

ВЕСТНИК

АКАДЕМИИ
МЕДИАИНДУСТРИИ

4

2022

ISSN 2782-6600

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

ВЕСТНИК

АКАДЕМИИ МЕДИАИНДУСТРИИ

№ 4 (32)

Сборник статей
Выпуск 32
Основан в 2006 г.

Москва
«Академия медиаиндустрии»
2022

Вестник Академии медиаиндустрии :
сб. ст. / [сост. авт., вступ. ст. Е. Я. Дугина]. —
Москва : Академия медиаиндустрии, 2022. —
№ 4 (32). — 175 с.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-83268 от 12 мая 2022 г.

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

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

© Академия медиаиндустрии, 2022

© Вестник Академии медиаиндустрии, 2022

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

Умановский Вячеслав Владленович — кандидат педагогических наук, ректор ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», секретарь Союза журналистов Российской Федерации, действительный член Международной академии телевидения и радиовещания, действительный член Академии Радио.

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Дугин Евгений Яковлевич — доктор социологических наук, профессор, проректор по научной работе, заведующий кафедрой телевидения и радиовещания ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», Заслуженный работник связи и информации Российской Федерации, член научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, действительный член Международной академии телевидения и радиовещания, действительный член Международной академии информатизации.

ЗАМЕСТИТЕЛИ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Хелемендик Виктор Сергеевич — доктор исторических наук, действительный член Российской академии образования, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Ермолаева Ольга Яковлевна — кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Научно-исследовательского сектора ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», директор НП «Медиа Комитет», член Группы европейских исследований аудиторки при Европейском вещательном Союзе GEAR EBU.

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА, ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ

Сребницкая Дарья Алексеевна — начальник Редакционно-издательского отдела ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

ЧЛЕНЫ РЕДКОЛЛЕГИИ

Антонов-Овсеенко Антон Антонович — доктор филологических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Тверской государственной университет».

Аргылов Никита Антонович — кандидат политических наук, руководитель департамента медиа НИУ ВШЭ, Санкт-Петербургская школа гуманитарных наук и искусств.

Варганова Елена Леонидовна — доктор филологических наук, профессор, действительный член Российской академии образования, декан факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова»,

заведующий кафедрой теории и экономики СМИ, научный руководитель Центра по исследованию СМИ Финляндии и Скандинавии «Норд Медиа».

Вырковский Андрей Владимирович — доктор филологических наук, доцент, и. о. заведующего кафедрой новых медиа и теории коммуникации, ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова».

Гусев Никита Владимирович — кандидат филологических наук, проректор ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова».

Жабский Михаил Иванович — доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник Научно-исследовательского сектора ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Зезюля Роман Александрович — заместитель директора Департамента государственной поддержки развития медиа Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ.

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

Ильченко Сергей Николаевич — доктор филологических наук, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет».

Клушина Наталья Ивановна — доктор филологических наук, доцент факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова».

Речицкий Леонид Антонович — кандидат исторических наук, заведующий кафедрой печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», главный редактор журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Романов Алексей Аркадьевич — доктор филологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, профессор кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики ФГБОУ ВПО «Тверской государственный университет», главный редактор электронного научного журнала «Мир лингвистики и коммуникации».

Самарцев Олег Робертович — доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный университет».

Савиных Виктор Петрович — доктор технических наук, профессор, президент ФГБОУ ВО «Московский государственный университет геодезии и картографии» (МИИГАиК), академик Российской академии наук.

Серебряный Роман Александрович — кандидат филологических наук, секретарь Союза журналистов Российской Федерации.

Соловьёв Владимир Геннадиевич — председатель Союза журналистов России, член Совета при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека, российский тележурналист, политический обозреватель, телеведущий, телепродюсер.

Тощенко Жан Терентьевич — доктор философских наук, профессор, член-корреспондент РАН, РГГУ, Института социологии ФНИСЦ РАН.

Цыганенко Александр Максимович — кандидат технических наук, профессор, директор Центра принтмедиаиндустрии ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Черняк Александр Викентьевич — доктор исторических наук, профессор, заслуженный работник культуры Российской Федерации, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Шариков Александр Вячеславович — кандидат педагогических наук, профессор НИУ «Высшая школа экономики», член Группы европейских исследователей аудитории при Европейском вещательном Союзе GEAR EBU.

Шергова Ксения Александровна — кандидат искусствоведения, заведующая кафедрой режиссуры и операторского мастерства ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Широких Александр Александрович — генеральный директор Национальной Ассоциации Телерадиовещателей.

КОЛОНКА ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

<i>Дугин Е. Я.</i>	Перемены в отрасли требуют новых исследований	7
--------------------	---	---

ВЕДЕТСЯ ИССЛЕДОВАНИЕ

<i>Дугин Е. Я.</i>	Закономерности развития современной медиакоммуникации как основа теории медиа	13
<i>Коханова Л. А.</i> <i>Головко С. Б.</i>	Воздействие цифровой культуры на формирование стратегий учащейся молодежи	24

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ

<i>Гранин Ю. Д.</i>	Эволюция российского федерализма и трансформации коммуникативного пространства РФ	39
<i>Калмыков А. А.</i>	Абсурдизм политики «на» театре медиа	58

В МИРЕ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

<i>Казючиц М. Ф.</i> <i>Спутницкая Н. Ю.</i>	Российская семья и школа в анимационном сериале: моделирование социокультурной реальности	73
<i>Пархоменко Я. А.</i> <i>Кононов И. В.</i>	Триллер: семантика и синтаксис, опыт сопоставительного анализа	88

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПАНОРАМА

<i>Анайат Р.</i>	Международная конференция по интеллектуальной упаковке и печатной электронике	115
------------------	---	-----

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ

<i>Барышников К. Б.</i>	Марина Евсеевна Голдовская: опыт высшего образования в сфере телевизионной журналистики	125
<i>Соломатин А. Н.</i>	Совинформбюро и СВПП как основные структуры информационно-пропагандистской работы СССР во время Великой Отечественной войны	139
<i>Штоляков В. И.</i>	К началу эпохи цифровых технологий	159
<i>Цыганенко А. М.</i> <i>Битюрин Т. Г.</i> <i>Румянцев В. Н.</i>	О подготовке кадров для полиграфического производства	164

EDITOR-IN-CHIEF'S WORD

<i>Dugin E. Ya.</i>	Changes in the industry require new research	7
---------------------	--	---

RESEARCH ONGOING

<i>Dugin E. Ya.</i>	Theoretical and methodological approaches to identifying the patterns of development of modern journalism and media communications	13
<i>Kohanova L. A.</i> <i>Golovko S. B.</i>	The impact of digital culture on the formation of strategies of students	24

THEORY QUESTIONS

<i>Granin Yu. D.</i>	The evolution of Russian Federalism and the transformation of the communicative space of the Russian Federation	39
<i>Kalmykov A. A.</i>	The absurdism of politics “on” the media theater	58

IN THE WORLD OF SCREEN ARTS

<i>Kazyuchits M. F.</i> <i>Sputnitskaya N. Yu.</i>	Russian family and school in the animated series: modeling of socio-cultural reality	73
<i>Parkhomenko Ya. A.</i> <i>Kononov I. V.</i>	Thriller: semantics and syntax, comparative analysis experience	88

INTERNATIONAL PANORAMA

<i>Anayat R.</i>	International Conference on Intelligent Packaging and Printed Electronics	115
------------------	---	-----

PRACTICE ANALYSIS

<i>Baryshnikov K. B.</i>	Marina E. Goldovskaya: experience of higher education in the field of television journalism	125
<i>Solomatin A. N.</i>	Sovinformburo and SVPP as the main structures of information and propaganda work of the USSR during the Great Patriotic War	139
<i>Shtolyakov V. I.</i>	Towards the beginning of the digital age	159
<i>Tsyganenko A. M.</i> <i>Biturina T. G.</i> <i>Rumyantsev V. N.</i>	About the training of personnel for the printing industry	164



Е. Я. Дугин

ПЕРЕМНЫ В ОТРАСЛИ ТРЕБУЮТ НОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Дорогие коллеги!

Очередной номер журнала, завершающий уходящий год, открывается статьей профессора Е. Я. Дугина «Закономерности развития современной медиакommunikации как основа теории медиа». Традиционно теория медиакommunikации и журналистики изучает формы и жанры журналистики, типологию каналов коммуникации, оставляя за пределами научных интересов выявление закономерностей информационно-коммуникативных процессов. В статье рассматриваются теоретико-методологические обоснования устойчивых связей и зависимостей, характеризующих закономерности развития современных медиакommunikаций и журналистики. Вопросы цифровизации отрасли остаются магистральным направлением нашего журнала. В настоящем номере публикуется статья С. Б. Головки и Л. А. Кохановой «Воздействие цифровой культуры на формирование стратегий учащейся молодежи», в которой предпринята попытка выявить изменения в нравственных, ментальных и поведенческих стратегиях учащейся молодежи. На основе опроса студентов авторы делают выводы о возрастании ценности получения опыта и впечатлений, о преимущественно коллективном характере профессиональной деятельности, о девальвации семейных ценностей, любви и брака и снижении духовных запросов.

Проблематику цифровизации отрасли исследуют статьи В. И. Штолякова «К началу эпохи цифровых технологий» и А. М. Цыганенко, Т. Г. Битюриной и В. Н. Румянцева «О подготовке кадров для полиграфического производства». В контексте цифровых преобразований медиакommunikации размышляет о судьбе российского федерализма Ю. Д. Гранин в статье «Эволюция российского федерализма и трансформации коммуникативного пространства РФ». Отмечая существенную роль коммуникативной составляющей в развитии федерализма, автор полагает, что современная Российская Федерация должна сохранять баланс федерального централизма и регионального (политического, экономического и социокультурного) разнообразия.

Статья А. А. Калмыкова «Абсурдизм политики «на» театре медиа» показывает, как современное медийное пространство в условиях информационной войны все чаще использует абсурдистские утверждения при освещении актуальных политических событий. Этим приемом, пишет автор, достигается формирование пространства постправды и нескритичность восприятия информации аудиторией.

Традиционная рубрика «В МИРЕ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ» представлена статьей М. Ф. Казючица и Н. Ю. Спутницкой «Российская семья и школа в анимационном сериале: моделирование социокультурной реальности». Авторы рассматривают фильмы в качестве возможных моделей импортозаместительной продукции на российском телеэкране и на стриминг-платформах. В другой статье рубрики — Я. А. Пархоменко и И. В. Кононова — «Триллер: семантика и синтаксис, опыт сопоставительного анализа» на основе сравнительного анализа семантики и синтаксиса кинокартин сформулированы подходы к определению семантических признаков и визуальных компонентов кинодраматургии кинотриллера.

В настоящем номере журнала впервые открывается рубрика «МЕЖДУНАРОДНАЯ ПАНОРАМА», в которой содержится презентация международной конференция по интеллектуальной упаковке и печатной электронике, подготовленная профессором Раджендракумара Анайатом, вице-канцлером индийского Университета науки и технологий (Deenbandhu Chhotu Ram University of Science & Technology, Murthal — DCRUST). Статья знакомит с новыми перспективными направлениями развития печатной индустрии.

Рубрика «АНАЛИЗ ПРАКТИКИ» представлена публикацией К. Б. Барышникова «Марина Евсеевна Голдовская: опыт высшего образования в сфере телевизионной журналистики», в которой раскрывается преподавательская деятельность выдающегося оператора и режиссера-документалиста.

Интерес для современной практики ведения информационной войны может представить статья А. Н. Соломатина «Совинформбюро и СВПП как основные структуры информационно-пропагандистской работы СССР во время Великой Отечественной войны». В условиях противодействия планам западных стран и НАТО, а также при проведении специальной военной операции на территории Украины необходимо учитывать и применять опыт агитационно-пропагандистской работы Советского Союза в годы Великой Отечественной войны.

В уходящем году, как, впрочем, и всегда, редколлегия журнала стремилась создать многотемную и разноаспектную панораму научного

осмысления жизни отрасли медиакоммуникации и журналистики. Благодарим наших авторов и постоянных читателей за плодотворное сотрудничество с журналом и выражаем надежду на дальнейшее сотворчество!

*С пожеланием здоровья, впечатляющих успехов в Новом году. С уважением, главный редактор журнала «Вестник Академии медиаиндустрии», доктор социологических наук, профессор **Евгений Дугин***

CHANGES IN THE INDUSTRY REQUIRE NEW RESEARCH

Dear colleagues!

The next issue of the journal, ending the outgoing year, opens with an article by Professor E. Y. Dugin “Patterns of development of modern media communication as the basis of media theory”. Traditionally, the theory of media communication and journalism studies the forms and genres of journalism, the typology of communication channels, leaving the identification of patterns of information and communication processes outside of scientific interests. The article examines the theoretical and methodological foundations of stable connections and dependencies that characterize the patterns of development of modern media communications and journalism. The issues of digitalization of the industry remain the main focus of our magazine. This issue publishes an article by S. B. Golovko and L. A. Kohanova “The impact of digital culture on the formation of strategies of students”, in which an attempt is made to identify changes in the moral, mental and behavioral strategies of students.

Based on the survey of students, the authors draw conclusions about the increasing value of gaining experience and impressions, about the predominantly collective nature of professional activity, about the devaluation of family values, love and marriage and a decrease in spiritual demands. The problems of digitalization of the industry are investigated by the articles of V. I. Stolyakov “To the beginning of the era of digital technologies” and A. M. Tsyganenko, T. G. Bityurina and V. N. Rumyantsev “On training personnel for printing production”. In the context of digital transformations of media communication, Y. D. Granin reflects on the fate of Russian federalism in the article “The Evolution of Russian Federalism and the transformation of the communicative space of the Russian Federation”. Noting the essential role of the communicative component in the development of federalism, the author believes that the modern Russian Federation should maintain a balance of federal centralism and regional (political, economic and socio-cultural) diversity.

A. A. Kalmykov’s article “The Absurdism of Politics” at the “media theater” shows how the modern media space in the conditions of the information war

increasingly uses absurdist statements when covering current political events. This technique, the author writes, achieves the formation of a post-truth space and uncritical perception of information by the audience. The traditional heading “In the WORLD of Screen ARTS” is represented by the article by M. F. Kazyuchits and N. Y. Sputnitskaya “Russian family and school in an animated series: modeling of socio-cultural reality”. The authors consider films as possible models of import substitution products on the Russian television screen and on streaming platforms. In another article of the heading — Ya. A. Parkhomenko and I. V. Kononov — “Thriller: semantics and syntax, the experience of comparative analysis” on the basis of a comparative analysis of semantics and syntax of motion pictures, approaches to the definition of semantic features and visual components of the cinema drama of a thriller are formulated.

This issue of the journal for the first time opens the heading “INTERNATIONAL PANORAMA”, which contains a presentation of the international conference on intelligent packaging and printed electronics, prepared by Professor Rajendrakumara Anayat, Vice-Chancellor of the Indian University of Science and Technology (Deenbandhu Chhotu Ram University of Science & Technology, Murthal — DCRUST). The article introduces new promising areas of development of the printing industry.

The rubric “ANALYSIS OF PRACTICE” is presented by K. B. Baryshnikov’s publication “Marina Evseevna Goldovskaya: experience of higher education in the field of television journalism”, which reveals the teaching activities of an outstanding cameraman and documentary filmmaker. The article by A. N. Solomatin “Sovinformburo and SVPP as the main structures of information and propaganda work of the USSR during the Great Patriotic War” may be of interest for the modern practice of information warfare. In the context of countering the plans of Western countries and NATO, as well as when conducting a special military operation on the territory of Ukraine, it is necessary to take into account and apply the experience of the propaganda work of the Soviet Union during the Great Patriotic War.

In the past year, as always, the editorial board of the journal sought to create a multi-topic and multi-aspect panorama of scientific understanding of the life of the media communication and journalism industry. We thank our authors and regular readers for fruitful cooperation with the magazine and express our hope for further co-creation!

*I wish you good health and impressive success in the New Year.
Sincerely, Editor-in-chief of the journal “Bulletin of the Academy
of Media Industry”, Doctor of Sociological Sciences, Professor **Evgeny Dugin***

ВЕДЕТСЯ ИССЛЕДОВАНИЕ

Дугин Е. Я.

13

*Закономерности развития современной медиакоммуникации
как основа теории медиа*

Коханова Л. А., Головки С. Б.

24

*Воздействие цифровой культуры
на формирование стратегий учащейся молодежи*

RESEARCH ONGOING

Dugin E. Ya.

13

Theoretical and methodological approaches to identifying the patterns of development of modern journalism and media communications

Kohanova L. A., Golovko S. B.

24

The impact of digital culture on the formation of strategies of students

ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ КАК ОСНОВА ТЕОРИИ МЕДИА

ЕВГЕНИЙ ЯКОВЛЕВИЧ ДУГИН

Академия медиаиндустрии, Москва, Россия, e.dugin@yandex.ru

Аннотация. Традиционно теория изучает формы и жанры журналистики, типологию каналов коммуникации. За пределами научных интересов остается выявление и анализ закономерностей коммуникативных процессов. В статье рассматриваются теоретико-методологические обоснования выявления устойчивых связей и зависимостей, характеризующих закономерности развития современных медиакоммуникаций и журналистики.

Ключевые слова: методология, теория, медиакоммуникации, журналистика, закономерность

Для цитирования: Дугин Е. Я. Закономерности развития современной медиакоммуникации как основа теории медиа // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 13–23.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO IDENTIFYING THE PATTERNS OF DEVELOPMENT OF MODERN JOURNALISM AND MEDIA COMMUNICATIONS

EVGENY YA. DUGIN

Academy of Media Industry, Moscow, Russia, e.dugin@yandex.ru

Abstract. Traditionally, theory studies the forms and genres of journalism, the typology of communication channels. Outside of scientific interests remains the identification and analysis of patterns of communication processes. The article discusses the theoretical and methodological justifications for identifying stable relationships and dependencies that characterize the patterns

of development of modern media communications and journalism.

Keywords: Methodology, Theory, Media communications, Journalism, the patterns

For citation: Dugin E. Ya. Theoretical and methodological approaches to identifying the patterns of development of modern journalism and media communication // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 13–23.

ВВЕДЕНИЕ. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

По мере освоения информационно-цифровых технологий медиа превращается в индустрию сбора, подготовки и распространения информации, мощный канал вовлечения массовой аудитории и коммуникативных сообществ в процесс информационного обмена и создания контента. Для осуществления этих задач требуется согласованность, учет и контроль всех системных характеристик медиа, все возрастающих элементов коммуникативного процесса. Вместе с тем актуализируется проблема поиска закономерностей в выработке алгоритма работы редакций во взаимодействии с аудиторией, в формировании коммуникативных стратегий каналов коммуникации. В свою очередь, научное представление о функционировании медиасистемы требует объективизации знаний об устойчивых связях и закономерностях ее функционирования. Именно выявление закономерностей можно рассматривать в качестве теоретико-методологической основы теории информационно-коммуникативных медиасистем. Иначе говоря, выявление закономерностей развития журналистики и медиакоммуникации выдвигается в фундаментальную задачу научного осмысления функционирования медиа в современном обществе.

ПОИСКИ ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ В РАЗВИТИИ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ

Несмотря на достаточно продолжительный опыт научных рефлексий, связанных с медиа, с сожалением приходится констатировать, что закономерностей развития отечественной журналистики и медиакоммуникаций выявлено не так уж много по той причине, что они, за редким исключением, не выдвигались в качестве рассмотрения и поныне в редких случаях становятся предметом специального исследования. Традиционные подходы к изучению журналистики сосредоточены на поиске природы, жанровых, стилистических особенностях публикаций печатной или аудиовизуальной продукции, а также анализа коммерческой составляющей коммуникативного процесса, характерного для современных исследовательских проектов. Что же касается электронных коммуникаций, то предметом исследований, как правило, ранее становились изобразительно-выразительные характеристики продукции телерадиоэфира, к которым применялись методы искусствоведения, далекие от поиска закономерностей экранных коммуникаций.

Стремление объективизировать знания о телевизионной журналистике было заложено в работах Э. Г. Багирова (Багиров, 1978), в исследованиях коллектива ученых кафедры социологии массовых коммуникаций факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова (Коломиец, 2020; Свитич, 2005; Фомичева, 2007). Поиски закономерностей медиакоммуникаций и журналистики характерны для методологических и эмпирических исследований, которые ведутся сотрудниками кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова под руководством профессора Е. Л. Вартановой (Вартанова и др., 2017).

Попытка выработать единые концептуальные подходы к исследованию медиапроцессов содержится в «Едином глоссарии понятий и терминов, используемых в работе радиостанций в условиях перехода на цифровой формат вещания»¹. Наблюдения о закономерностях взаимоотношений между медиа и аудиторией зафиксированы отчасти в крупномасштабных и беспрецедентных по охвату периода времени (25 лет) проектах Института социологии РАН (ИС РАН) по комплексному изучению проблемы адаптации российского общества к новой социальной реальности (Двадцать лет..., 2018).

Отдельные попытки выявления закономерностей телевизионного вещания предпринимались в целях анализа факторов и условий формирования телепрограмм регионального телевидения (Дугин, 1982; Вырковский и Макеенко, 2014).

В свое время автору этой статьи удалось выявить наличие закономерности между социально-экономическим, социокультурным уровнем развития региона и формированием телевизионной программы определенного типа. Анализ типологии программ местного телевидения основывался на следующей гипотезе: если, например, в регионе имеется консерватория, драматический театр, университет, то логично предположить, что интеллектуально-просветительская, культурно-образовательная составляющие займут соответствующее место в структуре передач местного телевидения и в конечном счете определяют тип телепрограммы. С помощью методов математической статистики, в частности факторного и корреляционного анализа, удалось выявить наличие телепрограмм информационного, информационно-просветительского, информационно-познавательного типов, создать непротиворечивую типологию программ местного телевидения (Дугин, 1982).

¹ Единый глоссарий понятий и терминов, используемых в работе радиостанций в условиях перехода на цифровой формат вещания. М.: Русника, 2013. 320 с.

В качестве подготовительного этапа построения типологии используются методы классификации, когда система подвергается упорядочению ее элементов и признаков по определенным основаниям. Например, неэфирные российские телевизионные каналы принято классифицировать по следующим основаниям: жанрово-тематическая направленность; страна производства (Россия, зарубежное производство); язык вещания; способ распространения канала (распространяется ли канал за плату или является условно-бесплатным)²; формат вещания (HD или не HD)³.

Существует множество других классификаций медиа, построенных по различным основаниям. Их смысл сводится к попыткам выявить устойчивые характеристики и показатели в целях создания типологии медиакommunikации и журналистики.

Классификацию и типологию медиакommunikации принято рассматривать в качестве предтеории, или теории среднего уровня, которая, с одной стороны, содержит теоретическую основу научного исследования, с другой — ориентирована на практическое применение знаний о закономерностях развития журналистики и медиакommunikации.

Благодаря выявленной совокупности устойчивых показателей жанровой определенности, удобочитаемости и продолжительности коммуникации, складывающимся в ходе взаимодействия с аудиторией, удастся показать механизм формирования *универсального формата контента цифровых медиа с определенным набором квантифицируемых форм и жанров медиакommunikации*⁴. Выяснилось, что мультимедийная или мономедийная вербально-визуальная информационная заметка продолжительностью в диапазоне от 30 до 50 секунд времени чтения «про себя» состоит из примерно 930 знаков, но не превышает 2 500 знаков. Эмпирически доказано, что сообщение продолжительностью 40 секунд времени чтения «про себя» состоит из 12 предложений и 153 слов; среднее количество слов в предложении — 12,75⁵.

² Компания-производитель тематического канала взимает плату с кабельных и спутниковых операторов за трансляцию своего контента. Бесплатные каналы распространяются в сетях операторов в открытом виде, без оплаты и кодирования.

³ Российское телевидение: индустрия и бизнес / Аналитический центр «Видео Интернет»; под ред. В. П. Коломийца, И. А. Полуэхтовой. М.: НИПКЦ Восход-А, 2010. С. 68–70.

⁴ Соколов А. В. Удобочитаемость текстов СМИ как фактор эффективной коммуникации // Журналист. Социальные коммуникации. 2021. № 4. С. 39–50; Соколов А. В. Языковые характеристики коммуникативных стратегий медиа в условиях цифровых трансформаций // Культурология, филология, искусствоведение: актуальные проблемы современной науки: сб. ст. по матер. IX междунар. науч.-практ. конф. № 7 (51). Новосибирск: СибАК, 2022. С. 26–35.

⁵ Там же.

Немаловажным для практики медиакommunikации представляется также и другой вывод исследования А. В. Соколова о специфическом формате журналистики с определенным набором типологических характеристик, таких как жанр, формат заголовков, время чтения, частотность употребления ключевых слов в тексте, степень оригинальности текста и др. Примечательно, что выявленные закономерности формирования стандартного формата максимально приближены к требованиям поисковых алгоритмов и потребностям аудитории.

Выявление закономерностей представителями направления медиаэкономики ведется в соответствии со следующей логикой: коль скоро современная медиаиндустрия проявляет себя в качестве быстрорастущего коммерческого предприятия, то и система медиакommunikации развивается по финансово-экономическим законам. В такой постановке проблемы задачей каналов медиакommunikации становится получение прибыли, что и наблюдается в функционировании современной отечественной печати, телевидения и радио. Отход от традиции исследования деятельности медиапредприятий как коммерческих структур в пользу процесса создания журналистских текстов свойственен научной позиции А. В. Вырковского. Согласно концепции, изложенной в его докторской диссертации, «именно редакционный процесс является тем стержнем, который детерминирует как само существование медиа, так и эффективность его деятельности»⁶.

