Совета по национальным отношениям 31.10.2016 года бывший министр по делам национальностей Вячеслав Михайлов внес предложение разработать «закон о российской нации». И президент В.В. Путин поддержал эту идею, предложив параллельно доработать и многострадальную стратегию национальной политики РФ20.

Что будет написано в этом законе, покажет время. Но судя по всему, речь вновь пойдет об укреплении единства «российской нации», понимаемой как совокупность многочисленных этнокультурных сообществ, проживающих на территории Российской Федерации. Впрочем, отождествление «нации» с «этнокультурным сообществом» характерно для научной политологической литературы. Там принято противопоставлять два типа наций: «гражданско-политические» и «этнокультурные». Но это противопоставление, как будет показано далее, ошибочно: в истории не было устойчивых национальных сообществ людей, связанных *только* узами общего гражданства. В действительности «нация» — это появившаяся лишь в XVIII-XIX столетиях исторически

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> Заседание Совета по межнациональным отношениям. Астрахань. 31 октября 2016 г. // http://www.kremlin.ru/events/president/news/53173.

новая общность людей, связанных между собой в сообщество не только общим гражданством, но и общей исторической памятью, общим языком, и общей культурой. Важнейшая роль в формировании большинства наций принадлежит государству, которое совместно с институтами гражданского общества посредством систем массовых коммуникаций и общенациональной системы образования целенаправленно формирует у людей воображаемый ими образ «Отечества — Нации» («России», «Франции» и т.д.) и «гражданское сознание», которые доминируют над более древними расовыми и этническими идентичностями.

Но как интегрировать полиэтническое, мультикультурное население России в политически и культурно единое целое (нацию), не ущемляя при этом суверенное право народов на развитие их собственных языков и культур? Возможно ли это в принципе?

\*\*\*

Чтобы приступить к обсуждению этих проблем, необходимо сначала ответить на следующие «простые» вопросы: чем отличаются «нации» от «этносов» и как, какими способами формировались нации и национальные государства в Европе? Очевидно, ответ на второй вопрос в значительной мере зависит от того, как мы ответим на первый. И вот здесь мы попадаем в концептуальный капкан: теоретически отличить нации от этносов почти невозможно. Ни общность антропометрических характеристик и языка, ни общность территории и экономической жизни, ни общие культура, самоназвание и самосознание, связывающие людей в одно антропосоциокультурное целое, не позволяют надежно отличить нации от этносов. Лишь наличие собственного государства или стремление его обрести («национализм») — то, что эмпирически (в общественном мнении) действительно отличает нации от этносов. По всем остальным атрибутивным признакам они совпадают.

Получается, что «нация» — категория конвенциональная. Констатация этого обстоятельства позволила еще в 1964 году британскому обществоведу Эрнесту Геллнеру заявить, что «нации это изобретение националистов», благодаря которому они проводят в жизнь свои политические идеи. В значительной мере это действительно так. Нация — цель любого национализма, а национализм — средство формирования, развития и экспансии наций. После выхода в 1964 году книги

К. Дойча «Рост наций», работы Э.Д. Смита «Теории национализма» (1971), монографии 1983 года Э. Геллнера «Нации и национализм», книги Б. Андерсона «Воображаемые сообщества» и сборника статей под редакцией Эрика Хобсбаума и Теренса Рэйнждера «Изобретение традиции» это положение стало максимой для большинства специалистов. В дальнейшем принцип осознанного политического и социокультурного конструирования основных европейских наций, основательно подкрепленный анализом истории становления «национальных государств» в Западной, Центральной и Восточной Европе, получил развернутое теоретическое обоснование в работах Дж. Бройи, М. Манна, Ч. Тили, М. Шадсона, Э. Хобсбаума, М. Хроха и некоторых других авторов. Если обобщить и суммировать их выводы, мы получим следующую картину процесса образования наций и национальных государств в Европе XIII — XIX веков.

\*\*\*

Понимаем ли мы «нации» как преимущественно антропосоциокультурные или политические (гражданские) общности, их формирование было связано со становлением и развитием гражданского общества и европейского капитализма XVII-XIX столетий, мотором которого была ускоренная модернизация всех сфер жизни европейских стран, а следствием — развитие рыночных отношений, науки, техники и возникновение европейского рационализма. Однако ведущим фактором в интеграции этнически, конфессионально, культурно и лингвистически разнородных групп людей в некое относительно гомогенное целое (нацию) оказывалось новое — современное — государство, «бюрократическая машина» которого успешно «перемалывала» многочисленные этносы, столетиями жившие на территории европейских стран.

Смещение вектора культурной самоидентификации из этнической плоскости в плоскость национальную было связано с изменениями в области коммуникаций: языка, характера информационных связей и образования.

Ведь средневековый человек даже не мог вообразить себе такую надэтническую общность как «нация». Его воззрения на окружающий мир и восприятие этого мира были принципиально ограничены тотальным локализмом его образа жизни и устным разговорным языком, словарный запас которого формировался в пределах этнически

ограниченного круга общения. Единственным универсальным средством межэтнического общения была латынь, которую монополизировало духовенство, а единственной потенциально доступной книгой — Библия, написанная на той же латыни. И вот этот реальный дефицит знаний и информации о внешнем мире ограничивал сознание большинства людей XI-XIV веков горизонтами мифа, этнических преданий и традиций.

Но массовое распространения в XV-XVI веках технологий печатания книг и газет радикально изменило осознание и восприятие мира, сделав психологически представимым и приемлемым такой феномен как нация. Если массовое тиражирование лютеранской Библии на немецком языке, вовлекшее в движение Реформации миллионы людей, способствовало разрушению идеологической монополии католической Церкви<sup>21</sup>, то распространение светских книг и газет, замечает Андерсон, помимо прочего, изменило представление европейцев о времени. «Роман и газета были теми формами, которые обеспечивали технические средства для представления воображаемых общностей типа нации. Действия-персонажей романа происходят в одном времени, фиксируемом часами и календарем, но при этом персонажи могут совершенно ничего не знать друг о друге. В этом новизна такого воображаемого мира, создаваемого автором в умах читателей. Представление о социологическом организме, календарно движущемся в гомогенном, пустом времени - это точный аналог идеи нации.

...Газета же представляет собой как бы «крайнюю форму» книги, продаваемой в колоссальных масштабах, но краткосрочной популярности, можно сказать - однодневный бестселлер. То обстоятельство, что газета устаревает на следующий день после ее выпуска, порождает чрезвычайную массовую церемонию: почти одновременное потребление («воображение») газеты как артефакта. Мы знаем, что конкретные утренние и вечерние издания будут в основном потреблены между таким и таким часом, в этот, а не другой день. Значимость этой церемонии (Гегель заметил, что газеты современному человеку заменяют утреннюю молитву) парадоксальна. Она осуществляется в молчаливом уединении и происходит лишь в голове. Но каждый участник хорошо осознает, что выполняемая им церемония повторяется одновременно

 $<sup>^{21}</sup>$  В течение сорока лет, прошедший после издания библии Гутенберга, в свет вышло более 20 млн. томов книг, а в следующем столетии -150-200 млн.

тысячами, если не миллионами, других людей, в существовании которых он уверен, но не имеет ни малейшего понятия об их индивидуальности. Эта церемония повторяется ежедневно или дважды в день, до конца календаря. Можно ли представить себе более живую картину светской, исторически-временной общности?<sup>22</sup>»

Действительно, отмеченная Андерсеном коалиция протестантизма и «печатного капитализма», использовавшего дешевые массовые издания, быстро создала широкую читающую публику, включавшую также купцов и женщин, обычно не знавших латыни, и одновременно мобилизовала ее для политико-религиозных целей. Помимо этого она принципиально изменила языковую ситуацию. В Европе и других частях света в допечатный период многообразие разговорных языков было огромно. Но разнообразные диалекты поддавались - в определенных пределах слиянию в механически воспроизводимые «печатные языки», пригодные для распространения посредством рынка.

Таким образом, печатные языки заложили основу национального сознания в трех четких формах. «Во-первых, и главным образом, они создали унифицированные поля обмена и коммуникаций, менее обширные, чем на латыни, но шире, чем на разговорных диалектах. Говорившие на разных формах французских, английских и испанских диалектов и не понимавшие друг друга в разговоре, теперь стали понимать – благодаря печати и бумаге. Постепенно они осознавали, что их языковое поле включает сотни тысяч и даже миллионы людей, но только эти сотни тысяч или миллионы. Эти читатели, связанные общим печатным языком, образовали в своей светский, партикулярной, видимой невидимости зародыш национально-воображаемого общества»<sup>23</sup>. Одновременно с появлением национальных языков с XVII века шло, как пишет В.М. Алпатов, «вытеснение многих малых языков, которые либо были обречены на вымирание, либо оттеснялись на периферию, либо после изменения государственных границ могли стать государственными языками (чешский, финский, латышский и др.)<sup>24</sup>». В национальных государствах Нового времени господствовала

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Anderson, Benedict. Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London: Verso, 1983, p. 44.

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> См.: Геллнер Эрнест. Нации и национализм. Пер. с англ. Т.В. Бердаковой и М.К. Тюнькиной. М., 1991, с. 86-87.

 $<sup>^{24}</sup>$  Алпатов В.М. Глобализация и развитие языков // Антиглобализм: новые повороты. М., 2005, с.101.

идея единого языка для всей страны. В Великобритании языки меньшинств, причём таких, как шотландцы, ирландцы, валлийцы, не признавались и жестоко вытеснялись. Они переставали вследствие этого быть не только средством делопроизводства, но и способом коммуникации.

Если печатные и административные языки стандартизировали основной способ массовой коммуникации, то развитие общенациональных систем образования в XVIII — XX веках стандартизировали культуру как ведущий способ национальной интеграции. Распространяясь по схеме «центр — периферия», общая для всех культура шаг за шагом охватывала всю территорию стран Западной Европы, постепенно превращая их полиэтническое мультикультурное население («гасконцев», «бретонцев», «валлийцев», «пьемонтцев» и т.д.) в некое культурно гомогенное целое — в людей, принадлежащих одной «напии».

Этот процесс продолжался не одно столетие, требуя постоянных усилий и контроля со стороны государства. Но по-настоящему государство взяло на себя роль «воспитателя нации» лишь в XIX веке, когда массовое начальное образование стало нормой в большинстве стран Западной Европы. Связано это было, очевидно, с осознанием государством необходимости социокультурного закрепления гражданского единства, обусловленного унифицированностью правовой системы, и главное — военно-патриотического единства, рождённого в борьбе за возможность самостоятельного существования нации. Свою роль сыграло и использование национальным государством имперских механизмов. Ведь империя всегда осознаёт себя как особое цивилизационное целое: цивилизация и есть социокультурная форма империи. В патриотизме, национализме осуществлялся сплав военно-политической и социокультурной составляющих национального единства. Сама армия становилась мощным символом национального единства.

Как верно пишет И. Валлерстайн, национализм заключался в воспитании патриотического чувства привязанности к своему государству, что достигалось систематической деятельностью двух институтов, обязательных для граждан: начальных школ и службы в армии, а также повсеместным распространением коллективных националистических ритуалов<sup>25</sup>. Вся совокупность государственных ритуалов служила укреплению веры в приоритетность для человека принадлежности к

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> Валлерстайн И. Конец знакомого мира. М., 2003. С. 147.

национальному сообществу и идентификации себя с ним. Таким образом, в XIX веке ведущие европейские государства осознали, что реальная интеграция может быть осуществлена социокультурными, а не юридическими средствами. Началось целенаправленное создание национальной культуры, в ходе которого существующие культурные механизмы дополнялись государственным воздействием. Государство стало контролировать фабрикацию культурных идеалов и символов, которые могли обеспечивать общую идентификацию представителей различных социальных групп, находящихся между собой в конфликтном состоянии. Одновременно эти идеалы и символы призваны были интегрировать людей с разными этническими корнями таким образом, чтобы возникшее у них чувство общей идентичности совпадало с границами государства. Конечно, формирование национальной идентичности было делом не только государства, но государство должно было создавать и создавало с большим или меньшим пониманием значимости этого дела необходимые культурные инфраструктуры для распространения национальной идентичности и подавления периферийных идентичностей внутри государственного целого. К этим инфраструктурам и можно отнести официальный язык, школьное образование, национальную почту, национальную прессу. Лишь в XIX веке государство озаботилось как всеобщей грамотностью населения, так и созданием прессы для народа, что несомненно сделала духовную ситуацию в обществе более подконтрольной. Государство стало держать под контролем трактовку истории, более того, само создание «национальных историй» не могло не стать относительно произвольным сочетанием реконструкции прошлого с конструированием пути развития, цель которого предзадана изначально и опрокинута в прошлое. Таким образом государство укрепляло себя не только экономически и военно, но и культурно. Этот процесс 3. Бауман удачно назвал «мобилизацией культурных ресурсов, достаточных для поддержания идентичности и своеобразия государства через своеобразную идентичность его подданных»<sup>26</sup>.

В Центральной Европе процесс нациеобразования проходил, главным образом, по схеме «нация-государство»: здесь роль государства

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Бауман Зигмунт. Глобализация. Последствия для человека и общества. М., 2004. С. 90. И чем дальше идёт история, тем эта мобилизация ресурсов становится сильнее. Процесс тот же самый, а интенсивность его повышается с переходом к третьей стадии глобализации с середины 1970-х гг. Теперь говорят уже о навязывании с помощью СМИ не то что, общей идентичности, а прямо таки культурной унификации.

сводилась к территориальному объединению отдельных частей наций, которые, как писал еще Гегель, а затем отмечали и другие исследователи, в результате войн утратили свою государственность, сохранив, тем не менее, много общего в языках и культуре. Поэтому здесь в XIX столетии в результате объединения мелких, хотя и обладавших давними традициями государственных образований, возникли унифицирующие государства. Классическими примерами такого объединения разделенных частей нации стали Германский рейх и Италия. В обеих странах цели национального движения совпали с централизаторскими устремлениями одного из государств – Пьемонта-Сардинии в Италии и Пруссии в Германии. После успешного национального объединения бывшие мелкие государства были либо ликвидированы и заменены централизованным административным делением (Италия), либо их суверенитет был существенно ограничен (Германский рейх). Но одним политическим объединением нации функции нового государства не ограничивались. И еще на протяжении десятилетий «рациональное» государство делало значительные усилия по культурной гомогенизации лингвистически и культурно разнородного населения. Иллюстрацией может служить культурно-идеологическая политика канцлера Бисмарка по «выковыванию» единого национального сознания среди разных и недавно приобретенных немецкоязычных территорий.

Следующие этап и тип формирования национальных государств оказались реализованы в Центрально-Восточной и Юго-Восточной Европе в XIX — начале XX века, для многих народов которой обретение собственного национального государства выступало как политическая цель национально-освободительных движений. Здесь национальные государства возникли путем сецессии, дробления полиэтнических «внутренних» империй, которые, как Османская империя на Балканах, либо постепенно разлагались из-за постоянных конфликтов с христианским миром, либо как царская Российская империя и монархия Габсбургов распались или были резко ослаблены в результате І мировой войны. Сложившееся политическое сознание народов, расселенных в этих регионах и идентифицировавших себя прежде всего в качестве языковых и этнических общностей, было направлено против существующего государства. Оно воспринималось как чуждое им политическое образование, разрушавшее национальные предания подчиненных народов.

Вот как схематично выглядит этот процесс в интерпретации П.Альтера:

ВОЗНИКНОВЕНИЕ ГОСУДАРСТВ В ЕВРОПЕ В 1815-1922 гг.

1830	Греция
1831	Бельгия
1861	Италия
1871	Германский рейх
1878	Румыния, Сербия, Черногория
1905	Норвегия
1908	Болгария
1913	Албания
1917	Финляндия
1918	Польша, Чехословакия, Эстония, Латвия, Литва, Королевство сербов, хорватов и словенцев
1922	Ирландия

По мнению П. Альтера, полоса государств от Финляндии на севере, через балтийские государства, Польшу, Чехословакию и до Румынии, Албании и Греции возникла посредством сецессии. Однако и некоторые национальные государства Западной Европы появились в результате отделения от более крупного династийного государства. Так возникла Бельгия, отделившаяся в 1831 г. от Объединенных Нидерландов, Норвегия — вследствие разрыва унии со Швецией (1905), Ирландия путем отделения от Соединенного Королевства Великобритании и Ирландии в 1922 г. и, наконец, Исландия — в результате расторжения союза с Данией в 1944 году. Пример Польши и отчасти югославянских народов показывает, что сепаратистские движения одновременно могут быть движениями за создание единого национального государства посредством объединения территорий, включенных в состав нескольких государств. Например, восстановление польской государственности произошло путем воссоединения польских земель, входивших в состав Российской империи, Австро-Венгрии и Германии. «Эти примеры, –

подчеркивает Альтер, — показывают относительность географической и хронологической схемы трехфазового становления национальных государств в Европе» $^{27}$ .

С замечанием автора можно согласиться. Реальная история образования наций и национальных государств не укладывается ни в одну из предложенных исследователями теоретических концепций. И тем не менее можно констатировать: образованные в результате многочисленных войн государства Западной Европы являли собой новый тип государства, одной из важнейших задач которого было легитимное принуждение к национальному единству: тюрьма, топор и гильотина были важными средствами национальной интеграции в XVIII столетии. Но по настоящему государство взяло на себя роль «воспитателя нации» лишь в XIX веке, когда массовое и светское начальное образование стало нормой в большинстве западноевропейских стран.

С разной степенью интенсивности аналогичные процессы аккультурации, важными факторами интенсификации которых были сначала печатные СМИ, а затем радио и телевидение, происходили в бисмаркской Германии, царской России, а позже и в Советском Союзе. Но ни в дореволюционной России, ни в СССР процесс образования нации не был завершен, главным образом, из-за имперских амбиций и непоследовательности государственных действий.

\*\*\*

В отличие от либерально-демократических Англии и Франции, которые «владели империями» и пытались привить свою культуру этническим элитам колоний, *Россия сама была империей*. *И первоначально даже не ставила цели формирования одной нации как политической общности, основанной на «суверенитете народа»*. Разумеется, в России существовало то, что Э. Геллнер, Ю. Хабермас и др. обозначили как «протонациональные связи», основой которых были православие и общее историческое прошлое древнейших родов империи. Но здесь, вплоть до известного Указа Екатерины II о дворянских вольностях, не было «так называемого свободного дворянства, живущего на определенной территории и готового участвовать в политической жизни<sup>28</sup>». Ю. Хабермас обозначил данное явление как Adelsnation — «нация знати»,

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Alter, Peter. Nationalismus. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1985. p.100-105.

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Геллнер Э. Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991. C.151.

описав следующий механизм ее возникновения: «правящие сословия, которые встречались друг с другом в «парламентах» или в других «представительных собраниях», представляли страну или «нацию» neped лицом двора<sup>29</sup>».

Аналогом европейских представительных собраний в России XVI-XVII столетий были Земские соборы и Боярская Дума, которые затем были упразднены великим Петром, подчинившим церковь государству и взявшим курс на «европеизацию» не общества, а российского дворянства и формирование космополитичной имперской правящей элиты из иноверных иноземцев. Тем самым, несмотря на появление газет, журналов и университетов, разрыв между русской «народной культурой» (не говоря уже о десятках других) и «высокой культурой» правящего слоя к концу 18 столетия был не сокращен, а увеличен. Да и сама, представленная в столичных салонах, так называемая «высокая культура» знати была лингвистически гетерогенной, являя собой причудливое смешение языков: «французского с нижегородским».

Так что вплоть до начала XIX столетия многих предпосылок для формирования «нации знати» и «нации народа» в империи не было. Необходимо было появление «истории государства российского» и «русского литературного языка», ставших основой представлений о «русском народе». Так благодаря усилиям великих русских историков (Татищева, Карамзина и др.), славянофилов и великих русских поэтов, прежде всего, А.С. Пушкина, в первой трети XIX века в России возникает русский «лингвистический национализм», способствующий «натурализации» династии Романовых, которая, собственно, и привела к появлению российского «имперского национализма».

Осознание Романовыми себя великороссами, явившееся ответом на лингвистические национализмы народов, населявших империю, привело к политике русификации. Аналогичным образом «Лондон пытался англизировать Ирландию (и добился заметных успехов), Германская империя пробовала онемечить свою часть Польши (с очень незначительным успехом), Французская империя навязывала французский итало-говорящей Корсике (частично добившись успеха)<sup>30</sup>». Такие попытки

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> Хабермас Ю. Европейское национальное государство: его до¬стижения и пределы. О прошлом и будущем суверенитета и гражданства // Нации и национализм. М.: Праксис, 2002. С.366. (курсив Хабермаса).

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2001. С. 107.

удержания династической власти «над огромными многоязычными владениями, накопившимися еще со времен Средневековья», Б. Андерсон очень метко охарактеризовал как «натягивание маленькой, тесной кожи нации на гигантское тело империи»<sup>31</sup>.

Однако российский государственный (имперский) национализм принципиально отличался от современного ему европейского национализма, который, по мнению Ю. Хабермаса, пытался связать национальную «более абстрактную форму общественной интеграции» с демократическими «структурами принятия политических решений» 32. Взамен него в николаевской России была провозглашена доктрина «официальной народности», признававшая деспотию и рабство атрибутами православной России. «Да, — признавался Николай I, — деспотизм еще существует в России, ибо он составляет сущность моего правления, но он согласен с гением нации». Ему вторил министр образования граф Уваров, считавший лозунг «Православие. Самодержавие. Народность» «политической религией России»: «У политической религии, как и у веры в Бога, есть свои догматы. Для нас один из них крепостное право. Оно установлено твердо и нерушимо. Отменить его невозможно, да и ни к чему» 33.

Стремясь сохранить полиэтническую империю, власть не только не создала продуманного «национального проекта», но и упустила тот момент, когда в 1840-1860 годы на ее западных границах под определяющим влиянием польской интеллигенции стали реализовываться украинский, белорусский и другие периферийные «нацпроекты», заложившие основы будущих «наций». По мнению А. И. Миллера, именно из «соперничества русского национального проекта и польского национального проекта постепенно появляются украинский и, насколько он сформировался, белорусский проекты, а также литовский<sup>34</sup>». Но это спорное утверждение в той его части, где речь идет о русском национальном проекте. Дело в том, что так называемый «имперский национальный проект», так и не был до конца конкретизирован в системе последовательных бюрократических действий по интеграции населения и возведен в ранг государственной национальной политики.

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Там же. С.108.

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб.: Наука, 2001. С.267.

<sup>&</sup>lt;sup>33</sup> Лемке М. Николаевские жандармы и литература. 1826-1855. Спб., 1918. С.42.

<sup>&</sup>lt;sup>34</sup> Миллер А. И. Национализм и империя. М.: ОГИ, 2005. С.24.

Как и в других странах, идеологию российского государственного национализма разрабатывали интеллектуалы, существенные расхождения между которыми по вопросу «что делать?», отнюдь не способствовали делу национального строительства. Прежде всего, в той его части, которая связана с культурной гомогенизацией населения, которая должна проходить под «российскими», а отнюдь не «русскими» лозунгами. Между тем именно идеология русского этнонационализма, круго замешенного на обосновании превосходства «русского племени», стала (особенно накануне первой мировой войны) доминировать на страницах большинства, в том числе и либеральных, российских газет и журналов. Вместо идеи формирования российской нации как согражданства возникает миф «русской нации», в числе активных делателей и пропагандистов которого, помимо откровенных черносотенцев, были выдающиеся умы российской интеллигенции: Андрей Белый, Валерий Брюсов, Н. Бердяев, В.В. Розанов, А.С. Изгоев, Н.В. Устрялов, М.О.Меньшиков и много других менее известных писателей и мыслителей, обосновывавшие, каждый по своему, идею «православной империи русской нации<sup>35</sup>». И это ежечасно и повсеместно рождало культурный и политический этнонационализм других народов.

Масла в огонь подливало и многообразие точек зрения в среде теоретиков и политиков о том, что, собственно, следует понимать под «нацией». И российский марксизм в этом ряду не был исключением. Последний после революции 1905 года и накануне первой мировой войны переживал не лучшие времена, и, сосредоточив силы в «национальном вопросе» на борьбе с австромарксизмом, пытался выработать программу национальной политики большевизма.

В Австро-Венгрии, империи, где ряд национальностей подвергались угнетению, интересы политической борьбы (также как и в России) диктовали австрийским социал-демократам необходимость создания собственной программы решения «национального вопроса». У истоков ее стояли видные теоретики II Интернационала Карл Реннер и Отто Бауэр. В своей книге «Национальный вопрос и социал-демократия» (1907) Бауэр разработал собственное понимание нации как

<sup>&</sup>lt;sup>35</sup> Как писал В.В. Розанов, «русская империя есть живое царствование русского племени, постоянное одоление нерусских элементов, постоянное и непрерывное подчинение себе национальностей, враждебных нам» // Империя и нация в русской мысли начала XX века. М.: Изд. Дом «Пресна», 2004. С.67.

«культурной общности», которая выражается в «общности характера» народа, возникающего в истории из «общности его судьбы». Благодаря такой общности судьбы и действию механизма национальной апперцепции любое новое представление или же культурная ценность воспринимаются и осознаются (апперципируются) каждым человеком сообразно его национальной сущности. Говоря о собственном «духовном Я» нации, Бауэр к национальному характеру относил и особый уклад (Bestimmheit) воли: «В каждом акте познания воля проявляется во внимании, из целого ряда явлений, данных опытом, внимание останавливается лишь на некоторых и только их апперципирует...»<sup>36</sup>. Нация апперципирует, подчеркивал он, сообразно какой-то активной психологической деятельности, которая и составляет ее «душу». Тем самым, в сущности, Бауэр неявно постулирует некий мистический национальный дух, который, будто бы, управляет всей историей нации, сохраняя неизменной ее сущность. В итоге автор приходит к следующему определению нации: «Нация есть совокупность людей, общностью судьбы сплоченных в общность характера<sup>37</sup>».