Тем не менее в практической деятельности отечественных медиа погоня за прибылью уже несколько десятилетий преобладает над социальными функциями медиа. В результате доходы оборачиваются невосполнимой утратой в мировоззрении нескольких поколений молодых людей. Согласно психологическому закону «навязанного спроса» аудиторию приучили к бездумному времяпровождению и невзыскательной, примитивной «развлекаловке», которая, что греха таить, выполняет не только функцию отвлечения от острых жизненных проблем. Согласно наблюдениям Джарона Ланира (Jaron Lanier), автора термина «виртуальная реальность» и книги-манифеста «Вы не гаджет», бездумное развлечение имеет не только негативные последствия потребления контента, но и способно *дегуманизировать* личность, что гораздо опаснее. «Безвкусные видеозуточки и легковесные мэшэпы могут показаться тривиальными и безвредными, утверждает в манифесте Джарон Ланира, но в целом это распространенная практика фрагментарного,

⁶ Вырковский А. В. Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-новых СМИ: автореф. дис. ... доктора филол. наук. М., 2017. С. 55.

обезличенного общения принизила роль межличностного взаимодействия как такового. ...Выросло новое поколение со сниженными ожиданиями того, чем может быть личность и кем способен стать отдельный человек»⁷. Анализируя причины «социальной травмы» и деформации жизни российского общества, отечественные ученые справедливо утверждают, что «показатели состояния и тенденций развития общественного сознания и поведения демонстрируют причудливое сочетание оценок — комбинаций: размытость, неопределенность, фрагментарность и переменчивость ценностных ориентаций, установок, социального настроения, общественных и личных интересов»⁸. Иными словами, появление новых характеристик общественного сознания, выражающееся в феномене расщепления, дезинтеграции общества, которые привели к «социальной растерянности», «взбаламученности массового сознания» различных слоев российского общества⁹.

Условия растерянности массового сознания, неопределенности, размытости морально-нравственных критериев стали тем «бульоном», в котором «варились» и продолжают бытовать постсоветские поколения молодежи и представители среднего возраста. У 75 % современной российской молодежи практически отсутствуют устойчивые идеалы в том смысле, что для них жизненные цели не соотносятся с неким прообразом модели поведения, ценностных ориентиров¹⁰. 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 % опрошенных¹¹.

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»¹².

⁷ Ланир Д. Вы не гаджет. Манифест / Д. Ланир ; пер. с англ. М.: Кононенко. М. : Астрель: CORPUS, 2011. С. 14.

⁸ Тощенко Ж. Т. Фантомы российского общества. М. : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. С. 14.

⁹ Дугин Е. Я. Кабельное телевидение на Западе: программирование, организация, коммерческие секреты (опыт лучших компаний). М. : Агар, 1998. С. 3–4.

¹⁰ Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. М. : ЦСПиМ, 2010. С. 128.

¹¹ Там же.

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

Вот уже по меньшей мере три поколения российской молодежи фактически потребляют по телевидению, по другим каналам медиаиндустрии незатейливые развлечения, криминальные сериалы, выступления затейников и клоунов всех мастей. Во имя рейтинга вся «медиаархив», упорно избегая в своей деятельности трезвого анализа, настроив общества на созидание, стремится все эфирное время отвести развлечению общества, несмотря на кризис, упорно и последовательно применяют «механизм так называемой понижающей селекции», согласно которому привлечение зрителей легче вести с использованием древнейших праструктур ориентации человека в реальности — сексуальные влечения, переживания возможного насилия, ожидание смерти, чувства неизвестности, опасности, неизбежности подавленности...¹³

Медиаиндустрия представляет собой прежде всего социокультурное явление, оказывающее существенное влияние на формирование информационного мира человека, выполняя роль социального навигатора личности, определяет модели социального поведения, влияет на формирование потребностей, предпочтений, ценностных ориентаций, культурных запросов аудитории и т. д. Поэтому выявлять закономерности развития медиа и журналистики, ориентируясь только на экономические показатели и критерии, означает заведомо ограничивать представление о природе, роли и значении развития медиакоммуникаций в обществе.

К сожалению, за редким исключением, в медиаиндустрии фактически не ведется системный сбор статистических показателей на государственном уровне, особенно в сфере телерадиовещания. Современная цифровая и экономическая парадигмы диктуют новые технологические и социальные стандарты, принципиально отличные от прежних моделей коммуникации и журналистики. Однако до настоящего времени не предложены надежные рабочие критерии и базовые показатели развития отрасли. Не в этом ли причина трудностей, с которыми сталкиваются руководители отрасли и исследователи, пытающиеся прогнозировать развитие медиакоммуникации в стране?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Методологическое положение о медиа как системе выдвигает необходимость научного анализа всей совокупности связей и зависимостей, устойчивых факторов и условий, определяющих развитие

¹³ Дондурей Д. Граждане против гражданского общества. Телерейтинг как воспитатель нации // Искусство кино, 2013. № 3. С. 10.

медиакоммуникаций, что возможно при условии наличия обоснованных критериев и показателей, прежде всего статистических и применении методов моделирования.

Без широкого круга надежных статистических индикаторов становится проблематичным процесс объективизации знаний о развитии медиаиндустрии. Поиск устойчивых и регулярных взаимосвязей между явлениями и объектами, характеризующих процессы трансформации и развития медиакоммуникаций, выдвигается в актуальное направление науки и рассматривается в качестве одного из необходимых условий теоретико-методологического обоснования анализа закономерностей развития медиакоммуникаций и журналистики.

Список источников

1. Единый глоссарий понятий и терминов, используемых в работе радиостанций в условиях перехода на цифровой формат вещания. М. : Русника, 2013. 320 с.
2. Российское телевидение: индустрия и бизнес / Аналитический центр «Видео Интернешнл» ; под ред. В. П. Коломийца, И. А. Полуэктовой. М. : НИПКЦ Восход-А, 2010. С. 68–70.
3. Соколов А. В. Удобочитаемость текстов СМИ как фактор эффективной коммуникации // Журналист. Социальные коммуникации. 2021. № 4. С. 39–50.
4. Соколов А. В. Языковые характеристики коммуникативных стратегий медиа в условиях цифровых трансформаций // Культурология, филология, искусствоведение: актуальные проблемы современной науки : сб. ст. по матер. IX междунар. науч.-практ. конф. № 7 (51). Новосибирск : СибАК, 2022. С. 26–35.
5. Вырковский А. В. Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-овых СМИ : автореф. дис. ... доктора филол. наук. М., 2017. С. 55, 61.
6. Ланир Д. Вы не гаджет. Манифест / Д. Ланир ; пер. с англ. М. : Кононенко. М. : Астрель: CORPUS, 2011. С. 14.
7. Тощенко Ж. Т. Фантомы российского общества. М. : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. С. 14.
8. Дугин Е. Я. Кабельное телевидение на Западе: программирование, организация, коммерческие секреты (опыт лучших компаний). М. : Агар, 1998. С. 3–4.

9. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. М. : ЦСПиМ, 2010. С. 128.
10. Рубцов А. Метафизика власти: Политическая история // Ведомости, 13 марта 2017.
11. Дондурей Д. Граждане против гражданского общества. Теле-рейтинг как воспитатель нации // Искусство кино, 2013. № 3. С. 10.

References

1. Edinyy glossariy ponyatiy i terminov, ispol'zuyemykh v rabote radiostantsiy v usloviyakh perekhoda na tsifrovoy format veshchaniya. M. : Rusnika, 2013. 320 s. (In Russ.).
2. Rossiyskoye televideniye: industriya i biznes / Analiticheskiy tsentr "Video Interneshnl"; Pod red. V. P. Kolomiytsa, I. A. Poluekhtovoy. M. : NIPKTS Voskhod-A, 2010. S. 68–70. (In Russ.).
3. Sokolov A. V. Udobochitayemost' tekstov SMI kak faktor effektivnoy kommunikatsii // Zhurnalist. Sotsial'nyye kommunikatsii. 2021. № 4. S. 39–50. (In Russ.).
4. Sokolov A. V. Yazykovyye kharakteristiki kommunikativnykh strategiy media v usloviyakh tsifrovyykh transformatsiy // Kul'turologiya, filologiya, iskusstvovedeniye: aktual'nyye problemy sovremennoy nauki : sb. st. po mater. IX mezhdunar. nauch.-prakt. konf. № 7 (51). Novosibirsk : SibAK, 2022. S. 26–35. (In Russ.).
5. Vyrkovskiy A. V. Upravleniye protsessami sozdaniya zhurnalistского teksta v pechatnykh i onlaynovyykh SMI : avtoref. dis. ... doktora filol. nauk. M., 2017. S. 55, 61. (In Russ.).
6. Lanir D. Vy ne gadzhet. Manifest / D. Lanir ; per. s angl. M.: Kononenko. M. : Astrel': CORPUS, 2011. S. 14. (In Russ.).
7. Toshchenko Zh. T. Fantomy rossiyskogo obshchestva. M. : Tsentr sotsial'nogo prognozirovaniya i marketinga, 2015. S. 14. (In Russ.).
8. Dugin E. Ya. Kabel'noye televideniye na Zapade: programmirovaniye, organizatsiya, kommercheskiye sekrety (opyt luchshikh kompaniy). M. : Agar, 1998. S. 3–4. (In Russ.).
9. Gorshkov M. K., Sheregi F. E. Molodezh' Rossii: sotsiologicheskiy portret. M. : TsSPiM, 2010. S. 128. (In Russ.).
10. Rubtsov A. Metafizika vlasti: Politicheskaya istoriya // Vedomosti, 13 marta 2017. (In Russ.).

11. Dondurey D. *Grazhdane protiv grazhdanskogo obshchestva. Telereyting kak vospitatel' natsii // Iskusstvo kino*, 2013. № 3. S. 10. (In Russ.).

Библиографический список:

1. *Багиров Э. Г.* Очерки теории телевидения. — Москва : Искусство, 1978. — 157 с.
2. *Вартанова Е. Л.* Индустрия российских медиа: цифровое будущее / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, М. И. Макеенко, С. С. Смирнов. — Москва : МедиаМир, 2017. — 160 с.
3. *Вырковский А. В.* Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи [Академические монографии] / А. В. Вырковский, М. И. Макеенко ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — Москва : МедиаМир, 2014. — 144 с.
4. Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа : монография / М. К. Горшков, В. В. Петухов, А. Л. Андреев [и др.] ; под ред. М. К. Горшкова, В. В. Петухова. — Москва : Весь мир, 2018. — 384 с.
5. *Дугин Е. Я.* Медиаиндустрия в условиях цифровых трансформаций : научное издание — Москва : Канон+ РООИ «Реабилитация», 2021. — 416 с.
6. *Дугин Е. Я.* Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. — Москва : Изд-во МГУ, 1982. — 109 с.
7. *Коломиец В. П.* Медиатизация медиа. — Москва : Издательский Дом МГУ, 2020. — 237 с.
8. *Свитич Л. Г.* Социология журналистики : учебное пособие. — Москва : ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2005. — 119 с.
9. *Фомичева И. Д.* Социология СМИ : учеб. пособие для студентов вузов. — Москва : Аспект Пресс, 2007. — 335 с.

Информация об авторе

Е. Я. Дугин — доктор социологических наук, профессор, проректор по научной работе, заведующий кафедрой телевидения и радиовещания ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», Заслуженный работник связи и информации Российской Федерации, член Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания

Российской Федерации; главный редактор журнала «Вестник Академии медиаиндустрии». 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Information about the author

E. Ya. Dugin — Doctor of science (sociology), Professor, Vice-rector, Head of the department of TV & Radio journalism “Academy of the Media Industry”, Honored Worker of Communications and Information of the Russian Federation, Member of the Scientific Expert Council under the Chairman of the Federation Council of the Federal Assembly of the Russian Federation; Editor-in-chief of the of the journal “Bulletin of the Academy of Media Industry”. 127521, Moscow, st. Oktyabrskaya, 105, bldg. 2.

*Статья поступила в редакцию: 03.11.2022;
одобрена после рецензирования: 04.11.2022;
принята к публикации: 05.11.2022.*

*The article was submitted: 03.11.2022; approved
after reviewing 04.11.2022; accepted for
publication 05.11.2022.*

ВОЗДЕЙСТВИЕ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

ЛЮДМИЛА АЛЕКСАНДРОВНА КОХАНОВА^{1,3}
СЕРГЕЙ БОРИЭЛЬЕВИЧ ГОЛОВКО^{2,3}

¹ Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия, l_kokhanova@mail.ru

² Институт общественных наук РАНХиГС, Москва, Россия, Sgolovko@inbox.ru

³ Академия медиаиндустрии, Москва, Россия

Аннотация. Статья посвящена изменениям поведенческих стратегий в среде учащейся молодежи, вызванных технологическими новациями и цифровой культурой. Серьезные изменения условий социализации, вызванные возрастианием роли масс- и мультимедиа, сетевых социальных сетей, неформальных сообществ и др., находят отражение в эволюции поведенческих моделей современного поколения. Характер этой эволюции, ее движущие силы не столь явно проявляются в повседневном бытии, но, сведенные в статистическую совокупность, заставляют обратить на себя пристальное внимание и представляют собой предметную область исследования. Иные поведенческие формы в значительной степени определяют сегодня не только социально-профессиональную мобильность нового поколения, но и ее нравственно-коммуникативную рецепцию. Это порождает много вопросов. Каков он — современный студент факультета журналистики? Какое воздействие оказывает на него цифровая культура?

С какими нравственными, ментальными установками пришел он за получением образования? Каким специалистом хочет он стать? Какие знания и как должен он получить в годы студенчества? Для ответа на эти и ряд других вопросов был проведен третий этап полевого исследования «Цифровая культура как конкурентное преимущество будущих журналистов». Выборка учащейся молодежи составила 712 человек — представителей факультетов журналистики московских ВУЗов и КазНУ им. Аль-Фараби (Республика Казахстан). Результаты исследования были обработаны соответствующими статистическими методами. Они помогли дать ответы на ряд важных вопросов, а также привели нас к выводу о том, что пребывание в континууме цифровой культуры изменяет поведенческие стратегии учащейся молодежи.

Ключевые слова: цифровая культура, коммуникативный уровень, онтологический уровень, поколение Z, поведенческие стратегии, студенты-журналисты

© Коханова Л. А., Головко С. Б., 2022

© Академия медиаиндустрии, 2022

Для цитирования: Коханова Л. А., Головки С. Б. Воздействие цифровой культуры на формирование стратегий учащейся молодежи

// Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 24–36.

THE IMPACT OF DIGITAL CULTURE ON THE FORMATION OF STRATEGIES OF STUDENTS

LYUDMILA A. KOHANOVA ^{1,3}
SERGEY B. GOLOVKO ^{2,3}

¹ Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia,
l_kokhanova@mail.ru

² Russian State University, Moscow, Russia, Sgolovko@inbox.ru

³ Academy of Media Industry, Moscow, Russia

Abstract. The article is devoted to changes in behavioral strategies among students caused by technological innovations and digital culture. Serious changes in the conditions of socialization caused by the increasing role of mass and multimedia, network social networks, informal communities, etc., are reflected in the evolution of behavioral models of the modern generation. The nature of this evolution, its driving forces are not so clearly manifested in everyday life, but, combined into a statistical aggregate, they force close attention to themselves and represent a subject area of research. Other behavioral forms largely determine today not only the social and professional mobility of the new generation, but also its moral and communicative reception. This raises a lot of questions. What is he like — a modern student of the Faculty of Journalism? What impact does digital culture have on him? With what moral, mental attitudes did he come to get an education? What kind of specialist does he want to become? What knowledge and how should he get during

his student years? To answer these and a number of other questions, the third stage of the field study “Digital culture as a competitive advantage of future journalists” was conducted. The sample of students was 712 people — representatives of journalism faculties of Moscow universities and Al-Farabi Kazakh National University (Republic of Kazakhstan). The results of the study were processed by appropriate statistical methods. They helped to answer a number of important questions, and also led us to the conclusion that being in the continuum of digital culture changes the behavioral strategies of students.

Keywords: Digital culture, Communicative level, ontological level, generation Z, behavioral strategies, Journalism students

For citation: Kokhanova L. A., Golovko S. B. The impact of digital culture on the formation of strategies of students // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 24–36.

ВВЕДЕНИЕ

В начале было Слово, эпоха Средневековья заменила его на Цифру. Нынешняя цифровая революция установила дигитальную диктатуру, та в свою очередь привела к стратификации сознания — как частного, так и коллективного, создав предпосылки для появления новой коммуникативной среды, получившей название «цифровая культура». Рассматриваемая поначалу как явление, опосредованное развитием техники и информационных новаций, как культурно-технологический

императив, возникающий и функционирующий в процессе общения человека и компьютера, позднее цифровая культура расширила свою репрезентацию до социальных и духовных сфер жизни общества.

Под социализацией в современной науке понимается «процесс усвоения и воспроизведения индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, в систему социальных связей» (Андреева, 2000). Работы Дж. Мида (Мид, 2009), Ч. Кули (Кули, 2005), И. Гофмана (Гофман, 2000), Р. Харре (Харре, 1972), П. Бергера и Т. Лукмана (Бергер, 1995) способствовали созданию рамок философских и общенаучных воззрений на социализацию и социальное конструирование личности.

Для того чтобы лучше понять специфику социализации современного подрастающего поколения, обратимся к рефлексии недавнего прошлого этого понятия.

Известный культуролог Виталий Куренной, размышляя о формировании образа человека в советском государстве, высказывает тезис о том, что «идея о возможности целенаправленного конструирования человека с помощью модуляции контекстуальных и социальных условий, — столп всей советской антропологии»¹. При этом, рассуждая о формировании социальных установок советских людей, социолог Лев Гудков отмечает, что «важная его характеристика — сознание враждебного окружения нового общества и необходимости постоянной борьбы с внутренними и внешними врагами, то есть идея негативной идентичности, где самоутверждение „от противного“ очень важно. Для такого человека характерен иерархический эгалитаризм»².

Сегодня, рассуждая о социальном конструировании личности, следует рассматривать его в жесткой увязке с распространением новых форм коммуникативного и социального взаимодействия. В новых условиях цифровой культуры начинают происходить процессы изменения не только социализации, но и идентичности личности.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Происходят серьезные изменения условий социализации, вызванные возрастанием роли масс- и мультимедиа, сетевых социальных сетей, неформальных сообществ и др. В свою очередь, это находит отражение

¹ Старый новый человек. Как власть формировала личность советского гражданина // Лента.ру : сайт интернет-газеты. URL: https://lenta.ru/articles/2016/04/06/soviet_man/. Дата публикации: 06.04.2022.

² Там же.

в изменении поведенческих моделей современного поколения. Наиболее общие черты подобных моделей, порожденных цифровой культурой, с одной стороны, стремление к индивидуализации стратегий и с другой — тенденции к коллективным поведенческим моделям. Повсеместное распространение новых форм участия (фриланс, дауншифтинг, вебинары, воркшопы и т. п.) свидетельствует о возникновении принципиально иных нелинейных поведенческих стандартов.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ВОПРОСЫ

Предмет статьи — исследование воздействия цифровой культуры на изменение поведенческих стратегий учащейся молодежи. Вычленение столь специфичной предметной области из синопсиса объекта — цифровой культуры — лишний раз свидетельствует об актуальности данной тематики как для исследователей, так и для практиков.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования — показать, как появление нового культурно-коммуникативного пространства, именуемого цифровой культурой, изменяет поведенческие стратегии учащейся молодежи.

Поставленная цель предполагает решения ряда задач. Среди них: выявить уровни восприятия цифровой культуры как с методологической, так и с социально-коммуникативной точек зрения; дать характеристику поведенческой модели «поколения Z»; проанализировать изменения поведенческих стратегий учащейся молодежи — студентов гуманитарных ВУЗов.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании цифровой культуры используются принципы сравнительного анализа основных методологических подходов. В анализе развития цифровой культуры используются идеи М. Маклюэна³, Э. Тоффлера (Тоффлер, 2003), Д. Нейсбита (Нейсбит, 2003), М. Каку (Каку, 2011) о влиянии информационных революций на смену типов коммуникации, общественное сознание и культуру в целом. Технократически ориентированный философский дискурс цифровой культуры представлен в работах Ч. Гира (Гир, 2004), Д. Галкина (Галкин, 2012), согласно которому методология анализа цифровой культуры должна

³ *Маклюэн, М. (2007). Понимание медиа / Пер. с англ. В. Г. Николаева. М. : Гиперборей — Кучково поле. 464 с.*

решить две задачи: определить предпосылки становления цифровой культуры и осуществить анализ ее ключевых феноменов.

Д. Галкин, проводя исследование цифровой культуры, выделил четыре методологических уровня ее восприятия: материальный, функциональный, ментальный и духовный (Галкин, 2012).

И если материальный уровень определяет ее технологический императив, то два других — функциональный и духовный — предопределяют неизбежность философской рефлексии и выделения новых уровней восприятия. На наш взгляд, есть необходимость рассматривать в этом ряду также коммуникативный и онтологический уровни восприятия. Первый, в свою очередь, дихотомичен в разграничении бинарного союза «человек-машина», порожденного промышленными революциями прошлых веков и возведенного на новый уровень осмысления цифровой революцией.

Реализация коммуникативного уровня цифровой культуры проходит несколько стадий. На первой происходит запрос адресанта — человека — об исходной информированности адресата (машины), создаются начальные условия для вступления в контакт. Второй связан с передачей и принятием информации. Третий уровень направлен на формирование оценок достигаемых результатов.

Онтологический уровень вычленен из духовного и ментального и скорей свидетельствует о технологическом кризисе антроподифицита, порождая оппозицию «мораль — технологии».

Указанные уровни опосредуют в своем единстве и многочисленных конфликтах ценностные основания цифровой культуры и порождают вопросы о мировоззренческой детерминации дальнейшего развития дигитальных технологий.

Анализ научной литературы показал, что сегодня многие исследователи пытаются осознать и сформулировать понятие «цифровая культура». Одни авторы, как, например, Ч. Гир, считают, что, если исходить из классического определения, то формально понятие «культура» шире и поэтому она включает в себя технологию (Гир, 2004). Для них процесс технологического развития — это реализация определенных предзаданных культурных установок. Представители этого направления определенным образом противопоставляют аналоговую культуру культуре цифровой и видят в последней угрозу человеческой природе (Прокудин, 2013). Очевидно, оба подхода имеют право на существование, хотя с точки зрения культурологического подхода классическая трактовка более приемлема. Но как бы то ни было, «цифровая культура» — это

понятие, которое, по утверждению Н. Л. Соколовой, является «признанием того, что цифровые технологии стали органичной частью жизни современного человека» (Соколова, 2012).

Укажем еще на одну ее характерную черту — цифровая культура во многом определяет не только социальную, но и социально-профессиональную мобильность, что отражается на изменении поведенческих моделей современного поколения. Не вдаваясь в подробности, отметим наиболее общую черту поведенческих моделей, порожденных цифровой культурой, — стремление к индивидуализации стратегий.

Согласно некоторым из сегодняшних социоориентированных представлений, с 2000 года формируется новое поколение — поколение Z (Кулакова, 2018). Основные тренды генерации Z формируются глобализацией, компьютеризацией, виртуальными сервисами. Под воздействием цифровой культуры у молодого поколения появляются новые поведенческие стратегии и подходы, в значительной степени определяющие социально-профессиональную мобильность.

Сегодня происходят существенные изменения в условиях первичной социализации, которые связаны с уменьшением влияния политических конъюнктур, семейных и иных традиционных отношений на становление личности и возрастом воздействия более современных социальных структур, прежде всего неформальных сообществ, организаций, групп по интересам, порожденных, как правило, Интернетом.

В нашем исследовании мы решили проследить суть этих изменений на примере поколения Z. Поскольку представители данной генерации уже начинают входить как в профессиональную, так и в студенческую среды, мы обратились к референтной группе с рядом вопросов, проливающим свет на решение задач исследования. Выборка составила 712 представителей учащейся молодежи в возрасте 18–24 года, представителей факультетов журналистики московских гуманитарных ВУЗов и КазНУ им. Аль-Фараби (Республика Казахстан).

Таблица 1

В настоящее время люди стремятся получить высшее образование. Как Вы думаете, зачем?⁴

№ п/п	Предложенные варианты ответов	%, 2004 г.	%, 2013 г.	%, 2022 г.
1	Чтобы оказаться в культурной, образованной среде	6,5	13	16,5

⁴ Очевидно, что ответы на данную анкету за 2004, 2013 гг. принадлежат представителям поколения Y, а ответы 2022 года — поколению Z.

2	Чтобы получить новые знания, расширять свой кругозор	16,6	17,0	19,2
3	Чтобы получить специальные знания, стать хорошим профессионалом	24,1	26,0	21,5
4	Чтобы иметь диплом для трудоустройства на хорошую работу	45,8	34,0	48,0
5	Чтобы сделать карьеру	32,4	34,0	41,5
6	Чтобы повысить свой социальный статус, выйти за рамки своего окружения	9,7	18,0	25,5
7	Чтобы не служить в армии	15,3	6,0	9,6
8	Потому что сегодня так принято	8,8	16,0	24,8

О возрастании ценности образовательной среды свидетельствует повышение показателей в ответах на первый вопрос. За анализируемый период — 15 лет — он возрос более, чем в 2,5 раза. Ответы респондентов указывают на возрастание ценности высшего образования. Но в большей степени они свидетельствуют о стремлении подростков быть «равными среди равных» в группе определенного социального статуса. Предыдущий вывод основывается на показателях ответов на второй вопрос. В реальности проблема получения новых знаний и расширения своего кругозора волнует не так много респондентов: итоговый показатель остался практически без изменений.

Становится очевидным большее стремление к групповой солидарности, соучастию, нежели к индивидуальному развитию и расширению кругозора. Подобные выводы напрашиваются и из результатов анализа ответов на 3-й вопрос: мотивация к получению специальных знаний находится на нулевой отметке. Это можно объяснить расширившимся в среде молодежи имиджем Интернета, в котором якобы всегда можно найти ответ на любой вопрос, не утруждая себя планомерной учебой.

Соображения престижности получения диплома занимают доминирующие позиции, здесь в ответах наблюдается незначительный прирост. Процентное содержание ответов на вопрос карьеры, для обеспечения которой нужен диплом, также находится на лидирующих позициях, демонстрируя медленный, но уверенный рост. Очевидна диспропорция между стремлением к получению знаний, столь необходимых для защиты диплома, и самого диплома как факта успешного окончания ВУЗа.

В отношении респондентов к высшему образованию как возможности не служить в армии трудно выделить генеральные тенденции, однако данные исследования позволяют констатировать снижение интереса к этому вопросу.

Последний вопрос анкеты коррелируется с вопросом о повышении социального статуса. Увеличение практически в три раза ответивших положительно свидетельствует не столько об изменившихся внутренних установках респондентов, сколько о переменах, произошедших в групповом сознании и более четком осознании принадлежности индивида к определенной группе. Статистика явно свидетельствует в пользу смещения индивидуального сознания в сторону группового. Таким образом проявляется усиление значения макросоциального уровня сознания — осознания себя как активного социального деятеля группы, зависящего от ее мнения. В то же время определенная девальвация Я-концепции скорей свидетельствует о неустойчивости, подвижности самооценки и не снижает выраженное стремление к индивидуальному достижению определенной цели.

Проблема отношения молодежи к образованию входит в профессионально-ценностную сферу и является практически значимой. Она зависит от социальных и личностных факторов, от возможности и полноты осознания профессиональных жизненных перспектив. Последние в соотношении с потребностями и интересами приобретают ценностную форму. Сами ценностные ориентации определяют поведение, становление студента как специалиста.

Априори система ценностных ориентаций разных поколений различна. Так, поколение Y, выросшее в период становления цифровой культуры, в отличие от поколения Z, уже родившегося в ней, имеет несколько иные представления о ценностных ориентациях и, в частности, о так называемых терминальных ценностях. Для их исследования были сопоставлены данные опросов по методике Милтона Рокича, полученные в разные годы, с результатами нашего исследования. Всюду целевая аудитория содержала возрастное ограничение 18–24 года, поэтому не трудно догадаться, что респонденты опроса 2013 года представляли собой поколение Y, а опросы 2018–2022 гг. уже относились к представителям поколения Z.

В таблице 2 приведено распределение частоты ответов на вопросы об основных терминальных ценностях «поколения Y».

Таблица 2

Таблица терминальных ценностей

	Ценности	2013, ВЦИОМ	2018, Екатеринбург (Кох, 2018)	2022, Казахстан⁵
1	Здоровье (физическое и психическое)	70	43	54
2	Наличие хороших и верных друзей	53	43	38
3	Интересная работа	50	42	55
4	Любовь	49	37	31
5	Материально обеспеченная жизнь	46	59	74
6	Счастливая семейная жизнь	39	43	31
7	Жизненная мудрость	16	27	21
8	Уверенность в себе	15	33	38
9	Общественное признание	8	13	6
10	Удовольствия	11	20	36
11	Творчество	6	18	9
12	Полное использование своих сил и возможностей	13	16	11
13	Счастье других	6	5	9

Выбор значимых жизненных целей у поколения Z меняется. IT-технологии для них являются природными: они родились с компьютерной мышкой в руках, им проще задать вопрос Google, чем родителям. Они не знают жизни без Интернета и социальных сетей. Общение с окружающей действительностью происходит через скорость и набор символов. Их привлекает эфемерный контент, который может скоро исчезнуть. Исследования показывают, что поколение Z способно обрабатывать большие объемы информации на более высоких скоростях, но сохранять долго свое внимание на чем-либо одном для этих людей является проблемой, поскольку они, как правило, работают в многозадачном режиме с множеством экранов.

Очевидно, что многие ценностные ориентиры в этой связи претерпели изменения. Так, ценность здоровья уже не столь высока, как

⁵ Исследование авторов.

у прошлого поколения, аналогично девальвированы ценности дружбы и друзей. Если первый параметр можно объяснить относительной крепостью молодого организма и нежеланием тратить усилия на подобные «пустяки», то снижение второго свидетельствует об еще более глубоком переходе поколения в виртуальный мир. Ценности интересной работы повышаются, и это, безусловно, отрадный фактор. Вопрос корреспондируется с понятием ценности материально обеспеченной жизни, ответы на который также показывают положительную динамику. Рейтинги личностных эмоционально-интимных отношений и отношения к браку как социальному институту заметно снижаются. Виртуальные отношения снова побеждают отношения реальные.

На фоне все возрастающих показателей значений фактора уверенности в себе наблюдается снижение позиции общественного признания. Это косвенно свидетельствует об изменении индивидуальных стратегий поколения. Здесь же стоит отметить усиление роли удовольствий, которые желает получать от жизни молодое поколение, при этом процессы творческой активности заметно понижаются. Исследователи нередко отмечают возрастание ценности экологических и общегуманистических аспектов⁶, что находит отражение и в нашей эмпирике.

ВЫВОДЫ

1. Цифровая культура является востребованной реальностью, проведенный анализ уровней ее восприятия позволил выявить новые степени ее экзистенции.
2. Появились исследовательские работы, которые обосновывают теоретическое понятие цифровой культуры как с методологической, так и с социально-коммуникативной точек зрения.
3. Цифровая культура оказывает определяющее воздействие на изменение стратегий учащейся молодежи.
4. Увеличивается процент присутствия представителей поколения Z в профессиональном мире и области высшего образования, владеющих цифровой культурой на уровне любительства.
5. В результате проведенного анализа выявлены значительные изменения в поведенческих стратегиях учащейся молодежи.

⁶ Теория поколений. Системные требования: Adobe Acrobat Reader. URL: http://leda29.ru/uploads/com_files/02_2018_teoriya_pokolenij.pdf (дата обращения: 15.10.22).

6. Для профессиональной деятельности в условиях современных вызовов требуются профессиональная переподготовка, новые программы и специалисты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проведенный опрос предположительно свидетельствует не столько о размывании жизненных принципов и ценностей поколения, сколько об объективации и индивидуализации многих стратегий. Из анализа данных можно сделать выводы о возрастании ценности получения опыта и впечатлений, о преимущественно коллективном ведении профессиональной деятельности, о девальвации семейных ценностей, любви и брака, снижении духовных запросов. Поколение предпочитает строить свое мироощущение в соответствии с закономерностями и принципами виртуального мира, ожидая того же самого от мира реального. Генерация ориентирована внутрь себя, обладает низкой значимостью потребностей в поисках смысла жизни, самоутверждении, положительной оценке, творчестве, самовоспитании, самореализации. В качестве основного качества типического психотипа можно говорить об интровертируемом индивидуализме с большой долей инфантилизма, что создает предпосылки для возможных успешных манипуляций.

Список источников

1. Старый новый человек. Как власть формировала личность советского гражданина // Лента.ру : сайт интернет-газеты. URL: https://lenta.ru/articles/2016/04/06/soviet_man/. Дата публикации: 06.04.2022.
2. Маклюэн, М. (2007). Понимание медиа / Пер. с англ. В. Г. Николаева. М. : Гиперборей – Кучково поле. 464 с.
3. Теория поколений. Системные требования: Adobe Acrobat Reader. URL: http://leda29.ru/uploads/com_files/02_2018_teoriya_pokolenij.pdf (дата обращения: 15.10.22).

References

1. Staryy novyy chelovek. Kak vlast' formirovala lichnost' sovetskogo grazhdanina // Lenta.ru : sayt internet-gazety. URL: https://lenta.ru/articles/2016/04/06/soviet_man/. Data publikatsii: 06.04.2022. (In Russ.).

2. Maklyuen, M. (2007). Ponimaniye media / Per. s angl. V. G. Nikolayeva. M. : Giperboreya – Kuchkovo pole. 464 s. (In Russ.).
3. Teoriya pokoleniy. Sistemnyye trebovaniya: Adobe Acrobat Reader. URL: http://leda29.ru/uploads/com_files/02_2018_teoriya_pokolenij.pdf (data obrashcheniya: 15.10.22). (In Russ.).

Библиографический список

1. *Андреева Г. М.* Психология социального познания. — Москва : Аспект Пресс, 2008. — 288 с.
2. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. — Москва : Медиум, 1995. — 323 с.
3. *Галкин Д. В.* Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // *Международный журнал исследований культуры*. — 2012. — № 3. — С. 11–16.
4. *Гир Ч.* Цифровая контркультура / Перевод Д. В. Галкина // *Гуманитарная информатика. Сб. статей / Под ред. Г. В. Можяевой*. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2004. — Вып. 1. — С. 50–72.
5. *Гофман И.* Техники презентации. — Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. — 272 с.
6. *Кули Ч.* Социальная самость. — Москва : Директ-Медиа, 2007. — 16 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=26529 (дата обращения: 15.10.22).
7. *Кох И. А., Алексеева Л. А.* Терминальные и инструментальные ценности в структуре профессионально-ценностных ориентаций студенческой молодежи : научная статья по специальности «Социологические науки». — 2019. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/terminalnye-i-instrumentalnye-tsennosti-v-strukture-professionalno-tsennostnyh-orientatsiy-studencheskoj-molodezhi> (дата обращения: 15.10.22).
8. *Матвеева А.* Амбициозные и бессмысленные // *Эксперт*. — 2014. — № 3 (882). — С. 67.
9. *Мид Дж. Г.* Избранное. — Москва : ИНИОН РАН, 2009. — 290 с.
10. *Нейсбит Д.* Мегатренды / Перевод с англ. М. Б. Левина. — Москва : АСТ, Ермак, 2003. — 380 с.

11. Прокудин Д. Е., Соколов Е. Г. «Цифровая культура» vs «аналоговая культура» // Вестник СПбГУ. — 2013. — Сер. 17. — Вып. 4. — С. 83–91.
12. Соколова Н. Л. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху? // Международный журнал исследований культуры. — 2012. — № 3 (8). — С. 6–10.
13. Тоффлер Э. Шок будущего / Перевод с англ. Москва : АСТ, 2003. — 557 с.
14. Harré, R. Secord P. F. The explanation of social behaviour. Oxford, England : Blackwell, 1972. — 327 p.
15. Kaku M. Physics of the Future: How Science Will Shape Human Destiny and our Daily Lives by the Year 2100. New-York, London, Toronto : Doubleday, 2011. — 542 p.

Информация об авторах

Л. А. Коханова — доктор филологических наук, профессор факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

С. Б. Головки — кандидат филологических наук, доцент кафедры дискурсивных практик факультета дизайна и медиакоммуникаций ИОН РАНХиГС, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Information about the authors

L. A. Kohanova — Doctor of Philology, Professor of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Professor, Department of Printing and New Media, Academy of Media Industry.

S. B. Golovko — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Discursive Practices, Faculty of Design and Media Communications, ION RANEPА, Professor, Department of Printing and New Media, Academy of Media Industry.

*Статья поступила в редакцию: 11.11.2022;
одобрена после рецензирования: 13.11.2022;
принята к публикации: 15.11.2022.*

*The article was submitted 11.11.2022; approved
after reviewing 13.11.2022; accepted for
publication 15.06.2022.*

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ

Гранин Ю. Д.

39

*Эволюция российского федерализма
и трансформации коммуникативного пространства РФ*

Калмыков А. А.

58

Абсурдизм политики «на» театре медиа

THEORY QUESTIONS

Granin Yu. D.

39

The evolution of Russian Federalism and the transformation of the communicative space of the Russian Federation

Kalmykov A. A.

58

The absurdism of politics “on” the media theater

ЭВОЛЮЦИЯ РОССИЙСКОГО ФЕДЕРАЛИЗМА И ТРАНСФОРМАЦИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА РФ

ЮРИЙ ДМИТРИЕВИЧ ГРАНИН

Институт философии РАН, Москва, Россия, *maily-granin@mail.ru*

Аннотация. В статье реконструируются и анализируются основные этапы трансформации российского федерализма (1990–2022 гг.). За этот период страна эволюционировала от модели «кооперативного федерализма» (т. е. «договорной федерации») к модели «централизованной федерации». Последнюю не следует рассматривать как попытку возврата к унитарному государству. Скорее она тяготеет к специфическому использованию модели «федералистического федерализма» и хорошо вписывается в характерную для России имперскую парадигму развития. Последняя нередко интерпретируется как «несовременная» форма политического существования и развития. По мнению автора, это, широко распространенное, убеждение

основано на идеологически ангажированном и предвзятом понимании таких сложных форм политического устройства, каковыми являются «империи». Анализируя их, автор доказывает, что «федеративные империи» представляют собой адекватные формы развития для больших полиэтнических сообществ и распространения цивилизаций.

Ключевые слова: государство, империя, конфедерация, федерация, федерализм

Для цитирования: Гранин Ю. Д. Эволюция российского федерализма и трансформации коммуникативного пространства РФ // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 29–57.

THE EVOLUTION OF RUSSIAN FEDERALISM AND THE TRANSFORMATION OF THE COMMUNICATIVE SPACE OF THE RUSSIAN FEDERATION

YURY D. GRANIN

The Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russia, *maily-granin@mail.ru*

Abstract. The article reconstructs and analyzes the main stages of the transformation of Russian

federalism (1990–2022). During this period, the country has evolved from the model of “cooperative federalism” (i. e., “contractual federation”) to the model of “centralized federation”. The latter should not be regarded as an attempt to return

© Гранин Ю. Д., 2022

© Академия медиаиндустрии, 2022

to a unitary State. Rather, it tends to the specific use of the model of "foralistic federalism" and fits well into the imperial development paradigm characteristic of Russia. The latter is often interpreted as a "non-modern" form of political existence and development. According to the author, this widespread belief is based on an ideologically biased and biased understanding of such complex forms of political structure as "empires". Analyzing them, the author proves that "federated empires" represent adequate forms of development for

large multiethnic communities and the spread of civilizations.

Keywords: *state, empire, confederation, federation, federalism*

For citation: *Granin Yu. D. The evolution of Russian federalism and the transformation of the communicative space of the Russian Federation // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 29–57.*

В современных геополитических реалиях проблема консолидации российского общества обретает новую актуальность. Ее решение предполагает осмысление специфики государственного устройства нашей страны: политической формы, которая наиболее предпочтительна для сохранения этнокультурного, языкового и конфессионального разнообразия России, для эффективного управления этим разнообразием. Невзирая на то, что опыт полиэтнических стран XX–XXI столетий свидетельствует о приблизительно равных возможностях сохранения этнического мира, поддержания и развития этнокультурного, языкового и конфессионального разнообразия в унитарных и федеративных государствах, большинство специалистов отдают предпочтение федеративной форме государственного устройства. Но она не тождественна федерализму.

В отечественной политологии федерализм обычно означает: во-первых, теорию и практику формирования целостного союзного государства, образованного совокупностью политически и юридически равнозначных частей, связанных общими интересами, историческими судьбами, договорными конституционными отношениями и совместным управлением единым государством; во-вторых, форму государственности, в основе которой лежат следующие принципы: формирование геополитического пространства государства как единого целого из территорий членов (субъектов) федерации (штатов, кантонов, земель, республик и т. п.). Субъекты федерации обычно наделяются учредительной властью, обладают ограниченным суверенитетом, включая принятие собственной конституции. Компетенция между федерацией и ее субъектами разграничивается союзной конституцией. Каждый субъект федерации имеет свою правовую и судебную системы, но одновременно существует единое федеративное гражданство¹.

¹ См.: Политическая энциклопедия. Т. 2. М.: [б. и.], 1999. С. 542.

В социально-политическом отношении принципы федерализма связаны с философией естественного права и теорией конституционализма (парламентаризм, представительная демократия), становлением общества и рождением института нации как согражданства населения разных этнических групп, объединенных данной государственностью. В социально-экономическом отношении принципы федерализма могут быть реализованы только на основе развития внутреннего рынка страны, который интегрирует все материальные ресурсы субъектов федерации для удовлетворения всей массы потребностей данного государства и для внешнеэкономической деятельности федеративного центра, создания условий для развития национальных производств.

В политологическом дискурсе федерации принято противопоставлять, с одной стороны, унитарным государствам, а с другой — конфедерациям. В качестве образцов унитарных систем приводят такие страны, как Франция, Великобритания, Италия, Египет. Основной принцип, на который делается упор во всех этих случаях, заключается в том, что в каждом из них обнаруживается верховный единый центр власти. Когда речь заходит о примерах конфедерации, обычно упоминают Американскую Конфедерацию (1781 г.), Северо-Германский Союз (1867 г.), Швейцарскую Конфедерацию, существовавшую со времен средневековья и вплоть до 1867 года, а среди современных — Европейский Союз, Арабскую лигу, Организацию африканского единства (ОАЕ). Главным признаком конфедерации считается то, что центр не является там носителем верховной власти — он наделен своими полномочиями по соглашению составляющих конфедерацию единиц. Например, английский политолог П. Кинг, один из самых авторитетных исследователей проблем федерализма, в своей книге «Федерализм и федерация», отмечая относительность такого критерия, писал: «Подобно тому, как имеется бесчисленное множество часто несопоставимых типов централизации — децентрализации, существуют и другие критерии классификации правительств, не имеющие никакого отношения к степени централизации, и такие критерии тоже многочисленны и разнохарактерны»².

Конкретизируя далее такой подход, он дает следующее определение федерации: «...это государство, которое конституционно поделено на одно центральное и два или более территориальных (региональных) правительства. Сфера ответственности центра охватывает всю нацию в целом, тогда как полномочия территорий (регионов) имеют по преимуществу местный характер. Центральное правительство не является

² King P. *Federalism and Federation*. London, 2000, p. 28.

сувереном того образца, который не допускает вовлеченности в процесс принятия властных решений региональных единиц. Это обусловлено тем, что региональные единицы конституционно инкорпорированы в центр для выполнения определенных целей — например, для решения вопросов, связанных с принципами формирования федерального законодательного органа и назначения центральной исполнительной власти или же с процедурой принятия поправок к конституции. Соответственно, в федерации суверенный элемент состоит, как минимум, из трех компонентов: центра и двух или более территориальных единиц (регионов, кантонов, провинций либо штатов). На региональном уровне политическое участие людей, проживающих в этих территориальных единицах, может быть как ограниченным и непредставительным, так и репрезентативным и широким»³.

В состав современных федераций входит различное число субъектов, от 89 в Российской Федерации до 3–4 в Бельгии и Пакистане. Федерации, основанные на территориальном принципе, оказались более устойчивыми (США), тогда как образованные на национально-территориальной основе (Югославия) распались или подвергаются внутреннему давлению сепаратистов. Однако федеративное устройство многих государств обусловлено именно полиэтническим составом населения. В основу Российской Федерации положены национально-территориальный и территориальный принципы, каковые определяют и федеративные системы Бельгии, Канады, Индии, где эти системы достаточно эффективно обеспечивают решение национального вопроса и разграничение полномочий центра и регионов. Но почему в Российской Федерации использование этих принципов в 1990-е годы привело к невиданному росту этнонационализма?

* * *

По мнению известного политолога К. Росса, это было связано с историческим своеобразием постсоветской России, которая осуществила «двойной переход» в новое качество: одновременное реформирование и экономической, и политической сфер жизни. Поэтому, полагал он, ей не удалось создать устойчивую и жизнеспособную федерацию. Но дело не только в этом. Исторический опыт показывает, что федеративные государства основать гораздо сложнее, чем унитарные. А Россия создавала новую федеративную систему, занимаясь при этом приватизацией экономики и пытаясь в то же время радикально

³ King P. Federalism and Federation. London, 2000, p. 31.

перестроить всю политическую систему, и это чрезвычайно осложняет ее положение. «Слабость российского государства и федеральной Конституции, — заключает Росс, — создала ситуацию, когда федеральные власти не в состоянии охранять и поддерживать универсальные демократические принципы на территории всей страны и защищать права граждан в регионах, где правят сегодня авторитарные лидеры...основой отношений между центром и периферией в России стали политические и экономические связи, подменившие собой правовые и конституционные процедуры»⁴.

Английский политолог во многом прав: несовершенство конституционно-правовой базы РФ 1990-х в значительной мере определяло ее неустойчивость. Так, например, противоречия, содержащиеся в Конституции СССР и дополненные законодательными инициативами периода 1988—1991 гг., сыграли заметную роль в процессе распада СССР⁵. Помимо этого, серьезные последствия для национально-государственного единства России имел заключенный в 1992 году Федеративный договор. В мировой практике принято делить федерации в зависимости от путей возникновения на две группы. Так называемые договорные федерации (США, Швейцария, Австралия) возникли в результате договора между равноправными субъектами, делегировавших федеральному центру определенные полномочия. В таких федерациях субъекты первичны, а федерация вторична и в принципе может быть аннулирована с согласия ее учредителей. Другую группу составляют федерации, созданные «сверху», т. е. решением центральной власти, наделяющей территориальные единицы определенными полномочиями. Такие федерации отличаются более высокой степенью централизации управления. Но главная их особенность состоит в том, что федеральный центр в конечном счете оставляет за собой право создавать и упразднить самоуправляющиеся территории, а также менять их границы.

Исторически РСФСР (в отличие от СССР) была федерацией, образованной «сверху», решением V Всероссийского съезда Советов, принявшего конституцию РСФСР. В результате многие народы России, либо никогда не имевшие собственной государственности, либо утратившие ее несколько веков назад, получили, по крайней мере, символическую государственность (впрочем, местные политические элиты восприня-

⁴ Росс К. Федерализм и демократизация России // Полис. 1999. № 3. С. 17.

⁵ Прежде всего, это статья 72, предусматривавшая возможность свободного выхода каждой союзной республики из СССР и принятый в 1990 году закон, ограничивший это право, возведение автономных республик в ранг субъектов советской федерации и др.

ли ее как реальную). Подписание Федеративного договора в 1992 году по существу росчерком пера превратило Россию в договорную федерацию. Центр и субъекты федерации поменялись ролями, и теперь уже бывшие автономии стали стремиться — и небезуспешно — ограничить компетенцию центральной власти.

Принятие в 1993 году Конституции России реально мало что изменило: договорные отношения между федеральным центром и многими регионами продолжают действовать. И это «параллельное право», легитимирующее объективное неравенство регионов и, в ряде случаев, создающее преимущество республик перед другими субъектами федерации, постоянно провоцировало (и провоцирует) этнополитический и этнокультурный национализм, а, соответственно, неустойчивость России как федеративного государства⁶.

Так, например, советник президента Татарстана Р. Хаким в 1995 году утверждал, что Россия — «откровенно православная, и в этом вопросе противостоит Востоку, в то же время она традиционно антилиберальная и антидемократичная, что отдаляет ее от Запада». По его мнению, за критикой со стороны России расширения НАТО и ее попытками укрепить СНГ стоят, во-первых, восприятие федеральным центром соседних стран как сателлитов и, во-вторых, укрепляющиеся антизападные настроения. Чтобы подчеркнуть контраст с политикой федерального правительства, он делает акцент на том, что у Татарстана нет внешних врагов⁷. А в статье о татарской модели развития другой татарский общественник Д. Исхаков чуть раньше писал, что российская культура, остающаяся прямой наследницей советской, очень плохо приспособлена к потребностям модернизации. И это усиливает стремление татарстанского сообщества к прямому контакту с носителями европейской цивилизации: «геополитические приоритеты Татарстана никак не могут выстраиваться в узких рамках русско-православной Евразии»⁸.

Комментируя эту позицию, А. С. Макарычев справедливо отмечал: «В практическом плане столь серьезные разногласия Казани с Москвой выливаются в: а) вполне лояльное отношение руководства Татарстана к Североатлантическому блоку и оправдание его расширения на Восток; б) скептицизм по поводу возможности стратегического партнерства РФ и КНР; в) неприятие интеграции постсоветских республик в целом и слияния России и Белоруссии, в частности; г) резко отрицательное

⁶ См.: *Гранин Ю. Д.* Нации, национализм и федерализм. Калуга : Изд. Дом «Эйдос», 2002.

⁷ *Хаким Р.* Россия и Татарстан: у исторического перекрестка // *Панорама-Форум.* 1997. № 11. С. 14.

⁸ *Исхаков Д.* Модель Татарстана: «за» и «против» // *Панорама-Форум.* 1995, № 2. С. 14.

отношение к применению федеральными войсками силы в Чечне»⁹. Так, быть может, все дело в «асимметрии» Российской Федерации, которая, по мнению многих исследователей, должна быть устранена?¹⁰ Или же не приемлем сам «федерализм», который должен быть заменен унитарной государственностью?