Поскольку Бауэр редуцировал «нацию» к «общности характера», он, естественно элиминировал из своей концепции марксистский постулат об определяющей роли буржуазных экономических отношений в формировании наций. В его понимании нация существовала как «форма» уже в первобытном обществе, поскольку в нем имела место культурная общность. Исходя из этого, он заявил о том, что «общность культуры, покоящаяся на общности происхождения, объединяет всех германцев в одну нацию». 38 Лишь позже, с развитием частной собственности на средства производства, «германская нация» утрачивает свое культурное единство и распадается на племена. С разделением на классы и утратой культурного единства она создается лишь той частью народа, которая представляет собой культурное сообщество, - феодалами в средние века, образованными людьми в раннекапиталистическую эпоху и буржуазией в эпоху подъема капитализма. Бауэр пишет об этом так: «Общность рыцарской культуры впервые объединила господствующие классы всех немцев, впервые сплотила немцев в нацию». 39 И только современный капитализм, по мнению Бауэра, приводит к восстановлению более

<sup>&</sup>lt;sup>36</sup> Бауэр О. Национальный вопрос и социал-демократия. СПб., 1909. С. 113.

<sup>37</sup> Там же. С. 159.

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> Там же. С. 36.

<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> Там же. С. 50.

широкой национальной культурной общности, причем полного развития она может достигнуть только при социализме.

С критикой такого подхода выступил Карл Каутский. Но на замечания Каутского об определяющей роли политических и экономических факторов в процессе образования современных национальных государств и, соответственно, наций Бауэр ответил, что базовой основой нации является культурная общность составляющих ее людей. «Для того чтобы понять образование современных наций, следует рассмотреть этот процесс возрождения культурного (и, следовательно, языкового) единства нации». 40

Ортодоксального марксиста В.И. Ленина такая, в его понимании «идеалистическая», концепция наций устроить не могла, и он резюмировал позицию Бауэра как «национальный оппортунизм». В 1912-1914 годах в РСДРП развернулась широкая дискуссия по национальному вопросу, в которой, помимо Ленина, активное участие приняли также Ф.Э. Дзержинский, Б.М. Кнунянц, С.Г. Шаумян и И.В. Сталин. Последний выпустил, получившую в партии большой резонанс, серию статей «Национальный вопрос и социалдемократия», изданных в 1914 году отдельной брошюрой «Национальный вопрос и марксизм», и позднее опубликованную в его сочинениях под названием «Марксизм и национальный вопрос». В этой работе Сталин сформулировал следующее, на долгие годы ставшее в СССР каноническим, определение нации: «Нация есть исторически сложившаяся устойчивая общность людей, возникшая на базе общности языка, территории, экономической жизни и психического склада, проявляющегося в общности культуры $^{41}$ ».

Однако робкие попытки создания аналога общесоюзной нации — «советского народа» — в СССР были предприняты лишь в 1960-е годы: руководство боялось заменить провозглашенный принцип интернационализма политикой официального национализма. Эти опасения сохраняются до сих пор и для них есть серьезные основания. Надо помнить, что политика официального национализма, даже если она осуществляется либерально-демократическим государством, всегда порождает «свое иное» - этнический национализм. Этнический и государственный «национализмы» в полиэтнических государствах это две стороны одной

<sup>40</sup> Там же. С. 756.

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> Сталин И. Соч., Т.7. С.296.

националистической «медали» - они обусловливают друг друга, постоянно провоцируя межэтническую напряженность и конфликты. Смягчить их можно только за счет предоставления равных политических прав и культурной ассимиляции сначала этнических элит, а затем и всего народа, плавно приобщив их (через СМИ и систему образования) к «высокой культуре» государствообразующего (в нашем случае – великорусского) этноса. Но именно этого в царской России сделано не было. Формально признав равные политические права за всеми «инородцами» (выдав им паспорта), частично инкорпорировав знатные роды Польши, Малороссии, Прибалтики (остзейские немцы), Кавказа и Туркестана в «правящий класс» империи, самодержавие так и не выработало программы культурно-лингвистического национализма и для русского, и для других народов России. Фактически империя строилась и расширялась помимо населяющих ее народов, которые будучи неграмотными, разумеется, не могли даже вообразить такую социокультурную общность как «нация».

Разделяя своих «подданных» на «великороссов» и «инородцев», не отделив православие от государства, империя так и не создала светской системы обязательного начального образования на русском языке на всем пространстве империи, в котором даже почти поголовно неграмотное население русскоязычных территорий продолжало делить себя на «пскопских», «калужских» и «тутошних». В этих условиях о формировании российской нации как социокультурной общности и согражданства и речи быть не могло. К началу первой мировой царская Россия не была интегрирована ни экономически, ни культурно, ни конфессионально. В итоге Российская империя, так и не ставшая «национальным государством», распалась.

~ ~ ~

Пытаясь восстановить себя в прежних границах, советская Россия из конъюнктурных соображений провозгласила «право наций на самоопределение, вплоть до отделения» и Конституция РСФСР, принятая на V Всероссийском съезде Советов 10 июля 1918 г., объявила страну федерацией национальных республик. Но образование на территории бывшей империи ряда независимых государств, сепаратистские устремления внутри самой РСФСР вновь актуализировали проблему самоопределения народов, вызвав к жизни дискуссию о принципах создания

СССР в 1921—1923 гг., завершившуюся выработкой политики «коренизации» и «территориализации» народов союзных и автономных республик. То что эта политика, в конечном счете, окажется взрывоопасной для нового государства, руководство КПСС и Сталин, в тот период явно не понимали, наивно полагая, что классовая и советская солидарность возьмут верх над «национальными» идентичностями. В действительности политика «коренизации» (украинизации, белорусизации и т.д.), круто замешенная на критике «великорусского шовинизма», вызвала подъем массового национального самосознания даже в тех регионах, где его до революции почти не было.

Так, например, перед первой мировой войной и революцией украинцы были народом, который еще не выработал национального сознания и государственность которого выглядела далекой целью. Но после «советской украинизации» (1921-1935) национальное самосознание у половины населения советской Украины, особенно ее партийно-хозяйственного аппарата и интеллигенции, приобрело отчетливые формы, способствуя росту сепаратистских настроений в среде республиканской этнократии. Аналогичные процессы развития «коренных языков», «национальных школ» и высших учебных заведений, учреждений науки и культуры активно шли в других республиках и автономиях, объективно способствовали укреплению этнической самоидентификации многих народов Союза, что явно противоречило курсу политической консолидации народов на базе ленинско-сталинской идеологии.

Принципиально важно: в республиках коренизация шла под лозунгами борьбы с «русским колонизаторством», сопровождавшейся «зачисткой» партийного и хозяйственного аппарата «от великорусской швали» (Ленин), почти повсеместной дискриминацией русскоязычного населения, его грабежами и вытеснением с давно обжитых территорий<sup>42</sup>. Ситуация усугублялась территориальным формотворчеством. С легкостью манипулируя судьбами миллионов людей, Центр инициировал создание новых административных образований за счет территорий, население которых тяготело к разным социокультурным моделям жизни. Так в 1921 году в процессе оформления Горской республики к ней присоединили 17 казачьих станиц и хуторов, в которых проживало более 65 тысяч русских. Итог был предсказуем: насильственно присо-

 $<sup>^{\</sup>rm 42}$  См.: Национальная политика России: история и современность. М.: Русский мир, 1997. С. 300.

единенные казачьи территории и их население подвергались постоянным нападениям, заканчивавшимся переделами казачьих земель в пользу горских народов.

В 1924-1925 годах было проведено национально-государственное размежевание в Средней Азии. Единое, по мнению академика В.В.Бартольда, цивилизационное пространство<sup>43</sup>, регион с этнической чересполосицей рассекли путем административной реформы, подгоняя под «типовую модель» национальной государственности. Аналогичная волюнтаристская политика осуществлялась и в отношении Каракалпакстана (в Казахстане), где в 1929 году вспыхнуло мощное восстание, Киргизии, а также малочисленных народов Севера, традиционно занимавшихся охотой, рыболовством, оленеводством. Их насильно переводили с кочевого на оседлый образ жизни, через колено ломали традиционный экономический и духовный уклад. Итогом был ряд восстаний в Якутии, других северных территориях. Так выковывалось «братство народов», о котором любила упоминать советская пропаганда.

К сожалению, я не могу подробно разбирать все перипетии и просчеты национальной политики СССР. Отмечу лишь, что начиная с 1930-х годов разрабатываемая под идеологическим прикрытием «интернационализма» реальная политика государства была переориентирована на формирование новой политически интегрированной «исторической общности». В русле стратегии ее формирования происходило стирание территориальных границ компактного проживания этносов (изменение границ территориальных и национально-территориальных образований), различий в социальной стратификации населения (коллективизация, индустриализация), увеличение миграционных потоков (в том числе за счет насильственного переселения), и, конечно, формирование общего относительно гомогенного культурного, образовательного и информационно - коммуникативного пространства Советского Союза. Формально это открывало возможность решения «национального вопроса»: формирования новой политической общности — «советского народа».

Важная, а быть может и ведущая, роль в этом процессе отводилась архитектуре, литературе, театру, кино, печати, радиовещанию, а позже

 $<sup>^{43}</sup>$  Олимов М.М. В.В. Бартольд о национальном размежевании в Средней Азии // Восток. 1991. №5. С. 97-110.

телевидению. Начиная с 1918 года по всей стране возводились (иногда на прежних постаментах) памятники и монументы новым вождям, героям революции и «людям труда», были созданы шедевры киноискусства «Броненосец Потемкин», «Чапаев», «Петр Первый», «Александр Невский», «Нахимов»... Вместе с великой прозой А.Н. Толстого, М. Шолохова, К. Федина, поэзией Маяковского и Твардовского они создавали новое «символическое поле», в котором теперь оказывалось и новое «государство рабочих и крестьян»: его начинают воспринимать как «отечество», во имя которого можно не только убивать, но и добровольно умирать. Границы этого символического поля неуклонно расширялись: государство искало и создавало свои исторические корни, постепенно включая в пантеон исторической памяти выдающихся царей, полководцев и борцов «за народное дело», великих ученых, художников, прозаиков и поэтов, которые с точки зрения власти составляли гордость нового Отечества. Слава и мощь которого многократно увеличились после войны с гитлеровской Германией, не случайно названной Великой Отечественной войной.

Надо заметить, что войны вообще, и тем боле войны победоносные, играли важную роль в формировании и эволюции всех наций. Защищая нацию, государство формирует у своих граждан национальное самосознание; в результате происходит ослабление групповых идентичностей, в том числе этнических. Для обретения идентичности необходима дифференциация по принципу «мы – они», невозможная без формирования национальных стереотипов и идеи превосходства. Превосходство нуждается в подтверждении, а стереотипы способствуют демонизации других в качестве врагов. Поэтому, например, С. Хантингтон даже постулирует невозможность продолжительного мира между нациями и проблематизирует саму возможность поддерживать национальную идентичность в мирное время<sup>44</sup>. С подобным приговором об эрозии патриотизма во время отсутствия войн трудно согласиться. Но верно то, что монументы и могилы Неизвестного солдата являются его культурным источником, укрепляют национальное единство, создают новую ответственность уже ушедших, кто превратился в памятникисимволы: с их помощью страна, даже совершая ошибки, на самом деле всегда остается права. Разумеется, эта новая ответственность и общая

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Хантингтон Самюэль. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности. М.: Транзиткнига, 2004. С. 58,62.

«историческая память» должны быть подкреплены и закреплены идеологически, информационно и культурно-лингвистически через государственную систему образования.

Что касается идеологии и формируемого в соответствии с ней нового символического поля, то с их распространением через литературу, монументальное и иное искусство, кино, радио, телевидение и иные СМИ, за исключением довольно ограниченного (но постепенно расширяющегося) поля охвата аудитории, все обстояло более или менее благополучно на русскоязычных территориях. Но эффективность пропаганды нового отечества резко снижалась на Кавказе, Западной Украине, республиках Прибалтики и Средней Азии, значительная часть населения которых плохо говорила и писала на чужом для них – русском языке. Зато пропаганда этнонационалистического подполья, которое полностью было разгромлено лишь после войны, была довольно успешной. Это обстоятельство было осознано сталинским режимом лишь в 1938 году, когда действующим в республиках и автономиях национальным школам вменяется задача обязательного обучения школьников русскому языку. При этом в целях ее упрощения была предпринята унификация графики — силовой перевод алфавитов родных языков, использовавших латинскую графику, — на кириллицу.

Все это, казалось бы, должно было существенно изменить старую парадигму национальной школы, расширить ее культурно-стандартизирующий потенциал, частично изменить приоритеты. Но этого не случилось. Ситуация кардинально меняется лишь к началу 1960-х, когда в кулуарах ЦК КПСС была наконец сформулирована идея формирования аналога нации — «советского народа». Именно тогда в школах союзных республик с преподаванием на родном языке утвердилась модель двухкомпонентного содержания образования. Она апробировалась с середины 1960-х гг. и обеспечивалась в полном объеме учебниками, подготовленными и изданными республиканскими издательствами. Такая модель при безусловном идеологическом единстве содержания позволяла реализовывать принцип унификации содержания школьного образования в Советском Союзе через внедрение единых учебников, изданных для русскоязычных школ РСФСР, и выстроенных на русской и мировой культурах. Поэтому несмотря на жесткую критику и отказ от этой модели в 1990-е гг., она объективно может рассматриваться как инструмент реализации в рамках социалистической модернизации на базе идеологии интернационализма *политической программы* формирования из разнородного полиэтнического социума единой гражданской нации — «советского народа». Из этого, как известно, ничего не вышло. Не только в силу просчетов политического руководства страны, но и очевидной ошибочности «генеральной линии партии» на реализацию концепции «некапиталистического развития» и форсированного прыжка «из феодализма в социализм».

Последствия этого оказались неоднозначны и были в значительной мере непредвиденными. Попытки модернизации социально-экономической жизни в Средней Азии и на Кавказе шли параллельно с консервацией традиционного уклада, клановых, племенных, семейнородовых отношений. Не взирая на усиливающую борьбу с религией как идеологическим конкурентом, новая власть так и не смогла искоренить мусульманские обряды и обычаи из повседневного быта. Мало того. Ангажированные Советской властью или примкнувшие к ней этнические элиты органично вросли в номенклатурную систему реализации властных отношений, адаптировав ее к иерархии по «кланам» и «родам». Это было тем легче, что и традиционное общество Кавказа и Средней (Центральной) Азии характеризовалось сочетанием авторитаризма с патернализмом, своеобразной социальной справедливостью и коллективизмом. Этот фактор учитывался большевиками при формировании структур управления, но не был ими понят как трансформирующий содержание социалистического строя. В составе СССР находилось множество этнокультурных территорий, население которых жило по своим собственным, уходящим в глубокую древность законам, сохранившим традиционные социально-политические институты, которые не только приспосабливались к модернизации общественного уклада, но и его приспосабливали к своему облику. В итоге, споткнувшись о сопротивление многочисленных республиканских этнобюрократических элит и руководства РСФСР, Советский Союз распался.

\* \* \*

Юридически формула «преференции в обмен на лояльность» была закреплена в Федеративном договоре 1992 года, росчерком пера превратившем  $P\Phi$  из централизованной в «договорную» асимметричную федерацию, где Центр и субъекты поменялись ролями. Теперь уже бывшие автономии стали стремиться и небезуспешно ограничить

компетенцию центральной власти. Особенно ярко эта тенденция воплотилась в законах «О языках народов РСФСР», «О языках народов РФ» (1991/1998), «Об образовании в Российской Федерации» (1992/1996/2002) и соответствующих подзаконных актах, которые фактически дезинтегрировали единое образовательное и культурно-лингвистическое пространство страны: тот самый принцип, который в этих законах был продекларирован. Интеллигенты из числа так называемых «титульных» этносов приняли в этом самое живое участие.

Показательна и динамика роста построения собственной системы национального (этнического) образования, свидетельствующая о настойчивости и последовательности республик. В общей сети образовательных учреждений Республики Саха (Якутия) школы с родным языком обучения составляют более 40%, Республики Башкортостан — 45%, Республики Татарстан — 60%, а Республики Тыва — 80%. Мало того. Вслед за провозглашением политического суверенитета почти всеми «национальными» республиками в составе Российской Федерации были приняты законы о языках. Которые (вместе с декларациями о суверенитете) в 1990-е годы стали юридической основой для проведения дискриминационной этнической политики на территории национально-государственных субъектов РФ и спровоцировали процессы, ведущие к разрушению единого коммуникативного пространства России.

В этих, по сей день не отмененных, законах «государственными» на территории субъекта федерации провозглашаются, как правило, два языка - язык «коренной нации» и русский язык. А иногда «огосударствляются» три языка, как, например, в Кабардино-Балкарии. Это означает, что документооборот в этих республиках ведется не на одном, а на нескольких «административных языках». В большинстве случаев республиканские законы о языке включают статьи, легитимизирующие льготы и преференции по этноязыковому принципу для представителей так называемых «титульных» этносов. Фактически было осуществлено новое издание «коренизации», повлекшее за собой кадровые чистки в госструктурах, школах и вузах Татарстана, Башкирии, Якутии, других бывших автономиях. Ситуация в республиках Северного Кавказа — просто катастрофическая — там русскоязычного населения почти не осталось, зато этнонационализм с примесью феодализма расцвел пышным цветом.

Благодаря усилиям этнонационалистов оформились и укрепились тенденции регионализации и партикуляризации высшего образования, повлекшие за собой серьезные изменения в образовательных программах и курсах гуманитарных наук (история, политология, социология, философия) многих республик России. Эти изменения касаются, прежде всего, так называемого регионального компонента образования, под видом которого зачастую проводится псевдонаучное обоснование верховенства того или иного «титульного» («коренного») этноса. Этнонационализм, источником и распространителем которого была и остается, прежде всего, местная интеллигенция, препятствует строительству в России национального государства. Как быть?

Прежде всего, надо взглянуть правде в глаза и перестать использовать двойные стандарты. Мы можем сколько угодно возмущаться национальной политикой правительств Украины, Литвы, Латвии, Эстонии, Грузии, других государств, ущемляющих права так называемого «русскоязычного» населения. Но при этом должны понимать, что иначе (без «переписывания истории», создания национальных мифов, аккультурации иноязычного населения, создания единого коммуникационного пространства и т.п.) «нацию» построить нельзя. Должны помнить, что в той же Франции, например, силою заставившей миллионы своих граждан в 19 веке говорить на французском, преподавание на этнических диалектах было выборочно разрешено только в 1961 году. А у нас?

А у нас в Татарстане национальные общественные организации собирают подписи под требованием сделать татарский язык вторым государственным, а Министерство образования и науки РФ не только в свое время положило под сукно Концепцию государственной этнонациональной образовательной политики, но и попыталось исключить обязательное преподавание русского языка и литературы в старших классах. О том, что в проекте закона «Об образовании в РФ» воспитательный компонент школы вообще отсутствует, уже и не говорю. Почему, например, в США главной задачей школы признается «воспитание патриота и гражданина Америки», а у нас нет? И это бездумное реформирование средней и высшей школы осуществляется в условиях, когда в национальных республиках РФ выросло целое поколение ученых и педагогов, сделавших карьеру на обосновании тезиса об исторической, политической, этнической исключительности «своего»

народа и противопоставлении местной истории, местных традиций и обычаев российскому государству, русскому и другим народам. Не случайно в 2008 году в школах Татарии лишь 25% на вопрос: «В какой стране вы живете?», ответили: «в России». Остальные считают, что живут в Татарстане<sup>45</sup> где в декабре 2008-го «Милли-меджлис татарского народа» принял новую «Декларацию о независимости Татарстана» и объявил об альтернативном Кабинету министров РТ национальном «правительстве в изгнании», главой стал известный татарский националист-эмигрант Виль Мирзаянов.

Так что, этнический национализм у нас не только не ослабел, но и обрел новые — культурные, образовательные и коммуникативные — формы. Ему должна противостоять политика «официального национализма» Российской Федерации, которая помимо полного изъятия из Конституций республик в составе РФ положений о политическом суверенитете, выравнивания уровня и качества жизни народов, должна включить культурно-лингвистические меры по формированию «российской нации», восстановить дезинтегрированное коммуникативное и образовательное пространство России.

Прежде всего, необходимо создать общероссийские программы гражданского образования и воспитания для взрослых, детей и молодежи. Во-вторых, ввести эти программы в систему федеральных государственных стандартов образования. И, наконец, осуществив этнически независимую экспертизу, привести в соответствие с федеральными образовательными стандартами учебные пособия и программы образования национальных республик России, где на протяжении последних лет явно доминируют националистические тенденшии и сюжеты.

Одновременно следует увеличить процент передач и программ на русском языке на республиканском теле и радиовещании, насытив их информацией и сюжетами из истории сотрудничества народов России, русской и мировой культуры. То же самое следует сделать и федеральным телеканалам, радиокомпаниям и печатным СМИ. Эти меры являются вынужденными, но абсолютно необходимыми.

<sup>&</sup>lt;sup>45</sup> Деформация гражданского сознания в Татарстане подрывает безопасность России: интервью Михаила Щеглова // ИА REGNUM http://www.regnum.ru/news/1155436.html.

### **ЛИТЕРАТУРА**

Бауэр О. Национальный вопрос и социал-демократия. - СПб., 1909.

Брубейкер Р. Этничность без групп. / Пер. с английского И. Борисовой. - М., 2012.

Гегель Г. Сочинения. - T.III. - M., 1956.

Гегель Г.В.Ф. Философия духа // Энциклопедия философских наук. Т.3, М., 1977.

Гегель. Г. Конституция Германии // Политические произведения. М, 1978.

Гранин Ю.Д. Роль образования в формировании российской нации // Высшее образование в России. 2006.№10.С.150-156.

Гранин Ю.Д. Национальное государство. Прошлое. Настоящее. Будущее. СПб.: Экспертные решения, 2014. - 240 С.

Гранин Ю.Д. Что такое «глобализация»? // Высшее образование в России. 2007. №10. С.116-121;

Гранин Ю.Д. Глобализация: диалектика исторических форм осуществления // Век глобализации.2014. №1.С.90-103;

Гранин Ю. Власть и экологическое сознание // Свободная мысль.1994.№2-3.

Гранин Ю.Д. Национальное государство и самоопределение наций // Свободная мысль. 2003.№9. С.82-96.

Гранин Ю.Д. Проекты грядущего мирового порядка: между «национальным» и «космополитическим» // Вестник Российской Академии Наук. 2012. Т.82. №9. С.807-813.

Гранин Ю.Д. Этносы, национальное государство и формирование российской нации. Опыт философско-методологического исследования. М.2007.

Маркс К., Энгельс Ф. Соч. - Т.4.

Милль Дж. Стюарт. Представительное правление. Спб., 1907.

Ренан Э. Что такое нация. Спб., 1886.

Сталин И.В. Соч. -Т. 2.

Тишков В.А. Забыть о нации (Постнационалистическое понимание национализма) // Вопросы философии. 1998. № 9. С. 3-26.

Хабермас Юрген. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб, 2001.

Kohn H. Die Idee des Nationalisms. Ursprung und Geschichte bis zur franzosischen Revolution. - Heidelberg, 1950.

Vierkandt A. Gesellschaftslehre. Hauptprobleme der philosophischen Soziologie. Stuttgart, 1923.

### А.Н. СОЛОМАТИН,

кандидат филологических наук, заместитель заведующего кафедрой телевидения и радиовещания Академии медиаиндустрии **e-mail:** alexns17@rambler.ru

# США-РОССИЯ: ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ ИЛИ ИГРА НА ПОРАЖЕНИЕ?

## ТЕЛЕКАНАЛ RT И ИНФОРМАГЕНТСТВО SPUTNIK ПРИЗНАНЫ В США ИНОСТРАННЫМИ АГЕНТАМИ.

Аннотация: в статье анализируется информационное противостояние России и США. Рассматривается деятельность телеканала RT и агентства Sputnik после признания их в США в качестве иностранных агентов. Исследуются методы и приемы, которые используют RT и Sputnik для осуществления вещания в условиях дискриминации.

**Ключевые слова:** тектонические сдвиги, информационное противостояние, российские и западные СМИ, телеканал RT, агентство Sputnik, мейнстримные СМИ, выборы президента США, доклад спецслужб США, иностранный агент, дискредитация, пропаганда, свобода слова.

**Summary:** the article analyzes the information confrontation between Russia and the United States. The activities of the RT television channel and Sputnik agency are considered after they are recognized in the US as foreign agents. The methods and techniques used by RT and Sputnik for broadcasting under discrimination.

**Keywords:** tectonic shifts, information confrontation, Russian and Western media, RT channel, Sputnik agency, mainstream media, presidential elections in USA, the US intelligence report, foreign agent, discrediting, propaganda, freedom of speech.

В обществах западных стран происходят важные тектонические сдвиги, которые показывают глубинные изменения в инстинктивном восприятии современной реальности как вне крупных человеческих агломераций, так и внутри них. Свидетельством тому являются Brexit, результаты президентских выборов в США, события в Каталонии (плебисцит о выходе из состава Испании и многотысячные демонстрации). Во всех этих случаях контроль традиционных элит за населением, осуществляемый с помощью главных (мейнстримных) средств массовой информации, оказался неадекватным. Публика не пошла в том направлении, куда ее хотели направить СМИ. Средства массовой информации также были не в состоянии предсказать или даже вовремя уловить отход людей от того направления, что они задали. Наблюдаются тревожные сигналы отсутствия положительной обратной связи между элитами, СМИ, общественным мнением. Однако прошедшие в начале 2017 года президентские выборы во Франции и победа Э. Макрона показали, что системы контроля за общественным мнением все-таки еще способны работать. Неожиданный кандидат, в последний момент, поддержанный господствующими элитами, был приведен к победе, несмотря на то, что почти половина избирателей не отдала свои голоса Э. Макрону.

Таким образом, даже французские выборы не опровергли возможность в перспективе значительных перемен в американском и европейском обществах, где происходит сложный внутренний кризис, который в различных формах проявляется по всему Западу. Люди инстинктивно начинают понимать, что лидеры не в состоянии решить возникающие проблемы, и все более настороженно относятся к явно неадекватным объяснениям, которые им предлагают. Они испытывают растущее недоверие к политическому классу в целом, демонстрируют явные знаки презрения по отношению к доминирующим СМИ, которые не только не говорят правду, но активно скрывают ее, мастерски проявляя многочисленные образцы притворства.

Это все не означает, что американцы и европейцы поняли причины происходящего. Но этого стало уже достаточно для возникновения «когнитивного диссонанса» как следствия все более вопиющего несоответствия между описанием реальности, которое поступает сверху, и суровой действительностью, с которой человек сталкивается в повседневной жизни.

Западные сообщества, переживающие системный многообразный кризис, не предлагают какой-либо объединяющей идеи. Но это не относится к истерике господствующих классов в отношении России. Вместо того чтобы начать с Россией какой-либо диалог, ее сделали предметом постоянной огульной критики, сопровождающейся страшными предсказаниями по поводу российского информационнотехнологического вторжения практически во все сферы жизни западного общества.

США пришли к выводу, что американской гегемонии мешает устоявшаяся система международных правовых и экономических институтов. Несмотря на мощный военный потенциал и готовность проецировать его и применять по всему миру — через НАТО и различные союзы, финансовый спекулятивный турбокапитализм (в виртуальном финансовом обороте находятся в разы больше денег, чем в реальном обращении), систему глобального кибершпионажа и повсеместного контроля за СМИ со стороны американского капитала, уже сейчас США постепенно теряют экономическое и военное превосходство. Поэтому все большее значение в Америке уделяется информационной гегемонии. Создается единый пул «фабрикации общественного согласия» — то, о чем говорил Уолтер Липпман. Под лозунгами «дегуманизация» и «хаотизация» нынешний мир движется Соединенными Штатами и их союзниками в сторону направленной хаотизации.

Информационно-психологическая борьба в XX-XXI вв. обретает новое качество благодаря неудержимому прогрессу технических средств сбора, обработки и передачи информации, а также форм и способов манипулирования сознанием аудитории, влиянию массовой культуры на стандартизацию жизни людей. Сегодня различного рода воздействие

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> Когнитивный диссонанс (от лат. cognitio «познание» и dissonantia «несозвучность», «нестройность», «отсутствие гармонии») — состояние психического дискомфорта индивида, вызванное столкновением в его сознании конфликтующих представлений: идей, верований, ценностей или эмоциональных реакций. Понятие впервые введено Леоном Фестингером в 1957 году.

оказывается не только на агломерации или население противоборствующих стран, это уже становится специфической формой войны — война цивилизаций — где происходит столкновение различных базовых ценностей, значений, теорий<sup>47</sup>. По мнению профессора В.С. Хелемендика, сложившаяся в медиасистемах западных стран ситуация привела к «информационному глобализму», который определяется как «конкретная актуализация информационной войны в современных условиях и имеет целью обеспечение всех основных проектов вестернизации (геополитического, финансово-экономического, культурно-ценностного и др.) благодаря заранее спланированному синхронному взаимодействию транснациональных медиакорпораций и национальных СМИ Запада»<sup>48</sup>.

Противостояние между Россией и Западом длится не первый год практически по всем фронтам: в политике, экономике, культуре и на международной арене. Развитие современных технологий позволили перевести его в информационное поле, где происходят качественные сдвиги, которые сильно сказываются на всей системе международных отношений. Никогда еще информация и дезинформация, а в целом информационное противостояние не занимали такого места в международных делах как сегодня.

В соответствии со сложившейся практикой, ряд исследователей и экспертов определяют информационное противостояние как комплексное информационное воздействие сторон друг на друга, которое способно привести к принятию благоприятных решений либо парализовать информационную инфраструктуру противника. По мнению А.В. Манойло, «концепция информационного противостояния представляет совокупность взглядов на цели, задачи, принципы и основные направления информационного противоборства и государственной информационной политики в условиях определения информационным обществом новых геополитических приоритетов, форм

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Гранин Ю.Д. Что такое «глобализация»? // Высшее образование в России. 2007. №10. С.116-121; Гранин Ю.Д. Глобализация: диалектика исторических форм осуществления // Век глобализации.2014. №1.С.90-103; Гранин Ю. Власть и экологическое сознание // Свободная мысль.1994.№2-3.

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> В.С. Хелемендик. Информационный глобализм и информационная идентичность.// СМИ в эпоху глобализации (по материалам научно-практической конференции «СМИ в эпоху глобализации». Москва, 3 апреля 2012 года) — М. 2012.

и методов геополитической конкуренции»<sup>49</sup>. По мнению же профессоров С. Имброньо и С. Охрименко, «информационное противостояние — это акции, направленные на достижение информационного превосходства с помощью поражения сознания и информационных систем противника, с обеспечением защиты собственной информации и информационной системы»<sup>50</sup>. Подобные атаки на чужое информационное поле при определенной последовательности приводят к информационным войнам<sup>51</sup>.

В развернувшемся мировом кризисе США сделали опору своей внешней политики на грубое, систематическое и масштабное вмешательство во внутренние дела не только России, но и других суверенных стран. В таких условиях едва ли не единственным верным решением в противостоянии становятся информационные кампании, направленные на формирование негативного общественного мнения в отношении противника. Разнообразные методы информационной агрессии – агитация, пропаганда, формирование общественного мнения — все это, разумеется, не нововведение современного конфликта и применяются они как американским, так и европейским политическим руководством. Подобные технологии и инструменты воздействия на население известны давно. В XXI веке пропаганда используется на качественном и количественном уровне с учетом информационных технологий, доступных практически половине всего населения планеты. Технологические ресурсы современного информационного пространства (социальные сети, новостные агрегаторы и т.п.) открывают возможность воздействия на каждого отдельного пользователя интернета, что дополняет такие традиционные средства массовой информации как телевидение, радио и прессу.

После президентских выборов 2016 года в Америке стала проводиться откровенная кампания по максимальному осложнению деятельности российских СМИ, которые работают в США на законных основаниях. Все начиналось с обвинений по поводу вмешательства

 $<sup>^{49}</sup>$  А.В. Манойло. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. М.: МИФИ, 2003. С. 39.

<sup>&</sup>lt;sup>50</sup> С. Имброньо, С. Охрименко. Информационное противостояние. Режим доступа: http://security.ase.md/publ/ru/pubru04.html. Дата обращения: 15.10.2017.

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup> Термин «информационная война» не имеет ничего общего с понятием «война», принятым в международном праве. Взаимное формирование образа врага в информационном пространстве — объективный тренд, который скорее можно назвать «информационной агрессией» или «информационной атакой».

России в избирательные процессы в США, а за основу был взят доклад американских спецслужб (ЦРУ, ФБР, АНБ), в котором без каких-либо прямых доказательств Москва называлась причастной к вмешательству во внутренние дела Соединенных Штатов. Одним из инструментов такой кампании Вашингтон назвал и российские СМИ (телеканал RT и информационное агентство Sputnik) и фактически обвинив их в том, что они предвзято освещали президентские выборы и критиковали американский демократический процесс. Но сложно найти медиа – американское или зарубежное - которое хотя бы пыталось объективно описывать ход президентской гонки в США. Очевидно, что ни крупнейшие американские телеканалы вроде CNN, Fox News или MSNBC, ни газеты и онлайн-СМИ - NYTimes, Washington Post, Politico — не старались скрывать свои политические пристрастия и одинаково сообщать о кампаниях Д. Трампа и Х. Клинтон. Или, скажем, ВВС – государственный медиахолдинг Великобритании, известный своим либеральным уклоном – довольно критически относился к Д. Трампу и его предвыборной кампании.

На основании доклада Нацразведки в ноябре 2017 года в соответствии с законом FARA от 1938 года<sup>52</sup> Минюст США потребовал от RT и Sputnik зарегистрироваться в качестве иностранных агентов, что привело к репутационным потерям российских иновещателей. Так, Галерея корреспондентов радио и ТВ Конгресса США лишила телеканал аккредитации, а соцсети Facebook, Twitter, You Tube, Google или запретили RT размещать рекламу на этих платформах, или снизили параметры поиска. Многие давние партнеры телеканала стали отменять годами существовавшие договоренности или пересматривать целый ряд условий, касающихся, например, цен на оказываемые услуги. Есть основания полагать, что они опасаются последствий: их также могут вынудить регистрироваться в качестве иноагентов за сотрудничество с

<sup>&</sup>lt;sup>52</sup> Закон FARA (Foreign Agents Registration Act) или «Акт о регистрации иностранных агентов», принятый в 1938 году, требует, чтобы иностранные агенты, представляющие в американской политике иностранные правительства, а также зарубежные физические и юридические лица, раскрывали свои занятия и источники финансирования.

Иностранным агентом (по состоянию на 2013 год) считается лицо (физическое или юридическое), которое действует «по приказу, по просьбе, под руководством или под контролем иностранного принципала» и при этом занимается «политической деятельностью в интересах иностранного принципала». Под политической активностью понимается деятельность, направленная на изменение позиции федерального правительства США или «любой части населения» по поводу внутренней или внешней политики США или по отношению к иностранному правительству или политической партии.

российскими СМИ. Кроме того, некоторые сотрудники покинули телеканал, потому что им морально тяжело работать в статусе иноагентов, а в теле-радиоэфире стало появляться меньше гостей.

Вместе с тем, в списки иноагентов Минюста США не включены другие зарубежные государственные СМИ, финансируемые бюджетом своих стран. Среди них британский ВВС, французский телеканал France 24, немецкий медиахолдинг Deutsche Welle, китайская ССТV. Зарегистрированы в этом качестве только канадская вещательная корпорация (СВС), японский новостной телеканал NHK Cosmomedia America, телеканал КВЅ из Южной Кореи, китайские газеты China Daily и Xinmin Evening News, а также туристский интернет-портал Bahama News.

Так уж сложилось, что Америка всегда подавала себя как государство, которое в отстаивании свободы журналистики может являться примером для других стран. Но сегодня Соединенные Штаты сами оказались во главе движения по ограничению свободы слова. Несколько лет назад какие-либо значительные препятствия или затруднения для RT и Sputnik даже невозможно было представить. Шероховатости или недопонимание в медийном процессе всегда решались мирным путем через возможности как у одной, так и у другой стороны. Сейчас же США в своих подходах сдвинулись в сторону Украины, которая просто запретила вещание российских теле- и радиоканалов и высылает неугодных журналистов из страны.

Плюрализм в СМИ — одно из условий адекватного движения к обсуждению идей и проблем глобализации. Информационное пространство должно быть организовано таким образом, чтобы каждый получил всю необходимую и полную информацию для адекватной ориентации и принятия решений по всему кругу интересующих его проблем регионального, национального, глобального масштаба. Граждане сами должны определять какие СМИ им интересны, а также иметь возможности для обсуждения разных точек зрения. Если сегодня RT является популярным у американцев телеканалом и привлекает аудиторию тем, что дает другой взгляд на события, то вопросы должны звучать не в адрес телеканала, а в адрес американских властей и СМИ, которые не удовлетворяют соответствующие потребности аудитории. Уважение к свободе слова и свободе СМИ являются ключевыми принципами, и элите в США стоит вспомнить в этой связи о Первой поправке к их Конституции, которой они так гордятся.

Ситуация с RT и Sputnik — не просто избирательная дискриминация в отношении российских СМИ, а часть большого наступления на Россию. Как заявил бывший посол РФ в Вашингтоне С. Кисляк, в США утверждена Концепция сдерживания РФ, которая предусматривает возможное силовое развитие (увеличение военных группировок вдоль наших границ), экономическое давление и пропагандистские кампании, «потому что Россия становится все более влиятельной» Это не только ошибочные действия администрации США, а «это хорошо продуманный шаг, чтобы выжить наши телеканалы или осложнить их работу» 34.

Российские иновещательные компании постоянно критикуются зарубежным истеблишментом и СМИ. Западные политики обвиняют RT и Sputnik в «пророссийской и антизападной пропаганде» и выражают беспокойство ростом их популярности в своих странах. С критикой выступали госсекретари США X. Клинтон и Дж. Керри, бывший посол США в России М. Макфол, бывший директор ФБР Дж. Коми и другие. На данный момент в США словосочетание «российская дезинформация» применяется практически ко всем точкам зрения, которые не совпадают с мнением американской элиты. Все это приводит к тому, что к нестандартным мнениям перестают прислушиваться не только когда речь заходит о т.н. «рашагейте», но и когда дело касается всего комплекса российско-американских отношений.

Как заявляет заместитель директора Института стратегических исследований и прогнозов РУДН Н. Данюк, «та информационная политика, которой придерживается RT (а именно предоставление объективной альтернативной информации), абсолютно не устраивает американские элиты, которые привыкли, что население США находится в определенном информационном коконе» До недавнего времени Запад обладал абсолютной информационной монополией, и альтернативная точка зрения до западной аудитории не доносилась. Именно это и позволяло США в прошлом выступать в амплуа защитника свободы слова по всему миру, хотя на деле они поддерживали лишь

<sup>&</sup>lt;sup>53</sup> Ситуация с RT в США - часть большого наступления на Россию, заявил Кисляк. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20171005/1506260134.html. Дата обращения: 28.12.2017 г. <sup>54</sup> Там же.

<sup>55 «</sup>В информационном коконе»: почему США борются с альтернативной точкой зрения телеканала RT. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/article/468510-ssha-svoboda-smi-simonyan. Дата обращения: 26.12.2017 г.

тех журналистов, которые продвигали американскую точку зрения, и только там, где это было выголно США.

Западные СМИ (в основном американские, британские и немецкие) регулярно публикуют обличительные материалы о RT и Sputnik, где постоянно подчеркивается их связь с Кремлем и финансирование из государственного бюджета. Осуждаются журналисты, работающие на этих медиа-ресурсах, и эксперты, дающие комментарии в эфире. В США и Европе их называют «полезными идиотами Кремля» или «полезными идиотами Путина». Составлен список из 2327 лиц<sup>56</sup>, которые выступали в качестве гостей RT и в других российских СМИ. Критические статьи особенно часто выходят в таких изданиях как американские The New York Times, The Washington Post, The Wall Street Journal, Time, Радио «Свобода», The Daily Beast, британские BBC, The Guardian, The Independent, The Daily Mail, The Times, The Economist, The Daily Telegraph, The Sunday Times, немецкие Deutsche Welle, Bild, Der Spiegel, Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Ажиотаж вокруг RT и Sputnik и продолжение действий американских властей по ограничению деятельности российских СМИ не остались без внимания Москвы. Не раз звучали призывы к Вашингтону не вмешиваться в работу российских СМИ, неоднократно указывалось, что принуждение изменить статус на иностранного агента, тем более под угрозой целого ряда санкций, может существенно затруднить их работу и создать проблемы для журналистских коллективов. И это, естественно, вынуждает Россию идти на ответные шаги.

Осенью прошлого года по предложению Временной комиссии Совета Федерации по защите госсуверенитета и предотвращению вмешательства во внутренние дела России Госдума приняла поправки к законодательству, которые позволяют Минюсту признавать иностранными агентами СМИ, финансируемые из-за рубежа. Иностранными СМИ, выполняющими функции иностранного агента, признаны: «Голос Америки», Радио Свободная Европа/Радио Свобода (РСЕ/РС), Телеканал Настоящее Время, Татаро-башкирская служба Радио Свобода (AzatliqRadiosi), «Сибирь. Реалии», «Idel. Реалии», «Фактограф», «Кавказ. Реалии», «Крым. Реалии». Данный список не окончательный, и в него могут быть включены и другие СМИ, спонсируемые США. В

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> В Лондоне назвали «полезных идиотов» Путина. Режим доступа: http://www.bbc.com/russian/news-38080563?ocid=vk . Дата обращения: 18.12.2017 г.

общей сложности на территории России работают около 900 иностранных СМИ, из них 19 — американские.

На самом деле Москва не может сколько-нибудь чувствительно ответить Вашингтону на его ограничительные меры в отношении RT и Sputnik. Загвоздка кроется в том, что зеркальный ответ на американскую провокацию будет отнюдь не полным. Дело в том, что охват аудитории RT и Sputnik значительно объемней, чем у их зарубежных визави. Аудитория русской службы «Радио Свобода» составляет чуть более ста тысяч россиян, что является почти отрицательной величиной для средства массовой информации. Число слушателей «Голоса Америки» настолько ничтожно, что его фактически невозможно определить статистическими инструментами. В тоже время стоит уточнить, что ответный российский закон о СМИ-иноагентах не так суров, как его пытаются интерпретировать в США, особенно если его сравнить с американским аналогом. В частности, за неисполнение этой нормы предусмотрена лишь административная ответственность, тогда как санкции FARA предполагают уголовное преследование.

Но в условиях беспрецедентного напора информационных и административных мер со стороны США новостные кампании RT и Sputnik не сдаются и продолжают довольно эффективно делать свое дело. На телеканале RT America практически не изменилась сетка вещания, выходят в эфир почти все передачи и программы. Между получасовыми новостными выпусками Headline News (22 выпуска в сутки) зритель может посмотреть программу о событиях в мире экономики и финансов Воот Вust, а также аналитические передачи Ларри Кинга (Larry King NOW и PoliticKing), Тома Хартмана (The Big Picture), Джесси Вентуры (The World According to Jesse) и Эда Шульца (News with Ed Schultz) — все они профессионалы с репутацией независимых умов и давно завоевали симпатию у американской аудитории.

Легендарный телеведущий Ларри Кинг представляет передачи Larry King Now и Politicking, которые производит американская компания «Ога TV». В гостях у человека, ставшего кумиром телезрителей благодаря своему интеллекту и неповторимому чувству юмора, — мировые лидеры, видные политические фигуры, шоумены и простые люди, сумевшие изменить мир или оказавшиеся в центре крупнейших актуальных событий. Ведущий дает возможность высказаться людям с различными точками зрения по наиболее важным вопросам мировой политики и экономики.

Относительно якобы существующей на RT цензуры, можно рассмотреть программу известного радио- и телеведущего Т. Хартмана The Big Picture, где каждую неделю обсуждают не менее трех историй, которые никогда не появятся на мейнстриме. И сам прогрессивный политический обозреватель, и работающие с ним в вашингтонской студии журналисты неоднократно заявляли, что у них нет никаких ограничений — только они сами решают, что будут обсуждать в каждой программе.

В своем шоу на RT America признанный теле- и радиоведущий, политический обозреватель и писатель Эдвард Шульц по вечерам рассказывает о проблемах, которые больше всего волнуют простых американцев, в особенности представителей рабочего класса, что редко встречается на основных каналах США.

Самые острые проблемы современного мира обсуждаются в передаче Cross Talk. Гости программы — политики, ученые, бизнесмены и общественные деятели — в свободной форме, а порой и в споре отстаивают свою точку зрения на актуальные события международной жизни. Ведущий Питер Лавелль не боится задавать своим собеседникам самые неудобные вопросы, вызывая их на откровенный диалог и заставляя аргументировать свою позицию.

Холланд Кук в программе The Big Picture with Holland Cooke обсуждает последние политические новости местного, национального и международного масштаба, проводятся дебаты, сопоставляются точки зрения комментаторов и экспертов на актуальные темы дня.

RT Атвегіса занял свою нишу и среди молодежной аудитории благодаря двум передачам, которые ведут молодые журналисты. Одна из них — информационно-аналитическая программа Watching the Hawks с участием сына экс-губернатора Миннесоты Дж. Вентуры-Тайрела, Шона Стоуна — сына известного режиссера О. Стоуна и Табиты Уоллес, которую нередко называют «путинской принцессой» — считается, что она находится под «бдительным оком» российского лидера. Передача предлагает зрителям четыре раза в неделю набор актуальных новостей о политике, СМИ и культуре — нередко совсем под другим углом, нежели мейнстримовские американские СМИ. Предоставляется возможность выступить тем, кого не приглашают в эфир в собственной стране. Мишенью авторов часто становятся злоупотребления в корпоративной среде, о которых они рассказали в сюжетах об HSBC и Dow-Dupont.

Ежегодный фестиваль ветеранов The Bikers of Rolling Thunder и 70-я церемония памяти жертв атомной бомбардировки в Хиросиме стали яркими примерами того, как RT America освещает истории, оставшиеся за кадром на главных каналах США.

Еще одна программа RT America, рассчитанная на молодое поколение, - это Redacted Tonight - политическое комедийное шоу с известным комиком Ли Кэмпом, который предлагает острый сатирический взгляд на актуальные события недели. После терактов 11 сентября 2001 года люди стали воспринимать сатирические новостные выпуски серьезнее, чем «настоящие». Л. Кемп в смешной манере безжалостно критикует разнообразные пороки в мире бизнеса и политики. Так, например, в одной из передач сатирик высмеивал то, как американские СМИ единогласно утверждали, что дебаты кандидатов от Демпартии выиграла Х. Клинтон, на самом же деле все опросы говорили о победе Б. Сандерса. Хотя ведущие американские СМИ и устроили переполох по поводу «войны с прессой», которую якобы вел Д. Трамп, они предпочли не заметить регистрацию RT America в качестве «иностранного агента». Тем не менее, Л. Кемп отважился в юмористической форме развеять в пух и прах стереотипы, насаждаемые ведущими СМИ о телеканале RT America как о канале, распространяющем «фейковые новости». Доводы Л. Кемпа просты: из своего опыта он знает, что в эфире мейнстримных СМИ критиковать истеблишмент невозможно, - тогда как RT позволяет ему это делать.

Истинную подоплеку мировых экономических потрясений не боится раскрывать передача Keiser Report. Заговор на Уолл-Стрит, подтасовка данных официальной статистики или брокерские махинации на фондовых рынках — ничто не ускользает от глаз ведущего Макса Кайзера. Вместе с соведущей Стейси Херберт и гостями со всего мира он рассказывает, что на самом деле происходит в мировой экономике.

Телеканал RT также обратился к такому новому виду работы, как политическое шоу с высокопоставленными политиками. С ноября 2017 года в эфир выходит The Alex Salmond Show, ведущим которого стал бывший первый министр Шотландии Алекс Салмонд. Политик, выступавший в поддержку независимости от Соединённого Королевства, откровенно и непринужденно обсуждает с гостями актуальные события дня, шоу-бизнес, новости спорта, а также знакомит зрителей со своими оппонентами и друзьями. RT предоставил ему и

его гостям возможность свободно высказывать точку зрения, которую другие телеканалы вряд ли позволили бы озвучить. Гостями шоу уже стали бывший глава Каталонии Карлес Пучдемон, трехкратный чемпион мира в гонках «Формулы-1» Джеки Стюарт, президент Ливана Мишель Аун, Алистер Кэмпбелл — бывший пресс-секретарь британского премьер-министра Тони Блэра.

Однако еще до появления программы в эфире западные СМИ и официальные лица начали травлю новоиспеченного ведущего. Английские и шотландские политики заявили, что не будут участвовать в шоу А. Салмонда, а СМИ стали жестко критиковать его за решение сотрудничать с «кремлевской пропагандой». Издание Herald Scotland менее чем за две недели опубликовало более 20 статей, связанных с новой программой бывшего первого министра Шотландии на RT.

В выпусках программы Going Underground ведущий Афшин Раттанзи и его команда изучают истории и события, которые не освещены в средствах массовой информации Великобритании. От хроник Центра правительственной связи до протестных акций Оссиру — журналисты представляют свежий взгляд на важные события не только для британской, но и англоязычной аудитории всего мира.

Знаменательным событием стал запуск в конце прошлого года французской версии канала RT, который разместился в пригороде Парижа. Начало вещания вещание телеканала RT France<sup>57</sup> — новый шаг в развитии телекомпании, открывающий широкие перспективы в расширении сферы своего информационного присутствия. Это подтверждает заинтересованность в информации из России, которая не всегда совпадает с мнением мейнстримных СМИ и на которую у аудитории есть существенный спрос. Теперь французские зрители смогут получить доступ к альтернативной точке зрения на актуальные мировые события.

Накануне открытия RT France последовала реакция французских властей о намерении Высшего совета по аудиовизуальным средствам внимательно следить за программами телеканала. Более того, через два

<sup>&</sup>lt;sup>57</sup> RT France — новый информационный телеканал RT на французском языке — запустил вещание из «телекоммуникационной долины» Франции в пригороде Парижа Булонь-Бийанкур. В этом месте расположен центральный телевещательный хаб Франции, где также находятся студии TF1, LC1, France 24, RFI, Canal+ и CNews. Помимо новостных выпусков, в прямом эфире RT France будет транслировать ток-шоу, интервью, теледебаты и документальные фильмы собственного производства. Вещание будет распространяться на все страны с потенциально большой франкоязычной аудиторией: Францию, Бельгию, Швейцарию, Канаду и страны Магриба.

дня после запуска в газете Le Monde появилось письмо группы общественных деятелей Франции к руководителю Высшего совета с просьбой приостановить действие лицензии из-за того, что RT «сеет раздор, ослабляет демократию и транслирует кремлевскую пропаганду». И это еще не все. В течение месяца с момента начала работы журналистам RT France дважды было отказано в присутствии на мероприятиях с высокопоставленными лицами Франции. Сначала штаб французского президента не дал разрешение телекомпании на съемки саммита стран Евросоюза в Риме, хотя аккредитация была получена заранее, а затем журналиста RT France, предъявившего пресс-карту, не пустили в Елисейский дворец на брифинг пресс-секретаря президента Э. Макрона.

Рекламная кампания RT «Валите на нас» (Blame it on us), запущенная в 2017 году в российских аэропортах, а также на улицах Лондона и Вашингтона, стала вирусной в соцсетях и вызвала резонанс среди ряда мировых СМИ (BuzzFeed, Washington Post, Mashable, Sun). В этой кампании канал иронизирует над обвинениями, которые чаще всего слышит в свой адрес. Элегантные плакаты в фирменных цветах RT можно смело назвать саркастическими, особенно для пассажировамериканцев. В рекламе просматривается обида и боль телеканала за свою антибезупречную репутацию у иностранных политиков. Вот несколько слоганов (с переводом) этого достижения патриотического копирайта. Все они по очереди появляются на экране.



Осторожно! Здесь работает «рупор пропаганды».



ЦРУ называет нас «машиной пропаганды». Узнай, как мы называем ПРУ.

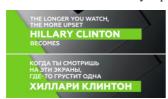


Да, это на нас президент Франции клевещет, что мы на него клевещем.



Подойди поближе и узнай, кого мы планируем хакнуть следующим.