Исторический опыт и политические теории на эти вопросы однозначного ответа не дают. Многие исследователи считают, что для социокультурной и конфессионально гетерогенной федерации симметричное административно-правовое и политическое устройство недопустимо: унифицированные политические модели эффективно нигде не работают¹¹ и не могут гарантировать межэтнический мир и согласие.

Но и применяемая в 1990-е годы в РФ модель «договорной федерации» также не смогла их не только гарантировать, а в значительной мере усугубила противоречия между федеральным центром и национальными республиками в составе РФ, выразившихся в серьезных межэтнических конфликтах на Северном Кавказе. Тогда произошел резкий отток русского населения из национальных республик этого региона, который составил более 310 тыс. человек, в основном пришедшийся на Чеченскую Республику (210 тыс. чел.) и Республику Дагестан (45 тыс. чел.). За этот период удельный вес русского населения сократился до 18 %. В результате двух военных компаний в Чечне русское население уменьшилось до 25–30 тыс. человек, большинство которых проживало в сельской местности в надтеречных районах республики. Всероссийская перепись населения 2002 г. выявила в Грозном всего 5,3 тыс. русских жителей¹².

Показательна и динамика роста построения собственной системы национального (этнического) образования, свидетельствующая о настойчивости и последовательности республик к культурной самостоятельности. В общей сети образовательных учреждений Республики

⁹ Макарычев А. С. Федерализм эпохи глобализма: вызовы для региональной России // Полис. 2000. № 5. С. 92.

¹⁰ «Федерализм, — подчеркивали В. Ильин и А. Ахиезер, — правильно толковать не как национально-территориальную, но как территориальную форму демократического устройства на базе волеизъявления всех (а не «титულных») проживающих в данной административной единице граждан». См.: Ильин В. В., Ахиезер А. С. Российская государственность: истоки, традиции, перспективы. М. : [б. и.], 1998, С. 235.

¹¹ См.: Абдулатипов Р. Г., Болтенкова Л. Ф. Опыты федерализма. М. : [б. и.], 1994 ; Абдулатипов Р. Г. Россия на пороге XXI века: состояние и перспективы федеративного устройства. М. : [б. и.], 1996 ; Иванов В. Н., Яровой О. А. Российский федерализм: становление и развитие. М. : [б. и.], 2000 и др.

¹² Суций С. Я. Русское население городов Северного Кавказа: демографическая динамика XIX—начала XX в. // Вестник Академии наук Чеченской Республики. 2018. № 4 (41). С. 71.

Саха (Якутия) школы с родным языком обучения составляют более 40 %, Республики Башкортостан — 45 %, Республики Татарстан — 53 %, 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 некогда идейно и ценностно единого информационно-коммуникативного пространства России.

В этих, по сей день не отмененных, законах «государственными» на территории субъекта федерации провозглашались, как правило, два языка — язык «коренной нации» и русский язык. До начала 2010-х в большинстве случаев республиканские законы о языке включали статьи, легитимизирующие льготы и преференции по этноязыковому принципу для представителей так называемых титульных этносов. Одновременно республики выстроили собственные — национальные — системы образования, отличавшиеся от федеральных образовательных стандартов. Фактически было осуществлено новое издание «коренизации», повлекшее за собой кадровые чистки в госструктурах, школах и вузах Татарстана, Башкирии, Якутии, других бывших автономиях. 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 народам¹³.

* * *

Разумеется, проблема устойчивости государственного порядка и общественного согласия не ограничена национально-этнической сферой. Ее решение во многом зависит от способности федеральной власти управлять многонародным сообществом. А эта задача не в полной мере, а лишь в административно-правовой, но не «культурно-исторической» плоскости была осознана лишь к началу 21 века. К тому времени государство во многом потеряло управляемость и распалось на множество полунезависимых субъектов, в которых не исполняющиеся федеральные законы подменялись собственными, часто проти-

¹³ Подробнее см.: *Гранин Ю. Д.* Проблема формирования «русской нации». Коммуникативный аспект // *Вестник Академии Медиаиндустрии*. М.: Академия Медиаиндустрии, 2022. № 2 (30). С. 131–153.

воречащими самой сути российской Конституции. Не случайно летом 2000 года Конституционный суд РФ признал понятия «суверенный» и «субъект международного права» по отношению к субъектам Федерации противоречащими Основному закону. А ведь этот принцип еще совсем недавно являлся чуть ли не краеугольным камнем для нашего федерализма и прямо следовал из декларации президента Б. Ельцина: «Берите столько суверенитета, сколько хотите».

Таким образом, бездумные радикальные реформы 1990-х годов, включая «парад суверенитетов», не привели к сбалансированному перераспределению властных полномочий от Центра к регионам¹⁴. Они только усилили местные административные и финансовые элиты, крайне ослабив вместе с тем единство и целостность Российской Федерации. Это констатировал и в ряде своих заявлений Президент России В. В. Путин. Например, в марте 2001 года в интервью центральным газетам он отметил: «25 процентов всех законодательных актов субъектов Федерации находилось в противоречии с Конституцией России и с федеральным законодательством... Во многих конституциях, уставах субъектов Федерации мы могли найти все что угодно: и международную правосубъектность, и чуть ли не собственные вооруженные силы. Не было только одного — что та или иная административно-территориальная единица является субъектом Российской Федерации»¹⁵. Не было и понимания безотлагательной необходимости формирования нового информационно-коммуникативного пространства России, в границах которого должно было быть создано общее «символическое поле» и система ценностей, способные, после разрушения «советской идентичности», сплотить полиэтничное население России в культурно-историческое целое — «российскую цивилизацию». Помимо реорганизации системы образования страны, решающую роль в решении этой важнейшей задачи должны были сыграть отечественные СМИ и прежде всего телевидение. Но они в те годы пошли (и до сих пор идут) другим путем: «путем наследников Рэндолафа Хёрста». Эта тема заслуживает того, чтобы сказать о ней несколько слов.

* * *

Напомним читателю, что шедший по стопам своего вечного соперника Джозефа Пулитцера (1847–1911), сформулировавшего и воплотившего в жизнь принципы «новой журналистики» — т. н. «желтой

¹⁴ Подробнее см., например, *Мамсуров Т. Д.* Регионы – Центр: проблемы согласования интересов. М. : Изд-во РУДН, 2000.

¹⁵ Газета «Труд». 22 марта 2001. С. 1.

прессы»¹⁶, Рэндолф Хёрст хорошо усвоил формулу успеха своего «учителя»: *главный и единственный критерий качества газеты — тираж*. А формула увеличения тиража, сформулированная Пулитцером, была довольно проста: *политический скандал + расследование + разнообразные сенсации + спорт + женские рубрики + иллюстрации + юмор + реклама обеспечивают высокий тираж*.

История борьбы Пулитцера и Херстом вошла в историю журналистики как «Битва Титанов». И в этой борьбе Пулитцер ожидаемо проиграл. Формируя принципы новой журналистики, он, выходец из самых низов эмиграции, на всю жизнь сохранил пиетет к «высокой культуре» и пониманию журналистики как средства незаинтересованного информирования и убеждения читателя. Поэтому он стремился к разнообразию, предлагая одним «легкое чтение», а другим — аналитические материалы.

Потомственный миллионер, «золотой мальчик» Уильям Рэндольф Херст (1863–1951), позиционировавший себя как социалист и разоблачитель «трестов»¹⁷, не имел никаких моральных и профессиональных обязательств перед читателями, что, как отмечают историки, повлекло за собой вульгаризацию стиля и безответственность газетного репортажа.

Если Пулитцер впервые в истории журналистики ввел жанр «динамического репортажа», тесно связанного с «детективным» аспектом освещения материала, создание которого требовало от журналиста действительно титанических усилий, то Хёрст пошел по пути смакования натуралистических деталей. Если на страницах его изданий описывались убийства или железнодорожные катастрофы, то художники обязательно рисовали все жуткие подробности. И этот метод сделал свое дело — газетные тиражи достигли небывалых размеров.

Хёрст превратил газету из ресурса информации в массовое развлечение. Он снизил тон и одновременно изменил методологию журналистской работы. Последнюю он довольно откровенно постулировал

¹⁶ Акцент в которой был сделан на оперативное сообщение драматических фактов и создание «human-interest stories» — газетных материалов, ориентированных не на освещение достоверных событий, а на пробуждение эмоций. Любопытство, сострадание, юмор, тревога — возбуждение этих и других чувств читателей стало главной задачей новой журналистики. Пулитцер (а затем и Херст) ввел особый вид сенсационного репортажа, основным методом которого было смещение центра внимания с самого факта на его подачу. Более того. От своих сотрудников Пулитцер требовал интерпретировать все новости в духе сенсаций. А когда сенсаций не было, их просто придумывали.

¹⁷ Поэтому с ним первоначально сотрудничали Марк Твен, Джек Лондон и многие другие известные публицисты, не подозревавшие, что Херст вырос в атмосфере нетерпимости и расизма.

в несложных правилах. Читатель, утверждал он, интересуется прежде всего событиями, которые содержат компоненты его собственной примитивной природы — «самосохранение, размножение и тщеславие». Тем самым «новый журнализм» Хёрста, привлекательный в силу простоты для любой аудитории, изменил и критерии оценки качества журналистики. Непреложным правилом новых изданий стала формула — один элемент из списка Р. Хёрста делает текст хорошим, два еще лучше, а наличие всех трех обеспечивают первоклассный информационный материал. «Мы, — писал в 1927 году Хёрст, — отвергаем все сообщения, которые не содержат ни одного из трех названных элементов. Мы пренебрегаем всем, либо совершенно обходим молчанием все, что является только важным, но неинтересным. Мы признаем тот же принцип при подаче заголовка, а также при выборе телеграфных сообщений и развлекательного материала»¹⁸.

Результаты не заставили себя ждать. Форма и содержание журналистского текста стали приспособляться к новой структуре информационного потребления. Но главное «достижение» Хёрста в другом: он первый превратил прессу в средство манипуляции государственной политикой и массовым сознанием, развязал первую в истории журналистики информационную войну против правительства президента Маккинли.

Поразительно, но в Америке, безусловно, талантливый У. Хёрст признан «Союзом бизнес-редакторов и журналистов США» одним из величайших деятелей культуры. С этим можно согласиться, если под культурой понимать низкопробную «массовую культуру», для формирования и распространения которой медиамагнат сделал немало. В том числе — благодаря телевидению, на которое он перенес все «родимые пятна» желтой прессы. И российское телевидение «лихих девяностых» заимствовало их без остатка. Популизм, сенсационность, смакование интимных подробностей, метод «замочной скважины», вмешательство в личную жизнь, тематический эклектизм, примат формы над содержанием и др. — далеко не полный перечень характерологических черт нашего телевидения, которые заимствовали и продолжают использовать российские «наследники» Хёрста.

Имя им «легион», и их имена на слуху. Это и нынешние руководители телевизионных каналов, кино- и телекомпаний, это известные мэтры тележурналистики, известные телеведущие развлекательных, полити-

¹⁸ Михайлов С. А. История журналистики Соединенных Штатов Америки. СПб.: [б. и.], 2004. С. 125.

ческих и прочих «шоу». Вне зависимости от политических ориентаций (которые они не раз меняли) всех их объединяет одно: большинство из них вышло из медиаимперий Гусинского и Березовского, куда они, не придумав ничего нового, просто перенесли апробированные на Западе принципы и «форматы» «херстовского» телевидения.

Эпатирующее освещение табуированной тематики, нездоровый интерес к личной жизни, прежде всего «звезд», манипулирование общественным мнением, интерес к мистике, искусственным сенсациям и скандалам, превалирование визуальной информации над текстовой и далее, далее по списку «Пулитцера – Херста» — за исключением каналов «Культура», «Звезда». «Спас» и «Общественного телевидения России» — эти характеристики в той или иной мере до сих пор присущи всем российским эфирным телеканалам всех крупнейших телекомпаний. О сотнях региональных и муниципальных не будем и говорить. Даже сейчас, в условиях мобилизации и необъявленной войны России на Украине, в сетке вещания Первого канала, ВГТРК, ТВ Центр, НТВ, РЕН ТВ, СТС и ТНТ продолжают преобладать «голливудское кино», низкопробные детективы и «бандитские» телефильмы «отечественного разлива», многочисленные «ток-шоу» и «реалити-шоу»: «Комеди Клабы», «Дома-2», «Уральские» и прочие «пельмени», где подвизаются кривляки — кавээнщики. Почему с телеэкранов льются пошлость, высосанные из пальца «сенсации» и «скандалы», пропагандируются «Мистические истории», «Битвы экстрасенсов», «X-версии» и другая псевдонаучная чушь?

Помимо очевидной ориентации на извлечение прибыли, рационально объяснить это можно как минимум двумя причинами: либо медиакорпорации (прежде всего АО «Газпром-Медиа Холдинг» и «Национальная медиа группа» (НМГ)¹⁹, имеющие контрольные пакеты акций в указанных телекомпаниях, не контролируют произведенный ими телеконтент, либо он их вполне устраивает, поскольку соответствует культурному багажу их менеджеров. Последнее было бы абсурдно, если бы не опыт последних российских модернизаций (реформ в сфере образования и науки), которые успешно буксуют на месте. Но вернемся к федерализму.

* * *

¹⁹ Подробнее, в частности, см.: *Матвеев М., Гатаулин Ф.* На голубом глазу: кто они, повелители телеэфира России и Татарстана. Что общего между Ковальчуком, Ротенбергами и Шерлоком Холмсом? Битва за «первую кнопку» // *Realnoevremya.ru* : сайт интернет-газеты «Реальное время». URL: <https://realnoevremya.ru/articles/53920-komu-prinadlezhat-telekanaly-rossii>. Дата публикации: 31.01.2017.

Отрицательный опыт федеративного строительства 1990-х годов в России, распад Югославской федерации, другие примеры такого же рода, безусловно, способствовали пересмотру Кремлем модели федеративного устройства России: в первое десятилетие 21 века она относительно плавно эволюционировала от модели «кооперативного федерализма» (т. е. «договорной федерации») к модели «централизованной федерации» — выстраиванию «властной вертикали» федеральным центром. В частности, были созданы «федеральные округа», укрупнены (за счет автономных округов) некоторые субъекты федерации, отменены должности «президентов» республик. Тем самым, как считают некоторые, Россия пошла по пути использования модели «форалистического федерализма»²⁰, которая, не отменяя практики заключения договоров между республиками и федеральным центром в исключительных (специальных) случаях, обеспечивает единый правовой статус субъектов федерации, предполагает расширение полномочий последних в сфере совместного ведения, подчеркивая усиление ответственности регионов за соблюдение федерального законодательства.

Поддерживая аргументы в пользу перспективности такой модели, хочу добавить, что она хорошо вписывается в имперскую парадигму развития, которая, как я уже писал, наиболее адекватна для больших полиэтнических сообществ и распространения цивилизаций на большие расстояния²¹. Ошибочно думать, что многовековая имперскость России (как минимум пятисотлетнее воспроизводство имперских порядков жизни) свидетельствует о ее «несовременности»²². Это широко распространенное убеждение основано на идеологически ангажированном и предвзятом понимании таких сложных форм политического устройства, каковыми являются «империи». Они сплошь и рядом квалифицируются как наихудшие формы правления и «тюрьмы народов», как государства, основанные на военном и экономическом насилии. При этом благополучно забывают, что государства всех типов, в том числе и «национальные государства» Европы, многие из которых затем стали «колониальными империями», были образованы путем войн и поддерживали свое существование путем масштабного насилия.

²⁰ Сущность которой заключается в том, что отдельные субъекты федерации имеют преимущества («фору») по сравнению с другими субъектами данной федерации.

²¹ *Гранин Ю. Д.* Бесконечная имперскость России. Цивилизационное измерение // Вопросы философии. 2022. № 9. С. 76–86.

²² *Абалов А., Иноземцев В.* Бесконечная империя. Россия в поисках себя. М.: Альпина Паблицер, 2021. Развернутую критику этой позиции см.: *Гранин Ю. Д.* Бесконечная имперскость России. Цивилизационное измерение // Вопросы философии. 2022. № 9. С. 76–86.

Не случайно Ч. Тилли, блестяще проанализировавший историю формирования европейских государств, назвал этот процесс «узаконенным рэккетом»²³. Так что апелляция к «завоеваниям» и «насилию» как специфической характеристике империй не является аргументом для отказа от этой формы государственного устройства.

История свидетельствует: подавляющее большинство империй действительно образовывались и расширялись путем завоеваний, но их дальнейшая судьба была связана отнюдь не с «насилием одного этноса над другими», как считают Абалов и Иноземцев, а с различными формами легитимного господства и культурного доминирования, искусственным осуществлением которых можно объяснить многовековое существование большинства империй. В контексте всемирной истории последние продуктивно интерпретировать как *большие высокоцентрализованные полиэтнические государства с «открытыми порядками жизни», универсальный* (т. е. пригодный для многих целей) характер которых (вне зависимости от монархической, республиканской и иных форм правления, унитарного или федеративного способа государственного устройства)²⁴ *оказывался наиболее эффективной политической формой легитимного сосуществования народов.*

Разумеется, ни одно определение империи, абстрагирующееся от многообразия исторических воплощений имперских государств, не может вместить явленное веками их феноменальное разнообразие. Реагируя на эту очевидность, Доминик Ливен писал: *«Империя — это сложная и изысканная область науки, населенная леопардами и другими дикими созданиями. Свести все это к определениям и формулам — значит превратить леопарда в домашнюю киску дефективную, уродливую, трехногую и бесхвостую»*²⁵. Действительно, этого делать не следует. Но опираясь на гигантское собрание научных и околонучных исторических нарративов, посвященных империям, можно без труда обнаружить, что эти «леопарды истории» совсем не были «дикими созданиями», стремящимися поглотить и насытиться «плотью и кровью» сопредельных с ними народов. Таковыми они выглядят лишь из пространства агрессивной геополитики. В другом горизонте исторического анализа —

²³ Тилли Чарльз. Война и строительство государства как организованная преступность // Пер. А. Малюк. URL: <https://commons.com.ua/uk/vojna-i-stroitelstvo-gosudarstva-kak-organizovannaya-prestupnost>. Дата публикации: 06.04.2016.

²⁴ Подробнее о типах империй см.: Гранин Ю. Д. Имперский характер России: исторический тупик или «окно возможностей»? // Журналист. Социальные коммуникации. 2022. № 2, 3.

²⁵ Ливен Доминик. Российская империя и её враги с XVI века до наших дней. М. : Европа, 2007. С. 682. (Курсив мой — Ю. Г.).

всемирно-исторического движения человечества от «варварских» к цивилизованным формам и порядкам совместной жизни — жизнь этих «диких созданий» обретают совсем иной смысл.

Это сейчас «империя» и соответствующие ей реалии воспринимаются многими как нечто регрессивное. Однако на протяжении столетий, до и после новой эры, *имперская политическая форма несла в себе позитивный культурно-исторический и социальный смысл*, утверждая в «колониях» и «провинциях» единую для всех государственную политическую идеологию и единые законы совместного проживания миллионов этнически и религиозно разных людей. Исключение составляли так называемые степные империи (Чингиз-Хана, Тамерлана и др.), милитарное властвование которых над покоренными народами не вело ни к какому (экономическому, политическому и культурному) развитию. Их правильно именовать полуварварскими «восточными деспотиями» и отличать от собственно империй. По моему мнению, «империи» от «неимперий» отличаются не формой правления и государственного устройства, а «цивилизационно»: *в истории Евразии «империи» выступали наиболее адекватной политической формой цивилизаций, были политическим способом существования и распространения разнообразных «цивилизационных моделей» жизни* — форм и институтов политического, экономического, социального и культурно-духовного развития.

Имея в виду это обстоятельство, некоторые исследователи справедливо предпочитают рассуждать не о локальных «цивилизациях», а о «цивилизационно-имперских системах»²⁶. Их возникновение, добавлю, оказывалось важным фактором мировой динамики, формируя попеременно меняющиеся «центры» международного развития: «места» военного, социально-экономического и культурного доминирования в пределах нескольких географических регионов одной из локальных цивилизаций.

Настоящее время очевидно демонстрирует смену полюсов всемирно-исторической эволюции: переход от доминирования евроатлантической цивилизационно-имперской системы, возглавляемой США, к многополюсной системе международных отношений, ключевые позиции в которой будут, помимо «англосаксонского мира», принадлежать и другим большим «странам-цивилизациям», одной из которых является современная Россия.

²⁶ Ильин М. В. *Patrimonium et imperium: метаморфозы двух прототипических порядков в зеркале эволюционной морфологии (часть 1)* // ПОЛИТЭКС. Т. 10. 2014. № 3. С. 5–21. ; Ильин М. В. *Patrimonium et imperium: метаморфозы двух прототипических порядков в зеркале эволюционной морфологии (часть 2)* // ПОЛИТЭКС. 2015. № 1. С. 5–24.

Не имея возможности специально обсуждать этот вопрос, вновь отмечу лишь продуктивность имперской парадигмы развития, характерной чертой которой было (и остается) наличие *асимметричной системы управления* (конфессионально, лингвистически, культурно и экономически гетерогенным) *многонародным социумом*. Примером успешно функционировавшей асимметричной системы управления народами в свое время была Римская империя, а значительно позже династическая Российская империя Романовых, где одним было устройство Финляндии, а совсем иным — Кавказа. Асимметрично оформленной федерацией является Индия, где в зависимости от этнокультурных особенностей оформились различные системы управления и политического устройства штатов и территорий, которые складывались путем автономного конституирования отдельных этносов и культурных групп. Современная Российская Федерация движется тем же путем. Главное на этом пути сохранять баланс федерального централизма и регионального (политического, экономического и социокультурного) разнообразия и не забывать, что «усредненные» гетерогенные федерации СССР и СФРЮ распались.

Список источников

1. Политическая энциклопедия. Т. 2. М. : [б. и.], 1999. С. 542.
2. *King P.* Federalism and Federation. London, 2000, p. 28–31.
3. *Росс К.* Федерализм и демократизация России // Полис. 1999. № 3. С. 17.
4. *Гранин Ю. Д.* Нации, национализм и федерализм. Калуга : Изд. Дом «Эйдос», 2002.
5. *Хаким Р.* Россия и Татарстан: у исторического перекрестка // Панорама-Форум. 1997. № 11. С. 5–15.
6. *Исхаков Д.* Модель Татарстана: «за» и «против» // Панорама-Форум. 1995, № 2. С. 10–18.
7. *Макарычев А. С.* Федерализм эпохи глобализма: вызовы для региональной России // Полис. 2000. № 5. С. 85–96.
8. *Ильин В. В., Ахиезер А. С.* Российская государственность: истоки, традиции, перспективы. М. : [б. и.], 1998, С. 235.
9. *Абдулатипов Р. Г., Болтенкова Л. Ф.* Опыты федерализма. М. : [б. и.], 1994.
10. *Абдулатипов Р. Г.* Россия на пороге XXI века: состояние и перспективы федеративного устройства. М. : [б. и.], 1996.
11. *Иванов В. Н., Яровой О. А.* Российский федерализм: становление и развитие. М. : [б. и.], 2000 и др.

12. *Суцкий С. Я.* Русское население городов Северного Кавказа: демографическая динамика XIX—начала XX в. // Вестник Академии наук Чеченской Республики. 2018. № 4 (41). С. 66–73.
13. *Гранин Ю. Д.* Проблема формирования «российской нации». Коммуникативный аспект // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 2. С. 131–153.
14. *Мамсуров Т. Д.* Регионы – Центр: проблемы согласования интересов. М. : Изд-во РУДН, 2000.
15. Газета «Труд». 22 марта 2001. С. 1.
16. *Михайлов С. А.* История журналистики Соединенных Штатов Америки. СПб. : [б. и.], 2004. С. 125.
17. *Матвеев М., Гатаулин Ф.* На голубом глазу: кто они, повелители телеэфира России и Татарстана. Что общего между Ковальчуком, Ротенбергами и Шерлоком Холмсом? Битва за «первую кнопку» // Realnoevremya.ru : сайт интернет-газеты «Реальное время». URL: <https://realnoevremya.ru/articles/53920-komu-prinadlezhat-telekanaly-rossii>. Дата публикации: 31.01.2017.
18. *Гранин Ю. Д.* Бесконечная имперскость России. Цивилизационное измерение // Вопросы философии. 2022. № 9. С. 76–86.
19. *Абалов А., Иноземцев В.* Бесконечная империя. Россия в поисках себя. М. : Альпина Паблишер, 2021.
20. *Тилли Чарльз.* Война и строительство государства как организованная преступность // Пер. А. Малюк. URL: <https://commons.com.ua/uk/vojna-i-stroitelstvo-gosudarstva-kak-organizovannaya-prestupnost>. Дата публикации: 06.04.2016.
21. *Гранин Ю. Д.* Имперский характер России: исторический тупик или «окно возможностей»? // Журналист. Социальные коммуникации. 2022. № 2, 3.
22. *Ливен Доминик.* Российская империя и её враги с XVI века до наших дней. М. : Европа, 2007. С. 682.
23. *Ильин М. В.* Patrimonium et imperium: метаморфозы двух прототипических порядков в зеркале эволюционной морфологии (часть 1) // ПОЛИТЭКС. Т. 10. 2014. № 3. С. 5–21.
24. *Ильин М. В.* Patrimonium et imperium: метаморфозы двух прототипических порядков в зеркале эволюционной морфологии (часть 2) // ПОЛИТЭКС. 2015. № 1. С. 5–24.