Во время визита в Великобританию в октябре прошлого года X. Клинтон заявила, что реклама RT на улицах и в метро Лондона представляет угрозу «западной демократии» и обвинила телеканал в своем проигрыше на выборах. Если жители Старого и Нового Света отнеслись к рекламе с юмором, то X. Клинтон шутки не оценила. На литературном фестивале в Челтнеме, где бывший госсекретарь презентовала свою книгу «Что произошло?», она заявила, что плакаты RT являются наглядным подтверждением вмешательства Москвы во внутренние дела других государств и в очередной раз связала деятельность RT со своим поражением на выборах президента США. Тем не менее многие признают, что подобная реклама реально действует. Теперь интерес к российскому телеканалу только растет, так как люди видят загадочные провокационные плакаты в самых популярных местах США и Британии.



Когда ты смотришь на эти экраны, где-то грустит одна Хиллари Клинтон.

Один из важных моментов в работе RT — это использование инфографики и визуального ряда. Каждый новостной выпуск состоит из полного видеоряда, зачастую повторяющегося в различные дни. Телеканал применяет инфографику и полезную статистику, т.к. данная информация впитывается быстрее. RT постоянно делает ссылки во время передачи на Twitter-аккаунты журналистов и на обновления новостей на сайте.

Несмотря на продолжающиеся попытки огранить деятельность канала на видеохостинге YouTube, на начало 2018 года статистика просмотров, комментариев и подписчиков показывает, что все каналы RT в совокупности набрали более 5 млрд. заходов. Это говорит о том, что RT просто работает со своей аудиторией, давая ей максимально полную информацию.

Не остаются без внимания журналистов и социальные сети. По результатам анализа, проведенного британским журналом The Economist, на сентябрь 2016 года в сети Twitter телеканал RT ведет более 20 аккаунтов, имеющих многомиллионную аудиторию. В сети Facebook канал имеет 3,6 млн «лайков» (положительных отзывов), что превышает показатели таких изданий, как Reuters и Financial Times<sup>58</sup>.

В конце 2016 года RT к столетию Русской революции создал одну из самых масштабных исторических реконструкций, которые когда-либо реализовывались на платформе Twitter. Проект #1917LIVE ведется на английском языке от имени исторических личностей начала XX века — от Николая II, Ленина и Керенского до простых рабочих и солдат, для которых специально были созданы аккаунты. Необычный подход к освещению исторических событий привлек внимание политиков, журналистов и ученых в США, Европе, Латинской Америке, а также всемирно известного бразильского писателя Пауло Коэльо. Всего было создано около 100 специальных аккаунтов, все они были связаны в Twitter вымышленной газетой Russian Telegraph, которая после «революции» была переименована в The Revolutionary Times. На аккаунты проекта #1917LIVE, завершившегося в конце декабря 2017 года, подписались более 250 тысяч пользователей.

RT старается отвечать на многочисленную критику Запада в шутливой манере. В памяти юмористический ролик RT в честь десятилетнего юбилея, в котором поиронизировали над тем, как критики телеканала видят работу редакции: схема передачи на телеканал фур с деньгами из Кремля и медведем в кабинете, бобровым соком, наручниками на ведущем и камерой предварительного макияжа<sup>59</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>58</sup> Propaganda and social media. Режим доступа: https://www.economist.com/blogs/graphic detail/2016/09/daily-chart-4. Дата обращения: 10.01.2018.

<sup>&</sup>lt;sup>59</sup> RT: как работает «кремлевская пропаганда», или Симоньян, медведь и бобровый сок. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=ML\_IjppR\_SU. Дата обращения: 18.01.2018.

Или мини-видеофильм, где престарелые американский президент Б. Обама и руководитель Госдепартамента США Дж. Керри пьют пиво на веранде под большим американским флагом и все так же, даже спустя 20 лет, ругают RT за «пропаганду» (действие фильма происходит в 2035 г.). Новый президент США Эдвард Сноуден с экрана объявляет о принятом им решении: сделать открытой работу АНБ и ЦРУ. «Гребаный рупор пропаганды!» — заявляют в ответ Керри и Обама, и, в сердцах выключив телевизор, отправляются гулять на природе. Завершается ролик титрами: «Russia Today: к этому времени мы будем в эфире уже 30 лет» 60.

Также интересно объявление о расширении штата RT в Вашингтоне и поиске кандидата, который способен ставить под сомнение мейнстримные версии медиа и работать с массой замалчиваемых событий.

Для этого сняли тизерный ролик<sup>61</sup>, который высмеивает «американские рупоры правды». В кадрах содержится призыв вступить в ряды тех, кто ведет информационную войну, то есть принять участие в пропаганде русского мира.



Позицию телеканала RT регулярно отстаивает главный редактор М. Симоньян как в СМИ, так и в социальных сетях. Имея аккаунты в Twitter, Facebook, Instagram, LiveJournal, Telegram, она с должным постоянством и в открытой форме развенчивает нападки Запада на Россию, телеканал RT и информагентство Sputnik, высказывает свою току зрения на мировые события или происходящие в России процессы. За 2017 год руководитель RT дала около 60 интервью иностранным и российским СМИ, неоднократно приглашалась на различные российские телеканалы и радиостанции. Особо необходимо отметить выступления в начале 2018 года на американских телеканалах CBS News<sup>62</sup> и NBC<sup>63</sup>.

 $<sup>^{60}</sup>$  RT в 2035 году: Барак Обама и Джон Керри на пенсии, Эдвард Сноуден — президент США. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=yiTvONEEm2g&t=6s . Дата обращения: 16.01.2018.

<sup>&</sup>lt;sup>61</sup> RussiaToday продолжает расширение на запад. Режим доступа: https://rossaprimavera.ru/news/russiatoday-prodolzhaet-rasshirenie-na-zapad. Дата обращения: 05.01.2018

<sup>&</sup>lt;sup>62</sup> Disinformation-warfare. Режим доступа: https://www.cbsnews.com/video/disinformation-warfare/. Дата обращения: 09.01.2018.

<sup>&</sup>lt;sup>63</sup> «России не дают возможности быть услышанной»: Маргарита Симоньян в интервью телеканалу NBC. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/article/471484-margarita-simonyan-intervju-nbc. Дата обращения: 18.01.2018.

где М. Симоньян прокомментировала т.н. российское вмешательство в американский избирательный процесс и нападки на телеканал.

По словам главреда, обвинения в адрес телеканала связаны с тем, что в ходе президентской гонки RT не поддержал X. Клинтон, хотя и не агитировал голосовать за Д. Трампа. В тоже время проклинтоновская позиция других иностранных СМИ, в том числе вещающих на английском и французском языках, вмешательством в выборы почему-то не считается. В любой западной стране дают возможность высказаться, и только Москву при всякой возможности обвиняют в пропаганде.

Но больше всего западные СМИ раздражает спокойствие RT и колкие шутки от M. Симоньян. Американское агентство новостей BuzzFeed никак не может забыть ее ответы на вопросы о внутренней работе канала. «Арабской редакцией действительно заправляет бывший переводчик Путина, испанской — его бывший парикмахер, а английской — бывший повар его собаки» - сказала она в ответ на вопрос о том, кто и как получает должности в RT. Статья с этими комментариями до сих пор выводится в первой десятке ссылок по англоязычному запросу «пропаганда RT».

\*\*\*

Включение в дискриминационный список Минюста США — это недружественный шаг в отношении российских СМИ. И здесь важно понимать, кто стоит за инициативой по регистрации в качестве иностранных агентов RT и Sputnik, и с какой целью это делается.

Обсуждение российских иновещателей в Конгрессе США началось после выборов президента Д. Трампа. Летом 2017 года в Конгресс был внесен законопроект с целью изменить требования США к регистрации иностранных агентов по закону FARA. Предложенный законопроект наделяет министерство юстиции США увеличенными полномочиями, позволяя выявлять и по суду преследовать организации, которые незаконным путем пытаются повлиять на политический процесс в США.

\* \* \*

<sup>64</sup> How The Truth Is Made At Russia Today. Режим доступа: https://www.buzzfeed.com/rosiegray/how-the-truth-is-made-at-russia-today?utm\_term=.gqYVEZnmJ#.wbM6VGqX2. Дата обращения: 16.01.2018.

Активизацией процесса послужила публикация на сайте Атлантического совета<sup>65</sup> доклада Е. Постниковой «Агент влияния. Должен ли RT зарегистрироваться как иностранный агент»<sup>66</sup>, где неоднозначно говорится об обязанности российских медиакомпаний зарегистрироваться. Затем, 8 сентября 2017 года на одной из встреч в Совете снова прозвучал данный призыв, но уже из уст члена Палаты представителей Дэвида Сисиллине<sup>67</sup>. И всего через несколько дней ФБР начинает действовать. Таким образом инициатором этой истории стало военное лобби неоконсерваторов-спонсоров Атлантического совета, куда входят британский МИД, НАТО, корпорация Боинг, госдепартамент США, американские сухопутные войска, ВСС, ВМС и ряд других. Цель — не только преследование RT и Sputnik, но и подавление любого иного взгляда на внешнюю политику.

Неоконсерваторы, лоббирующие бесконечные войны, пытаются заклеймить любое инакомыслие как позицию Москвы или кремлевскую пропаганду. Неважно, правых или левых взглядов придерживается человек, его очерняют и отпугивают людей. Но ирония в том, что политика неоконсерваторов — это и есть мейнстрим. Именно они являются основным мнением. RT, Sputnik и другие альтернативные СМИ нарушают сложившуюся монополию.

Случай с RT и Sputnik — лишь начало масштабной кампании по подавлению свободы СМИ и признак того, что в Вашингтоне боятся разоблачений независимых журналистов. Это попытки прощупать почву и дискредитация всех, кто не следует заданному курсу. Американцам как-бы говорят, даже и не слушайте их. Направление может быть одно — только Запад должен влиять на всех остальных, но не наоборот.

<sup>&</sup>lt;sup>65</sup> Atlantic Council («Атлантический совет») — американский неправительственный аналитический центр в области международных отношений, обеспечивающий и обслуживающий идеологию развития НАТО. Основан в 1961 году с целью «поддержания и усиления сотрудничества между США и Европой, начавшегося после Второй мировой войны». В первые годы существования упор в работе был сделан на решении экономических вопросов, связанных с развитием торговли между США и Европой. В дальнейшем Atlantic Council расширил деятельность за пределами Европы и США. Сегодня он управляет деятью региональными центрами и функциональными программами, занятыми вопросами международной безопасности и глобального экономического развития. Центр имеет штаб-квартиру в Вашингтоне.

<sup>&</sup>lt;sup>66</sup> Американский конгрессмен предложил зарегистрировать RT в качестве иноагента. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20170908/1502110462.html . Дата обращения: 25.11.2017.

<sup>&</sup>lt;sup>67</sup> Там же.

Медийно-политический истеблишмент выстраивает в США что-то похожее на «советскую авторитарную систему», в которой существовало герметично запаянное информационное пространство, куда не могли поступать сигналы извне — только изнутри.

Глядя на происходящее, можно предположить: спланированные атаки на российские информресурсы в США — это не только попытка помешать российским СМИ донести до зрителей и слушателей критическую точку зрения на события в мире, что крайне раздражает американские власти, но и то, что регистрация в качестве иностранных агентов наверняка создаст тревожный прецедент, который, как настоящий вирус, могут подхватить и другие страны. И уже в этом случае будет нанесен огромный вред демократии и свободе журналистики в мире.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

- С. Имброньо, С. Охрименко. Информационное противостояние. Режим доступа: http://security.ase.md/publ/ru/pubru04.html.
- А.В. Манойло. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. М.: МИФИ, 2003.
- Гранин Ю.Д. Что такое «глобализация»? // Высшее образование в России. 2007. №10. С.116-121:.
- Гранин Ю.Д. Глобализация: диалектика исторических форм осуществления // Век глобализации.2014. №1.С.90-103.
- Гранин Ю.Д. Власть и экологическое сознание // Свободная мысль.1994.№2-3.
- В.С. Хелемендик. Информационный глобализм и информационная идентичность.//СМИ в эпоху глобализации (по материалам научно-практической конференции «СМИ в эпоху глобализации». Москва, 3 апреля 2012 года) М. 2012.
- «В информационном коконе»: почему США борются с альтернативной точкой зрения телеканала RT. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/article/468510-ssha-svoboda-smi-simonyan.
- В Лондоне назвали «полезных идиотов» Путина. Режим доступа: http://www.bbc.com/russian/news-38080563?ocid=vk.

«России не дают возможности быть услышанной»: Маргарита Симоньян в интервью телеканалу NBC. Режим доступа: https://russian.rt.com/world/article/471484-margarita-simonyan-intervju-nbc.

Ситуация с RT в США — часть большого наступления на Россию, заявил Кисляк. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20171005/1506260134.html.

RT: как работает «кремлевская пропаганда», или Симоньян, медведь и бобровый сок. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=ML\_IjppR\_SU.

RT в 2035 году: Барак Обама и Джон Керри на пенсии, Эдвард Сноуден — президент США. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=yiTvONEEm2g&t=6s.

Russia Today продолжает расширение на запад. Режим доступа: https://rossaprimavera.ru/news/russiatoday-prodolzhaet-rasshirenie-na-zapad.

Disinformation-warfare. Режим доступа: https://www.cbsnews.com/video/disinformation-warfare.

How The Truth Is Made At Russia Today. Режим доступа: https://www.buzzfeed.com/rosiegray/how-the-truth-is-made-at-russia-today?utm\_term=.gqYVEZnmJ#.wbM6VGqX2.

Propaganda and social media. Режим доступа: https://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2016/09/daily-chart-4.

## ИЛЬЧЕНКО С.Н.,

доктор филологических наук, доцент кафедры телерадиожурналистики ВШЖиМК СПбГУ

## МЕДИЙНЫЙ ОБРАЗ ИСТОРИЧЕСКОГО СОБЫТИЯ: ОТ МИФА К ФЕЙКУ (1917 ГОД И РОССИЙСКАЯ ЭКРАННАЯ КУЛЬТУРА)

Аннотация. Статья посвящена интерпретации событий 1917 года в России в современной отечественной экранной культуре. Автор анализирует существующие традиции презентации в кинематографе Великой русской революции, прослеживает развитие этих традиций вплоть до сегодняшнего времени. Особому анализу подвергаются те примеры из телевизионного контента, которыми была отмечена практика федеральных каналов по освещению 100-летнего юбилея событий 1917 года.

**Ключевые слова:** Россия, 1917 год, кинематограф, телевидение, миф, фейк, история, сериал.

**Summary:** the article is devoted to the interpretation of the events of 1917 in Russia in the modern national screen culture. The author analyzes the existing traditions of presentation in the cinema of the great Russian revolution, traces the development of these traditions until today. Special analysis is given to those examples from television content, which marked the practice of Federal channels to cover the 100th anniversary of the events of 1917.

Keywords: Russia, 1917, cinema, television, myth, fake, history, series.

2017 год как год юбилея Великой Русской революции предполагал вероятность того что в отечественном медийном пространстве данная тема получит соответствующее развитие и будет презентована самыми разными вариантами, в которых бы интерпретировались ключевые сюжеты и события вековой давности. Некоторые опасения внушал уже имеющийся опыт медийного и экранного освоения подобных историко-юбилейных дат — 200-летие Отечественной войны 1812 года и 100-летие начала Первой мировой войны. И все же с учетом имеющихся традиций того, как в отечественной экранной культуре разрабатывался тренд Октябрь-1917, можно было ожидать более пристального интереса, чем это случилось в реальной практике телевидения и кинематографа.

Забегая вперед, укажем на получившуюся в итоге несоразмерность и сомнительную вариабельность в подаче реальной исторической фактуры средствами кинематографа и телевидения. Однако для понимания обнаружившихся тенденций мы позволим вначале совершить некоторый экскурс в традицию отмечать юбилейные и памятные даты, связанные с 1917 годом, так, как это происходило на практике.

#### ШТУРМ КАК КИНОМИФ

Центральным местом в канве событий Великой Октябрьской социалистической революции принято считать штурм Зимнего дворца. По официальной версии советского периода он начался 25-го октября 1917 года в 21.45 после холостого выстрела с крейсера «Аврора». Хотя на самом деле был еще и световой сигнал со стен Петропавловской крепости и соответствующие выстрелы из орудий. Результатом штурма стал арест Временного правительства в Белой гостиной Зимнего дворца. Он был произведен в ночь с 25-го на 26-е октября в 2.15. Таков сюжет истории.

Одним из первых за воссоздание картины штурма взялся Сергей Эйзенштейн. В 1927-м году уже знаменитый режиссер снимает к 10-летию Великого Октября свой фильм с кратким и выразительным названием «Октябрь». Кульминацией эффектно смонтированной картины стал эпизод штурма Зимнего дворца, когда из-под арки Главного штаба революционно настроенные массы выбегали на Дворцовую площадь и решительно устремлялись на баррикады у Зимнего. Эпизод получился настолько впечатляющим, что позднее во многих

документальных фильмах о событиях 1917 года эти игровые постановочные кадры включались в монтаж безо всякого уведомления как историческая хроника.

Через двадцать лет в 1937 году советские кинематографисты должны были отметить очередной юбилей Октября созданием соответствующей историко-революционной ленты о том, что происходило в Петрограде в 1917-м. Желающих браться за столь непростой проект не было. И тогда, когда все мыслимые сроки были нарушены, съемки фильма поручили молодому, но амбициозному режиссеру Михаилу Ромму. Времени было в обрез, потому что картину надо было сделать к 7 ноября.

Ромм решил не искать новых решений эпизода штурма и практически один к одному воспроизвел в своем звуковом фильме вариант из немого фильма Эйзенштейна. И вновь черно-белые кадры революционно-настроенных масс, бегущих к Зимнему, в очередной раз убеждали многомиллионную аудиторию советских зрителей, что в 1917 году все было именно так. И никак иначе. Его версия штурма Зимнего дворца окончательно закрепляла в массовом сознании «с помощью» эффектной «картинки» миф о том, что это событие все-таки происходило в реальности. Преодолеть эстетическую инерцию снятого выразительного зрелища было творчески и идеологически невозможно, так как Михаил Ромм доснимал эпизод штурма Зимнего и ареста Временного правительства по прямому указанию И.В. Сталина.

В пред- и послевоенный период развития советского кинематографа в тех картинах историко-революционной тематики, в которых сюжетно так или иначе затрагивалась тема Октября-1917 года, созданный экранный миф-канон соблюдался неукоснительно. Мы можем обнаружить его отражение в таких лентах, как «Человек с ружьем» (1938, режиссер — Сергей Юткевич), «День первый» (1958, режиссер — Фридрих Эрмлер), «В дни Октября» (1958, режиссер — Сергей Васильев), «Две жизни» (1961, режиссер — Леонид Луков), «Залп «Авроры» (1965, режиссер — Юрий Вышинский), «Посланники вечности» (1970, режиссер — Теодор Вульфович), «Семья Коцюбинских» (1970, режиссер — Тимофей Левчук). Косвенным образом эта версия присутствовала и в различных кино- и телеверсиях таких ключевых для отечественной культуры произведениях как «Тихий Дон» Михаила Шолохова и «Хождение по мукам» Алексея Толстого.

Возможно, что очередная попытка создания фильма об Октябре-1917 года так бы и не была осуществлена в советский период развития отечественной экранной культуры, если бы не идеологическое противостояние СССР и Запада. В 1981 году американский режиссер и актер Уоррен Битти снял фильм «Красные», в котором сам же и сыграл роль своего соотечественника, журналиста Джона Рида. Именного того Рида, который написал книгу о Революции 1917 года под названием «10 дней, которые потрясли мир». Картина имела шумный успех, получила три премии «Оскар».

Естественно, что советские идеологи не могли согласиться с тем, что о Великом Октябре сняли фильм американцы. И тогда возникает проект дилогии Сергея Бондарчука «Красные колокола». Первая часть дилогии — «Восставшая Мексика» была посвящена истории путешествия Джона Рида в Мексику и была экранизацией книги его очерков о происходившей в этой стране революции. А вот вторая часть под названием «Я видел рождение нового мира» как раз и представляла собою фактическую экранизацию книги американца о событиях в России в 1917 году. Главную роль в дилогии С.Ф. Бондарчука сыграл итальянец Франко Неро.

Это было цветное широкоформатное кино. И потому Бондарчук решил снять с размахом центральный эпизод второй части — штурм Зимнего. Для этого он получил поддержку партийных властей Ленинграда, а для съемок сцены штурма на Дворовой площади были возведены настоящие баррикады и привлечены военнослужащие частей Ленинградского военного округа.

В отличие от предшественников Сергей Федорович максимально усилил пафос главной сцены. Камера оператора Вадима Юсова буквально парила над площадью, даря зрителям возможность наслаждаться панорамой революционных событий с высоты птичьего полета.

Усилия съемочной группы не пропали даром. Дилогия «Красные колокола» была удостоена Государственной премии РСФСР имени братьев Васильевых. А чуть позже сам режиссер перемонтировал киноверсию в четырехсерийный одноименный телефильм под идентичным названием. Для расширения общего исторического контекста в игровой фильм была включена соответствующая эпохе кинохроника. Премьерный показ сериала «Красные колокола» состоялся по Центральному телевидению в 1984 году.

Наступивший буквально через полгода период, официально именуемый нынче в истории России «периодом перестройки и гласности» фактически дезавуировал возможный интерес деятелей экранных искусств к теме Октября-1917 года. Мода на исторические разоблачения, открытие архивов, публикация прежде запретных литературных, документальных и публицистических текстов на тему Революции, острейшая критика всего советского периода отечественной истории как якобы ошибочного пути развития страны и государства — все это не могло не сказаться на резком падении интереса к интерпретации ключевого события всего XX века.

Понадобился мощный информационный повод, чтобы в российском медийном пространстве вновь возникла тема Октября-1917 года. Правда, в весьма причудливых и странных вариациях. Сказалась ориентация творцов экранного контента не только на вкусы массового телезрителя, но и руководства основных федеральных телеканалов.

### МЕЛКИЕ КИНОБЕСЫ РЕВОЛЮЦИИ

Особенность современного освоения столь важной исторической проблематики стала сосредоточение на относительно узком временном пространстве нескольких экранных произведений. В дни празднования 100-летия Великой русской революции на телеэкранах явилась зрителям сразу три сериала, предлагающие разные версии и разных «авторов» произошедших век назад исторических событий. Это были игровые сериалы «Троцкий» и «Демон революции», а также документальный цикл с претенциозным названием «Подлинная история русской революции». Если прибавить к этим сериалам еще и скандальную «Матильду», то мы можем составить более или менее полное представление о том, как нынешние ремесленники экранных искусств позволяют себе интерпретировать ключевые события отечественной истории. Кроме того, учитывая предшествующие традиции изложения исторической канвы, можно определить общую тенденцию развития темы.

Пример «Матильды» Алексея Учителя показателен. Он как режиссер и продюсер «Матильды» может быть доволен. Редкая российская лента держалась в топе инфоповодов почти в течение года. Правда, в основном за счет неуемной критической энергии одного из депутатов Госдумы. Но факт остается фактом. Интерес история о добрачных

интимных похождений будущего императора Николая Второго всетаки вызвала. Всем ведь хотелось увидеть за «что» фильм проклинали православные активисты и сторонники монархии.

Однако публика увидела вполне красочную вампуку про страсти в дворцовых интерьерах. И к отечественной истории «Матильда» имеет ровно такое же отношение как некий Павел Павленский к искусству. В общем, нам в очередной раз «сделали красиво», насочиняв небылиц и сказок про семейство Романовых. В принципе учителя истории должны быть благодарны Учителю за то, что с помощью его картины они могут тренировать своих подопечных по поводу поиска фейков. Автору этих строк довелось однажды поручить студентам-старше-курсникам подсчет подобных исторических неточностей, ошибок, искажений — словом, всего того, что в нынешней медийной ситуации позиционируется как фейк.

Результат мониторинга на предмет соответствия исторической правде был неутешителен. Всеобщими усилиями были обнаружено более тридцати исторических фейков в картине. В некотором смысле лента Учителя все-таки дает представление о том, почему российский император так и не смог противостоять революции. Он просто не был к этому готов. Здесь можно вспомнить судьбу драмы Элема Климова «Агония» (1984), посвященной личности Г.Е. Распутина. Сюжетно лента завершалась сценой похорон убиенного старца. Однако общий концепт фильма не оставлял сомнений в обреченности дома Романовых и падении Российской империи.

Надо отметить, что в немалой степени в фейковизации исторического контента существенную роль играет персонификация событий, когда в медийное пространство активно вводится доселе непопулярная или малоизвестная широкой публике историческая личность. Некоторые эксперты считают, что прежняя историческая наука была излишне сконцентрирована на личности В.И. Ленина, в тени которого оставались другие персоны. Например, Лейба Давыдович Бронштейн, вошедший в мировую историю под псевдонимом «Троцкий». Именно так кратко был назван сериал, который поставили для Первого канала Александр Котт и Константин Статский. Продюсеры не скрывали идеи: представить одного из лидеров Октября-1917 некой рок-звездой, которая пользовалась громадной популярностью у широких трудящихся масс.

Приглашение на заглавную роль Константина Хабенского вроде бы выглядело художественно оправданным. Кому еще, как не ему изображать в кадре одержимого комплексами и сексуальной неудовлетворенностью несостоявшегося диктатора? Только за вычетом того обстоятельства, что чуть раньше Хабенский изображал реального диктатора и «омского правителя» Колчака. И потому его нынешний персонаж выглядит, скорее, ряженым, чем реальной исторической фигурой. Соответственно и все другие персонажи выглядят ровно такими же. А чтобы мы никого ни с кем не спутали их первое появление сопровождается соответствующим титром-справкой.

Троцкий же лихо «проводит» время на экране, то занимаясь любовью с очередной «реальной» героиней, то отвлекаясь от сексуальных утех для наведения революционного порядка на проблемном участке фронта. Мнимая достоверность сериала еще подлежит изучению историками, которые сразу же отметят многие несуразности: вроде встречи Троцкого и Фрейда (Игорь Черневич), или истории с «философским пароходом», который вовсе не Лев Давыдович придумал. И в довершении процесса фейковизации истории на телеэкране Рамон Меркадер почему-то превратился в некоего Джексона (Максим Матвеев), выслушивающего согласно сценарию исповеди героя в Мексике в 1940 году. Сериал и выстроен как цепь воспоминаний.

При просмотре сериала складывалось устойчивое впечатление от того, что не зная, как внушить уважение к своему герою, авторы всячески усложняют композицию картины, вплоть до появления воображаемых призраков тех людей, пути которых пересекались с Троцким. Он, конечно, соответствующим образом комментирует свои с ними отношения. И эти сравнения, естественно, «работают» на величие экранного образа создателя Красной Армии и творца Октябрьского вооруженного восстания, подводя зрителей к нехитрой мысли, что именно Лев Давыдович и был главным человеком не только в октябре 1917 года, но и в последующей советской истории. Понятно, что при подобной постановке вопроса в сериале Сталину (Орхан Абулов) отводится роль злодея и оппонента, а Владимир Ильич Ульянов (Евгений Стычкин) выглядит как суетливый лидер партии, во всем поддакивающий более харизматичному (по фильму) и решительному коллеге.

Есть в сериале и некто Александр Парвус, которого сыграл Михаил Пореченков. Именно сей коммерсант, не чуждый левых идей, якобы и

благословил Лейбу Бронштейна на путь в революцию. Во всяком случае Парвусу волею телепродюсеров суждено было в юбилейные дни стать едва ли не главным персонажем изображаемых в телеэфире событий прошлого.

В сериале Владимира Хотиненко «Демон революции» Парвусом стал главный наследник советского кинематографа Федор Сергеевич Бондарчук. Видимо, это было основным условием инициаторов проекта, потому что в сериале зачем-то оказалась и его новая пассия, изображающая абсолютно выдуманный персонаж. Главной же выдумкой авторов для младшего сына великого режиссера явилась совершенно неуместная с точки зрения исторической науки версия о том, что мол-де именно Парвус и денег достал для большевиков на революцию, и оружием их снабжал, и проезд через Германию в пломбированном вагоне организовал. Словом, если бы не он, не было бы в октябре 1917-го холостого выстрела «Авроры».

И если в «Троцком» очевиден крен в сторону попытки хотя бы какого-то объяснения поступков главного героя, реально имевшего вес в руководстве большевистской партии, то в фильме Хотиненко сюжет вообще строится как некая суматошная и невнятная последовательность событий, чаще всего имеющих криминальную основу. И вместо драмы характеров зрители увидели банальный детектив на тему: «Где деньги, Парвус?». Для большей убедительности здесь вновь появляется некое подобие кольцевой композиции, когда некий выдуманный офицер Мезенцев вспоминает все обстоятельства «дела Парвуса» (хотя никакого дела не было вовсе).

Эфирную пикантность показу сериала «Демон революции» придавало то обстоятельство, что он располагался в программной сетке вещания канала «Россия-1» аккурат в те часы, когда Первый канал пытался нас убедить в том, что Константин Хабенский и есть тот самый Лев Троцкий. А помогал зрителям и там, и здесь все тот же самый Максим Матвеев, который сыграл и Джексона («Троцкий»), и того самого Мезенцева («Демон революции»), закрутившего лихую любовь с сожительницей Парвуса-Бондарчука. Переключая каналы с одного на другой, порою было невероятно трудно сообразить: про что нам показывают сие сериальное псевдоисторическое «мыло».

Ведь помимо раздвоения Матвеева и Парвуса, «раздвоился» и Ульянов-Ленин, принявший рядом с Федором Сергеевичем облик

популярного артиста Евгения Миронова. Экранный гиньоль окончательно торжествует, когда перед нами разыгрывают еще и мелодраматический любовный треугольник Ленин - Крупская (Дарья Екемасова) - Арманд (Виктория Исакова)

Сериал Хотиненко достаточно короток, чтобы окончательно разочаровать публику в профессиональной деградации его авторов, и чтобы не успеть окончательно внедрить в сознание зрителей мысль о том, что Парвус, а не Ленин, «придумал» революцию в России. Никакой он не демон, а мелкий и неудачливый бес политических игр и банальных финансовых афер, который в дуэте с революционным плейбоем Троцким определил нынешний экранный образ Великой русской революции.

## ДОКУМЕНТ КАК ФЕЙК

Следует указать также и то обстоятельство, что документальная основа в обоих сериалах оставлять желать лучшего, ибо в них фейковая основа прослеживается совершенно отчетливо. Но в юбилейные дни 100-летия тот же Первый канал предложил телезрителям более «объективную» версию Великой Русской революции, что и было отражено в названии документального сериала «Подлинная истории русской революции». Его режиссер Павел Тупик реализовал проект в популярном нынче формате докудрамы, когда историческая фактура излагается не только в тексте на экране или в закадровых комментариях, но и разыгрывается актерами в стилистике игрового кинематографа.

Значительную и определяющую роль при подобной модели организации экранной фабулы играет встраиваемая в тело фильма хроника. Однако поскольку реальной документированной кинохроники, снятой в 1917 году, в архивах хранится не так уж много, то на «помощь» приходит проверенный не единожды метод экранной иллюстрации с привлечением фрагментов из игровых постановочных картин на революционную тему. В нынешнем документальном сериале вполне очевидными были экранные инкрустации из уже упоминавшихся нами фильмов «Октябрь» и «Ленин в Октябре».

Особо стоит отметить активное использование в сериале цитат из работ русского философа Бориса Валентиновича Яковенко, покинувшего Россию накануне Первой Мировой войны. И потому наблюдавшего за событиями на Родине из-за заграничного далека. Однако

именно его свидетельства интерпретируются в сериале как едва ли не объективная оценка того, что происходила в России в 1917 году. Что не может не вызывать сомнений в их объективности и достоверности.

Как мы видим, даже в структуре экранного зрелища, претендующего на приближение к более адекватному изложению реальных исторических событий, не обходится без намеренного креатива по части их интерпретации всеми возможными способами. Результатом подобного подхода может стать потеря доверия аудитории к важным историческим событиям, так как вместо подробного изложения фактов, цифр, сведений, в экранном пространстве предлагается их возможная трактовка.

#### РЕВОЛЮЦИЯ В СТИЛЕ НТВ

Завершала череду «революционных» экранных проектов к юбилею Великой Русской революции премьера на канале НТВ сериала «Хождение по мукам» по мотивам трилогии Алексея Николаевича Толстого. Вольно или невольно появление новой версии важнейшего произведения отечественной словесности могло бы стать неплохой альтернативой появившимся спорным версиям важных исторических событий.

Содержание многостраничного произведения советского классика авторы экранизации «уложили» в 12 серий, показанных всего за полторы недели. При этом в один вечер публика могла увидеть сразу две серии. Вроде бы привычная схема премьерного показа любого сериала, которой нынче трудно удивить телезрителей. Однако в случае с данной премьерой подобная продюсерская торопливость обернулась определенными издержками по части восприятия. Все-таки перед нами были не очередные «ментовские войны», а версия одного из ключевых произведений российской словесности ушедшего века. Тем более, что ее анонсировали как экранное произведение, посвященное 100-летию Великой русской революции.

После псевдоисторических сериалов про Парвуса и Троцкого, испеченных будто праздничный пирог к означенному юбилею, «Хождение по мукам» ожидалось как серьезное телепроизведение. Порукой подобным ожиданиям было имя режиссера Константина Худякова, о котором у любителей кино со стажем были сочувственные воспоминания (если кто помнит его драму «Успех»). Было понятно, что ему, как постановщику, придется вступать в борьбу за современного зрителя категории от 18

до 40, память которого вряд ли хранит как впечатления от самой трилогии А.Н. Толстого, так о двух ее версиях 1957 и 1977 годов соответственно.

Трудность была еще и в том, что сам текст трилогии не выглядит гармоничным и выверенным произведением, так как Толстой творил его на протяжении двух десятков лет, когда порою обстоятельства его жизни менялись самым кардинальным образом. А если учесть, что трилогия «Хождение по мукам» чаще всего воспринималась как история исканий и борений русской интеллигенции на сломе эпох, то станет очевидной смысловая и идеологическая нагрузка, порою подминающая сюжет и характер знаменитой книги под себя.

Автор сценария сериала Елена Райская — драматург опытный и набивший руку на создании экранных циклов, причем с очевидными навыками адаптации замысла в процессе воплощения под эстетику будущего канала премьерного показа. Для получения некой творческой индульгенции по части сравнения с текстом книги в заголовок сериала вынесена пресловутая формула «по мотивам». Увы! Она стала критической и определяющей те операции по вивисекции сюжетных линий, а затем — и смысла экранизируемой книги. Второстепенные персонажи вдруг выросли в полноправных главных героев, некоторые ключевые эпизоды и фабульные повороты были отброшены за ненадобностью, а в сериале вместо них появились непонятные и бессмысленные с точки зрения развития характеров сцены. Все это можно было принять и простить, если бы в сериале существовало главное — развитие характеров и судеб четверки центральных героев, про которых Толстой и сочинил свою трилогию.

К счастью, они в сериале присутствуют: сестры Булавины — Катя (Юлия Снигирь) и Даша (Анна Чиповская), и соответственно их возлюбленные — Рощин (Павел Трубинер) и Телегин (Леонид Бичевин). История формирования двух влюбленных пар поначалу в сериале кажется вполне соответствующей тому, каким они были узнаны при чтении романа. Но чем дальше сериал набирал обороты, тем все чаще возникало удивление от того, что в кадре оказывались совсем уж непонятные иные персонажи. Так и непонятно по прошествии дюжины серий: зачем было превращать историю грабежей Жадова (Андрей Мерзликин) в сквозной сюжет? И почему футуристка Лиза Расторгуева стала вдруг его напарницей? Понимаю, что нынче без

Светланы Ходченковой, которая ее играет, не обходится ни один проект, но никак не могу взять в толк наличие в данной экранизации подобных превращений. Вот и получается, что вместо серьезной драмы духовных поисков мы видим только лишь эпизоды народных бунтов, батальные сцены, грабежи и убийства, наскоро соединенные отдельными эпизодами согласно фабуле литературного первоисточника.

Только к финалу начинаешь понимать всю «глубину» замысла авторов, превращающих свой сериал в некое подобие нтвшных криминальных программ и сериалов. Главные герои при этом теряются в толпе террористов, грабителей и бандитов, а «трагическая» гибель в перестрелке пары Жадова-Лизы и есть, видимо, кульминация всего сериала. Этакие «Бонни и Клайд» времен гражданской войны. Аналогичная история с гипертрофированным разрастанием роли случилась и с поэтом Бессоновым (Анатолий Шагин), которому волею авторов «продлили» жизнь аж до последней серии, превращая его чуть ли не в центрального персонажа. Но потом все-таки «заставили» застрелиться, за кадром.

В принципе со всеми подобными издержками современной версии можно было бы смирится, если бы не одно очень серьезное «но». А заключается оно в том, что судьбы всех членов главного квартета героев начинают теряться в подобной гангстерско-приключенческой мешанине. И — что самое главное — чем ближе к финалу сериала, тем и сестры, и их возлюбленные становятся похожими друг на друга. А ведь у каждого из их был свой путь, своя дорога в ту новую Россию, куда привела их авторская воля Алексея Николаевича Толстого. У Райской и Худякова, видимо, иной взгляд на эти разные судьбы.

Печальный результат очередного 12-серийного телевторжения на территорию литературной классики подтвердился опросами сотрудников городских библиотек: текст «Хождения по мукам» спрашивают единицы. Совсем не так, как когда-то «Идиота». Шанс получить адекватное экранное произведение, посвященное переломному моменту отечественной истории был упущен. И во многом именно потому, что попытка адаптировать литературный текст под каноны вещания одного из федеральных каналов спродуцировала значительное искажение не только смысла первоисточника, но и его историческую основу.

\*\*\*

## УРОКИ НА БУДУЩЕЕ

Опыт медийной интерпретации значительного исторического события выявил в нынешних предложенных экранных продуктах, очевидный кризис в отношениях между Историей и СМИ. Что, на наш взгляд, является прямым следствием тех политических и идеологических конфликтов, которыми характеризуется в последние годы сфера медиа. Их отголоски так или иначе влияют на подход к тому, какие варианты возможны при рассказе и показе исторического событийного ряда. Увиденное на кино- и телеэкранах в связи с юбилеем Великой русской революции подтверждает выявленную тенденцию: от мифологии киноистории современная экранная культура дрейфует в направлении снижения достоверности контента, фейковизации предлагаемых версий.

### А.А. КАЛМЫКОВ,

профессор кафедры печатных СМИ и новых медиа Академии медиаиндустрии, профессор кафедры теории и практики общественных связей РГГУ, доктор филологических наук, e-mail: alex.kalmykov@gmail.com

## МЕДИАЛАНДШАФТ БУДУЩЕГО

Аннотация. В статье обсуждается понятие медиаландшафта и рассматриваются его изменения в связи с развитием новых медиатехнологий. Внимание уделяется развитию семантических сетей (WEB 3.0) и нейронета (Интернет 4) и их влиянию на будущее журналистики.

**Ключевые слова:** журналистика, теория, медиаландшафт, web 3.0, Интернет 4.

**Summary.** The article discusses the notion of media landscape and considers its changes in connection with the development of new media technologies. Attention is paid to the development of semantic networks (WEB 3.0) and the neuronet (Internet 4) and their impact on the future of journalism.

Keywords: Journalism, theory, media landscape, web 3.0, Internet 4.

Медиа-ландшафт включает в себя всю систему СМИ интегрированную со всем, что подразумевается под медиа, т.е. прессу, радио, телевидение, интернет, а также развитые информационно-коммуникативные практики: связи с общественностью, политические технологии, образовательные технологии, рекламу и т.п. Медиа-ландшафт поглощает многослойный культурный ландшафт, превращаясь в его доминанту.

При этом медиа-ландшафт нельзя редуцировать к функционирующих в нем видам и типам медиа. Он может рассматриваться только целостно и системно с учетом механизмов взаимодействия элементов внутренней организации.

Понятие ландшафта заимствовано из географического дискурса, однако все чаще его стали применять относительно уже к социально-культурным феноменам. В этом смысле ландшафт это территориальная система, состоящая из взаимодействующих антропогенных компонентов, а также комплексов более низкого таксономического ранга. Другими словами, ландшафт – многообразное пространство (поверхность), живая среда освоенных мест, в данном случае освоенных символически, наполненных смыслом и предполагающих присутствие наблюдателя. В классическом (географическом) ландшафтоведении границы ландшафта интерпретируются как «поверхности раздела соседних ландшафтов, смены их качества, свойств; а также поверхности, которыми ландшафт как бы отделен от других неландшафтных образований»<sup>68</sup>. Внешний статус границы в определении понятия заставляет задуматься о том, что в современной реальности не есть медиа, и как посмотреть на медиа со стороны, вне его границ. С другой стороны, это придает жесткость и определенность системы медиа, граничащую с обретением субъектности.

Другой важный момент осмысления ландшафтного взгляда находим у М. Кастельса, который вводит понятие пространства потоков (Space of flow) — понимаемое как «глобальный массив разобщенных потоков, различных вещей (но чаще электронных объектов и знаний), которые перемещаются по всему миру, исходя и оседая в узловых точках»<sup>69</sup>. Помимо констатации динамичности и изменности ландшафта, здесь утверждается сетевой характер медиа, охватывая этим понятией глобальные мегаполисы, где «пространство потоков <...> создает среду с совершенно другой, нелинейной пространственной логикой»<sup>70</sup> Свойство нелинейности медиаландшафта принципиально и особенно проявлено в гипертекстуальном пространстве интернета.

 $<sup>^{\</sup>overline{68}}$  Александрова, Т.Д. Понятия и термины в ландшафтоведении / Т.Д. Александрова. — М.: Ин-т географии, 1986. — 111 с.

<sup>&</sup>lt;sup>69</sup> Bell, D. Cyberculture theorists: Manuel Castells and Donna Haraway / D. Bell. – London; New York: Routledge, 2007. p. 76.

<sup>&</sup>lt;sup>70</sup> Stalder, F. Manuel Castells: the theory of the network society / F. Stalder. — Cambridge, UK; Malden, MA: Polity, 2006. p. 147.

Сам термин медиаландшафт (mediascape) введен А.Ападураи<sup>71</sup> (Арраdurai, 1986) для указания на тотальное присутствии в повседневности средств массовой коммуникации и их свойство пронизывать собой все аспекты частной жизни.

Пространственная коннотация привнесенная этим термином предполагает возможность блуждания и кочевничества (номадологии) и осмотра с некой верхней точки, с целью прокладывания путей по пересеченной местности медиа. Рельеф ландшафта это система препятствий. Получается, что медиа в этом толковании есть определенная система ограничения степеней свободы, как бы на первый взгляд не представлялось противоположное. С другой стороны именно на этом основана претензия медиа на отдельную ветвь власти.

Причем границы медиаландшафта задаются прежде всего развивающимися медиатехнологиями, к которым относятся технологии производства контента и технологии его трансляции. Иными словами, между технологиями коммуникаций и журналистикой существует прочная связь. Ее можно обозначить как отношение soft (software – программное обеспечение) и hard (hardware – «железо», оборудование). Новое «железо» требует обновления программного обеспечения (ПО), новое ПО требует более совершенного «железа». В нашем случае роль «железа» играет комплекс информационно-коммуникативных технологий, а роль софта принимает журналистика и в целом медиа. Например, вторая версия сети – Веб 2.0 – не только привнесла в журналистику целый комплекс средств взаимодействия с аудиториями, но, и существенно трансформировала ту журналистику, которую до сих пор именуют традиционной. Ясно, что этот процесс будет только усиливаться в связи с ускоряющимся развитием компьютерной техники и техники связи, особенно в контексте программ искусственного интеллекта (ИИ). Необходимо отметить и ожидаемый сдвиг в эпистеме журналистики.

В этой связи полезно проанализировать к каким последствиям для журналистики это будет приводить. В частности, речь идет о третьей версии сети и в последствии - появлении так называемого нейронета. Причем если к сервисам веб 2.0 все уже привыкли настолько, что воспринимают это как норму журналисткой деятельности в интернете, то веб 3.0, в этом плане только осваивается.

<sup>&</sup>lt;sup>71</sup> Appadurai, A. Modernity at large: cultural dimensions of globalization / A. Appadurai. – Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press, 1996.

Дело в том, что сейчас подавляющее большинство контента, размещенного в интернете, предназначено для чтения понимания человеком, а не для автоматизированного анализа машиной. В итоге сайт воспринимается и читается человеком и роботом по-разному. Это создает ряд неудобств: нерелевантность выдачи по поисковым запросам, необходимость специальной работы по SEO, сложность агрегации данных и т.п. При такой ситуации машиночитаемые массивы данных лишь с очень большими оговорками можно называть базами знаний. Компьютер научили разбираться в разметке веб-страницы (html), однако он пока не способен обрабатывать семантику документа, то есть извлекать заключенные в контенте смыслы.

Таким образом, появилась задача создания веб 3.0, с помощью которой станет возможным превращения интернета в семантическую сеть. Цель Семантической Сети - создать язык, на котором можно будет описывать как данные, так и правила рассуждений и выводов на основе данных. Это предполагает возможность транспорта сетевыми средствами правил вывода существующих в какой-либо одной системе представления знаний в другую.

К настоящему времени созданы следующие технологии для построения Семантической Сети:

- Расширяемый Язык Разметки (eXtensible Markup Language, XML);
- Система Описания Ресурсов (Resource Description Framework, RDF);
- Язык Сетевых Онтологий (Web Ontology Language, OWL).

В рамках проекта Семантической Сети в качестве базового вводится понятие «онтология». Впрочем, оно имеет весьма специфическое значение ничего общего с исходным философским смыслом не имеющее. Здесь это - документ или файл, формально задающий отношения между терминами. Наиболее типичными видами онтологий в Сети являются таксономия и набор правил вывода.

По мнению разработчиков Семантическая Сеть будет реализована тогда, когда будет создано множество программ-агентов, которые, знакомясь с содержимым Сети из различных источников, будут обрабатывать полученную информацию и обмениваться результатами с другими программами. Эффективность таких программных агентов будет расти экспоненциально по мере увеличения количества

доступного машинно-воспринимаемого веб-контента и автоматизированных сервисов (включая других агентов). Для успешного развития необходима большая стандартизация формата размещаемой в интернете информации.

Уже здесь просматривается некоторая угроза для журналистики, поскольку будут происходить роботизация и захват программамиагентами ряда функций традиционно принадлежащих журналистике.

Важным аспектом функционирования агентов будет возможность обмена «доказательствами», записанными в унифицированном языке Семантической Сети (языке, на котором можно записывать логические рассуждения, проведенные с использованием содержащейся в онтологиях информации). Эти «доказательства» предполагается получать в процессе человеко-машинного взаимодействия, т.е. с помощью экспертов. Таким образом, в концепцию Семантической сети органично входят концепты, связанные с разработкой экспертных систем. Подобно тому как технологии веб 2.0 позволили отдать формирование контента пользователям, веб 3.0 как плацдарм разворачивания семантической сети позволит учить машину читать этот контент по человеческим правилам.

Тенденция веб-синдикации, проявленная уже в веб 2.0, заключающаяся в возможности присоединения и комбинирования различных вебсервисов в одном проекте, должна получить развитие в семантических сетях в форме так называемого обнаружения сервисов [service discovery]. Что станет возможным лишь после того, как появится единый язык, позволяющий описывать сервисы. В этом случае программы-агенты (а не человек) смогут «понимать», что позволяет делать тот или иной сервис и каким образом им пользоваться. Сервисы и агенты смогут протоколировать информацию о функционале веб-сервисов в специальных справочниках, размещенных в сети с помощью облачных технологий. На сегодняшний день уже появился подобный язык описания сервисов — Язык Онтологии Сетевых Сервисов (Web Services Ontology Language, OWL-S), а также разработана версия WWW-Консорциумом (W3C).

На первый взгляд может показаться, что речь идет всего лишь об очередной попытке стандартизации процедур более высокого уровня. Действительно одного из авторов концепции W3W- Тима Бернерс-Ли, по праву считают отцом веба, поскольку именно он придумал идею стандартизации языка разметки гипертекста, который действительно

стал глобальным стандартом для представления информации в интернете. Эта идея оказалась крайне плодотворной настолько, что воспринимается как своего рода чудо. И теперь он с соавторами решил применить этот же принцип, но уже к понятиям.

Однако претензии концепции семантической сети намного глубже и шире.

Процитируем фрагмент статьи «Семантическая Сеть» 72 Тима Бернерс-Ли, Джеймса Хендлер и Ора Лассила (перевод 2004 г.). Опуская технические детали зафиксируем лишь претензии семантической сети на некоторое глобальное эпистемическое преобразование:

«Семантическая сеть — это не «просто» инструмент для решения чьих-то индивидуальных задач, обсуждавшихся нами до сих пор. Правильно организованная Семантическая Сеть может, помимо прочего, способствовать эволюции человеческого знания в целом.

Человеческие усилия стеснены вечным противоречием между эффективностью малых независимо действующих групп людей и необходимостью согласования своих действий с широкой общественностью. Небольшой коллектив может быстро и эффективно создать нечто новое, однако зачастую это порождает своего рода субкультуру, концепции которой могут быть не поняты окружающими. С другой стороны, координирование действий большой группы чрезвычайно замедляет процессы и требует колоссального количества общений. Все в мире работает где-то посредине между двумя этими крайностями, с преобладанием тенденции начинать с малого — некой частной идеи — и постепенно продвигаться на пути к более широкому пониманию.

Существенным процессом становится объединение субкультур, когда требуется более широкий единый язык. Очень часто две независимо работающие группы разрабатывают очень сходные концепции, и попытка описать взаимосвязи между этими концепциями даст весьма существенную выгоду. Подобно финско-английскому языку или таблице преобразования мер и весов, эти взаимосвязи позволят общаться и сотрудничать, даже когда общность понятий не перешла (пока еще) в общность терминов.

Семантическая Сеть, именуя всякое понятие просто с помощью URIидентификатора, даст возможность каждому выражать новые понятия,

<sup>&</sup>lt;sup>72</sup> The Semantic Web. By Tim Berners-Lee, James Hendler and Ora Lassila. Scientific American, May 17, 2001.

которые он изобретает, с минимальными усилиями. Ее *универсальный погический язык* позволит постепенно связать все эти понятия в универсальную Сеть. Эта структура сделает знания и достижения человечества доступными для анализа программными агентами и предложит нам новый класс средств, с помощью которых мы можем вместе жить, работать и учиться.»

В этом отрывке курсивом отображены ключевые элементы исходной концепции. А именно:

- 1. Семантическая Сеть фактор эволюции человеческого знания в целом.
- 2. Причиной замедления развития является отсутствие эффективной коммуникации (коммуникативный диссонанс на понятийном уровне) как между проектными группами, так и проектной группой и общественностью.
- 3. Семантическая сеть может позволить преодолеть этот коммуникативный диссонанс, даже когда общность понятий не перешла (пока ещё) в общность терминов.
- 4. Теоретически возможно создание *универсального логическо-го языка*, связывающего различные понятия в универсальную Сеть.

В представленных четырех тезисах, на наш взгляд, и заключены основные идеи семантического веба. Но насколько они бесспорны?

Во-первых — совершенно не факт, что к знанию может быть применен термин «эволюционирование». В обращении к нему видится уже преодоленная наукой позитивистская традиция. Даже если предположить, что авторы не имеют в виду постепенное поступательное накопление знаний, приводящее, в конце концов, к появлению нового знания, и согласны с тем, что научная картина мира меняется скачкообразно, например, в результате смены парадигм, эволюционирование подспудно предполагает наследование старых признаков и формирования новых в результате адаптационного взаимодействия с внешней средой. Можно ли сегодня такой подход применять к знанию? Другой проблемной стороной данного тезиса является предположение, что предметом эволюционирования (пусть даже не эволюционирования, а только трансформации, изменения или чего-то в этом роде) является само по себе знание не в плане его философской рефлексии, а в качестве само-полагаемой сущности. Ведь можно посмотреть на человеческое знание,

отвлекаясь от его понятийного наполнения, как на определенную изначальную данность. И в этом ракурсе его изменность или неизменность требуется доказывать и обсуждать.