References

1. Politicheskaya entsiklopediya. T. 2. M. : [b. i.], 1999. S. 542. (In Russ).
2. King P. Federalism and Federation. London, 2000, p. 28–31.
3. Ross K. Federalizm i demokratizatsiya Rossii // Polis. 1999. № 3. S. 17. (In Russ).
4. Granin Yu. D. Natsii, natsionalizm i federalizm. Kaluga : Izd. Dom «Eydos», 2002. (In Russ).
5. Khakim R. Rossiya i Tatarstan: u istoricheskogo perekrestka // Panorama-Forum. 1997. № 11. S. 5–15. (In Russ).
6. Iskhakov D. Model' Tatarstana: «za» i «protiv» // Panorama-Forum. 1995, № 2. S. 10–18. (In Russ).
7. Makarychev A. S. Federalizm epokhi globalizma: vyzovy dlya regional'noy Rossii // Polis. 2000. № 5. S. 85–96. (In Russ).
8. Il'in V. V., Akhiyezer A. S. Rossiyskaya gosudarstvennost': istoki, traditsii, perspektivy. M. : [b. i.], 1998, S. 235. (In Russ).
9. Abdulatipov R. G., Boltenkova L. F. Opytyfederalizma. M. : [b. i.], 1994. (In Russ).
10. Abdulatipov R. G. Rossiya na poroge XXI veka: sostoyaniye i perspektivy federativnogo ustroystva. M. : [b. i.], 1996. (In Russ).
11. Ivanov V. N., Yarovoy O. A. Rossiyskiy federalizm: stanovleniye i razvitiye. M. : [b. i.], 2000 i dr. (In Russ).
12. Sushchiy S. Ya. Russkoye naseleniye gorodov Severnogo Kavkaza: demograficheskaya dinamika XIX–nachala XX v. // Vestnik Akademii nauk Chechenskoy Respubliki. 2018. № 4 (41). S. 71. (66–73). (In Russ).
13. Granin Yu. D. Problema formirovaniya «rossiyskoy natsii». Kommunikativnyy aspekt // Vestnik Akademii mediaindustrii. M. : Akademiya mediaindustrii, 2022. № 2. S. 131–153. (In Russ).
14. Mamsurov T. D. Regiony – Tsentr: problemy soglasovaniya interesov. M. : Izd-vo RUDN, 2000. (In Russ).
15. Gazeta «Trud». 22 marta 2001. S. 1. (In Russ).
16. Mikhaylov S. A. Istoriya zhurnalistiki Soyedinennykh Shtatov Ameriki. SPb. : [b. i.], 2004. S. 125. (In Russ).
17. Matveyev M., Gataulin F. Na golubom glazu: kto oni, poveliteli telefira Rossii i Tatarstana. Chto obshchego mezhdru Koval'chukom, Rotenbergami i Sherlokom Kholmsom? Bitva za «pervuyu knopku» // Realnoevremya.ru : sayt internet-gazety «Real'noye

- время». URL: <https://realnoevremya.ru/articles/53920-komu-prinadlezhat-telekanaly-rossii>. Data publikatsii: 31.01.2017. (In Russ).
18. Granin Yu. D. Beskonechnaya imperskost' Rossii. Tsivilizatsionnoye izmereniye // Voprosy filosofii. 2022. № 9. S. 76–86. (In Russ).
 19. Abalov A., Inozemtsev V. Beskonechnaya imperiya. Rossiya v poiskakh sebya. M. : Al'pina Pablisher, 2021. (In Russ).
 20. Tilli Charl'z. Voyna i stroitel'stvo gosudarstva kak organizovannaya prestupnost' // Per. A. Malyuk. URL: <https://commons.com.ua/uk/voyna-i-stroitelstvo-gosudarstva-kak-organizovannaya-prestupnost>. Data publikatsii: 06.04.2016. (In Russ).
 21. Granin Yu. D. Imperskiy kharakter Rossii: istoricheskiy tupik ili «okno vozmozhnostey»? // Zhurnalist. Sotsial'nyye kommunikatsii. 2022. № 2, 3. (In Russ).
 22. Liven Dominik. Rossiyskaya imperiya i eyë vragi s XVI veka do nashikh dney. M. : Evropa, 2007. S. 682. (In Russ).
 23. Il'in M. V. Patrimonium et imperium: metamorfozy dvukh prototipicheskikh poryadkov v zerkale evolyutsionnoy morfologii (chast' 1) // POLITEKS. T. 10. 2014. № 3. S. 5–21. (In Russ).
 24. Il'in M. V. Patrimonium et imperium: metamorfozy dvukh prototipicheskikh poryadkov v zerkale evolyutsionnoy morfologii (chast' 2) // POLITEKS. 2015. № 1. S. 5–24. (In Russ).

Информация об авторе

Ю. Д. Гранин — доктор философских наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института философии РАН.

Information about the author

Y. D. Granin — Doctor of philosophy, Professor, Leading researcher of the Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences (IPhRAS).

*Статья поступила в редакцию 25.10.2022;
одобрена после рецензирования 26.10.2022;
принята к публикации 30.10.2022.*

*The article was submitted 25.10.2022; approved
after reviewing 26.10.2022; accepted for
publication 30.10.2022.*

АБСУРДИЗМ ПОЛИТИКИ «НА» ТЕАТРЕ МЕДИА

АЛЕКСАНДР АЛЬБЕРТОВИЧ КАЛМЫКОВ^{1,2}

¹ Академия медиаиндустрии, Москва, Россия, alex.kalmykov@gmail.com

² Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия

Аннотация. Современное медийное пространство в условиях информационной войны все чаще использует абсурдистские утверждения при освещении актуальных политических событий. Показано, что этим достигается формирование пространства постправды и некритичность восприятия информации аудиториями.

Ключевые слова: медиа, абсурдизм, пост-правда, культура отмены, здравый смысл, информационная война

Для цитирования: Калмыков А. А. Абсурдизм политики «на» театре медиа // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 58–70.

THE ABSURDISM OF POLITICS “ON” THE MEDIA THEATER

ALEXANDER A. KALMYKOV^{1,2}

¹ Academy of Media Industry, Moscow, Russia, alex.kalmykov@gmail.com

² Russian State University, Moscow, Russia

Abstract. The modern media space in the conditions of the information war is increasingly using absurdist statements when sanctifying current political events. It is shown that this achieves the formation of a post-truth space and uncritical perception of information by audiences.

Keywords: Media, absurdism, Post truth, Cancellation culture, Common sense, the information war

For citation: Kalmykov A. A. The Absurdism of Politics “on” the Media Theater // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 58–70.

В 2014 году автор этих строк опубликовал в Вестнике РГГУ в рамках тематической подборки «Экстрасоциальные феномены в коммуникации и политике» статью «Логика абсурда в современной

политике»¹. В этой работе была предпринята попытка оценить возможность использования абсурдистской логики в исследовании социокультурных, политических и коммуникативных феноменов в целях анализа и прогнозирования будущего. Таким образом, в работе была означена задача выработки новых абсурдистских методологических ориентиров производства гуманитарного знания с учетом того, что форматы его представления в научно-образовательных практиках стремительно меняются.

Логика абсурда действительно все в большей степени становится системным свойством политики в эпоху постмодерна. Помимо научного дискурса, особо актуальным являются отображения событийности на таком глобальном перцептивном экране, как медиа, или, точнее, это формирование в информационно-коммуникативном пространстве новых токсичных образований типа «постправды» «культуры отмены», которые вместе с традиционными инструментами информационной войны создают пласты инобытийной реальности в массовом сознании. Следует отметить, что подобная информационная и мировоззренческая агрессия, как правило, носит абсурдистский характер и поэтому требует соответствующего абсурдистского анализа.

Одним из самых последних примеров является развернутая дискуссия в западных медиа на тему «Применит ли Путин на Украине тактическое ядерное оружие? Как этому помешать и что делать, если это действительно произойдет?». Абсурдистский характер этой дискуссии достаточно очевиден. Хотя бы потому, что она основана на фактах, не существовавших в действительности: Президент РФ ни разу не говорил о возможности применения тактического ядерного оружия. Более того, любой здравомыслящий человек поймет, что локальное применения ядерного оружия на Украине не в интересах России. России не нужна отравленная мертвая территория по соседству. Не нужно больших мыслительных усилий, чтобы прийти к выводу, что если и возникнет необходимость ядерной атаки, то атака эта будет не тактическими, а стратегическими средствами и отнюдь не по Украине.

Тут, скорее всего, все и закончится, поскольку ядерное оружие, строго говоря, и оружием-то не является, так как не может служить средством победы, поскольку приведет к гарантированному уничтожению всех противоборствующих сторон. Получается, что само по себе ядерное оружие, если кто-то считает его на самом деле оружием, —

¹ *Калмыков А. А.* Логика абсурда в современной политике // Вестник РГГУ. 2014. № 1 (123). С. 37–46.

это воплощенный в расщепляющемся материале технологически совершенный абсурд. Его задача угрожать войной, но всячески ей противодействовать. Так зачем же, спрашивается, так активно муссируется в СМИ тема тактического ядерного оружия и его возможного применения?

Как известно, абсурд происходит от *лат.* ad absurdum, в исходном понимании — «исходящий от глухого», т. е. подразумевает ответ на вопрос, который не был задан или не был услышан. Уже в снятом виде абсурд это просто нелепость, нелогичность, нечто противоречащее так называемому здравому смыслу. Это его особенность абстрагироваться от «здравого смысла» обыденности, готовности «посмотреть на предмет голыми глазами»² оказалась весьма продуктивной для литературы и искусства в основном первой половины XX века. Однако при знакомстве с пластом абсурдистской литературы начала прошлого века возникает ощущение ее крайней актуальности. Создается впечатление, что эстетический абсурдизм XX века более адекватен реальности XXI века. Он переступил рамки художественного вымысла и прописался в политической, социокультурной и, конечно же, медийной реальности.

Более того, абсурдистский информационный вброс, или, точнее, абсурдистский фрейм, инструментально может привести к вполне реальным политическим последствиям, хотя, как покажем далее, эти последствия скорее являлись побочным эффектом, а не его целью. Вспомним инцидент в британском Солсбери с псевдоотравлением Скрипалей, загадочным и смертоносным ядом «новичек». Несмотря на абсурдность обвинения, этот инцидент спровоцировал крупный международный скандал. В начале 14 марта 2018 года тогдашний премьер-министр Великобритании Тереза Мэй инициировала высылку из королевства 23 российских дипломатов, что составило более трети сотрудников Российского посольства, одновременно по инициативе Великобритании был заморожен ряд двусторонних контактов с Россией. В знак солидарности к этому подключились лидеры стран ЕС, которые в заявлении по инциденту в Солсбери практически согласились с оценкой правительства Британии, а точнее — с беспрецедентной формулой доказательства: «ответственность России весьма вероятна в связи с отсутствием иного правдоподобного объяснения (highly likely)».

Можно предположить, что рождение этой формулы «доказательства» и являлось основной целью прописки абсурдного события в простран-

² Из «Декларации ОБЭРИУ», опубликованной в 1928 году в № 2 журнала «Афиши Дома печати».

стве постправды. Во всяком случае, она пополнила арсеналы информационной войны и до сих пор активно используется.

Репутации России был нанесен серьезный урон. Некоторые страны Евросоюза, а также Канада, Норвегия, Украина и другие также осуществили высылку российских дипломатов. 60 российских дипломатов, в том числе 12 сотрудников миссии при ООН, были высланы из США.

Россия ответила симметрично, объявив *persona non grata* соответствующее количество сотрудников дипучреждений.

Естественно, это событие не обошла вниманием пресса. Долгое время случай со Скрипалями не сходил с первых полос газет, новостных передач радио и телевидения и, конечно, бурно обсуждался в социальных сетях всего мира. Событие при этом расцветивалось множеством дополнительных красок и оттенков, полученных посредством не названных инсайдерских источников из недр Британских спецслужб. Так, например, откуда-то появились «былинные богатыри-кэбэбэшники» Петров и Баширов, назначенные прессой исполнителями этого теракта. Тот факт, что Петров и Баширов оказались на самом деле случайными туристами, имевшими несчастье в день «отравления» снять номер в отеле Солсбери, не нашел широкого отражения в прессе. Среди новых медийных феноменов отметим распространение в мире русского слова «новичок», ставшего столь же популярным, как когда-то «спутник».

При всей плотности информационного наступления как в самом событии, так и в его освещении было что-то театральное, даже шутовское. При ближайшем взгляде легко было увидеть множество нестыковок, алогичностей и несуразностей строго в соответствии с абсурдистской эстетикой. Например, вспоминается фотография, где люди в фантастических защитных скафандрах от Armani, которые должны были по идее вызвать страх и трепет у читателя и зрителя, подчеркивая смертоносность боевого отравляющего вещества — пресловутого «новичка», которым была измазана скамейка. Но совсем рядом с «космонавтами» стоят полицейских, не только без защитных костюмов, но и без перчаток и масок.

То, что все это в целом является спектаклем, не вызывает сомнений, остается только один вопрос: почему на родине Шекспира нельзя было сыграть получше, без очевидных проколов. Может быть, британские спецслужбы потеряли профессионализм, или факт достижения результата оправдал все недочеты, ведь результат был достигнут, а грубость этим результатом оправдывалась.

Думаю, подобные предположения лишены оснований — вряд ли МИ-6 (*англ.* Military Intelligence, MI6) утратил профессионализм, маловероятно также, что при подготовке столь масштабной информационно-психологической операции можно было допустить откровенную халтуру. Похоже, целью являлась сама по себе абсурдность события и информации о событии, то есть запуск в информационное поле абсурдистского фрейма. Этим достигался целый ряд полезных следствий:

- во-первых, алогичность и нелепость в контрасте с растиражированными по единому стандарту заявлениями в формате «авторитетное мнение» создавало эффект неубиваемости транслируемой информации;
- во-вторых, происходила популяризация формулы доказательства: «ответственность весьма вероятна в связи с отсутствием иного правдоподобного объяснения или с высокой долей вероятности (хэйли лайкли от *англ.* highly likely)». Она успешно прошла апробацию, и значит ее можно использовать во всех случаях, когда возникало желание обвинить кого-то при отсутствии каких-либо доказательств. Так, собственно и делалось многократно — обвиняли Россию в бомбардировке собственных городов, атомной станции, трубопровода и так далее и тому подобное;
- в-третьих, абсурдизм в данном случае позволяет осуществлять дебилизацию и зомбирование аудиторий, вынужденных соглашаться с ложными утверждениями, поскольку любые попытки логического анализа невозможны вследствие абсурдности предлагаемого фрейма.

Последнее похоже на то, что Маршалл Маклюэн называл ампутацией медиа — то есть необходимость приятия очевидного бреда вследствие невозможности его отрицания посредством анализа приводит к ампутации органов чувств, ответственных за осуществление анализа.

Медиа или внешние расширения органов чувств человека превращаются в технические продолжения его тела. Информационная технология человеческих сообществ оказывается сопряженной с последовательной «ампутацией» различных человеческих способностей, в том числе способностей к критическому мышлению и анализу, Маклюэн дает такое физиологическое объяснение этого явления. Через перегретые медиа и многократные расширения одного из его чувств нервная система человека переходит в состояние оцепенения, которая и приводит к ампутации соответствующего органа чувств.

Поскольку при постоянном раздражении какого-либо органа или чувства организм оказывается не в силах устранить источник раздражения, он отключает ответственный за раздражение орган. Так нервная система защищает себя посредством изоляции или ампутации «ненормального» органа, чувства или функции.

В цифровую эпоху механизм ампутации и автоампутации затрагивает и социальный опыт, который агрегируется в глобальном информационно-коммуникативном пространстве, оказываясь для нервной системы человека слишком агрессивным. Медиа в этом случае успешно подменяют собой органы чувств, и сами выступают в роли органов чувств. Что и позволяет с помощью медиа проектировать реальность с произвольными, кому-то выгодными свойствами. Абсурдизм в этой реальности оказывается очень удобным инструментом управления индивидуальным и массовым сознанием, а также подсознанием и даже коллективным бессознательным.

Медиа таким образом захватывает антропное гуманитарное личностное пространство. В нем остается все меньше места для личного опыта. Его заполняет опыт, опосредованный медиа и навязанный медиа с помощью множества весьма изощренных и совершенных инструментов, заимствованных у культуры. Этот опыт сводится, по Ю. Хабермасу³, к освоению заранее приготовленных интерпретаций.

М. Маклюэн объясняет этот процесс через понятие «имплозия» (взрыв внутрь) коммуникации, связывая его с распространением электронных медиа, способствующих доминированию устной коммуникации, как в «племенных» обществах. «Имплозия являет собой магическое заклинание и формулу племени, и семьи, которым люди с готовностью подчиняются»⁴. Этим М. Маклюэн практически отождествляет медиа с медиумом, ответственным за связь с надмирными пластами реальности. Магия медиа сводится к созданию инобытийной реальности и управления ею в глобальной деревне, выстроенной на территории коммуникационной сети. Имплозия коммуникации здесь предельное сжатие пространства и времени до состояния критической массы, симультанное со-бытийствование и со-переживание индивидуумом, сопряженного с обезличенным множеством иных.

³ См. Хабермас Ю. Теория коммуникативной деятельности. Т. 1. Рациональность действия и социальная рационализация. Т. 1. К критике функционалистского разума / Пер. с нем. А. К. Судакова. М.: Весь Мир, 2022. 880 с. ISBN 978-5-7777-0856-4.

⁴ Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. С. 94. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).

Одновременно стираются границы между «центром» и «периферией», исчезает различие между «фигурой» и «фоном». Индивид обретает глобальную виртуальную телесность и целостность, которая постепенно вытесняет собой телесность индивидуального личностного сознания.

Имплозия приводит к объединению в нечто единое и целое всех форм коммуникативных практик, формируя таким образом некие специфические формы медиапорядка, преобразуя реальность обыденности в медиареальность повседневности.

Эффект усиливается процессом мультиплексирования, при котором сообщение, продуцированное, например, телевидением, копируется и транслируется как традиционными СМИ, так и соцсетями, блогосферой, микроблогами и т. д. Следует добавить, что управляемый информационный хаос, порожденный абсурдистским фреймом, мультиплексируется в соответствии с темником, т. е. закрытой директивой, содержащей подробные инструкции относительно того, каким образом необходимо освещать в новостях те или иные события. Интересно, что этимология слова «темник» восходит к обозначению ордынского военачальника, командующего тьмою, т. е. тысячью воинов. Вот почему не стоит удивляться тому, что то или иное абсурдное описание события освещается западными СМИ через разные каналы и издания весьма похожи как по стилю, так и по содержанию, как правило, в согласованной интерпретации.

Темник читается даже там, где медиапродукт имеет форму вируса, специально предназначенного для спонтанного размножения и распространения в благоприятной информационно-коммуникативной среде.

В этом контексте медиа становится не только медиумом, а приобретает черты Демиурга, способного создавать новые миры со своей автономной реальностью. В системе массовых коммуникация (СМК) структура информации, а не сама информация является условием коммуникации, поэтому событием в СМК становится порождение новых коммуникаций. Причем только таких, которые способны вызвать структурные изменения в самой СМК и в информационно-коммуникативном пространстве. Отсюда утверждаются новые критерии достоверности и верифицируемости информации, а также способов интерпретации через референцию структуры информации. Качество информации становится независимым от традиционных критериев новизны, полноты, логичности, ясности. Вот почему в современное информационно-коммуникативное легко вписываются абсурдистские фреймы. От них требуется только способность центрировать собой

порожденные ими коммуникативные структуры, что в свою очередь зависит от соответствия формы представления информации тем форматам, которые сложились на данный момент. Категориальное противопоставление «содержание – форма» снимается здесь через замещение его конструктами: «формат-контент» и «дизайн-контент».

Следовательно, контент (содержание) полностью исчерпывается фактом установления коммуникации для передачи контента, вполне в соответствии со знаменитой формулой Маклюэна — «The Medium is the Massage».

В результате коммуникация как бы игнорирует содержание, и этот процесс становится знаком отчуждения смыслов, характерным для постмодернистского информационно-коммуникативного пространства. Размышляя над этим, Ж. Бодрийяр выделил следующее его аспекты⁵:

1. формирование (в т. ч. посредством СМИ) виртуальной реальности, произвольно конструирующей смысл тех или иных событий;
2. отрыв означаемого от означающего;
3. девальвация ценностей и норм;
4. неуправляемость и катастрофичность последствий научно-технического прогресса для человека.

Абсурдистский фрейм можно назвать концентрированной формой смыслоутраты, описываемой Бодрийяром. Действительно абсурд порождает виртуальную реальность конструирующего смысла, отчуждаемую от реального события. Одновременно провоцируется закрепление за событием симулякра и обретением симулякром самостоятельного бытования. Очевидно, что этот процесс не может проходить при сохранении традиционных ценностей и норм. И наконец, поскольку информационно-коммуникативное пространство реализуется с участием глобальной цифровой машины интернета, оказывается невозможным просчитать последствия ее участия в построении комплекса отношений в реальности.

Содержание (контент) в коммуникативном пространстве становится несущественным дополнением. Им, в случае необходимости, можно и пренебречь. Следовательно, для удержания коммуникации и содержащегося в ней контента нужны специальные средства, в частности специальная мотивация.

⁵ См. *Baudrillard J. Impossible Exchange / J. Baudrillard. New York : Verso, 2012. 160 p. ISBN 978-1-8446-7791-7.*

Сообщение, абсурдное по форме, содержит в себе энергию новизны, некоторой загадки и недосказанности. Ее нелепость — на начальном этапе — становится ее преимуществом. Давно известно, что чем невозможней сообщение, тем скорее в него поверят. Подобной риторической, а точнее — пропагандистской уловкой не раз пользовались в течение истории. Здесь нарратив притворяется дискурсом, гарантируя иллюзию соучастия и причастности. Он, по меткому выражению Мишеля Фуко, по-прежнему остается тоталитарным. Медиа при внешней горизонтальной сетевой структуре на самом деле усиливает свою иерархичность, разворачивая тот самый тоталитарный дискурс в форме «совокупности структурирующих механизмов надстройки»⁶, оставаясь основным законодателем этого структурирования. Удерживая иллюзию диалога, тоталитарный дискурс структурирует коммуникативное событие таким образом, что коммуникация не происходит между говорящим и слушающим, а осуществляется над слушающим в некотором медийном космосе. Космос предварительно создается демиургом-медиа, а аудитории объективируются, обрекаясь на пассивное потребление информационных сообщений, в том числе заранее заготовленных абсурдистских фреймов «в рамках естественного восприятия и иллюзорной причастности аудитории к общему „единосмотрению“, „единоосмыслению“ и „единочувствованию“»⁷.

Необходимо отметить, что абсурдистский фрейм это не фейк, не дезинформация, не утка, как может показаться не первый взгляд, а гораздо более сложное комплексное явление. Абсурд, конечно, может включать в себя заведомо ложное утверждение и искажение фактов, но относительно абсурда невозможна постановка вопроса об истинности и ложности. Более того, в самой структуре абсурдистского фрейма закладывается, явно или скрытно, противоречие между логическими частями и противоречие (несовместность) с контекстом, в который этот фрейм помещается. Восприятие фрейма становится возможным лишь при расчленении его на части, каждая из которых атомизируется в форме целостного утверждения без соотнесения с другими частями фрейма и фреймом в целом. Каждый из выделенных частей обрабатывается с помощью клипового мышления, что исключает возможность поиска причинно-следственных каузальных отношений и логических оснований, а значит какого-либо анализа и ставит воспринимающего

⁶ Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Вст. ст. Н. С. Автономовой ; пер. с фр. В. П. Визгина, Н. С. Автономовой / СПб. : А-сэд, 1994. С. 26.

⁷ Дугин Е. Я. К методологическим обоснованиям новой теории журналистики // Вестник электронных и печатных СМИ. М. : ИПК работников ТВ и РВ. № 1 (23). С. 14.

в положение ложного выбора. Он должен либо принять все, как есть, без критики, либо отбросить все, даже не пытаясь разобраться. Второй вариант, как правило, оказывается весьма некомфортным, поскольку предполагает выход из общепринятого социокультурного контекста. Каким бы бредовым не казалось сообщение, его психологически проще принять, чем отбросить.

Таков механизм формирования в медиaprостранстве постправды и технологии культуры отмены, исключаящей все то, что может провоцировать сомнения и оправдать отказ от пользования клиповым мышлением при восприятии событий медиареальности.

В заключение необходимо отметить, что абсурдистская агрессия в медиaprостранстве представляет определенную социокультурную, цивилизационную и даже индивидуально-психологическую опасность, особенно на фоне разворачивающихся информационных войн. Вместе с тем пока не разработана соответствующая теория противодействия этому достаточно новому явлению, как, собственно, и развернутая теория абсурдистских информационных фреймов в рамках теории медиа. Не стоит доказывать высокую злободневность подобной научно-практической задачи.

Список источников

1. *Калмыков А. А.* Логика абсурда в современной политике. Вестник РГГУ. 2014. № 1 (123). С. 37–46.
2. Из «Декларации ОБЭРИУ», опубликованной в 1928 году в № 2 журнала «Афиши Дома печати».
3. *Хабермас Ю.* Теория коммуникативной деятельности. Т. 1. Рациональность действия и социальная рационализация. Т. 1. К критике функционалистского разума / Пер. с нем. А. К. Судакова. М. : Весь Мир, 2022. 880 с. ISBN 978-5-7777-0856-4.
4. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. М. ; Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. С. 94. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).
5. *Baudrillard J.* Impossible Exchange / J. Baudrillard. New York : Verso, 2012. 160 p. ISBN 978-1-8446-7791-7.

6. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Вст. ст. Н. С. Автономовой ; пер. с фр. В. П. Визгина, Н. С. Автономовой / СПб. : А-сэд, 1994. С. 26.
7. Дугин Е. Я. К методологическим обоснованиям новой теории журналистики // Вестник электронных и печатных СМИ. М. : ИПК работников ТВ и РВ. № 1 (23). С. 14.

References

1. Kalmykov A. A. Logika absurda v sovremennoy politike. Vestnik RGGU. 2014. № 1 (123). S. 37–46. (In Russ.).
2. Iz «Deklaratsii OB'ERIU», opublikovannoy v 1928 godu v № 2 zhurnala «Afishi Doma pechati». (In Russ.).
3. Khabermas Yu. Teoriya kommunikativnoy deyatelnosti. T. 1. Ratsional'nost' deystviya i sotsial'naya ratsionalizatsiya. T. 1. K kritike funktsionalistskogo razuma / Per. s nem. A. K. Sudakova. M. : Ves' Mir, 2022. 880 s. ISBN 978-5-7777-0856-4. (In Russ.).
4. Maklyuen M. Ponimaniye Media: Vneshniye rasshireniya cheloveka / Per. s angl. V. Nikolayeva ; zakl. st. M. Vavilova. M. ; Zhukovskiy : «KANON-press-Ts», «Kuchkovo pole», 2003. S. 94. (Prilozheniye k serii «Publikatsii Tsentra Fundamental'noy Sotsiologii»). (In Russ.).
5. Baudrillard J. Impossible Exchange / J. Baudrillard. New York : Verso, 2012. 160 p. ISBN 978-1-8446-7791-7.
6. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Вст. ст. Н. С. Автономовой ; пер. с фр. В. П. Визгина, Н. С. Автономовой / СПб. : А-сэд, 1994. С. 26. (In Russ.).
7. Дугин Е. Я. К методологическим обоснованиям новой теории журналистики // Вестник электронных и печатных СМИ. М. : ИПК работников ТВ и РВ. № 1 (23). С. 14. (In Russ.).

Библиографический список

1. Бодрийяр Жан. Экстаз коммуникации. Jean Baudrillard. Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture / Ed. Н. Foster. Port Townsend: Bay Press, 1983. P. 126–133. (Tr. John Johnston). (перевод Д. В. Михель)
2. Гранин Ю. Д. Угрозы национальной идентичности в эпоху современной глобализации // Вестник электронных и печатных СМИ. — Москва: Академия медиаиндустрии, 2013. — Вып. № 20.

3. *Гриняев С.* Концепция ведения информационной войны в некоторых странах мира // *Pentagonus* : сайт. — URL: <http://pentagonus.ru/publ/22-1-0-196> (дата обращения: 05.11.2022).
4. *Громько Ю. В.* Оружие, поражающее сознание, — что это такое? / *Русский переплет* : портал электронного периодического издания. — URL: <http://www.pereplet.ru/text/grom0.html> (дата обращения: 05.11.2022).
5. *Дзялошинский И. М.* Проблема эффективности пропагандистской деятельности, осуществляемой с помощью СМИ. Системные требования: Adobe Acrobat Reader. — URL: <http://www.dzyalosh.ru/08-Uchebniki-Posobiya/Propaganda-Tolerantnosti.pdf>. — С. 90–134.
6. *Клягин С. В.* Социально-антропологические вызовы современных информационно-коммуникативных практик // Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий. Дубна, 21–22 октября 2013 г. — Москва : Фонд Андрея Первозванного, 2014. — 504 с. — С. 111–119.
7. *Хелемендик В. С.* Информационный глобализм и информационная идентичность // *СМИ в эпоху глобализации*. Материалы научно-практической конференции. Москва, 3 апреля 2012 года. — Москва : Академия медиаиндустрии, 2012. — С. 9.
8. *Шляго В. О., Калмыков А. А.* Телевидение: от зеркала и сцены к экрану интерфейса / *Вестник Российского университета дружбы народов*. — 2015. — № 3. — С. 115–123.

Информация об авторе

А. А. Калмыков — доктор филологических наук, кандидат педагогических наук, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», профессор кафедры теории и практики общественных связей РГГУ. 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Information about the author

A. A. Kalmykov — Doctor of Philology, Candidate of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Print Media and New Media

“Academy of Media Industry”, Professor of the Department of Theory and Practice of Public Relations of the Russian State University. 127521, Moscow, Oktyabrskaya str., 105, b 2.

*Статья поступила в редакцию: 02.11.2022;
одобрена после рецензирования: 08.11.2022;
принята к публикации: 09.11.2022.*

*The article was submitted 02.11.2022; approved
after reviewing 08.11.2022; accepted for
publication 09.11.2022.*

В МИРЕ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

Казючиц М. Ф., Спутницкая Н. Ю.

73

*Российская семья и школа в анимационном сериале:
моделирование социокультурной реальности*

Пархоменко Я. А., Кононов И. В.

88

*Триллер: семантика и синтаксис,
опыт сопоставительного анализа*

IN THE WORLD OF SCREEN ARTS

Kazyuchits M. F., Sputnitskaya N. Yu. 73

*Russian family and school in the animated series:
modeling of socio-cultural reality*

Parkhomenko Ya. A., Kononov I. V. 88

*Thriller: semantics and syntax,
comparative analysis experience*

РОССИЙСКАЯ СЕМЬЯ И ШКОЛА В АНИМАЦИОННОМ СЕРИАЛЕ: МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

МАКСИМ ФЕДОРОВИЧ КАЗЮЧИЦ^{1,2}
НИНА ЮРЬЕВНА СПУТНИЦКАЯ^{1,2}

¹ ВГИК им. С. А. Герасимова, Москва, Россия

² Академия медиаиндустрии, Москва, Россия

Автор, ответственный за переписку: Максим Федорович Казючиц,
mkazyuchitz@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются стратегии конструирования персонажей детского мультфильма на материале отечественного фольклора и советской детской литературы. Авторы рассматривают фильмы, предложившие возможные модели для создания импортозаместительной продукции на российском телеэкране и на стриминг-платформах. В частности, опыт конструирования и трансляции культурных нормативов посредством анимационного сериала представляется крайне эффективным инструментом в начале 2020-х гг.

Ключевые слова: анимационный сериал, «Простоквашино», «Царевны», «Садко», российская анимация, тема семьи

Для цитирования: Казючиц М. Ф., Спутницкая Н. Ю. Российская семья и школа в анимационном сериале: моделирование социокультурной реальности // Вестник Академии медиаиндустрии. М.: Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 73–87.

RUSSIAN FAMILY AND SCHOOL IN THE ANIMATED SERIES: MODELING OF SOCIO-CULTURAL REALITY

MAXIM F. KAZYUCHITS^{1,2}
NINA YU. SPUTNITSKAYA^{1,2}

¹ VGIK named after S. A. Gerasimov, Moscow, Russia

² Academy of Media Industry, Moscow, Russia

Corresponding author: Maxim F. Kazyuchits, mkazyuchitz@gmail.com

© Казючиц М. Ф., Спутницкая Н. Ю., 2022

© Академия медиаиндустрии, 2022

Abstract: *The article discusses some strategies for constructing the characters of a children's cartoon based on the material of Russian folklore and Soviet children's literature. The authors consider the films of 2018, which proposed possible models for creating import-substituting products on the Russian television screen and on streaming platforms.*

Keywords: *Animated series, "Prostokvashino", "Tsarevny", "Sadko", Russian animation, family theme*

For citation: *Kazyuchits M. F., Sputnitskaya N. Yu. Russian family and school in the animated series: modeling of socio-cultural reality // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 73–87.*

Российское телевидение все более активно реализует импортзамещение продукции, в том числе сериальной. Одной из устойчивых тенденций стало создание мини-сериалов или сериалов, предполагающих малое число сезонов (2-3). Тенденция наметилась еще в 2015 году: вышедшие на экраны сериалы ряда телеканалов, безусловно, не планировались как односезонные — продолжения, однако не были выпущены в силу ряда обстоятельств и прежде всего экономических¹.

К 2018 году производственная модель, ориентированная на создание мини-сериалов или сериалов с малым числом сезонов, продемонстрировала себя весьма эффективной. Одним из бесспорных достоинств модели является ее относительная независимость, по-видимому, не столько от экономических факторов или лояльности целевой аудитории, сколько от общей нестабильности культурной и социальной политики в сфере ТВ. Опасения производителей телеконтента в большей степени носят косвенный характер, однако практика в системе российского кинопроката не могла не стать примером по аналогии.

Популярные детские каналы-производители Рунета: Kids Tv Russia (с 2014 года, производит обучающие флэш-видео, самая популярная серия — о паровозике Бобе), Kids Channel Russia (трансляции с 2015, ритмичные стишки, обучающие песенки), Baby Bao Panda (2016, серия о панде Нокеу Поки) — части франшиз. Кроме того, что они и так не отличаются оригинальным визуальным контентом, ролики здесь, как правило, не адаптированы под аудиторию. Например, одним из самых популярных видео на Kids Channel Russia (свыше 3 млн просмотров) в 2017 году стала нехитрая адаптация-подстрочник известной английской считалки про обезьянок: мартышки переименованы в малышей. На исходе 2016 года в России открылся специальный видеосервис Ютуб (<https://kids.youtube.com/>), ориентированный на детей до 8 лет, который ставит своей целью оградить дошкольников от нежела-

¹ См.: Казючиц М. Ф. Российский телесериал и социокультурный контекст в 2015 году // Хроника кинопроцесса. № 9 (фильмы 2015 г.). М. : ВГИК, 2017. С. 135–158.

тельного контента (главным достоинством приложения позиционируется «родительский контроль»). Его специальное приложение разработано для устройств с платформой iOS и Android, потому что по статистике, на которую ссылаются разработчики, чаще всего малыши смотрят мультфильмы на планшетах и телефонах. Интерфейс у сервиса лаконичный, избавлен от отвлекающих окон. На главной странице расположены четыре большие кнопки, которые делят контент на категории: шоу, музыка, обучение и калейдоскоп. Детям предлагают воспользоваться функцией самостоятельного поиска, для чего на экране есть большая красная кнопка. Одним из главных достоинств платформы стало то, что на ней абсолютно легально демонстрировались фильмы российских студий и классика советской мультипликации. При этом в качестве экспертов по кинопоказу на платформе выбраны Наталья Водянова и Филипп Киркоров, каждый месяц предлагавшие детской аудитории свои плейлисты. Своеобразные контрмеры в отношении продукции блогосферы предпринимали организаторы Международного фестиваля «Мы сами снимаем кино».

СЕРИАЛ КАК ИСТОЧНИК ПОЛНОМЕТРАЖНОЙ АНИМАЦИИ

В «Чародее равновесия. Тайна Сухаревой башни» (2015) (режиссер Сергей Серегин, компания «Мастер-фильм»), снятом по мотивам успешного сериала «Тайна Сухаревой башни» (2010–2013), исторические реалии, изрядно приправленные мистикой, гарнируются технологичными артефактами, характерными для стимпанка. В «Чародее» отсутствует даже пунктирная биография исторического персонажа, заявленного в слогане. При этом реальная личность является ментором детей и пользуется у них непререкаемым авторитетом. Сюжет фильма представляет собой приквел к событиям сериала и легко читается в контексте зарубежного фэнтези с элементами научно-популярного контента. Сценарий написан авторами сериала, и список ингредиентов проекта достойный, но создатели все же промахнулись с адресом: сказка получилась слишком мрачной для младших школьников и несколько прозападной для патриотического боевика. Легендарная башня, вынесенная в название фильма, была сооружена по инициативе Петра I в честь Лаврентия Сухарева юного Петра в пору смут. По преданиям ближайшие сподвижники царя англосакс — Брюс и француз Лефорт — в фехтовальной зале Сухаревой башни проводили заседания секретного Нептунова общества.

В начале XVIII века в здании была размещена морская «навигационная» школа, а затем московская контора Адмиралтейской коллегии. Будучи увенчанной шатром в центре, напоминающей западноевропейскую ратушу с часами, в петровские времена башня сильно диссонировала с обликом патриархальной Москвы. И между тем в этот образчик западного влияния авторы помещают борца за — ни много ни мало — равновесия мировых Добра и Зла. По какому принципу был выбран исторический персонаж? Народная молва приписывает Брюсу славу чернокожника и чародея — посему лекала борца с нечистью оказываются подходящими. Бездетного Якова делают отцом девочки-подростка Марго и наставником героя — гардемарина Пети. Подобная игровая модель с успехом использовалась в популярных японских сериалах религиозной тематики 1980–1990-х годов. «Суперкнига» и «Приключения чудесного домика, или Летающий дом». В анимационных адаптациях Библии школьники путешествовали по страницам книги, встречали ее героев, принимали участие в легендарных событиях. С «Суперкнигой» сближает «Чародея...» резкие и скупые штрихи прорисовки персонажей, и широко распахнутые глаза детей, и наличие механического существа Кубика в роли спутника (в «Суперкниге» ребят сопровождал Робик). Бывший военный Брюс заведовал российским книгопечатанием с 1706 года, вел ученую переписку с нюрнбергскими географами, а также переводил разные книги по царскому приказу и начал собирать в своем доме кабинет редкостей, завещанный им Петербургской академии. Привлекался к составлению воинского артикула. На Ништадтском конгрессе Брюс представлял интересы России вместе с Ягужинским. Вскоре ему удалось подписать Ништадтский мир, составил русско-голландский и голландско-русский словари, первый русский учебник по геометрии, перевел на русский «Космотеорос» Х. Пойгенса. Им была составлена «Карта земель от Москвы до Малой Азии», Брюс открыл первую в России обсерваторию при Навигацкой школе в Москве, свободно владел шестью европейскими языками, а его «кабинет курьезных вещей» был единственным в своем роде в России, и после смерти Брюса влился в кунсткамеру академии наук.

Итак, именно в Сухаревой башне, по замыслу авторов, находится волшебный портал — средоточие мировых сил Добра и Зла. А маг Петра Великого Брюс хоть и придерживается западного стиля воспитания, моды и не чужд научным изысканиям, но противостоит темным силам, исходящим из средневековой Европы. Юный гардемарин Петя, оказавшись в гостях у чародея, случайно уничтожает охранный манускрипт

и теперь вынужден вместе с дочерью Брюса Марго отправляться в иные миры, чтобы добыть ингредиенты, необходимые для нового свитка, на котором зиждется равновесие Добра и Зла. Юным спасателям предстоит раздобыть три артефакта: кусочек драконьей кожи, перо грифона и змеиные чернила. Пока ребята путешествуют по зазеркалью, крысы наступают на Российскую империю. Отец Марго как истый патриот остается в Москве и пробует отражать нападения на башню, организованные злым магом, прибывшим из Европы, но грызунам удается добраться до механического петуха, в котором хранится датчик, обеспечивающий связь Брюса с будущим. Центральные эпизоды фильма связаны с лавкой ненужных вещей. В решении этого аналога пограничной зоны сказочных миров очевидны отголоски мотивов «Городка в табакерке» Владимира Одоевского и аниме-блокбастера «Небесный замок Лапута» Хаяо Миядзаки. Следует отдать должное авторам «Чародея равновесия» — мастерски выполненные фоны создают магию пространства. Однако визуальные решения в эстетике фильмов знаменитого японца хоть и эффектны, но недостаточно лиричны, в отличие от работ гуру аниме, пейзажи, напряженная цветовая гамма, решение запредельного мира в стиле линкора — все хорошо в отдельности, но в гармоничный ансамбль не складывается.

«ПРОСТОКВАШИНО»: РЕМЕЙК МУЛЬТФИЛЬМА

К знаменитому детскому сериалу, к зарекомендовавшим себя кодам обратились в 2018 году на киностудии «Союзмультфильм». Повесть Эдуарда Успенского «Дядя Федор, пес и кот» содержит все необходимые компоненты классического текста детской литературы. Вариация мифологического пространства, мотив путешествия/побега ребенка, но главное — в нем реализовано понимание ребенка как мерила.

В знаменитой экранизации повести 1978 года модель оказалась упрощена, мифологическое пространство обросло деталями быта, а персонажи срослись с актерами. Постепенно мультипликационная трилогия породила целую вселенную, вместившую авторские тексты, рекламу, товары, фанфики и так далее. В совокупности все они являют собой эталонный постмодернистской продукт, создают образ узнаваемого и надежного бренда. Логично с маркетинговой точки зрения, что для сериала было выбрано самое лаконичное название — просто «Простоквашино».

Кроме того, что данный сериал транслировался на основных детских каналах, в том числе первого мультиплекса, отдельная премьера первой серии прошла в сети Интернет, и за первые месяцы на платформе Youtube сериал набрал без малого 4 млн просмотров. Тогда же у проекта, состоящего из восьми серий, успели появиться неофициальное наименование («Новое Простоквашино»), продолжения, пародии с садистским и эротическим уклоном, любительские критические разборы. Уже первые серии породили бурные дискуссии в сети, где сформировалась внушительная армия противников нового прочтения. В общем, если еще недавно «Простоквашино» для потребителя служило маркером молочной продукции и ассоциировалось с обывательским счастьем, то 2018 год всколыхнул мощную волну вторичного творчества по мотивам обеих союзмультифильмовских версий, окончательно разрушив мещанско-идиллический имидж бренда. И хотя все это относится к внешнему слою проекта, но проистекает из особенностей нарратива.

Модель мира серии мультфильмов Владимира Попова о Простоквашино, поставленных по мотивам повести Эдуарда Успенского «Дядя Федор, пес и кот», в сериале «Простоквашино» перенесена практически без изменений, в том числе без форматирования «гендерного вопроса». Наполнение кадра в классическом фильме призвано было представить благосостояние горожан в ироническом ключе. И сегодня создатели решили не изменять идее показа ценностей нормативной российской семьи. На кухне отчего дома Дяди Федора появились различные гаджеты, на рабочем столе — ноутбук, однако хозяйка дома, по совместительству — популярная ведущая ТВ (озвуч. Юлия Меньшова), по-прежнему не позволяет членам своей семьи в полной мере выразить себя.

Ключевая идея повести Успенского: настоящий человек — человек маленький, формально в сериале сохранена, с оговоркой, что человеком в мире фильма может считаться только мужчина. Для закрепления гендерного преимущества в персонажный ансамбль «Простоквашино» введена новорожденная сестра дяди Федора Вера Павловна — сущий дьяволенок. Собственно, то, как она себя выражает: изрекает междометия, ползает по полу, устраивает беспорядок, — никак не выдает в ней человеческую природу. Напомним содержание первого мультфильма. Однажды мальчик по прозвищу дядя Федор приводит в дом бездомного кота Матроскина, но держать животное в доме мать ему категорически запрещает, а нейтрально настроенный отец быстро сдается под напором женских истерик. Тогда дядя Федор покидает город и вместе с котом отправляется в свободное плавание.

По пути они знакомятся с псом-дворнягой Шариком. Троица обнаруживает в деревне Простоквашино дом с табличкой «Дом свободен. Живите, кто хотите» и начинает вести собственное хозяйство. Антагонистом героев выступал почтальон деревни Печкин — мужчина предпенсионного возраста, который помог родителям мальчика разыскать беглеца. Семья воссоединяется, но отныне каникулы мальчик будет проводить с котом и псом в Простоквашино. Чуть позже к компании присоединится говорящий галчонок. Сомнений в животной природе нового персонажа нет, тогда как с Матроскиным и Шариком — сложнее. Они, безусловно, не звери, но и не заместители деревенских родственников, поскольку не выполняют функций опекунов ребенка. Отношения, которые складываются внутри троицы, похожи на отношения внутри мальчишеской команды, которые существенно трансформированы под влиянием культурных реалий.

Структурно и функционально трое из Простоквашино напоминают семью. Кот занят хозяйством, пес обживает ампула добытчика. Словом, изначально это замкнутый мужской мир, сообщество холостяков. Дядю Федора в мультфильме Попова озвучивала актриса-травести Мария Виноградова — звезда советского дубляжа, голосом которой говорили дети и антропоморфные животные преимущественно мужского пола. В новом «Простоквашино» женскими голосами наделены только мать и галчонок — персонажи, к организации быта непричастные.

Итак, в «пилоте» сериала дяде Федору предстоит отправиться из города в деревню на помощь Шарiku и Матроскину, обеспокоенным поселившимся в доме грызуном, а изловить негодное создание удастся только Вере Павловне. В дом кота и пса девочку доставляют в посылочной коробке, как некогда галчонка. Однако в отличие от прирученной птицы Вера Павловна говорить не умеет, зато очень быстро находит общий язык с крысой, с которой в следующих сериях разделит участь нефункционального элемента, эдакого досадного дополнения к мужской компании. Не удивительно иконографическое сходство девочки с грызуном и матерью, ведь женщина и крыса и у Успенского легко находят общий язык в цикле сказок о Чебурашке и крокодиле Гене (крылатая фраза Шапокляк: «Лариска! В сумку! Раз!»).

Так или иначе, особе женского пола надлежит нести inferнальное начало или его производные. Между тем дядя Федор — бывший прежде травестированной формой интеллигента, осуществляющего самоотверженное хождение в народ, сегодня стал мальчиком очень типичным. Понятное дело, сериал обычно есть претензия на трансляцию нормы,

но миссия «Простоквашино» — фиксировать дегенеративные процессы в семье. Сегодня родители дяди Федора даже не обеспокоены длительным отъездом детей, поскольку смогли организовать мальчику дистанционное обучение, а для Веры Павловны пребывание на природе с животными видится им весьма естественным. Детство в «Простоквашино» — досадная пора, а все проблемы ребенка решаются путем его отселения.

Месседж советского фильма «Детям можно доверять» заглох в череде ляпов. Матроскин (озвуч. Антон Табаков) ныне продолжает вести натуральное хозяйство, Шарик (Гарик Сукачев) по-прежнему перебивается случайными заработками и пробует раскрутить свой интернет-блог, а почтальон Печкин (Иван Охлобыстин), в свете пенсионной реформы 2018 года так и не успевший выйти на заслуженный отдых, уже не просто устраивает компании мелкие пакости, но абсолютно асоциален. Анекдотическая конструкция не разрослась до самостоятельного высказывания, но успела превратиться в сериал.

Бойкое «Простоквашино», несмотря на посвящения в титровой части людям, создавшим эту вселенную, демонстрирует разрыв с традицией. Справедливые нарекания критики и большей части зрительской аудитории вызваны прежде всего родословной проекта, дескать, детищу знаменитой студии надлежит блюсти этикет и соответствовать «уровню предков» хотя бы на языковом и стилистическом уровне.

Но создателями нового «Простоквашино» движет идея не развить модель, а создать видимость эволюции. Часть аудитории нового «Простоквашино», внимая приключениям дяди Федора, затеряется в поисках детской истории. Показательно, что проект не впечатлил профессиональную среду, но всколыхнул блогосферу. Оттого вполне логично предположить, что «Простоквашино» как самостоятельный проект либо должен в корне менять стратегию, либо обречен затеряться на просторах Интернета в череде докучных подражаний-перепевов.

ПО МОТИВАМ ФОЛЬКЛОРА

Если богатырская серия «Мельницы» продолжает разрабатывать модель нормативной русской семьи через традиционные паттерны: «муж на подвиге — жена дома», то новые сказочные коллективы включают женщин и детей непосредственно в ряды бойцов (мультфильмы «Крепость: щитом и мечом», «Чародей равновесия», «Богатырша»,

«Суворов. Великое путешествие»). В соответствии с тенденцией авторы анимационного мюзикла «Садко» (Студия «Муха», Студия «Сказка», Кинокомпания «СТВ») противопоставляют молодецкой удали агрессивную женскость, а княжескую дочь делают богатыршей под стать предводителю варягов.

В фильме-сказке Александра Птушко 1951 года отформатированный в согласии с позднесталинской эстетикой новгородский купец превращался в патриота и борца за социальную справедливость, заботящегося о благополучии простого люда Великого Новгорода. В реальности самый «западный» из городов Руси, ее центр торговли в 14 веке, оказавшийся в ряду крупнейших центров Ганзейского союза (наряду с Брюгге, Гамбургом, Лондоном, Любеком и островом Готланд), являл собой подобие демократической республики, власть в котором принадлежала «вече». По некоторым версиям имя героя былины этимологически связано с глаголом «садить» («садить речь»), некоторые исследователи (в частности В. Перцов) обнаружили его прототип в личности Сатко Сатиновича (от Сытинычь, Сыт, «Сытый»), построившим в свое время грандиозный храм в княжеской части города. В фильме Птушко изворотливый делец ли, громогласный ли купец, бросающий вызов «господину Великому Новгороду», был превращен в певца любви к отчизне. Купечество нарисовано карикатурно, как и князья, и духовенство. Вообще, былины о Садко предлагают весьма непростого для решения в соцреалистических традициях героя: он не обладает могучей силой и не совершает воинских подвигов, а добивается успеха благодаря помощи мистических сил. Этим прежде всего и объясняются те трудности с постановкой 1951 года. Сегодня Садко (Тимур Гарипов) — пацифист, напроць лишен лукавства. В ряды дружинников его не взяли из-за физических параметров: молодой человек невысок и худощав. С родителями — грузной матерью и безвольным отцом — жить наскучило, стало быть, пришло время искать невесту. В поисках любви гусяр побывает и в княжеских палатах, и в чужеземных странах, но основные приключения его ожидают на дне морском. Садко встречает суженную — русалку Морскую Щучку (Любовь Аксенова), сталкивается с Костяным племенем, наблюдает нарушение морским народом пакта о ненападении на соседей и сражается с узурпаторшей — жрицей Барракуда (Екатерина Варнава), обманом заполучившей трон морского царя.