Во-вторых — можно согласиться с тем, что коммуникативные проблемы сегодня стали чуть ли не главным трендом научного и научнопрактического дискурса, который часто исходит из позиции, что достаточно сделать коммуникации эффективными и тогда все остальные проблемы человечества будут быстро решены. Но так ли это? Даже на уровне языка бытового общения развитие информационно-коммуникативных технологий, куда можно отнести также СМИ, приводит к нивелированию самого языка. И это уже ясно наблюдается. Когдато Владимир Иванович Даль после пятиминутного разговора с крестьянином мог точно определить губернию и волость, из которой тот приехал. Сегодня с такой задачей даже Даль не справился бы. А ведь языковое разнообразие ничуть не менее важно, чем разнообразие биологическое. Впрочем, стандартизировать машину, не только не лишне, а необходимо.

В-третьих — предполагается, что эффективная коммуникация возможна, даже если в процессе ее используются означающие, под которыми участники коммуникации подразумевают разные означаемые. В человеческом общении это действительно так, поскольку в результате как раз и возникает совместное понимание, то есть совместное, подчеркнем, порождение как общих, так и индивидуальных смыслов. И возможно это лишь потому, что у человека есть способность к рефлексии. Проявляется это и при машинноопосредованном общении. Однако при коммуникации человека и машины такое вряд ли получится, поскольку машина рефлексией не обладает. Впрочем, отметим здесь, что некоторые функциональные части механизмов мышления и понимания, которые мы привыкли считать чисто человеческими, все-таки придется отдать машине, и в этом плане развитие Семантических Сетей важно еще и с точки зрения определения границ подлинно человеческого.

В-четвертых — вызывает сомнение сама возможность создания универсального логического языка и тем более — формирование сети понятий. Против этого известная теорема неполноты Геделя, а также тот факт, что разработчиками не уточняется, какая именно логика будет положена в основу такого языка. Поскольку машины пока работают на

булевой логике, то структуры в них организуемые так же будут знать только «да» или «нет», как бы это не камуфлировалось сложными надстройками. И в основе этих надстроек будет лежать все тот же закон тождества. Здесь фундаментальная проблема создания искусственного интеллекта. Характерно, что в построении концепта используются термины заимствованные именно из этой инженерной области. Оправданные в рамках задач искусственного интеллекта, они при постановке подобной глобальной эпистемической проблемы, воспринимаются несколько странно. Например: один из базовых терминов «онтология» и основа дискрипта — триплет, состоящий из субъекта, предиката и объекта, — вызывают недоумение не только у философа и лингвиста, но и у грамотного обывателя. Иными словами, универсальность вводится с помощью терминов, принадлежащих крайне узкой предметной области.

Впрочем, сами разработчики поправляются: «Семантический Веб позволит машинам ПОНИМАТЬ семантику документов и данных, но не человеческую речь или его сочинения».

Откуда следует и отношение к нему, как к новому и, безусловно, весьма перспективному техническому средству работы со знанием, но не как фактору преобразования знания. Хотя его функционирование привнесет много неожиданного в наш мир, в коммуникативном, психологическом и эпистемическом плане.

Особенно это касается медийной сферы, для которой Семантическая Сеть — новый вызов, поскольку каждый пользователь с помощью программ-агентов сможет самостоятельно создавать для себя новостную «повестку дня» и новые возможности по работе с информацией, коммуникацией, знанием, отнимая таким образом хлеб у журналистов. И это далеко не все. Семантическая Сеть вместе с технологиями «big date» позволит получать в автоматическом режиме и реальном времени аналитические и прогностические результаты, касающиеся самых разных аспектов социальной жизни. Причем каким образом, на каких основаниях эти результаты будут получены, останется загадкой, поскольку алгоритмы обработки данных формируются машиной в процессе самой обработки. Они принципиально не поддаются реконструкции человеком.

<sup>&</sup>lt;sup>73</sup> Совокупность подходов, инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия для получения воспринимаемых человеком результатов.

Еще больше неожиданностей может принести развитие так называемого нейронета. Вот, например, что подразумевают под этим словом инициаторы проекта «Форсайт».<sup>74</sup>

«Нейронет — это следующее поколение Интернета, которое будет использовать нейроинтерфейсы для создания новых измерений коммуникации между людьми, с другими типами живых существ, а также с искусственными агентами и с роботами за счет прямого считывания информации из нервных систем пользователей без посредства множества промежуточных естественных и искусственных систем ввода информации (а также использования адаптивных психических функций, таких, как вербализация) — (и также возможно) за счет прямой передачи информации в нервные системы пользователей без посредства естественных сенсорных систем (визуальные, аудиальные и другие сенсорные каналы).

По определению Нейронет использует технологии, которые считывают, передают, хранят, обрабатывают и генерируют информацию в центральной и периферической нервной системе человеческих агентов (и других живых существ).

Кроме этого, Нейронет включает в себя все аспекты технологической реальности Интернета, которые будут существовать к моменту, когда станут возможными массовые нейрокоммуникации (ок. 2020-25 г.г.), включая технологии Интернета вещей и Интернета искусственных агентов<sup>75</sup>».

Важно отметить, что предполагается создать интефейс между человеческой нервной системой и телесностью непосредственно, и всем чем угодно (машиной, животным, вещью, другим человеком) таким образом, чтобы можно было передавать не только информацию, минуя традиционные каналы (например, вербальный), но и эмоциональные состояния, воспоминания, убеждения. Если это станет действительно возможным, то машина СМИ сможет непосредственно транслировать всем жителям планеты «чувство глубокого удовлетворения», что бы с ними ни происходило на самом деле.

Несмотря на фантастичность подобного, следует отметить, что работа в направлении создания нейроинтернета идет. В том числе

<sup>&</sup>lt;sup>74</sup> Электронный ресурс: http://www.slideshare.net/PavelLuksha/neuroweb-foresight-results-vmar 2014-russian-version.

<sup>75</sup> Электронный ресурс: http://knwlab.com/neuronet.

прорабатываются этические последствия внедрения различных его элементов, а также технологии блокирования общественностью развития отдельных его компонентов по этическим соображениям. Понятно, что нейронет в своей законченной форме приведет к так называемому постчеловеческому миру.

В любом случае присутствие подобного тренда необходимо учитывать в прогностике образа будущего медиаландшафта.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Александрова, Т.Д. Понятия и термины в ландшафтоведении / Т.Д. Александрова. — М.: Ин-т географии, 1986. — 111 с.

Гранин Ю. Власть и экологическое сознание // Свободная мысль.1994.№2-3.

Гранин Ю.Д. Глобализация: диалектика исторических форм осуществления // Век глобализации.2014. №1.С.90-103;

Гранин Ю.Д. Роль образования в формировании российской нации // Высшее образование в России. 2006.№10.С.150-156.

Appadurai, A. Modernity at large: cultural dimensions of globalization / A. Appadurai. — Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press, 1996.

Bell, D. Cyberculture theorists: Manuel Castells and Donna Haraway / D. Bell. – Londoni; New York : Routledge, 2007. p. 76.

Stalder, F. Manuel Castells: the theory of the network society / F. Stalder. – Cambridge, UK1; Malden, MA: Polity, 2006. p. 147.

The Semantic Web. By Tim Berners-Lee, James Hendler and Ora Lassila. Scientific American, May 17, 2001.

### МАЛЬСАГОВА А.Б.,

аспирант кафедры печатных СМИ и новых медиа ФГБОУ (ДПО) «Академия медиаиндустрии»

## ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНЫХ СМИ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Аннотация. Статья посвящена определению особенностей религиозных СМИ Чеченской Республики, в частности, соотношению частных и государственных религиозных СМИ, их роли в сохранении и развитии чеченского языка, национальных традиций и истории чеченского народа, обеспечении стабильности и борьбе с распространением радикальных исламистских течений.

**Ключевые слова:** религиозные СМИ Чеченской Республики, мусульманские СМИ, исламские СМИ.

**Summary**. The article is devoted to defining the features of the Chechen religious media, in particular, the correlation of private and state religious media, their role in preserving and developing the Chechen language, national traditions and history of the Chechen people, ensuring stability and fighting the spread of radical Islamist currents.

**Keywords**: religious mass media of the Chechen Republic, Muslim media, Islamic media.

Особенностью республик Северного Кавказа, частью этнической идентичности населения которых является ислам, является наличие мусульманской компоненты в проблематике широкого спектра —

от идеологической до социальной<sup>76</sup>. По данным официальной статистики, 96% жителей Чеченской Республики являются мусульманами<sup>77</sup>. Роль религиозного фактора в идентичности чеченцев подтверждают результаты социологических опросов: 73,5% респондентов указывают на конфессиональную принадлежность в качестве ядра их идентичности и только 18,2% наиболее комфортным считают для себя отождествление с чеченским этносом. Республика лидирует среди регионов России по числу мечетей в расчете на каждого жителя — 1490 жителя на мечеть (в Дагестане на 1908 человек, Ингушетии — 2181, в Татарстане — 2610 человек)<sup>78</sup>.

Ислам представляется важным этнообразующим фактором чеченского народа, что предопределено своеобразием суфизма как одного из наиболее мягких направлений мусульманской религии. Любовь к Богу рассматривается здесь как ключевой признак веры человека, а обрядности отводится второстепенная роль, что позволило соединить ислам с национальными обычаями и традициями чеченцев. В чеченском обществе суфизм соответствует особенностям семейно-родственной организации.

Таким образом, запрос на религиозное просвещение и информирование о событиях и новостях религиозной жизни Чеченской Республики со стороны общества очевиден. При этом по материалам исследования Р.М. Мухаметшина и Я.З. Гарипова федеральное издание «Российская газета», 4,3% публикаций в которой так или иначе затрагивают тему мусульманства, только в 13,5% материалов об исламе приводит положительные оценки против 29,7% материалов с преобладанием конфликтного контекста<sup>79</sup>. Положительным фактом является четкое разграничение в федеральной печати терроризма и экстремизма, с одной стороны, и ислама, с другой. При этом по-прежнему недостаточно материалов, освещающих деятельность мусульманского сообщества с положительной стороны. Такие данные подтверждают, с одной стороны, дефицит централизованных изданий

<sup>&</sup>lt;sup>76</sup> Гранин Ю.Д. Роль образования в формировании российской нации // Высшее образование в России. 2006.№10. С.96.

<sup>&</sup>lt;sup>77</sup> Нунуев С.-Х.М. Шейх Кунта-Хаджи: распространение тариката кадирийя в восточной части Северного Кавказа // Чеченцы в российской истории. — Грозный, 2008. — С. 67-68. <sup>78</sup> Там же.

 $<sup>^{79}</sup>$  Мухаметшин Р. М., Гарипов Я. З., Нуруллина Р. В. Молодые мусульмане Татарстана: идентичность и социализация. — М.: Academia, 2012.-150 с.

о религии для мусульман, с другой, позволяют обнаружить в целом негативный фон публикаций о мусульманах в федеральной печати. Решению обозначенных проблем способствует активное развитие региональных средств массовой информации религиозной тематики в Чеченской Республике.

Актуальность выбранной для исследования темы подчеркивается устойчивым научным интересом к ее изучению. Так, Д. В. Сидоров справедливо отмечает, что для донесения до населения регионов России с преобладанием ислама его догматов и мировоззрения, пропаганды ценностей, целесообразно развивать мусульманские средства массовой информации, сотрудники которых должны проходить тщательную подготовку и отбор, быть компетентными в религиозной сфере<sup>80</sup>.

Рост политического влияния ислама представляет собой одну из наиболее заметных тенденций развития Чеченской Республики последних лет. Тарикатисты в республиках Северного Кавказа как главные оппоненты ваххабизма видели в радикальном исламе главного противника, что обрекло их на политизацию, несмотря на суфистский принцип «невмешательства в политику» Показательным представляется положение Резолюции по итогам Республиканского научно-практического семинара «Ислам в Чечне: история и современность» о том, что ислам представляется сегодня одним из легитимных факторов общественно-политического развития Чечни, к принципам и ценностям которого обращается подчеркивающая свою конфессиональную идентичность светская власть 2. Данный факт отражается и на формировании региональной системы СМИ и особенностях регионального медийного контента.

Следует отметить, что республиканские средства массовой информации, не относящиеся непосредственно к тематической группе религиозных, так или иначе обращаются к теме ислама. Так, на телеканале филиала ВГТРК ГТРК «Вайнах» регулярно выходят передачи Салмана

<sup>&</sup>lt;sup>80</sup> Сидоров Д.В. Политические факторы структурирования мусульманского сообщества Российской Федерации: автореферат дисс. ... к.полит.н. – М., 2015. – 25 с. – С. 21.

<sup>81</sup> Акаев В. Ислам и политика (на примере Чечни). Чечня: от конфликта к стабильности (проблемы реконструкции). — М., 2001. — С. 139-141.

<sup>&</sup>lt;sup>82</sup> Искандарян А. Ислам на Северном Кавказе: ре- или доисламизация? // Религия и политика на Кавказе. Материалы международной конференции. / Ред. А.Искандарян. — Ереван, КИСМИ, 2004. — 120 с.

Автаева «Адат» («Обычаи») и «Вайн дин» («Наша религия»). ЧГТРК «Грозный» регулярно выпускает передачу «Ислам а, дахар а», в которой принимают участие представители духовенства Чеченской Республики и соседних регионов. Кроме того, телерадиокомпания «Грозный» ведет прямые трансляции религиозных проповедей из центральной мечети им. А.-Х. Кадырова.

К религиозным телерадиокомпаниям Чеченской Республики можно отнести ТРК «Путь» им. А.-Х. Кадырова, которая основана в 2007 г. по инициативе главы Чеченской Республики Р. Кадырова. Сегодня телерадиокомпания объединяет в себе не только телеканал, но и функционирующее с 2009 г. радио «Путь» («Исламан некъ»), издательство и официальный сайт СМИ, которые концептуально взаимосвязаны акцентом на распространение идей и ценностей ислама, сохранение истинных основ мусульманского общества и исламского мировоззрения.

Передачи ТРК «Путь» посвящены памятным событиям и местам, связанным с развитием ислама, жизнью мусульманских пророков, праведников и представителей чеченского народа, внесших весомый вклад в развитие ислама. На регулярной основе организованы теле- и радиотрансляции проповедей, назмов, мавлидов, нашидов. Значительная часть деятельности телерадиокомпании посвящена духовно-просветительской работе и воспитанию подрастающего поколения мусульман в Чеченской Республике, рассказам о жизни чеченцев-современников, которые являются примером для подражания. Ежедневные новости включают в себя сообщения не только о значимых событиях в развитии ислама в России и в регионе, но и материалы о развитии ислама в мире, перспективных направлениях международного сотрудничества мусульманских стран и регионов<sup>83</sup>.

Деятельность ТРК «Путь» им. А.-Х. Кадырова способствует пропаганде и разъяснению в чеченском обществе суфизма как цельной системы, опирающейся на Коран, Сунну Пророка Мухаммада и исследования авторитетных мусульманских ученых и общественных деятелей, что позволяет прививать основы исламской этики, противостоять идеям радикального ислама и экстремизма, формировать

<sup>83</sup> Официальный сайт газеты «Ан Нур». Электронный ресурс: http://an-nur.ru (дата обращения: 21.10.2017 г.).

отношения милосердия и дружественных связей в чеченском обществе и соседних регионах с преобладанием мусульманского населения<sup>84</sup>.

Радио и телеканал «Путь» функционируют в круглосуточном режиме, покрывают практически всю территорию республики. Телеи радиопередачи ТРК «Путь» также транслируются в региональных СМИ соседних республик Северного Кавказа, в частности, на телеканале «Чиркей» Республики Дагестан и «Ангушт» Республики Ингушетия. Вещание ведется на русском и чеченском языках. Телерадиокомпания регулярно организует прямые эфиры с участием известных представителей религиозного и регионального сообщества: муфтиями, шейхами, должностными лицами государственных органов.

Большую работу ведет и издательство при ТРК «Путь», осуществляющую выпуск переводов литературных произведений и трудов по исламу на чеченский и русский языки, выпуск докладов и выступлений мусульманских ученых, памяток и брошюр к знаменательным датам и событиям.

ТРК «Путь» активен в Интернет-сети и имеет профиль в наиболее популярных социальных сетях. Так, число подписчиков телерадио-компании в «Instagram» составляет 44,6 тыс. чел., в сети «ВКонтакте» — 2,2 тыс. чел. С использованием Интернет-ресурсов пользователи могут задать вопрос известным чеченским алимам<sup>85</sup>.

Значительное развитие религиозные СМИ Чеченской Республики получили и в республиканской периодической печати.

Газета «Ан Нур» выпускается с 2002 г. дважды в месяц тиражом 1 тыс. экз. В периодическом издании освещается деятельность духовенства Чеченской Республики, даются пояснения по основным канонам ислама. Материалы газеты публикуются как на русском, так и на чеченском языках. Основными рубриками газеты являются «Новости», «Коран», «Хадисы», «Хадж», «Фетвы», «Назманаш», «Авлия». Выпуски газеты доступны в электронном виде на официальном сайте излания<sup>86</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>84</sup> Выступление Шахидова А.С. на международной конференции «Суфизм — безопасность для человека и стабильность для государств Материалы международной конференции «Суфизм — безопасность для человека и стабильность для государств» 27-29.08.2014 г. - Грозный: ГАУ ТРК «Путь им. А.-Х. Кадырова», 2014. — 73 с. — С. 9-11.

<sup>&</sup>lt;sup>85</sup> Никольская П., Козлов В., Якорева А. и др. Исследование РБК: 20 главных фактов о Чечне [Электронный ресурс]. — URL: http://www.rbc.ru/research/society/01/02/2016/56ae6 8679a7947d73142182d (дата обращения: 11.04.2018 г.).

<sup>&</sup>lt;sup>86</sup> Официальный сайт газеты «Ан Нур» (дата обращения: 21.10.2017 г.).

Газета «Зори Ислама» выпускается с 1990 г. и, временно прекратив свою деятельность в период чеченских военных кампаний, возобновило выпуск с 2004 г. Сегодня издание выходит дважды в месяц тиражом 2 тыс. экз. В ее учредителем является Министерство Чеченской Республики по национальной политике, внешним связям, печати и информации. Газета «Зори ислама» позиционирует себя как духовнопросветительское издание. Основными рубриками газеты являются «Гость редакции», «Вопросы и ответы по Шариату», «Кадам», «Эвлаяэх Дийцарш», «Хадис», «Молитва — основа религии» и пр. Материалы издания публикуются на русском и чеченском языках. Для читателей религиозных изданий на каждой странице размещено напоминание о том, что «в газете имеются переводы Священных Писаний, попадание которых в нечистые места не допускается В в

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что реабилитация религии, поддержка развития ислама в мусульманских республиках на федеральном уровне способствует развитию региональных религиозных СМИ Чеченской Республики. Даже региональные СМИ, которые не относятся непосредственно к тематическим религиозным массмедиа, регулярно транслируют проповеди, выпускают передачи на религиозную и духовно-просветительскую тематику, имеют постоянно действующие тематические рубрики, посвященные исламу. Все рассмотренные СМИ учреждены Министерством Чеченской Республики по национальной политике, внешним связям, печати и информации, что подчеркивает их важную просветительскую и пропагандистскую функции в борьбе с проявлениями радикального ислама в регионе, заинтересованность органов региональной власти в развитии республиканских религиозных СМИ. Показательно, что материалы религиозных телевидения, радио и прессы публикуются как на русском, так и на чеченском языках, что способствует развитию чеченского языка, возвращению в лексикон архаичных понятий, связанных с исламом и традициями<sup>89</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>87</sup> Зори Ислама. — 18.01.2018 г. — №2. Официальный сайт газеты «Зори Ислама». Электронный ресурс: http://zori-islama.com (дата обращения: 21.10.2017 г.).

<sup>&</sup>lt;sup>88</sup> Сидоров Д.В. Политические факторы структурирования мусульманского сообщества Российской Федерации: автореферат дисс. ... к,полит.н. – М., 2015. – 25 с. – С. 21.

<sup>&</sup>lt;sup>89</sup> Борзаев Б.Р. Особенности развития языка чеченских СМИ в период перехода от тоталитарного режима к демократическим преобразованиям // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. - №5. - С. 520-523.

Традиционными рубриками данной группы республиканских СМИ Чечни являются рубрики, посвященные толкованию традиций, обрядов и священных текстов, описанию священных для мусульманина мест, отношению ислама к наиболее актуальным современным проблемам общества (разводы в семье, наркомания, экстремизм и пр.), отзывы читателей. На страницах религиозных газет публикуются литературно-художественные материалы религиозной тематики, организована «прямая связь» с читателем в форме вопросов и ответов, размещаются интервью с известными исламскими религиозными леятелями.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Акаев В. Ислам и политика (на примере Чечни). Чечня: от конфликта к стабильности (проблемы реконструкции). — М., 2001. — С. 139-141.

Борзаев Б.Р. Особенности развития языка чеченских СМИ в период перехода от тоталитарного режима к демократическим преобразованиям // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований.  $2016. - N \cdot 5. - C. 520-523.$ 

Выступление Шахидова А.С. на международной конференции «Суфизм — безопасность для человека и стабильность для государств Материалы международной конференции «Суфизм — безопасность для человека и стабильность для государств» 27-29.08.2014 г. - Грозный: ГАУ ТРК «Путь им. А.-Х. Кадырова», 2014. — 73 с. — С. 9-11.

Гранин Ю. Власть и экологическое сознание // Свободная мысль.1994.№2-3.

Гранин Ю.Д. Роль образования в формировании российской нации // Высшее образование в России. 2006.№10.С.150-156.

Жемчураева С.Ш. Религия и этничность как значимые компоненты идентичности чеченцев (по материалам социологического исследования) // Социология религии в обществе Позднего Модерна (памяти Ю.Ю. Синелиной): материалы Третьей Международной научной конференции. НИУ «БелГУ», 13 сентября 2013 г. / отв. ред. С.Д. Лебедев. — Белгород: ИД «Белгород», 2013. — С. 245-249.

Искандарян А. Ислам на Северном Кавказе: ре-или доисламизация? //

Религия и политика на Кавказе. Материалы международной конференции. / Ред. А.Искандарян. — Ереван, КИСМИ, 2004. - 120 c. - C. 96-109.

Мухаметшин Р. М., Гарипов Я. З., Нуруллина Р. В. Молодые мусульмане Татарстана: идентичность и социализация. — М.: Academia, 2012.-150 с.

Нунуев С.-Х.М. Шейх Кунта-Хаджи: распространение тариката кадирийя в восточной части Северного Кавказа // Чеченцы в российской истории. — Грозный, 2008. - C. 67-68.

Сидоров Д.В. Политические факторы структурирования мусульманского сообщества Российской Федерации: автореферат дисс. ... к.полит.н. - М., 2015. - 25 с. - С. 21.

Никольская П., Козлов В., Якорева А. и др. Исследование РБК: 20 главных фактов о Чечне [Электронный ресурс]. — URL: http://www.rbc.ru/research/society/01/02/2016/56ae68679a7947d73142182d (дата обращения: 11.04.2018 г.).

Зори Ислама. — 18.01.2018 г. — №2.

Официальный сайт газеты «Ан Нур» [Электронный ресурс]. — URL: http://an-nur.ru (дата обращения: 21.10.2017 г.).

Официальный сайт газеты «Зори Ислама» [Электронный ресурс]. — URL: http://zori-islama.com (дата обращения: 21.10.2017 г.).

Официальный сайт ТРК «Путь» им. А.-Х. Кадырова [Электронный ресурс]. — URL: http://putyislama.ru (дата обращения: 21.10.2017 г.).

## А. М. ЦЫГАНЕНКО,

профессор, руководитель Центра принтмедиаиндустрии Академии медиаиндустрии

# К 60 – ЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ ПЕКИНСКОГО ИНСТИТУТА ГРАФИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

**ннотация**. После образования КНР печатное дело в стране развивалось высокими темпами. Был создан целый ряд крупных государственных издательств. Издавались газеты, политическая, учебная и художественная литература. Существенно укреплялась материальнотехническая база полиграфии Китайской Народной Республики. Она должна была получить всё необходимое для решения намеченных задач, а также высококвалифицированные кадры. В 1952 году было подписано соглашение о подготовке кадров для Китайской Народной Республики в СССР. Правительство КНР приняло решение ежегодно командировать большое число своих студентов на учебу в Советский Союз, в том числе, по специальностям в области печатного дела. В дальнейшем выпускники Московского полиграфического института стали преподавателями специальных дисциплин в созданном 60 лет назад Пекинском институте графических коммуникаций. Сегодня это современное учебное заведение, которое успешно готовит кадры и пользуется мировым признанием.

**Ключевые слова:** экономические отношения, культурные связи, сотрудничество, издательское дело, полиграфическое производство, СССР, КНР, подготовка кадров, учебные заведения, специалисты, студенты.

Summary. After founding of the PRC, the printing business in the country developed at a rapid pace. There was founded a number of large state publishing houses. Newspapers, political, educational literature and belleslettres were published. The material and technical basis of printing industry of the People's Republic of China became significantly stronger. It should receive everything required to solve the set tasks, as well as — the highly qualified personnel. In 1952, the Agreement about personnel training for the People's Republic of China in the USSR was signed. The Government of the People's Republic of China reached the decision to send annually a large number of its students to study in the Soviet Union, including in the field of printing. The graduates of Moscow Institute of Printing Arts became later on teachers of special disciplines at Beijing Institute of Graphic Communication, founded 60 years ago. Today, it is a modern educational institution that trains successfully specialists and is worldwide recognized.

**Keywords:** economic relations, cultural ties, cooperation, publishing, printing, the USSR, the PRC, personnel training, educational institutions, specialists, students.

Советско-китайские межгосударственные и межправительственные отношения, а также экономические связи никогда не развивались так интенсивно, как в 50-е гг. XX века. В результате за относительно короткий период времени СССР и КНР стали участниками «Великой дружбы», которая способствовала плодотворному экономическому, научно-техническому и культурному развитию двух стран.

После образования КНР в стране сложились принципиально новые экономические отношения. Среди приоритетных направлений было сотрудничество с СССР, развитие экономических связей между странами.

В Китае впервые в истории социализма удалось осуществить политику мирного выкупа собственности у прежних хозяев. В итоге, а также благодаря значительному развитию государственного сектора, произошло преобразование частных предприятий в смешанные, а фактически осуществилась национализация с выкупом собственности: «Всенародная и коллективная собственность трудящихся».

За короткий срок в начале 50-х годов, в различных сферах народного хозяйства Китая были проведены социально экономические

преобразования, которые практически были сведены к преобразованию форм собственности.

Бумага главная составляющая печатной индустрии. Производство бумаги является одной из старейших отраслей Китая, которая и в наши дни имеет большое значение. Благодаря помощи СССР эта отрасль получила быстрое развитие. В первой пятилетке (1953—1957 гг.) было построено несколько крупных целлюлозно-бумажных фабрик, расширены производственные мощности старых. Это привело к росту производства бумаги в конце первой пятилетки более чем в десять раз. В связи с нехваткой древесины — основного сырья для бумажной промышленности — расширилось использование других более дешевых видов растительного сырья.

На заре новых взаимоотношений КНР И СССР встал вопрос о печати денежных знаков. Это хорошо видно из приводимого далее письма Чжоу Эньлая И.В. Сталину (22 января 1952 г.). Он пишет: «Мы намерены провести денежную реформу в стране в 1953 году. Ввиду недостатка возможностей для печатания новых денежных знаков в нашей стране, мы бы просили советское правительство напечатать для нас денежные знаки на четыре купюры достоинством в 5, 10, 50 и 100 юаней с общим количеством 466 000 000 листов (купюр) на советской бумаге с водяными знаками».

Набирала темпы в те годы и отрасль Китайской Народной Республики, связанная с выпуском книг, газет, журналов, без которых не возможно было развитие науки, образования, культуры и самого человека. В Китае создается целый ряд крупных государственных издательств, эффективно осуществляется реорганизация частных издательских предприятий. Уже к концу 1956 г. в Китае насчитывалось 101 издательство, в том числе 82 государственных издательства. 54 издательства были центрального подчинения. Издавались учебники, политическая и художественная литература, переводились книги российских и советских писателей.

В этот период существенно укреплялась материально-техническая база полиграфии Китайской Народной Республики. Она должна была получить всё необходимое для решения намеченных задач: оборудование и материалы. В 1954 году Советское правительство приняло решение о безвозмездной передаче Китайской стороне свыше 1400 объектов промышленных предприятий, более 24 комплектов раз-

личной научно-технической документации. В эти годы начало развиваться полиграфическое машиностроение Китая. В его становлении принимали участие и советские специалисты. Одним из таких специалистов был Финакин Константин Иванович — сотрудник Всесоюзного научно-исследовательского института полиграфического машиностроения, который был командирован в Китай в 1954-1956 годах. За помощь в становлении китайского полиграфического машиностроения он был награжден Почетной грамотой и медалью Китайской Народной Республики.



К.И. Финакин с китайским коллегами

В начале 1959 года был направлен в служебную командировку в Китайскую Народную Республику Сазонов Вениамин Васильевич — представитель Рыбинского СКБ полиграфического машиностроения для помощи в организации проектирования и выпуска полиграфических машин. Местом его работы был Пекинский машиностроительный завод. Завод являлся новостройкой и специализировался на выпуске полиграфического оборудования.



В.В. Сазонов на Пекинском машиностроительном заводе

Помимо помощи в организации проектирования и производства печатных машин, В.В. Сазонов консультировал китайские типографии, расположенные в разных городах Китайской Народной Республики. К созданию полиграфического машиностроения в Китае привлекались и другие специалисты ряда заводов СССР.

Заключение в 1950 г. «Китайско-советского договора о дружбе, союзе и взаимопомощи» открыло путь для направления китайских студентов на учебу в СССР. Развитием этого договора стало подписание в 1952 г. соответствующего соглашения о подготовке кадров.

Правительство Китайской Народной Республики приняло решение ежегодно командировать большое число своих студентов на учебу в Советский Союз. Для преподавания русского языка и проведения подготовительной работы в феврале 1952 г. на базе Пекинской школы русского языка открылось отделение по подготовке молодежи, отъезжающей на обучение в Советский Союз. В соответствии с требованиями плана первой китайской пятилетки предполагалось командировать на учебу за рубеж свыше 10 тыс. человек, из которых 9400 — в Советский Союз. Кроме этого, правительство КНР планировало командировать в СССР большое число стажеров.



Зачетная книжка студента Чжан Пинана

Одним из вузов, готовившим кадры для КНР, был Московский полиграфический институт. В 50-60 годах в Московском полиграфическом институте прошли обучение и получили дипломы специалистов восемь граждан Китая: Ван Чанхоу (1952-1957 г.г.), Вэй Чжиган (1954-1958 г.г.), Се Пунань (1956-1961г.г.), Чжан Пинан (1956-1961г.г.), Хуан Цзуйшин (1956-1961г.г.), Ян Айи (1956-1961 г.г.), Вэй Жилин (1956-1961г.г.), Лю Фенгуан (1956-1961г.г.).

Во время учебы ярко проявлялись желание и способность китайских студентов долго и упорно трудиться. Эти качества отмечали окружавшие их русские преподаватели и студенты. Выпускник Московского полиграфического института, много лет проработавший в полиграфии и занимавший в ней ответственные должности, Леонид Моисеевич Добин, так вспоминает свою учебу вместе с китайским студентами:

«В первые дни занятий выявилось, что помимо представителей всех республик, входящих в состав СССР, среди студентов имеются посланцы стран народной демократии: Албании, Болгарии, Польши, Румынии, ГДР, Монголии. Чуть позже к нам присоединилась группа студентов из КНР. Два юноши были направлены в мою группу механиков, а девушки зачислены в группу технологов. Мне первоначально было необычно и удивительно начинать учебу в таком огромном интернациональном коллективе. Ведь у каждого народа есть свои особенности в нравах, обычаях, привычках и традициях. Надо заметить, что процесс привыкания и понимания друг друга прошёл довольно быстро и безболезненно. Я думаю, что труднее всего было китайским товарищам, уж очень велики языковые особенности наших

народов. Европейцам гораздо проще было освоить русский язык, но даже они говорили о трудностях его владением. Видимо, китайские студенты прошли у себя на родине некоторую языковую подготовку, но как это мало для того, чтобы не только общаться на бытовом уровне, но и слушать, понимать и записывать лекции по высшей математике, теоретической механике, начертательной геометрии и др.».

«Китайские студенты жили очень скромно. Практически всё своё время посвящали учёбе. Им было трудно успевать записывать лекции, которые читались на русском языке. Поэтому после занятий в аудиториях, придя в общежитие, они сразу же садились за стол разбирать свои конспекты. Русские студенты всегда понимали трудности, с которыми встретились китайцы, и охотно помогали своим товарищам восполнить пропущенные части текста, объясняли смысл сложных предложений. Домашние занятия у китайских студентов заканчивались, как правило, за полночь, спали они 5-6 часов, чтобы с утра продолжить работу с конспектами и подготовить домашние задания».



Л.М. Добин и китайский студент Се Пунань в 1959 году

«Китайские студенты уделяли учёбе всё своё свободное время. Особенно хочу отметить Се Пунаня, который стал отличником. Вспоминаю, как мы с ним готовились к сложному экзамену и сидели над учебником с раннего утра до позднего вечера. При этом я несколько раз устраивал себе перерывы на обед и отдых, а Се ни на минуту не отвлекался от занятия» (профессор Се Пунань много лет преподает в Пекинском институте графических коммуникаций).

Необходимо отметить, что на каникулах у китайских студентов, в отличие от советских, была большая возможность провести время организованно. Но они все равно просились на работу, чтоб ни в чем не уступать сверстникам из СССР. Китайские студенты активно подключались к работе строительных отрядов во время летних каникул, в том числе при уборке урожая на целинных землях в Казахстане».

Л.М. Добин так вспоминает работу на целинных землях: «Помню однажды холодной осенней ночью в наш барак, где мы спали на земляном полу, одетыми в ватные телогрейки, ватные брюки и резиновые сапоги, пришёл бригадир колхоза и сказал, что на ток пришла грузовая машина с зерном и её надо срочно разгрузить, для чего необходимо 4-5 добровольцев. Никто из советских студентов, недовольных руководством колхоза, не захотел откликнуться на этот призыв. Только китайцы молча поднялись и поехали на ток, где в кромешной темноте под дождём разгрузили большегрузную машину. В целом мы хорошо поработали на целине и многие заработали приличные деньги. Я, например, смог купить себе пальто и костюм на полученную зарплату, А вот китайские студенты весь свой заработок передали государству для строительства социализма в КНР».

Руководители Китайской Народной Республики придавали большое значение подготовке кадров в Советском Союзе. 17 ноября 1957 года стал незабываемым днем для многочисленных китайских студентов в СССР. Именно в тот день председатель КНР Мао Цзэдун в зале Московского Государственного университета им. М.В. Ломоносова встретился с представителями китайских студентов в Советском Союзе, он сказал им: «Мир принадлежит вам!»



Выступление Мао Цзэдуна в МГУ в 1957 году



Встреча со студентами Мао Цзэдуна в МГУ в 1957 году

Среди студентов, участвовавших во встрече, состоявшейся в Московском государственном университете, были и представители китайских студентов, обучавшихся в Московском полиграфическом институте.

Учеба китайских студентов в тот период проходила на фоне многих событий. В СССР прошел Всемирный Фестиваль молодежи и студентов, был запущен первый искусственный спутник Земли, состоялся полет Юрия Гагарина в космос и др.

Китайские студенты знакомились с историей и культурой народов Советского Союза, посещали достопримечательности и исторические памятники городов, где проходило обучение. Большинство китайских студентов учились в Москве и Ленинграде.



Студенты на Выставке достижений народного хозяйства СССР. Конец 50-х годов.

Начало массовой подготовки кадров для издательского дела и полиграфии непосредственно в Китайской Народной Республике, в частности, было положено в 1958 году, когда отделение печати было открыто в Пекине в Институте культуры Министерства культуры Китайской Народной Республики. В 1961 году Институт культуры был закрыт, а отделение печати было объединено с Центральной

академией искусств и дизайна. В коллектив преподавателей профильных дисциплин в те годы влились выпускники Московского полиграфического института. В 1978 году был создан Пекинский Институт графических коммуникаций на базе Центральной академии искусств и дизайна с разрешения Государственного Совета Китая. Благодаря постоянному развитию и расширению перечня направлений подготовки кадров, учебное заведение стало колледжем, который специализировался на подготовке специалистов высокого уровня для печати и издательского дела. В 1998 году учебное заведение получило право обучения и присвоения степени магистра и проведения послевузовского образования. В 2000 году, вузу был присвоен статус университета.



Это означает, что вуз превратился в полномасштабный университет, отличающийся тем, что в его структуре готовятся высоко-квалифицированные кадры для полиграфической и издательской деятельности, наряду с другими техническими и гуманитарными науками, искусства и экономики.



Комплекс Пекинского института графических коммуникаций



Комплекс Пекинского института графических коммуникаций

После шестидесяти лет развития, высшее учебное заведение добилось замечательных успехов в образовании, накопило богатый опыт, заложило прочный фундамент для устойчивого развития со своими особенностями и преимуществами. Сегодня это великолепный комплекс для учебы, проживания, отдыха, занятий спортом. Жемчужиной института является музей истории печати.





Музей истории печати

О высоком авторитете Пекинского института графических коммуникаций сегодня говорит то, что в мае 2017 года на его базе состоялась 49-я Конференция международной ассоциации учебных заведений графической коммуникации и менеджмента.

В Конференции приняли участие более 200 делегатов - представителей учебных заведений стран Европы, Азии. Америки, Африки, а также международных отраслевых ассоциаций и союзов.



Открытие 49-ой Конференции международной ассоциации учебных заведений графической коммуникации и менеджмента

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Рябченко О.Н. Из истории советско- китайских культурных связей (50-е годы XX века) Журнал: Россия и АТР, № 2 (68), 2010 г. Электронный ресурс: https://cyber leninka.ru/article/v/iz-istorii-sovetsko-kitayskih-kulturnyh-svyazey-50-egg-xx-v.

Электронный ресурс: http://www.daokedao.ru/2015/01/02/vystuplenie-mao-tszeduna-v-mgu-v-1957-godu-mir-prinadlezhit-vam.

Электронный ресурс: https://www.booksite.ru/fulltext/1/001 /008/103/961.htm.

Электронный pecypc: http://www.coldwar.ru/conflicts/china/t2/pismo-enlaya-stalinu.php.

Электронный ресурс: http://www.bigc.edu.cn.

## КАДАЧИГОВА Д.,

Аспирант ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» **e-mail:** dviolin@mail.ru

# КОНСТРУИРОВАНИЕ ИМИДЖА ИЛИ ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА: ОПЫТ СИСТЕМАТИЗАЦИИ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация: Проблеме формирования и повышения привлекательности восприятия имиджа территориальных субъектов в последнее время посвящается все больше исследований, они активно обсуждаются не только научным сообществом, но и политической элитой, поскольку становится все более очевидным их значение для развития географических пространств. Вместе с тем, проведенные в этой области исследования выявили отсутствие консенсуса вокруг основных терминологических категорий.

Ключевые слова: образ, имидж.

**Summary**: The problem of forming and increasing the attractiveness of the perception of the image of territorial subjects has been devoted to more and more researches recently, they are actively discussed not only by the scientific community, but also by the political elite, as their importance for the development of geographical spaces becomes increasingly evident. At the same time, the studies carried out in this field have revealed a lack of consensus around the main terminological categories.

Keywords: image.

В современных условиях возрастает роль регионов в процессе конкуренции за привлечение внутренних и внешних ресурсов. Одним из факторов дальнейшего развития региона является формирование его положительного имиджа. В условиях становления глобального информационного общества каждый регион начинает вести конкурентную борьбу за ресурсы (финансовые инвестиции, туристические потоки, приток квалифицированной рабочей силы и пр.) не только с соседними территориальными образованиями, но и со всеми регионами мира, обладающими сходными параметрами.

Исследователю этой темы сразу придется столкнуться с проблемой, которая заключается в гетерогенности научных подходов и неопределенности категориального аппарата. Так, если в западных исследованиях используется только один термин — «имидж», то в отечественной науке соседствуют два довольно трудно дифференцируемых понятия — «образ» и «имидж». Это во многом обуславливает гетерогенность исследований.

Цель данной статьи — попытаться классифицировать различные научные представления имиджа и образа региона. Для достижения цели необходимо решить ряд задач. Во-первых, выделить и обозначить рамки мультидисциплинарного подхода к исследуемой проблеме, во-вторых, сделать попытку классификации по возможности максимального объема научной информации по данной теме и в-третьих, на основе анализа предложить собственное понимание обозначенных категорий.

\*\*\*

Первоначально понятие «"имидж" (англ. — образ, изображение) использовалось в качестве термина эстетики и искусствоведения» $^{90}$ .

«В 1930-х годах впервые в современном его понимании понятие имидж употребил Зигмунд Фрейд, издававший журнал под одноименным названием. В 40-х годах XX века имидж стал использоваться специалистами по рекламе и связям с общественностью» В России термин «имидж» начал широко использоваться (в маркетинге, политологии и др.) с середины 90-х годов XX века.

«Имидж, став неотъемлемой характеристикой товара, превратился в категорию маркетинга, стал активно эксплуатироваться применительно

<sup>90</sup> Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории // ЭКО. 2008. № 8. С. 5.

<sup>&</sup>lt;sup>91</sup> Наумова С.А. Имиджелогия. – Томск, 2004. – С. 12.

к другим объектам и в других сферах (например шоу-бизнес, политика и т.д.), успешность функционирования которых зависит от выбора потребителя. В большинстве случаев «имидж» рассматривается как представление о человеке, товаре, фирме, возникающее у людей на основе комплекса их впечатлений и мнений» 92.

Понятие «имиджевой привлекательности региона» как одной из категорий имиджа возникло сравнительно недавно и получило сегодня широкое распространение.

«Имидж региона как специфический идеальный образ формируется на основе объективной информации о характеристиках и потенциале территории, природно-климатической среды, состоянии инфраструктуры, коммуникаций, социального климата и условий жизнеобеспечения, создавая реальное представление о регионе и происходящих в нем процессах»<sup>93</sup>.

Каждая из наук, репрезентирующая понятийную дихотомию «образ — имидж», по-своему, в зависимости от контекста, рассматривает понятие образа. Так, в математике образ — это результат представления элементов для определенной функции. В теории информатики образ — это «воспроизведение объекта, информация о нем или его описание, структурно сходное, но не совпадающее с ним» 94.

C точки зрения философского подхода образ представляет собой «результат и идеальную форму отражения объекта в сознании человека»  $^{95}$ .

В психологии образ — это созданное в сознании человека отображение некоего объекта.

Образ — результат отражательной и познавательной деятельности человека. Понятие «образ» означает не только форму отражения объектов в человеческом сознании, но еще и определенное наглядное представление об объекте, его параметрах, очертаниях, основных характеристиках. В такой интерпретации «образ» синонимичен понятию «изображение».

122

 $<sup>^{92}</sup>$  Еремеев Г. Н. Аналитика и феноменология имиджа // Имидж и маркетинг территорий. 2008. № 9. С. 20-25.

<sup>&</sup>lt;sup>93</sup> Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. М.: «Фин-пресс», 2008. С. 215.

<sup>94</sup> http://ru.science.wikia.com/wiki/Образ (информация)

<sup>95</sup> Силкина И. А. Генезис педагогического знания о целостном образе мира современного подростка // Вестник ОГУ. 2011. №11 (130). С.231.

В переводе с английского языка термин image обозначает образ, представление, изображение. Поэтому достаточно логично предположить, что есть немало определений, в которых имидж отождествляется с образом. Так, общепринятое определение имиджа территории согласно Всемирной организации по туризму — «это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа» 96.

Социологическая энциклопедия (авторы П.А. Матюшевская, Н.В. Ефимова, Е.В. Маевская) дают похожее определение. Имидж — это «целостный, качественно определенный образ данного объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и/или индивидуальном сознании» <sup>97</sup>.

Исследователи Е.Н. Богданов и В.Г. Зазыкин предлагают такое определение: «Имидж — это манипулятивный, привлекательный, легко трактуемый психический образ, воздействующий на эмоциональную сферу человека (иногда на его подсознание), а через них — на объяснительные механизмы сознания и поведения, выбор человека»  $^{98}$ .

В большом толковом словаре «Маркетинг» под редакцией А.П. Панкрухина — «имидж (англ. image — образ) — сформировавшийся в психике людей образ объекта, к которому у них возникает оценочное отношение, проявляемое в форме мнения»  $^{99}$ .

Очевидно желание всех авторов определить одно понятие через другое. Именно эту неопределенность терминологического аппарата мы попытаемся исследовать в нашей статье.

Теоретические концепции формирования имиджа/образа территории или региона рассматриваются в рамках нескольких научных подходов. Выделим из них следующие:

- исторический и историографический;
- политологический:
- социологический;
- культурологический;

<sup>&</sup>lt;sup>96</sup> Линч, К. Образ города / К. Линч. — М., 1982. - С. 108.

<sup>&</sup>lt;sup>97</sup> Леонтьев А.Н. Философия психологии. - М., 1994. - C.359.

 $<sup>^{98}</sup>$  Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». СПб., 2004. С. 39.

 $<sup>^{99}</sup>$  Цит. по Панкрухин А., Игнатьев С. Имидж страны: смена парадигмы // Корпоративная имиджелогия, 2008. № 2 (03).

- семиотический;
- маркетинговый;
- коммуникативный.

В рамках нашего исследования проведем анализ терминологических особенностей дискурса в каждом из них.

Исторический и историографический подход. Первая мысль о том, что правильно поданный образ может стать знаковым, престижным капиталом, была произнесена в работах «История Флоренции» и «Государь» Н. Макиавелли. В своих трудах он говорит о возможности осознанного целенаправленного действенного влияния на процесс отражения с помощью образа, который позволит «достроить» в сознании рецепиента важность субъекта. В трактате «Государь» Н. Макиавелли обозначил один из принципов создания имиджа: «...нет необходимости обладать всеми добродетелями, но есть прямая необходимость выглядеть обладающим ими» 100, — писал он.

В эпоху Нового времени вопрос также оставался актуальным<sup>101</sup>. Ф. Бэкон исследовал, как из восприятия складывается впечатление. По его мнению, индивид не только пассивно воспринимает информацию, но и достраивает образ на ментальном уровне, опираясь на «предварительное знание», которое помогает ему в этом. Немецкий философ А. Шопенгауэр в своих работах рассматривает другую важную составляющую концепции восприятия образа — мнение. Исследователь полагал, что «доброе мнение других, как бы оно ни выражалось, часто расчищает путь к богатству, и наоборот» <sup>102</sup>. От него зависит отношение и поведенческие реакции общества.

Историческая составляющая имиджа региона — это представления об исторических событиях, которые в разное время происходили на его территории.

Несмотря на то, что отдельные аспекты истории Камчатки привлекали внимание исследователей, специального комплексного историографического анализа работ по проблемам истории края и его народов в 1697-1917 гг. проведено не было.

<sup>&</sup>lt;sup>100</sup> Макиавелли Н. Государь. — М.: АСТ Москва: Хранитель, 2007. — С. 62.

<sup>101</sup> См. Гранин Ю.Д. Что такое «глобализация»? // Высшее образование в России. 2007.№10. С.116-121; Гранин Ю.Д. Глобализация: диалектика исторических форм осуществления // Век глобализации. 2014. №1. С.90-103; Гранин Ю. Власть и экологическое сознание //Свободная мысль. 1994. №2-3.

 $<sup>^{102}</sup>$  Шопенгауер А. Афоризмы житейской мудрости. — М., Азбука-Аттикус, 2011. — С. 87.

Одной из первых работ историографического характера является «Предисловие», написанное историком Г.Ф. Миллером к первому изданию монографии С.П. Крашенинникова «Описание земли Камчатки» <sup>103</sup>. В нем Г.Ф. Миллер кратко изложил историю изучения Камчатки профессорами и студентами академического отряда Второй Камчатской экспедиции, биографию С.П. Крашенинникова и объяснил, почему именно на этого студента была возложена вся тяжесть исследовательского труда по изучению полуострова.

В историографию Камчатки большой вклад внес академик Н.Н. Степанов. В 30-е гг. XX в. он начал изучать историографический аспект работ С.П. Крашенинникова  $^{104}$ .

С конца 50-х гг. XX в. появляются исследования, посвященные изучению историографии отдельных регионов Сибири и Дальнего Востока  $^{105}$ .

Современная историография Камчатки характеризуется отходом от догматической интерпретации истории, плюрализмом методологических подходов, возвращением имен незаслуженно забытых историков, ростом источниковедческой базы<sup>106</sup>.

Тем не менее, в трудах историков и историографов края нам не удалось найти определения дефиниций, исследуемых нами. Очевидно, что данный научный подход не представляется для нашего исследования особенно продуктивным.

Политологический подход. Основание подобного подхода — целенаправленное и хорошо структурированное представление о географическом пространстве региона, включающее наиболее запоминающиеся символы, образы и характеристики определенных территорий. Так, Д. Замятин определяет имидж региона как устойчивый

 $<sup>^{103}</sup>$  Миллер Г.Ф. Предисловие // Крашенинников С.П. Описание земли Камчатки. В 2-х тт. — СПб., 1755.

<sup>104</sup> С.П. Крашенинников в Сибири. Неопубликованные материалы. / Подг. текста и вступ. ст. проф. Н.Н. Степанова. — М.-Л.: Наука, 1966.

<sup>&</sup>lt;sup>105</sup> Щебеньков В.Г. Вопросы историографии дореволюционной истории Дальнего Востока // Народы советского Дальнего Востока в дооктябрьский период истории. Труды ДВО АН СССР. Сер. «История».Т.VI. Владивосток − 1968; Сем Ю.А. Источниковедение малых народов Приамурья, Примоорья, Сахалина и Охотского побережья в дореволюционный период // Вопросы истории советского Дальнего Востока. − Вып. 6. − Владивосток, 1965; Якименко Н.А. Массовое заселение Сибири и Дальнего Востока в освещении дворянско-буржуазной историографии (1861-1917) //История и историки, 1891. − М., 1985 и др. <sup>106</sup> Мурашко О.А. Ительмены и камчадалы: метаморфозы этнической идентичности // Гуманитарная наука в России. Соровские лауреаты. История. Археология. Культурная антропология и этнография. − М., 1996.

и диверсифицированный географический образ, основной особенностью которого является стремление к усилению взаимосвязанности его основных элементов. Структуру имиджа в данном случае можно представить как своеобразную «матрешку» со стержневым географическим образом. Далее выделяются «поддерживающие» образы: геокультурный образ, исторический и пр<sup>107</sup>.

Имиджевый подход характерен и для ряда исследований других российский ученых (Э. Галумов, Г. Зборовский, Д. Гавра и А. Савицкая). Э. Галумов в своей работе «Имидж против имиджа» предлагает разделять имидж для внешней и внутренней аудитории.

Анализируя понятия «имидж» и «образ», Е.Б. Шестопал пишет: «Понятие "образ" не тождественно понятию "имидж". Как известно, слово "имидж" является английским эквивалентом русского слова "образ". Имиджем я называю впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образом — то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем ... Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать — точно и разносторонне ... Поэтому под образом мы будем понимать отражение личности лидера (партии, государства, организации, товара и пр.) в массовом и индивидуальном сознании граждан. Между тем как под имиджем (или брендом) мы будем понимать специально сконструированное и растиражированное отражение личности политика (партии, государства, товара и т.д.)» 109.

Как правило, в работах, посвященных дихотомии понятий, приоритет отдается именно такой точке зрения. То есть, образ — это реальное, а имидж — скорее конструируемое. Этот тренд становится все более очевидным и популярным.