Интересно, что мотивы спящего морского гиганта, кровной мести и даже сюжетная структура новых приключений новгородского гусяра в целом почти идентична третьей части североамериканских «Монстров

на каникулах», появившейся в российском прокате вслед за «Садко»: та же тема толерантности к иным, история пробуждения ото сна, мотив наследника. Однако голливудская морская сказка закончилась возвращением счастливых возлюбленных в замок, тогда как создатели «Садко» в завершении перемещают героев на русский простор, аккурат в гущу сражения с недругами.

Таким образом, очевидно, что переделка русских сказочных сюжетов и советских раритетов в зрительском анимационном кино сопоставима сегодня лишь с упорством постановщиков, перечерчивающих прошлое, не всегда славное, но вполне достойное по скудным лекалам настоящего.

Однако безусловный интерес вызывает влияние на фольклорные сюжеты «гендерного тренда». Вслед за «Простоквашино» на российские экраны вышел сериал «Царевны» от студии «Мельница» и канала STS — продукт для младших школьников. Аналогично волшебницам-школьницам из популярного в современной девичьей субкультуре телехита «Винкс» («Winks») юные красавицы постигают азы магии в необычном учебном заведении, но при этом авторы отказались от сексуализации главных героинь, определившей образный строй итальянского сериала.

В итоге в элитную школу Дивногорья, возглавляемую Кощеем Бесмертным, 1 сентября пожаловали прехорошенькие девочки — представительницы большой пятерки сказочных королевств: Василиса Царевна-лягушка, Царевна Варвара-краса, длинная Коса, Спящая царевна Соня, Дарья Царевна Несмеяна и Царевна Елена Прекрасная. При этом в сериале транслируются не национальные этностереотипы. В качестве эстетического ориентира использован кукольный молд «Мокси» и похожих на него кукол, которые, как известно, разрабатывались с ориентацией на японские аниме. Царевны милы, большеглазы, наивны. По примеру крыльев Винкс наличествует обязательный атрибут: корона — у каждой своя, созданная по индивидуально разработанному дизайну. При этом если у фей-Винкс крылышки выросли в момент магического преображения, царский аксессуар царевен — величина постоянная, а чародейские дела не требуют от них особенного напряжения.

Каждая серия представляет законченную историю — дидактическую пятиминутку с устойчивой структурой: неприятность/недостача одной из пяти героинь — развитие конфликта с участием остальных девочек — разрешение противоречий в финале. Амплуа действующих лиц

давно зарекомендовали себя в фильмах о школьной субкультуре: «ботаничка», неформальный лидер, инфантильная школьница, просто красавица. К девочкам приставлены ученый кот и стройная как лань учительница-универсал, уговорившая директора на эксперимент — воспитать настоящих волшебников из девочек. Что касается развития героинь, здесь авторам приходится нелегко.

Например, существенных различий между Царевной-лягушкой и Еленой Прекрасной не заявлено, поэтому основные сюжетные узлы связаны с самостоятельными, типичными для феминистского дискурса типажам — неформалкой Варей и карьеристкой Дарьей-Несмеяной. Однако о трансляции эгалитаризма беспокоиться не стоит, ибо даже внутреннее убранство мультфильма не подразумевает и намека на женское доминирование или любое проявление хаоса. Мир фильма комфортен, узнаваем. Школа Дивногорья — пряничный замок с готическими крышечками, гарнированный английским газоном, Кощей — сухопарый обладатель благородной седины, близкий Дракуле из знаменитой мультипликационной франшизы Геннадия Тартаковского «Монстры на каникулах», весьма снисходителен к проказам девочек. Приветственной линейкой здесь зовется вечеринка с джазовыми номерами говорящей совы, а горницы просторны и комфортабельны.

Время от времени девочки подвергаются нападкам Бабы-Яги — мужиковатого вида бесформенной старушки (печальный удел великого трикстера русской волшебной сказки), мечтающей похитить царских дочерей в рабство. Но, как правило, такие инциденты локализованы за пределами школы. Рационализация паттернов так называемой ночной культуры, тяготеющей к иррациональному, сновидческому, мифологическому, давно зарекомендовала себя в культуре телесериалов. Царевны не борются с мировым злом и вряд ли отправятся в иные галактики. В совокупности перед нами адаптированная серия зарисовок из жизни золотой молодежи в частном пансионе, старательно выстраивающей отношения друг с другом и дирекцией. Магический репертуар исчерпывается бытовыми неурядицами.

Девочкам предстоит научиться печь блины, вовремя исправлять ошибки (работа со временем), не сдаваясь напастям, выработать привычку читать инструкции к незнакомым техническим аппаратам и травники — волшебство при формировании навыков и умений благородной девицы играет роль гаджета. С 2019 года издательством «Комсомольская правда» издается журнал комиксов по мотивам сериала о приключениях в Дивногорье. Во втором сезоне к компании царевен присоединились

два героя-мальчика — темнокожий Васко и Ван Ли из Китая, что должно было способствовать международным продажам сериала ².

В отечественной литературной традиции, как известно, отсутствуют благодные картины воспитания девочек в коллективе, теплые воспоминания о детстве могли сохраниться разве что только в ситуации домашнего обучения. Тому подтверждение — «Записки гимназистки» Лидии Чарской, «Динка» Валентины Осеевой, «Чучело» Владимира Железнякова, ставшие опорой социальных драм о подростках в российском кино. Быть может, поэтому в поисках механизмов легкого, незатейливого повествования о национальных особенностях школьного воспитания российские аниматоры вынуждены обратиться на запад. Выбрав декоративную манеру выстраивания магического мира, авторы «Царевен», к счастью, обнаружили необходимую зону комфорта в российской коммерческой анимации.

Список источников

1. Казючиц М. Ф. Российский телесериал и социокультурный контекст в 2015 году // Хроники кинопроцесса. № 9 (фильмы 2015 г.). М. : ВГИК, 2017. С. 135–158.
2. Истомина М., Болецкая К. В мультсериал «Царевны» добавили мальчиков, чтобы лучше продавать его за рубежом // Ведомости : сайт рекламного-информационного приложения к газете «Ведомости». URL: www.vedomosti.ru/media/articles/2020/06/04/831874-tsarevni-malchikov-za-rubezhom. Дата публикации: 04.06.2020.

References

1. Kazyuchits M. F. Rossiyskiy teleserial i sotsiokul'turnyy kontekst v 2015 godu // Khroniki kinoprotsessa. № 9 (fil'my 2015 g.). M. : VGIK, 2017. S. 135–158. (In Russ.).
2. Istomina M., Boletckaya K. V mul'tserial «Tsarevny» dobavili mal'chikov, chtoby luchshe prodat' ego za rubezhom // Vedomosti : sayt reklamno-informatsionnogo prilozheniya k gazete «Vedomosti». URL: www.vedomosti.ru/media/articles/2020/06/04/831874-tsarevni-malchikov-za-rubezhom. Data publikatsii: 04.06.2020. (In Russ.).

² Истомина М., Болецкая К. В мультсериал «Царевны» добавили мальчиков, чтобы лучше продавать его за рубежом // Ведомости : сайт рекламного-информационного приложения к газете «Ведомости». URL: www.vedomosti.ru/media/articles/2020/06/04/831874-tsarevni-malchikov-za-rubezhom. Дата публикации: 04.06.2020.

Библиографический список

1. *Азарх Л.* Мультипликаторы : мемуары // Искусство кино. — 2010. — № 9. — С. 137–145.
2. *Бородин Г.* Анимация подневольная. Предисловие. Глава 1. Про медведей и вождей // Кинограф. — № 16. — 2005. — С. 54–153.
3. Веселые человечки: культурные герои советского детства : сб. статей // Сост. и ред. И. Кукулин, М. Липовецкий, М. Майофис / Новое литературное обозрение. Научное приложение. Вып. LXXIV. — Москва : Новое литературное обозрение, 2008. — 534 с., илл.
4. История советского кино. 1917–1967. В 4-х т. / Институт истории искусств Министерства культуры СССР ; [ред. И. Н. Владимирцева, А. М. Сандлер]. — Москва : Искусство, 1969–1978. — Том 1 : 1917–1931. Рождение советского кино. Зрелость немого кино. — 1969. — 753 с., ил. ; Том 2 : 1931–1941. Русское кино 30-х годов. Рисованный и кукольный фильм. Хроникально-документальное кино. Научное кино. Кино союзных республик. — 1973. — 509 с., ил. ; Том 3 : 1941–1952. Кино в годы войны. Послевоенное кино. Кино Советских республик. — 1975. — 318 с., ил. ; Том 4 : 1952–1967. Кино союзных республик. — 1978. — 483 с., ил.
5. *Казючиц М. Ф.* Американское документальное кино и анимация как средства решения пропагандистских задач в период II Мировой войны // Международный журнал исследований культуры. — 2020. — № 4 (41). — С. 52–68. — doi: 10.52173/2079-1100_2020_4_52. [Электронный ресурс]. — URL: <https://culturalresearch.ru/article/amerikanskoe-dokumentalnoe-kino-i-animacziya-kak-sredstva-resheniya-propagandistskih-zadach-v-period-ii-mirovoj-vojni/> (дата обращения: 01.12.2022).
6. Кинематограф оттепели: К 100-летию мирового кино / Роскомкино, НИИ кинематографии ; отв. ред. В. А. Трояновский. — Москва : Материк, 1996. — Кн. 1. — 1996. — 260 с. ; Кн. 2. — 2002. — 447 с.
7. *Лотман Ю., Цивьян Ю.* Диалог с экраном. — Таллинн : Александра, 1994. — 214 с.

8. *Люттов А. А.* Основные этапы государственного регулирования трудовых отношений в США: от Т. Рузвельта до У. Клинтона // *Метаморфозы истории.* — 2003. — № 3. — С. 117–132.
9. *Норштейн Ю.* Ничего не было «до» / Беседу ведет Л. Малюкова // *Искусство кино.* — 2009. — № 5. — С. 66–70.
10. *Пропт В. Я.* Сказка. Эпос. Песня // Составление, научная редакция, комментарии и указатели В. Ф. Шевченко. — Москва : Лабиринт, 2001. — 368 с. — (Собрание трудов).
11. *Российское кино: парадоксы обновления. К 100-летию мирового кино : [сборник статей] // Отв. за выпуск В. С. Листов.* — Москва : Материк, 1995. — 140 с.
12. *Страницы истории отечественного кино : [сборник статей] // Федеральное агентство по культуре и кинематографии Российской Федерации, НИИ киноискусства ; сост. Д. Л. Караваев ; отв. ред. Л. М. Будяк.* — Москва : Материк, 2006. — 281 с.
13. *Хитрук Ф.* Профессия — аниматор // *Искусство кино.* — 1997. — № 6. — С. 54–75.

Информация об авторах

М. Ф. Казючиц — кандидат философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник Всероссийского государственного института кинематографии им. С. А. Герасимова, профессор кафедры сценарного мастерства ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Н. Ю. Спутницкая — кандидат искусствоведения, доцент, ведущий научный сотрудник Всероссийского государственного института кинематографии им. С. А. Герасимова, профессор кафедры сценарного мастерства ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Information about the authors

M. F. Kazyuchits — Ph. D., Associate Professor, Leading Researcher, VGIK named after S. A. Gerasimov, Professor, Department of Scenario Skills of the Academy of Media Industry. 127521, Moscow, st. Oktyabrskaya, 105, bldg. 2.

N. Yu. Sputnitskaya — Candidate of Art History, Associate Professor, Leading Researcher of VGIK named after S. A. Gerasimov, Professor of the Department of Scenario Skills of the Academy of Media Industry. 127521, Moscow, st. Oktyabrskaya, 105, bldg. 2.

*Статья поступила в редакцию 30.11.2022;
одобрена после рецензирования 01.12.2022;
принята к публикации 02.12.2022.*

*The article was submitted 30.11.2022; approved
after reviewing 01.12.2022; accepted for
publication 02.12.2022.*

ТРИЛЛЕР: СЕМАНТИКА И СИНТАКСИС, ОПЫТ СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА

ЯНА АЛЕКСАНДРОВНА ПАРХОМЕНКО ¹
ИГОРЬ ВИКТОРОВИЧ КОНОНОВ ²

^{1,2} Академия медиаиндустрии, Москва, Россия

¹ ivanna2001@yandex.ru

² i.v.obukhov@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8678-4381

Аннотация: Статья посвящена проблеме поиска подходов к выявлению прикладных инструментов жанрообразования кинотриллера. В статье интерпретируется семантико-синтаксический подход Рика Альтмана к анализу и формализации процесса жанрообразования в экранных искусствах. В результате сравнительного анализа семантики и синтаксиса кинокартин формулируются подходы к определению семантических признаков кинотриллера, выявляются визуальные компоненты кинодраматургии триллера. Также в статье поднимается вопрос о целесообразности расширения представ-

лений о синтаксисе жанрового кинотекста и художественной значимости синтаксических конструкций в процессе генерации и формализации характеризующих признаков жанрового канона.

Ключевые слова: кино, жанр, триллер, семантика кино, синтаксис кино, ситуационный паттерн

Для цитирования: Пархоменко Я. А., Кононов И. В. Триллер: семантика и синтаксис, опыт сопоставительного анализа // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 88–112.

THRILLER: SEMANTICS AND SYNTAX, COMPARATIVE ANALYSIS EXPERIENCE

YANA A. PARKHOMENKO ¹
IGOR V. KONONOV ²

^{1,2} Academy of Media Industry, Moscow, Russia

¹ ivanna2001@yandex.ru

² i.v.obukhov@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8678-4381

© Пархоменко Я. А., Кононов И. В., 2022

© Академия медиаиндустрии, 2022

Abstract. *The article is devoted to the problem of finding approaches to the identification of applied tools of genre formation of the film thriller. The article interprets Rick Altman's semantic-syntactic approach to the analysis and formalization of the process of genre formation in the screen arts. As a result of comparative analysis of semantics and syntax of films the approaches to the definition of semantic features of the thriller are formulated, the visual components of thriller film dramaturgy are revealed. The article also raises the question of the expediency of expanding the idea of the syntax of the genre film language and the artistic*

significance of syntactic constructions in the process of generation and formalization of the characteristic features of the genre canon.

Keywords: *Cinema, Genre, Thriller, Cinema semantics, Cinema syntax, Situational pattern*

For citation: *Parkhomenko Ya. A., Kononov I. V. Thriller: semantics and syntax, comparative analysis experience // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 88–112.*

Эволюцию взглядов на жанровую теорию применительно к кино довольно подробно рассмотрел исследователь жанра из Голливуда Рик Альтман (Rick Altman) в своем исследовании «Film/Genre»¹. Автор предлагает свою систему определения жанра фильма, исходя из двойственности, присущей кино как особому роду художественной практики. С одной стороны, это искусство, имеющее многоуровневую систему организации художественного текста, с другой стороны, это крайне ресурсоемкое производство, ориентированное на массового потребителя.

На примере ряда фильмов с ярко выраженной семантикой — вестерн, хоррор, детектив или криминальная драма — Р. Альтман анализирует и формализует характерные жанровые признаки. Поскольку автор рассматривает кинофильм как знаковую систему, образующую сложносочиненный кинотекст, постольку заимствование терминологии и понятий из области филологии совершенно закономерно. Последовательному структурному анализу подлежат фильмические семантика и синтаксис, которые, по мнению автора, и определяют преобладание в том или ином кинопроизведении признаков конкретной и определенной жанровой модели.

К семантическим группам автор относит декорации, локации, костюмы, игровой реквизит, грим. Стоит добавить, что особое место в этом ряду занимают интершумы как звуковое выражение предлагаемых пространственно-временных детерминантов.

Однако анализ жанрового канона не может быть констатирован как достаточный и полноценный, поскольку не меньшее значение имеют специфические взаимосвязи между всеми составляющими экранного произведения, включающие в себя всю систему персонажей, сеттинг, повествовательную модель, структурные и стилевые особенности

¹ *Altman R. Film/Genre / First published in 1999 by the British Film Institute 21 Stephen St, London W2 LN. Reprinted 2000. 246 p.*

экранного произведения. Именно эти взаимосвязи образуют особый жанровый синтаксис, который и составляет основу жанрового канона. «Применяя коммуникативный тест к стихотворению или фильму, мы можем обнаружить, какие языковые единицы приобретают значение на текстовом уровне. В каком-то смысле эта логика безупречна; те же самые структуры, которые позволяют языку передавать смысл, перераспределяются для создания смысла на более высоком уровне»².

Р. Альтман отталкивается от посылки, что Зритель имеет собственный опыт «смотрения», обладает личным жизненным опытом, поэтому ждет от фильма понятных ему ситуационных паттернов. Если в начале фильма, например, совершено преступление и злоумышленник неизвестен, сыщик начинает расследование, то на экране разворачивается детектив в декорациях (скажем) вестерна. К ситуационным паттернам — синтаксису — Р. Альтман относит такие взаимодействия персонажей, которые позволяют распознавать детектив, мелодраму, драму, комедию с разного рода дополнениями и определениями. Далее аудитория, исходя из контекста, делает заключение о жанре фильма, который она смотрит.

«Семантический/синтаксический/прагматический» подход, как называет его Альтман, позволяет, с точки зрения автора, утверждать, что жанр является мультидискурсивной мультикодирующей регулятивной системой, дающей зрителю возможность декодировки экранного текста, понимать его содержание, соотносить с заявленным жанром и, как следствие, принимать или не принимать произведение.

Речь идет о массовом кино, так как в так называемом авторском, или фестивальном, кино возможны более сложные конструкции, когда традиционно понятная семантика начинает формировать окказиональный синтаксис, несоотносимый напрямую ни с одной устойчивой жанровой моделью. Такие событийно-ситуационные паттерны зачастую сложны для восприятия и интерпретации широкой аудиторией, декодировка событий фильма требует подготовки, более глубокого понимания интертекста, аллюзий, сложных визуальных тропов.

В отношении массового экранного продукта подход Р. Альтмана выглядит вполне убедительным. Возможна ли экстраполяция такого подхода к генерации жанра фильмейкерского контента, к которому относится большая часть киноклассики (например творения таких режиссеров, как Годар, Брессон, Бергман, Тарковский, Иньярриту)?

² *Altman R. Film/Genre* / First published in 1999 by the British Film Institute 21 Stephen St, London W2 LN. Reprinted 2000. 246 p. P. 209.

Вероятно, вопрос может быть разрешен посредством определения места этого рода кинопроизведений в киноискусстве, с одной стороны, и в киноиндустрии, с другой стороны, то есть их ролью и функцией в системе культуры.

В отношении массового экранного процесса применение анализа Рика Альтмана представляется убедительным рабочим принципом формализации жанровых элементов и отчетливого ориентирования зрительской аудитории в отношении предлагаемого контента.

Альтман в своем исследовании рассматривает достаточно отчетливые и устойчивые с точки зрения семантики и синтаксиса жанровые формы. Однако последние два десятилетия в мировом процессе заметно преобладание экранных произведений жанра триллер, в отношении которого можно уверенно утверждать сложную семантическую и синтаксическую запутанность, что существенно затрудняет процесс формализации жанрового канона.

Ожидаемо, что первым, кто определил триллер в качестве своего творческого кредо, представляется Альфред Хичкок. В документальной книге — диалоге Франсуа Трюффо «Хичкок/Трюффо»³ — заявляется художественное значение особого повествовательного принципа — саспенса — как намеренно моделируемое нарастание напряжения в истории, которое возникает при условии, что зритель знает все подробности экранных событий. Саспенс манифестируется в качестве основного жанрового принципа в отношении экранного триллера и реализуется сценарными, режиссерскими, монтажными и операторскими приемами.

Американский исследователь кинотриллера Мартин Рубин выходит на размышления о кинотриллере через определение категории «жанр»: «Жанр — это совокупность условностей и общих характеристик, которые исторически сложились в отдельный, широко признанный тип композиции, являющейся формой искусства»⁴. Это определение приводит Рубина к утверждению, что триллер не может быть определен непосредственно подходом Альтмана в силу того, что триллер имеет «зонтичную», «наджанровую» («метажанровую») конструкцию. Рубин считает, что триллер имеет качественные и количественные компоненты. К качественным компонентам он относит саспенс, эффект «тикающих часов», действие («экшн»), выбор тем, сюжет, особую структуру нарратива, призванную вызвать специфическую эмоциональную

³ Трюффо Ф. Хичкок/Трюффо. Кинематограф по Хичкоку. М. : Эйзенштейн-центр. 1996. 224 с.

⁴ Rubin M. Thrillers. Cambridge : Cambridge University Press. 1999. 319 p. P. 3.

дихотомию: мазохизм и садизм, отождествление и отстраненность, тревогу и удовольствие, — что приводит к неизвестности, неопределенности, указывает на тайну и вызывает страх.

Количественные компоненты триллера всегда в избытке, их должно быть больше, чем необходимо для раскрытия нарратива: «слишком много атмосферы, действия, саспенса, ... так, что эти захватывающие элементы в определенной степени становятся самоцелью»⁵.

Работа М. Рубина опирается на подход Альтмана и дополняет его, однако практических выводов относительно художественной природы кинотриллера в ней не предлагается.

В данной статье предпринимается попытка, опираясь на вышеуказанные исследовательские технологии, проанализировать жанровые признаки фильмов, созданных на основе романа Томаса Харриса «Красный дракон»: «Охотник на людей» (Manhunter, США, 1986, реж. М. Манн) и «Красный дракон» (Red Dragon, США, 2002, реж. Б. Ратнер).

По данным ресурса <https://pro.imdb.com>, фильм «Красный дракон» имел производственный бюджет семьдесят восемь миллионов долларов США и собрал в мире двести девять миллионов сто девяносто шесть тысяч двести девяносто восемь долларов США⁶. «Охотник на людей» снят за пятнадцать миллионов долларов США и собрал в мире кассу в восемь миллионов шестьсот двадцать тысяч девятьсот двадцать девять долларов США⁷.

Таким образом, доход от проката «Красного дракона» более чем в два с половиной раза превзошел вложения, в то время как «Охотник на людей» почти вдвое не добрал суммы бюджета фильма. Эти суммы и соотношения дебета и кредита увеличивают актуальность данного исследования, так как дают возможность выявить ошибки в организации повествования и способов визуально-аудиальной верификации экранного произведения аудиторией, в которой жанр, по утверждению Рика Альтмана, играет ключевую роль.

⁵ Rubin M. Thrillers. Cambridge : Cambridge University Press. 1999. P. 5.

⁶ IMDbPro. Box office. Movie Red Dragon. URL: https://pro.imdb.com/title/tt0289765/?ref=recent_view_2 (дата обращения: 27.05.2021). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей на платной основе.

⁷ IMDbPro. Box office. Movie Manhunter. URL: https://pro.imdb.com/title/tt0091474/?ref=recent_view_1 (дата обращения: 27.05.2021). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей на платной основе.

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБЕИХ КАРТИН

Немецкий исследователь Гельмут Корте считает, что анализ фильма целесообразно проводить комплексно, исследовать его количественные данные, такие как продолжительность монтажных кадров, работу камеры, звук, графическую и цветовую композиция кадра, и качественные составляющие, и так далее. «Подробный анализ произведения позволит лишь выявить „сигналы к управлению восприятием“, выделяющиеся в структуре фильма, и с их помощью определить, как произведение должно восприниматься согласно замыслу автора»⁸.

По мысли автора, подробный качественный анализ должен включать в себя выяснение историко-социального контекста и специфики восприятия экранного произведения современной автору зрительской аудиторией. Корте считает, что предлагаемая им методика подробнейшего покадрового анализа с выстраиванием временной шкалы длительности каждого кадра и описанием его содержания может служить универсальным инструментом, способным решить большинство исследовательских теоретических задач киноведения. Вполне вероятно, что это так и есть. Результат даст исследователю представление в первую очередь об авторском стиле и примененных им приемах смыслообразования в кинотексте. Однако непонятно, как этот, феноменологический по своей сути, подход поможет установить жанровую принадлежность фильма в свете решения практических задач разбора аудиовизуального кинотекста? Тем не менее часть приемов, предлагаемых Корте, с учетом форматных ограничений этой работы целесообразно применять для достижения цели нашего исследования: количественный метод в редуцированном виде позволит провести анализ семантики фильмов. В частности, представляется целесообразным сопоставление отдельных сюжетобразующих кадров и сцен, отражающих ключевые семантические единицы фильма и их взаимосвязи — синтаксис.

Вне зависимости от года выпуска и персоны режиссера, в силу единой литературной основы, в рассматриваемых картинах есть общие семантические единицы — локации, декорации, грим, костюмы.

⁸ *Корте Г.* Введение в системный киноанализ с примерами исследований на материале фильмов «Забриски Поинт» (Антониони, 1969), «Мизери» (Райнер, 1990), «Список Шиндлера» (Спилсберг, 1993), «Ромео и Джульетта» (Лурман, 1996) / Авторы исслед. П. Дрекслер, Г. Корте, Г.-П. Роденберг, Й. Тиле ; пер. с нем. М. Юдсон, Е. Смирновой (ч. вторая, гл. II, III) ; под научн. ред. И. Кушнareвой ; предисл. А. Павлова / Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». 2-е изд. М. : Изд. Дом Высшей школы экономики, 2020. 360 с. С. 48.