В русле политологии образ региона можно определить также, как «с одной стороны, отражение реальных характеристик объекта восприятия, т.е. политической власти личности лидера и т.д., а с другой стороны, проекцию ожиданий субъекта восприятия, т.е. граждан. В образе политической власти отражаются знания, представления, мнения, оценки, ожидания, эмоции, требования массового сознания к власти»<sup>110</sup>.

 $<sup>^{107}</sup>$  Замятин Д.Н. Гуманитарная география: Пространство и язык географических образов. СПб, 2003.- С. 36.

 $<sup>^{108}</sup>$  Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М.: Известия, 2005. — С. 73.

<sup>109</sup> Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008.
110 Там же. С. 12.

Социологический подход. С точки зрения социологической науки образ — весьма широкое понятие, включающее в себя множество других дефиниций, таких как имидж, стереотип, миф и др. В самом широком смысле образ можно определить как совокупность характеристик, отраженных в массовом сознании людей. Целенаправленно формируемый образ можно называть имиджем.

В социологической энциклопедии даны сразу два определения:

- 1) «Имидж это внешний образ, создаваемый субъектом, с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других;
- 2) Имидж это совокупность свойств, приписываемых рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией и т. д. объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему»<sup>111</sup>.

Изучаемая категория тесно связана с понятием «общественное мнение» и «стереотип». В отличие от имиджа стереотип есть абстрактное, обобщающее, интегрирующее отражение объекта или явления, это как бы их «готовая формула». Он может участвовать в создании имиджа — служить в качестве одной из «отправных точек» наряду с другими. Благодаря своей расхожести и схематичности стереотип может облегчать восприятие создаваемого имиджа, но не может его подменять.

С позиций символического интеракционизма имидж представляет собой символический образ, создающийся при участии взаимодействующих сторон посредством коммуникаций.

Так, Г.Г. Почепцов предлагает следующее определение: «Имидж является отражением требований массового сознания. Он оживляет имеющиеся в нём предиспозиции. Он как наиболее эффективный вид сообщения в данном виде коммуникации в состоянии пройти сквозь фильтры недоверия и невнимания, характерные для массового сознания» 112. Здесь подчеркивается объективная обусловленность этого понятия, его ориентированность на массовое сознание. Кроме того, здесь выявляется главная цель имиджа, которая состоит в оптимизации процесса обмена информацией между субъектом и его аудиторией для того, чтобы быть наиболее доступным и интересным для нее. Это предполагает символический характер имиджа.

<sup>&</sup>lt;sup>111</sup> Социология: Энциклопедия. – Минск, 2003. – С. 359-360.

 $<sup>^{112}</sup>$  Почепцов Г. Г. Имиджеология. — М., 2002. — С. 44.

Имидж как конструируемый образ носит схематический и упрощенный характер, объем передаваемой информации ограничен возможностями восприятия коммуникационных каналов.

Культурологический подход. Образы российских регионов репрезентировались в различных форматах: устном, письменном, изобразительном. В начале XX в. качественно новой формой такой репрезентации становится кинематограф — одно из наиболее активных средств массовой общественной коммуникации. Среди кинофильмов первой половины XX в. особого внимания, на наш взгляд, заслуживают документальные фильмы о Сибири конца 1930-х — начала 1940-х гг., поскольку они являются своеобразной «этнокинолетописью» своего времени и могут служить ценным культурологическим источником.

Отметим, что в этот период все республики и регионы СССР, имевшие государственные киностудии, работали над реализацией партийных задач, создавая идеологически выстроенные кинопортреты территорий: «Советский Казахстан», «Сибирь Советская», «Сталинский Урал», «Советский Узбекистан», «Орденоносная Башкирия», «Советский Дальний Восток» и др.

При съемках «Сибири Советской» применялись методы реконструкции исторических событий с использованием атрибутов художественного кино: костюмов, оружия, массовки и т.д. Это позволило режиссеру фильма инсценировать эпизоды, связанные с историей колонизации Сибири. «В кандалах, под конвоем, каторжане идут по Владимирке, знаменитой в царское время дороге ссыльных в Сибирь. Эти кадры снимались под Москвой, так как в Новосибирске даже в музеях не нашли соответствующего реквизита — кандалов и остального арестантского обмундирования. Интересно отметить, что в этой массовке участвовало несколько бывших политкаторжан» — так газета «Советская Сибирь» описывала съемку постановочной сцены об этапировании каторжан для литвиновского фильма<sup>113</sup>.

Образ территории и поэтика ее художественных репрезентаций «откликаются» на предлагаемые программы развития социума, нарративизируя и метафоризируя их.

В 1959 г. на основе очерка В. Осипова «Неотправленное письмо», посвященного разработке алмазных месторождений Якутии, режиссером М. Калатозовым и оператором С. Урусевским был снят фильм

<sup>113</sup> Советская Сибирь. 1940. 16 июля. № 162.

«Неотправленное письмо» с участием звезд советского кино (И. Смоктуновского, Е. Урбанского, Т. Самойловой), который демонстрировался в программе Каннского кинофестиваля (1960).

И, наконец, недавнее появление кинофильма «Территория» по роману О. Куваева — еще одна смелая, и, по признанию кинокритиков, довольно удачная репрезентация образа региона кинематографическими средствами.

Свой вклад в культурологическое исследование темы вносят и ученые. Интересное направление исследований образа страны в контексте изучения кинофильмов развивают работы A.B. Федорова<sup>114</sup>, B.И. Щербаковой<sup>115</sup> и др. исследователи.

Рефлексии над дихотомией понятий нет, что, впрочем, можно объяснить спецификой теоретической области исследования. Хотя некоторые авторы используют в своих работах термины, исследуемые в нашей статье, однако трактуются они зачастую расширительно, без разделительной границы.

Наибольшей популярностью в культурологических исследования страны пользуется понятие образа, а не имиджа или бренда.

Это можно объяснить двумя причинами. Во-первых, само слово «образ» в русском языке носит более культурологический, абстрактный характер, в отличие от утилитарно-практического термина «имидж». Противоестественно для русского слуха звучало бы название статьи «Имидж России в поэзии XX века» или «Имидж Татьяны Лариной в романе Пушкина «Евгений Онегин». Во-вторых, методы культурологического исследования страны, в меньшей степени предполагают формулировку четких рабочих определений и границ используемых понятий, имея больше общего с философией, нежели с научным исследованием.

Семиотический подход. «Любая территория представляет собой сложное социокультурное пространство, взаимодействующее со всеми активными образованиями, феноменами и средами» 116. Наметившаяся в последние годы тенденция к «познанию культурной среды и культурного

<sup>&</sup>lt;sup>114</sup> Федоров А.В. Трансформация образа России на западном экране: от эпохи идеологической конфронтации (1946—1991) до современного этапа (1992—2010). М.: Изд-во МОО «Информация для всех», 2010. 202 с.

<sup>115</sup> Щербакова В.И. Кино как способ формирования, отражения и распространения стереотипов: на материале фильмов Голливуда о России последних 10 лет: дис. ... канд. культур. М., 2004. 224 с.

<sup>&</sup>lt;sup>116</sup> Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг территорий. Концептуальные основы // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований . 2013. №5.

прошлого как человечества в целом, так и отдельных территорий, к языковой картине мира, становится предметом исследования региональной лингвистики, лингвокультурологии и других смежных научных лисциплин» $^{117}$ .

В свою очередь данный факт ведет к более пристальному изучению языка конкретных территорий, а также социальных феноменов, порождаемых функционированием данного языка на данной территории. Символичность любого регионального пространства, ярко выражающаяся в лингвистическом, языковом представлении, обуславливает применение семиотического подхода для определения концептуального образа региона.

Согласно идеям семиотики каждое культурное пространство имеет свой индивидуальный код, выражающийся в определенной визуально-пространственной языковой специфике и выполняющие определенные функции на разных уровнях человеческой деятельности. К примеру, семиотическая структура социального пространства в обязательном порядке включает в себя все или какие-либо из следующих компонентов — смысловые конструкции в мифе, в религии, описание системы вещей определенной связью между знаками и т. д. 118.

Семиотика пространства должна развиваться прежде всего как семиотика визуально-пространственных кодов, с внутренней организацией внутри каждого из них и одновременным функционированием внешних отношений между этими кодами. В аспекте развития можно также говорить и о семиотизации пространства, связанной с установлением синтаксических, семантических и прагматических правил его структурирования и осмысления.

Определения семиотики находят свое закономерное продолжение в понятиях брендинга и маркетинга территорий, образуя одно связанное понятийное поле. Логично далее провести параллель от теории пространственных текстов Ю. Лотмана к концепции геокультурного пространства Д. Замятина, к его пониманию геокультурного бренда и образа<sup>119</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>117</sup> Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб, заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2001.

<sup>&</sup>lt;sup>118</sup> Арзамасцева И.В. Семиотика. Учебное пособие к лекционным занятиям для студентов специальности «Теоретическая и прикладная лингвистика». Ульяновск : УлГТУ, 2009.

<sup>119</sup> Там же. С.11.

*Маркетинговые исследования*. По мнению Д. Замятина, локальная территория может быть представлена как «сформулированный, тщательно структурированный образ, который может быть выстроен, сформирован как геокультурный бренд»<sup>120</sup>.

Говоря о безусловной связи геокультурного пространства, образа и в конечном итоге — построении геокультурного бренда, в данном понимании, «возникает необходимость формирования медиа-территории как составной части и обязательного фактора геокультурного брендинга»<sup>121</sup>.

Назначение такой медиа-территории Д. Замятин видит в когнитивной «возгонке» пространства, «непосредственно видимого, слышимого, чувствуемого, ощущаемого, воспринимаемого и воображаемого» 122. Любые выдающиеся географические объекты, памятники истории и культуры или уникальные природные образования считаются имиджевыми ресурсами этой местности и должны стать медиа-образами, функционирующими в особом медиа-пространстве.

Сам Д. Замятин разделяет понятия географический образ и имидж территории. Географический образ «не может устойчиво распространяться вне своих представлений в рамках тех или иных сообществ в виде дискурса в общественных выступлениях спикеров, статей любого жанра и т.д.» В то время как «имидж территории представляет собой общность представлений о данной территории, который формируется и распространяется с помощью СМИ с совершенно определенными пелями» 124

Элементы, участвующие в формировании географического образа могут частично использоваться и при разработке имиджа. То есть, имидж территории может быть представлен «как часть её географического образа, репрезентирующего его в контексте  ${\rm CM}{\rm M}^{\rm 125}$ .

А. П. Панкрухин предлагает следующее определение рассматриваемого нами в рамках данной статьи понятия: «...имидж территории это совокупность эмоциональных и рациональных представлений,

 $<sup>^{120}</sup>$  Замятин Д.Н Геокультурный брендинг территорий. Концептуальные основы // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. №5. С.12.

 $<sup>^{122}</sup>$  Замятин Д.Н Геокультурный брендинг территорий. Концептуальные основы // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. №5 .C.12.  $^{123}$  Там же. C.13.

<sup>124</sup> Там же. С.14.

<sup>&</sup>lt;sup>125</sup> Замятин Д.Н Геокультурный брендинг территорий. Концептуальные основы // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. №5 .С.14.

вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа»  $^{126}$ .

Схожее толкование дает И. С. Важенина, раскрывая при этом признаки территории: «имидж территории — это набор убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других особенностей данной территории» 127.

Она определяет брендинг территории как «процесс формирования и управления брендом; он включает в себя его создание, усиление, продвижение, обновление, возможное репозиционирование, ребрендинг» $^{128}$ .

Д. Гавра и А. Савицкая выделяют маркетинговый подход к формированию имиджа территории в качестве самостоятельного. Они считают, что данный подход очень широк, а «собственно имиджевому блоку в рамках предложенной концепции не хватает целостности — он распылен в различных маркетинговых стратегиях. <...> Традиционно выделяют следующие стратегии маркетинга территории: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг инфраструктуры, маркетинг персонала, населения. В рамках маркетинга имиджа акцент делается на такой важной составляющей имиджа региона, как совокупность конкурентных преимуществ. Это прежде всего работа с потребительскими ценностями. Регион, таким образом, выступает как продукт потребления. При этом «маркетинг имиджа ограничивается коммуникационными мероприятиями, которые должны демонстрировать открытость территории» 129.

А.П. Панкрухин и С.Ю. Игнатьев в совместной статье отождествляют имидж и образ, говоря, что «имидж — сформировавшийся в психике людей образ объекта, к которому у них возникает оценочное отношение, проявляемое в форме мнения. Это комплексное образование,

 $<sup>^{126}</sup>$  Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг региона // Маркетинг в России и за рубежом.2004. № 2. С. 9.

 $<sup>^{127}</sup>$  Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 6. С. 52.

<sup>128</sup> Там же. С. 55.

<sup>&</sup>lt;sup>129</sup> Гавра Д. П., Савицкая А. С. Структурная мо- дель имиджа государства/региона для внешних и внутренних аудиторий. 2008. URL: http://www.statebrand.ru/rabochie\_materialy (дата обращения: 24.03.2018).

включающее семиотическую, когнитивную, образную и эмоциональную составляющие. Это мультидисциплинарное понятие, которое разрабатывается в практической психологии, социологии, политологии, педагогике, акмеологии, физиогномике, костюмологии, маркетинге. Это трехуровневый феномен индивидуального, группового или массового сознания, фиксирующий и реализующий цели его создателей; соответственно, он может быть отражен в экономике и практике продвижения и продаж, если таковые имеют место применительно к объекту имиджа»<sup>130</sup>.

Можно сделать вывод, что отличительной чертой работ данного направления является отождествление разделения понятий «образ» и «имидж» даже в тех случаях, где эту границу стараются обозначить. Между тем с большей охотой используется понятие «имидж», а «не образ», — это дань прикладному характеру исследований.

*Коммуникативный подход*. Процесс территориального брендинга в обязательном порядке сопровождается изготовлением и использованием соответствующих медиа-продуктов.

Выделим два подхода к рассмотрению составляющих образа территорий в прессе: с точки зрения PR-коммуникаций и с точки зрения средств массовой информации. Причем у центральных и местных СМИ эти подходы могут отличаться.

Так, исследователи компонентов образа регионов с точки зрения PR-коммуникации уже не раз упоминавшиеся Д. Замятин и Н. Замятина предлагают следующие компоненты этого явления.

Они считают, что образ территории в информационном пространстве в целом можно условно разделить на две большие составляющие: имиджевый паспорт территории и текстовый образ региона. Так, согласно авторам, имиджевый паспорт территории включает в себя образно-географическую схему территории, карту знаковых мест территории, профиль имиджевых ресурсов территории, образную формулу территории. Что касается текстового образа, то здесь выделяется мифологическая характеристика территории, содержательные стратегии разработки имиджа территории, модель презентации имиджа территории, брендирование территории в определенном сегменте.

 $<sup>^{130}</sup>$  Панкрухин А.П., Игнатьев А.Ю. Имидж страны: смена парадигмы. Взгляды из Канады, России, Великобритании и Латвии // Корпоративная имиджеология. 2008. № 02 (03). С. 8-15.

Основные элементы образа территории в СМИ базируются на оценке значимости отдельных фактов, событий, имен. Эти факты, имена и события должны представлять определенную важность не только в пределах какой-то маленькой истории и территории, но и выводить их в более масштабные образно-географические контексты. Самые значительные и позитивные из таких материалов называются имиджевыми ресурсами данного региона.

СМИ и медиасистемы являются сегодня теми каналами коммуникации, которые наиболее эффективно влияют на имидж и репутацию регионов.

От того, насколько узнаваемым будет «лицо» территории, насколько емким, ярким и удобным будет ее образ, насколько точно и органично он будет укладываться в коммуникационные процессы разных уровней, могут существенно зависеть ее политический статус и возможности экономического развития.

«Территориальное» направление в отечественной теории и практике журналистики и паблик рилейшнз представлено в настоящее время достаточно слабо по сравнению с коммуникативными стратегиями в сфере политики и бизнеса. Российское медиасообщество на практике еще только начинает осваиваться в географической системе координат, и спрос на рынке региональных имиджей, скорее, превышает предложение.

Можно сделать некоторые выводы относительно понятия «имидж» и обозначить определение, используемое в рамках данной работы: имидж — это конструкт, созданный профессионалами на основе реального образа объекта. Важно, что формирование имиджа преследует всегда определенную цель. Кроме того, данный конструкт должен отвечать ожиданиям и потребностям тех, на кого направлен созданный имидж.

Нам удалось установить, что существует несколько подходов к определению понятия «образ», и, в зависимости от контекста, изучаемый феномен может рассматриваться по-разному.

В историческом и историографическом подходах, оперирующих, как правило, объектными категориями, доминирует термин «образ». Здесь образ трактуется как результат отражательной и познавательной деятельности человека, означает не только некую форму отражения объектов в человеческом сознании, означая вид, облик, наглядное представление об объекте, его расположении, параметрах,

очертаниях, важных исторических характеристиках. Имидж как понятийный конструкт, отсутствует.

При политологическом подходе под образом понимается субъективная представленность свойств (территории, региона) в массовом и индивидуальном сознании граждан. В нем отражаются знания, представления, мнения, оценки, ожидания, эмоции массового сознания. При этом образ реален, а имидж — как правило, конструкт образа. Определение имиджа также происходит через понятие «образ».

Социологический подход презентует имидж как определенную совокупность свойств, коммуникативно привносимых объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему, и является отражением требований массового сознания. Понятие имиджа в социологии является превалирующим, а образ рассматривается как правило в расширительном контексте и не несет определяющих коннотаций.

В культурологическом подходе преобладает понятие «образ». Само слово «образ» в русском языке носит более культурологический, абстрактный характер в отличие от утилитарно-практического имиджа, кальки с английского.

Семиотика пространства предполагает функционирование прежде всего определенной системы визуально-пространственных кодов, предполагающих как внутренние — образные, так и внешние — имиджевые связи.

Маркетинговый подход как правило не разделяет, а зачастую просто отожествляет данные понятия.

И, наконец, коммуникативный подход в силу своей специфики в большинстве своем постулирует преобладание имиджа региона над его образом.

В результате проведенного исследования мы пришли к определенной дихотомии анализируемых понятий, определив ее следующим образом: образ — это результат и идеальная форма отражения объекта в сознании человека, живое, наглядное представление о чем-либо, воспринимаемое с помощью органов чувств. Свойства образа — субъективность и индивидуальность, прямая связь между формой и содержанием, наглядность и наличие духовного начала. Образ в отличие от имиджа — это естественное отражение реального объекта, тогда как имидж является искусственно созданным конструктом, отражением образа, можно сказать, что имидж является чем-то навязанным.

Тем не менее, имидж является многогранной категорией, и выступает той частью образа, которая развивается и может меняться, в соответствии с интересами и целями самого региона.

#### ЛИТЕРАТУРА:

Арзамасцева И.В. Семиотика. Учебное пособие к лекционным занятиям для студентов специальности «Теоретическая и прикладная лингвистика». Ульяновск : УлГТУ, 2009.

Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». СПб., 2004. С. 39.

Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории // ЭКО. 2008. № 8. С. 5.

Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 6. С. 52.

Гавра Д. П., Савицкая А. С. Структурная модель имиджа государства/региона для внешних и внутренних аудиторий. 2008. URL: http://www.statebrand.ru/rabochie materialy (дата обращения: 24.03.2018).

Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М.: Известия, 2005. — С. 73.

Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. М.: «Фин-пресс», 2008.

Гранин Ю.Д. Что такое «глобализация»? // Высшее образование в России, 2007. №10. С.116-121.

Гранин Ю.Д. Глобализация: диалектика исторических форм осуществления // Век глобализации.2014. №1.С.90-103.

Гранин Ю. Власть и экологическое сознание // Свободная мысль.1994.№2-3.

Гришанин Н.В. Текст, символ, миф в семиотическом анализе городской культуры: автореф. дис. ... канд. культур. наук: 24.00.01. СПб, 2007.

Еремеев Г.Н. Аналитика и феноменология имиджа // Имидж и маркетинг территорий. 2008. № 9. С. 20-25. Замятин Д.Н. Гуманитарная география: Пространство и язык географических образов. СПб, 2003. — С. 36.

Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг территорий. Концептуальные основы // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований . 2013. N5.

Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Динамика образа государства в международных отношениях. Спб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. 376 с.

Леонтьев А.Н. Философия психологии. - М., 1994. - С.359.

Линч, К. Образ города / К. Линч. – М., 1982. - С. 108.

Макиавелли Н. Государь. — М.: АСТ Москва: Хранитель, 2007. — C. 62.

Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб, заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2001.

Миллер Г.Ф. Предисловие // Крашенинников С.П. Описание земли Камчатки. В 2-х тт. — СПб., 1755.

Мурашко О.А. Ительмены и камчадалы: метаморфозы этнической идентичности // Гуманитарная наука в России. Соровские лауреаты.

История. Археология. Культурная антропология и этнография. — М., 1996.

**Наумова** С.А. Имиджелогия. — **Томск**, 2004. — С. 12.

Панкрухин А., Игнатьев С. Имидж страны: смена парадигмы // Корпоративная имиджелогия, 2008. № 2 (03).

Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг региона // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. № 2. С. 9.

С.П. Крашенинников в Сибири. Неопубликованные материалы. / Подг. текста и вступ. ст. проф. Н.Н. Степанова. — М.-Л.: Наука, 1966.

Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008. С. 12-13.

Социология: Энциклопедия. – Минск, 2003. – С. 359-360.

Почепцов Г. Г. Имиджеология. — М., 2002. — С. 44.

Россия: стратегия достоинства. Имидж и реальность страны, информационные технологиии и кризисные ситуации / Под. ред. С.Е. Кургиняна и А.П. Ситникова. М.: ИМИДЖ- Контакт, 2001. 400 с.

Советская Сибирь. 1940. 16 июля. № 162.

Шопенгауер А. Афоризмы житейской мудрости. — М., Азбука-Аттикус, 2011. — С. 87.

Федоров А.В. Трансформация образа России на западном экране: от эпохи идеологической конфронтации (1946—1991) до современного этапа (1992—2010). М.: Изд-во МОО «Информация для всех», 2010. 202 с.

Щербакова В.И. Кино как способ формирования, отражения и распространения стереотипов: на материале фильмов Голливуда о России последних 10 лет: дис. ... канд. культур. М., 2004. 224 с.

Щебеньков В.Г. Вопросы историографии дореволюционной истории Дальнего Востока // Народы советского Дальнего Востока в дооктябрьский период истории. Труды ДВО АН СССР. Сер. «История». Т.VI. Владивосток — 1968.

Сем Ю.А. Источниковедение малых народов Приамурья, Примоорья, Сахалина и Охотского побережья в дореволюционный период // Вопросы истории советского Дальнего Востока. — Вып. 6. — Владивосток, 1965; Якименко Н.А. Массовое заселение Сибири и Дальнего Востока в освещении дворянско-буржуазной историографии (1861-1917) // История и историки, 1891. — М., 1985 и др.

### СОДЕРЖАНИЕ

ДУГИН Е.Я.	Дополнительное образование в медиаиндустрии
ГРАНИН Ю.Д.	Формирование «наций» в истории и современности. Западный и российский опыт
СОЛОМАТИН А.Н.	США-Россия: Информационное противостояние или игра на поражение? 53
ИЛЬЧЕНКО С.Н.	Медийный образ исторического события: от мифа к фейку (1917 год и российская экранная культура)
КАЛМЫКОВ А.А.	Медиаландшафт будущего 87
МАЛЬСАГОВА А.Б.	Особенности религиозных СМИ Чеченской Республики
ЦЫГАНЕНКО А.М.	К 60-летию — летнему юбилею Пекинского института графических коммуникаций 106
КАДАЧИГОВА Д.	Конструирование имиджа или формирование образа: опыт систематизации научных исследований

#### РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

#### ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

**Дугин Евгений Яковлевич**, доктор социологических наук, профессор, зав. кафедрой электронных СМИ, и.о. ректора Академии медиаиндустрии

#### ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

**Хелемендик Виктор Сергеевич**, доктор исторических наук, профессор кафедры печатных СМИ Академии медиаиндустрии, член-корр. Россий-ской академии образования

#### РЕДКОЛЛЕГИЯ

- Виноградов Владимир Вячеславович, кандидат искусствоведения, старший научный сотрудник Академии медиаиндустрии
- Гаймакова Бэла Дмитриевна, кандидат исторических наук, профессор, зав. кафедрой основ риторики и дикторского мастерства Академии медиаиндустрии
- Гранин Юрий Дмитриевич, доктор философских наук, проректор по научной работе Академии медиаиндустрии
- Мизеров Сергей Дмитриевич, кандидат философских наук, профессор-консультант Академии медиаиндустрии, член Евразийской академии телевидения и радио, Почетный работник высшего профессионального образования РФ
- **Речицкий Леонид Антонович**, кандидат исторических наук, зав. кафедрой печатных СМИ Академии медиаиндустрии, секретарь Союза журналистов РФ
- Уразова Светлана Леонидовна, доктор филологических наук, зав. научно-исследовательским сектором Академии медиаиндустрии, доцент кафедры электронных СМИ Академии медиаиндустрии, главный редактор научного журнала «Вестник ВГИК»
- **Шергова Ксения Александровна**, кандидат искусствоведения, до-цент, зав. кафедрой режиссуры Академии медиаиндустрии

#### АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ -

единственное в отрасли государственное учреждение дополнительного образования.

За 40 лет существования

более 60-и тысяч специалистов прошли переподготовку

и повысили квалификацию по утвержденным

Министерством образования и науки

учебным планам и программам.

Обучение ведется с отрывом,

с частичным отрывом и без отрыва от работы.

Сроки обучения в зависимости от целей и задач

составляют от 36 до 1 440 часов.

Диссертационный совет Д 206.002.01

принимает к защите кандидатские и докторские диссертации

по специальностям «Журналистика» (10.01.10),

«Кино-, теле- и другие экранные искусства» (17.00.03).

#### © ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»

© Редакционно-издательский отдел

# Вестник электронных и печатных СМИ № 1 (26)

Научное периодическое издание

Москва 2018

Научный и литературный редактор В.С.Хелемендик Компьютерная верстка Ю.С.Головко Подписано к печати 21 апреля 2017 г. Тираж — 150 экз.

Объем – 8,8 п.л.

Формат -60x84 1/16

Заказ № 135 РИО «Академии медиаиндустрии»