Локации: дом — личное пространство — главного героя, сыщика Уилла Грэма, обиталище преступника с символическим «алтарем», место преступления, фотографии семей — жертв маньяка, официальное учреждение (офис сыщиков), психиатрическая лечебница для преступников, в которой содержится консультант сыщиков Ганнибал Лектер.

Однако визуально эти семантические единицы существенно отличаются в первую очередь световым и цветовым решением кадра. В фильме «Охотник на людей» используется довольно ровное освещение, основная цветовая гамма светлая. Композиция кадра в фильме «Охотник на людей» относительно «чистая», изображение графически «плоское», основной свет ровный, без ярко выраженных теневых «провалов». Интерьерные локации места преступления, офиса сыщиков, места заточения Ганнибала Лектера (Брайан Кокс) решены в светлых тонах, с основным ровным заливающим светом. Стены, как правило, без контрастных пятен, на них нет ни картин, ни грамот, ни фотографий. Камера Лектера и костюм — комбинезон — почти белые, в то время как Грэм (Уильям Петерсен) в темном (рис. 7).

Дом «Зубной феи» — преступника — маньяка Фрэнсиса Долархайда (Том Нунен) наполнен деталями интерьера, в центре его пустынный «марсианский» пейзаж (рис. 1).

Снаружи его обиталище выглядит как обычный дом (рис. 6), что должно, видимо, указывать на то, что маньяки могут скрываться под личиной добропорядочных членов общества.

Персонаж Грэма с момента его подключения к расследованию одет в темное, когда он оказывается в одиночестве, освещение становится контрастным, тени заполняют большую часть пространства. В этом смысле показательна сцена, в которой Грэм изучает видеоматериалы: он в черном, перед ним черное пространство (рис. 16). Такие кадры можно трактовать как «обращение Грэма к бездне». Вероятно, таким образом авторы предполагали создать напряженное ожидание того момента, когда бездна начнет смотреть на Грэма, а самого Грэма характеризовать как персонажа, ходящего по краю бездны.

Семантика фильма «Охотник на людей» представляет собой последовательность в целом ровных по свету, цвету и графической композиции кадров. Поэтому зрителю остается только следить за тем, что будут делать персонажи, и слушать диалоги, в которых озвучиваются, в том числе мотивы персонажей и сюжетное действие. Визуальный ряд не способствует введению аудитории в «двойственное» эмоциональное состояние, не «расшатывает» его.

В фильме «Красный дракон» кадр заполнен деталями и множеством дополнительных источников света, пространство «рваное», дробное, с большими черными «дырами», за окнами-решетками в локации «логово злодея» есть еще пространства, также наполненные пересекающимися линиями (рис. 2). В сцене брифинга в полицейском участке пространство кадра также визуально «дробится» и графически, и светом, высокий контраст между тенями и светами (рис. 4). Внешний вид логова Долархайда (Рэйф Файнс) решен в таком же стиле (рис. 5).

Визуальное решение создателей «Красного дракона» сцены встречи Грэма (Эдвард Нортона) и Лектера (Энтони Хопкинса) не только удерживает заявленное ранее стилистическое решение, но и задает дополнительные смыслы, четко читаемые зрителем (рис. 8). В Западной культуре существует устоявшееся, архетипическое представление о цветовых и пространственных «характеристиках» Зла: мрачное, черное, под землей, в аду. Декорации подчеркивают что Лектер — Зло, которое обитает в заточении под землей: характерная для подполья отделка стен и сводчатый потолок, лестница наверх. Но Лектер не за решеткой, а за прозрачной перегородкой, визуальное решение сцены однозначно указывает на призрачность границы между персонажами, психологическую близость героев.

В фильме «Красный дракон» визуальное решение кадров направлено на создание дискомфорта в восприятии. Содержание кадров и смысл происходящего на экране звучат контрапунктом, «расшатывая» зрительское эмоциональное восприятие происходящего.

К семантике фильмов стоит отнести ряд деталей, задающих характер главного злодея, Фрэнсиса Долархайда. Это грим — физический изъян на лице — и реквизит — «алтарь», репродукция картин Уильяма Блейка из серии «Красный дракон». В «Охотнике на людей» это картина «Большой красный дракон и женщина, одетая в солнце» 1805 года (рис. 9) [Nation Gallery of Art...]. В фильме «Красный дракон» картина с тем же названием и сюжетом, но имеющая другую композицию, создана около 1803–1805 годов (рис. 10) [Brooklyn Museum...].

Разные варианты картины дают разные коннотации, которые визуализируются с разной степенью активности (рис. 11 и 12). Интертекстуальное влияние этой детали на идею фильма следует рассмотреть подробнее. «Алтарь» злодея в фильме «Охотник на людей» представлен относительно крупно через проекцию на экране (рис. 11). На картине женщина и дракон занимают примерно равные доли живописного пространства. В силу того, что дракон расположен сверху, ассоциативно

возникает впечатление, что он главенствует над женщиной, что визуально описывает внутренний конфликт и корни комплекса превосходства Долархайда: он пытается компенсировать свою ущербность, восстановить мужской «статус-кво», подчинив себе, «исправив» женщин, имеющих детей. В основе действий маньяка лежит апперцептивно воспринимаемая им гендерная неполноценность, но борьба не окончена, противостояние продолжается.

В фильме «Красный дракон» «алтарь» маньяка визуализирован как особое место в доме, где стоит репродукция, акцент на деталь ярче (рис. 12). Изображение на «алтаре» иное. Здесь дракон визуально заполняет все пространство картины, его хвост обвил женщину, «захватил», подавил ее. Трактовка может быть расширена до иных масштабов: дракон властвует над миром, над людьми, порожденными женщиной, дракон — сверхсущество, властитель мира. Именно эту коннотацию «присваивает» себе Фрэнсис Долархайд в фильме «Красный дракон», делая татуировку на всю спину, повторяя изображение с картины на своем теле. Маньяк присваивает себе право вершить суд над людьми, дракон одержал победу. Эта идея становится главной и в отношениях между Лектером и Грэмом. Смыслы, порождаемые картиной Уильяма Блейка 1805 года, становятся лейтмотивом в отношениях Грэма и Лектера, что достаточно определенно звучит в сцене встречи Грэма с Лектером на прогулке (*RD — 00:44:20–00:47:55*)⁹.

Рис. 1. Кадр из фильма «Охотник на людей». Фрэнсис Долархайд «Зубная фея» и журналист Фредди Лаундс



Рис. 2. Кадр из фильма «Красный дракон». Фрэнсис Долархайд «Зубная фея» и журналист Фредди Лаундс



⁹ Здесь и далее в скобках указывается хронометраж сцены или кадра в фильмах, перед цифрами указывается фильм: RD (от Red Dragon — «Красный дракон»); либо Mh (от Manhunter — «Охотник на людей») — часы:минуты:секунды: 00:00:00.

Рис. 3. Кадр из фильма «Охотник на людей». Брифинг в участке полиции. На заднем плане Джек Кроуфорд и Уилл Грэм



Рис. 4. Кадр из фильма «Красный дракон». Брифинг в участке полиции. На заднем плане Джек Кроуфорд (Харви Кейтель) и Уилл Грэм



Рис. 5. Кадр из фильма «Красный дракон». Внешний вид логова «Зубной феи»



Рис. 6. Кадр из фильма «Охотник на людей». Внешний вид логова «Зубной феи»



Рис. 7. Кадр из фильма «Охотник на людей». Встреча Грэма и Лектера в психиатрической лечебнице



*Рис. 8. Кадр
из фильма «Красный
дракон». Грэм посещает
Лектера в спецлечебнице*



*Рис. 9. Уильям Блейк.
«Большой красный дракон
и женщина, одетая
в солнце», 1805 г.*



*Рис. 10. Уильям Блейк.
«Большой красный дракон
и женщина,
одетая в солнце»,
около 1803–1805 г.*



*Рис. 11. Кадр
из фильма «Охотник
на людей».
«Алтарь» маньяка*



*Рис. 12. Кадр
из фильма
«Красный дракон».
«Алтарь» маньяка*



*Рис. 13. Кадр
из фильма «Красный
дракон». Татуировка
на спине Долархайда*



*Рис. 14. Кадр
из фильма
«Охотник на людей».
Место преступления*



*Рис. 15. Кадр
из фильма
«Красный дракон».
Место преступления*



Рис. 16. Кадр
из фильма
«Охотник на людей»
Грэм и «бездна»



Для формулирования исчерпывающих критериев, которые позволят четко определить, какие именно семантические единицы являются специфическими для фильма жанра триллер, материала двух фильмов, очевидно, недостаточно. Однако один из критериев вполне можно обозначить: семантика триллера должна вызывать неопределенность, тревогу, световая, цветовая и графическая композиции кадра, внутрикадровый монтаж должны строиться так, чтобы у зрителя, с одной стороны, было четкое понимание, что именно происходит в сюжетном действии, с другой стороны, создавалось ощущение аудиовизуального дисбаланса. *Речь идет не столько о том, что находится в кадре, сколько о том, как кадр построен, как в нем соотношены свет, цвет, графическая и цветовая композиция, ракурс, крупности.*

В целом этому критерию соответствует семантика фильма «Красный дракон».

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ СИНТАКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Следует заметить, что термин «синтаксис» Альтман определяет как «ситуационные паттерны», редуцируя процедуру синтаксического анализа естественных языков. За скобками остаются такие аспекты, как изучение механизмов перехода языковых форм в речь, синтагматический синтаксис, взаимосвязь отдельных речевых блоков — предложений — и так далее. Применимость грамматических (лингвистических) приемов анализа текста к кинотексту в данной работе не рассматривается. Исходя из цели данной работы, синтаксис фильма принимается в ключе концепции Рика Альтмана как ситуационные паттерны.

К ситуационным паттернам в данном случае относится композиционное решение фильмов в целом: совершено преступление, необходимо найти преступника. Данные следствия свидетельствуют о том, что преступник — маньяк, серийный убийца, для его поиска нужен

специалист, обладающий особыми способностями, умеющий думать как маньяк. Есть загадка, есть особо одаренный сыщик, ожидаемое развитие действия — от развязки к завязке. Это композиционное построение детектива, устоявшийся ситуационный паттерн «детектив». Для удержания зрительского внимания применяется традиционный для композиции детектива прием — «ошибка сыщиков», в результате которой погибает журналист Фрэнди Лаундс (в «Охотнике на людей» — Стивен Лэнг, в «Красном драконе» — Филип Сеймур Хоффман).

По истечении примерно половины экранного времени (в фильме «Охотник на людей» на пятьдесят шестой минуте, а в фильме «Красный дракон» на пятьдесят второй) зритель «вступает в визуальный контакт» с разыскиваемым сыщиками маньяком — Фрэнсисом Долархайдом. На этом детективная композиционная составляющая фильмов обрывается. С этого времени зритель знает о действиях преступника, а сыщики не знают. Это провозглашенный А. Хичкоком принцип организации нарратива триллера, главный ситуационный паттерн. Таким образом, первая часть фильмов представляет собой экспозицию, в которой создается заочный портрет Долархайда и представляется главный сыщик — Уилл Грэм.

Далее следуют традиционные синтаксические обороты — ситуационные паттерны «угроза семье главного героя» и «эффект тикающих часов», смысл которого заключается в предсказуемом, но эмоционально напряженном моменте — успеют ли сыщики спасти последнюю жертву маньяка?

При равной длительности обоих фильмов — 124 минуты «Красный дракон» и 120 минут (в режиссерской версии 124 минуты) «Охотник на людей» — они имеют существенные композиционные отличия. «Красный дракон» начинается с пролога продолжительностью 11 минут (включая начальные титры, с окончанием которых пролог заканчивается). Пролог посвящен предыстории отношений Грэма и Лектера и иллюстрирует психологическую проблему Грэма. Так авторы заложили в самое начало фильма «знаниевый» компонент для зрителя: зритель знает, чего боится главный герой. Поэтому каждый шаг Грэма, каждый его контакт с Лектером, приближение к разыскиваемому преступнику воспринимается напряженно.

Введение этого элемента композиции разворачивает зрительское внимание на Грэма и его отношения с Лектером. Ганнибал-каннибал обретает психологическую глубину и «лицо». Поэтому дальнейшее экранное действие, поиск «Зубной феи», в части противостояния

Лектера и Грэма, становится «фоном» и орудием в их психологическом противостоянии. Синтаксис частей кинотекста изменяет сюжетную композицию. На первое место в зрительском внимании становится развитие внутреннего конфликта Грэма¹⁰. По содержанию этот конфликт укладывается в рамки описанного Э. Эриксоном нормативного конфликта пятой стадии становления личности: чувство идентичности против спутанности ролей¹¹. Благодаря прологу зритель знает, что когда-то Грэм доверился Ганнибалу Лектеру, это закончилось не только тяжелым ранением, но и психологическим срывом, лечением в психиатрической лечебнице. И Лектер, и коллеги Грэма, сыщики, знают о специфике организации его сознания: Грэм «превращается» в преступника-маньяка, может мыслить и чувствовать как маньяк. Именно это интересует Лектера в Грэме, все действия Лектера направлены на то, чтобы спровоцировать у Грэма ремиссию, «перетащить» его «на темную сторону». Грэму необходимо не только удержаться на стороне «добра», но и одновременно не потерять «чувствование» маньяка, пройти по краю. Однако и в «Красном драконе» оказалось недостаточно визуального материала, чтобы увидеть остроту положения Грэма.

В то же время в фильме «Красный дракон» более полно, в сравнении с фильмом «Охотник на людей», визуально раскрыт внутренний конфликт Фрэнсиса Долархайда. Внутренний конфликт Долархайд имеет похожее с Грэмом корни: маньяк утратил идентичность, глубокий комплекс неполноценности перерос в комплекс превосходства. А. Адлер утверждает, что «...преступность — это результат комплекса превосходства, а не проявление фундаментальной и изначальной порочности»¹². Долархайд обладает комплексом превосходства, Грэм — комплексом неполноценности. Лектер стремится развить у Грэма комплекс превосходства.

Тема разрешения внутреннего конфликта главного героя в «Красном драконе» поддержана еще одним паттерном — синтаксической конструкцией, формирующей нарративную схему «путь героя»¹³. Грэм

¹⁰ Подробнее о конструкции внутреннего конфликта экранного героя в произведении жанра триллер см.: Я. А. Пархоменко, И. В. Кононов Чего боится Уолтер Уайт? Структурные особенности главного конфликта сериала «Во все тяжкие» / Я. А. Пархоменко, И. В. Кононов // *Артикульт*, № 35 (3-2019) июль — сентябрь. С. 114–129. URL: <http://articult.rshu.ru/articult-35-3-2019/articult-35-3-2019-parkhomenko-kononov.php> (дата обращения: 04.04.2021).

¹¹ Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Пер. с англ.; общ. ред. и предисл. А. В. Толстых. М.: Издательская группа «Прогресс», 1996. С. 104.

¹² Адлер А. Наука жить. Киев: Port-Royal, 1997. С. 39.

¹³ Воглер К. Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино / К. Воглер; пер. с англ. 3-е изд. М.: Альпина нон-фикшн, 2019. 608 с. (Серия «Сценарное и писательское мастерство»).

находится в «обыденном мире» (*RD — 00:11:13–00:11:50*); «слышит зов» (*RD — 00:12:50–00:14:23*); «отправляется в путешествие» (*RD — 00:15:41–00:16:00*); обучается, «обретает союзников», одерживает «первую победу», сталкивается с «Тенью», имеет Наставника — Ганнибала Лектера, сталкивается с Обортнем, все тем же Лектером; побеждает при помощи Анимы — Богини (*RD — 01:54:20–01:58:21*). Этот способ драматического повествования имеет девиации в одном из ключевых своих компонентов: неясно, властелином каких двух миров стал Грэм? Разрешение конфликта Грэма не происходит. С точки зрения кинобизнеса такая развязка дает авторам возможность для продолжения, переходу к сериальности экранного продукта. Своеобразный «крючок» закладывается на последней минуте фильма, когда доктор Чилтон (Энтони Хилд), сообщает Лектеру о приходе посетительницы — сотрудницы ФБР (*RD — 1:59:45–2:00:07*).

В фильме «Охотник на людей» синтаксическую функцию выполняет такой компонент кинодраматургии, как речь персонажа. Речь персонажей в фильме используется для аудиального объяснения мотивировки их поступков и для смысловой увязки отдельных семантических единиц, участвует в синтаксисе как главный элемент. В то же время визуальные компоненты смыслообразования вступают в резонанс и друг с другом, и с речью. Вместо эмоционального дисбаланса зритель сталкивается с непониманием. Например, сцена встречи Грэма с Лектером в психиатрической лечебнице визуально построена так, что остается не до конца ясно, что авторы хотели этим сказать: Грэм в клетке, он в темном костюме, Лектер в клетке, в светлом костюме, вся сцена на фоне светлых стен, Грэм зло, а Лектер жертва? Из диалога следует, что Грэм пришел к Лектеру за помощью, но помощи не получил. Дальнейшие экранные события свидетельствуют, что смысл этой встречи нужен был авторам для того, чтобы поставить Грэма в трудную ситуацию.

Визуальное решение внутреннего конфликта Долархайда в «Охотнике на людей» построено более точно, благодаря чему синтаксическая конструкция читается легче: Долархайд страдает из-за шрама на лице, от чего у него страх перед противоположным полом и вызванное им недоверие к женщинам. Таким образом эмоционально «ровные» семантические единицы синтаксически увязываются противоречивой смысловой нагрузкой, но в результате у зрителя возникает не эмоциональный дисбаланс, а непонимание происходящего.

Несмотря на то что мы приняли подход Альтмана в определении синтаксиса экранного произведения, нельзя не остановиться на одной

очевидной проблеме смыслообразования рассматриваемых фильмов, содержательно схожей с синтагматическим синтаксисом лингвистики. Сопоставление ряда сцен, имеющих одинаковую фабульную основу, при подробном анализе демонстрирует различную сюжетно-смысловую нагрузку. В первую очередь речь идет об открывающем эпизоде (после тизера) в фильме «Охотник на людей» (*Mh* — 00:02:55–00:05:45) и первом после пролога эпизоде в фильме «Красный дракон» (*RD* — 00:11:13–00:14:24).

Рис. 17. Кадр из фильма «Охотник на людей». Кроуфорд просит Грэма помочь в расследовании преступления



В открывающей сцене первого эпизода фильма «Охотник на людей» персонажи помещены в пространство «открытого» кадра (рис. 17). Расстояние от ближайшего края кадра до персонажа примерно равно расстоянию между персонажами, на заднем плане океан и чистое небо, «пустота» и вода. Композиционно пространство кадра не ограничено, эмоционально кадр «открыт» для трактовок. Костюмы: в данной локации Грэм в шортах и футболке, Кроуфорд (Деннис Фарина) в деловом костюме, пиджак небрежно брошен рядом. Фигуры персонажей расположены почти спиной друг к другу.

Визуальная композиция задает смысл семантической единице: Грэм отдыхает на пустынном пляже, где никого кроме него нет, а Кроуфорд приехал издалека, по официальному делу. Но сначала Кроуфорду придется получить от Грэма прощение. Через диалог между персонажами зритель узнает, что Кроуфорд приехал не извиняться, а просить Грэма помочь в расследовании, но Грэм, по непонятным причинам, не хочет возвращаться на службу. Визуальная составляющая кадра входит в диссонанс со звуком — диалогом персонажей. Диалог становится напряженнее, когда в кадр входит женщина с ребенком. Женщина с ребенком приближаются — показано через часть спины Кроуфорда, диалог обрывается (рис. 18).

В следующем эпизоде зритель узнает, что это были Молли Грэм

(Ким Грайст), жена и Кэвин Грэм (Дэвид Симан), сын Грэма. Зритель не понимает, почему Грэм упрямится? Эпизод убеждения Кроуфордом Грэма помочь расследованию в фильме «Охотник на людей» длится примерно две с половиной минуты.

Рис. 18. Кадр из фильма «Охотник на людей». Сцена на пляже, в кадр входят женщина и ребенок



«Красный дракон», как уже указывалось выше, начинается с пролога. Пролог фильма повествует о событиях, в результате которых Грэм принял решение уйти со службы. Ведя предыдущее расследование, пытаясь поймать «Часопикского потрошителя», Грэм чуть не погиб в схватке с Ганнибалом Лектером. В ходе тяжелого восстановления после ранения Грэму пришлось провести некоторое время в психиатрической лечебнице, борясь с посттравматическим синдромом. На фоне этого знания зрителем предыстории эпизод обретает более точный и напряженный смысл.

Экспозиционный эпизод решается посредством нескольких сцен. После взаимного дружеского приветствия — кадров, на которых оба персонажа сняты на нейтральном среднем плане, — на фоне начала диалога между Грэмом (Эдвард Нортон) и Кроуфордом (Харви Кейтель) (*RD — 11:39–11:45*), «проскакивает» кадр с женщиной в купальнике и мальчиком на пирсе с удочками в руках (*RD — 11:45–11:50*). Понятно, что это жена Грэма Молли (Мэри-Луиз Паркер) и его сын Джош (Тайлер Патрик Джонс). Эта монтажная врезка задает дополнительный смысл, спокойное восприятие диалога зрителями между Грэмом и Кроуфордом с учетом пролога становится затруднительным.

В сцене-1 диалога (рис. 20) пространство кадра композиционно ограничено темными силуэтами мужчин, между ними, на заднем плане, жена и сын Грэма ловят рыбу. Грэм и Кроуфорд находятся в равном положении, оба в тени, на столике стоит стакан с напитком, их позы непринужденные, они мирно беседуют. Промелькнувший кадр (рис. 19) обретает смысл, акцентирует внимание на центре кадра,

зрителю сложно избавиться от ощущения, что жена и сын Грэма являются препятствием в диалоге Грэма с Кроуфордом.

В сцене-2 диалога, с ракурсом «от океана» (рис. 21), персонажи визуально «ставятся» в равное положение, они слегка развернуты друг к другу, официальный костюм Кроуфорда, его возраст (элемент кастинга) и слегка напряженное положение его фигуры свидетельствуют, что он начальник, который не может решить служебные проблемы без Грэма. Грэм в шортах, соответствующих погоде и месту, где он живет с семьей (субтропики), но теперь и в рубашке, т. е., костюм персонажа свидетельствует о его готовности к диалогу. Далее Кроуфорд показывает фотографии семей — жертв маньяка (рис. 22), Грэм задумывается, смотрит вдаль. Следующий кадр — жена оборачивается, как бы слыша обращение к себе и чувствуя угрозу Грэму и семейному благополучию (рис. 23). Возникают новые смыслы: Грэм чувствует свою ответственность перед семьей, жена на расстоянии чувствует переживания мужа, опасается за него — можно предложить много трактовок, но все они будут эмоционально нестабильными, напряженными. Далее следует «восьмерка», Кроуфорд продолжает убеждать Грэма помочь следствию, крупные планы персонажей и визуальный ряд перекрываются началом диалога следующего эпизода — жена отговаривает Грэма участвовать в расследовании.

Рис. 19. Кадр из фильма «Красный дракон». Жена и сын Грэма на пирсе во время диалога Грэма и Кроуфорда



Рис. 20. Кадр из фильма «Красный дракон». Сцена-1. Кроуфорд просит Грэма помочь в расследовании преступления



Рис. 21. Кадр из фильма «Красный дракон». Сцена-2. Кроуфорд и Грэм, диалог



Рис. 22. Кадр из фильма «Красный дракон». Фотография семьи жертв маньяка



Рис. 23. Кадр из фильма «Красный дракон». Жена «чувствует» Грэма



Продолжительность экспозиционного эпизода в «Красном драконе» — чуть больше трех минут. Зритель узнал не только о сути просьбы Кроуфорда, о тонких отношениях между Грэмом и его женой, но и почувствовал, что Грэм стоит перед дилеммой: помочь бывшим коллегам и столкнуться со смертельной опасностью и опасностью рецидива психического нарушения или остаться с любимой семьей в «раю». Возникающее напряжение усиливается благодаря прологу. Формулируется многоуровневая смысловая группа, способствующая «подключению» зрителя к главному герою и одновременно вызывающая чувство эмоциональной двойственности, разбалансированности.

Триллер имеет свои специфические семантические единицы, в отличие от фильмов типа вестерн, гангстерский, исторический или военный, определяющим является не костюмы и реквизит, а композиционное их решение — графическое, цветовое и световое. В ключе установки Мартина на то, что в триллере должно быть больше эмоциональной

составляющей, чем необходимо для нарратива, визуальное повествование является одним из способов усиления дискомфорта восприятия кинотекста зрителем, расшатывания его эмоционального равновесия.

Синтаксис кинотриллера специфичен. Жанровые компоненты триллера читаются, когда отношения между семантическими единицами «устанавливаются» посредством визуальных приемов означивания, а не через диалоги и монологи. К специфическим ситуационным паттернам триллера (вслед за А. Хичкоком) необходимо отнести такие ситуационные паттерны, как саспенс, эффект «тикающих часов».

Решающее значение в продуцировании фильмических жанровых признаков триллера является внутрикадровый, аналогичный лингвистическому синтагматический синтаксис. Особое значение имеют отношения между семантическими единицами в рамках кинотекста, возникающие как внутри кадра, так и между кадрами, и между сценами. Синтаксис триллера, отражающийся в специфической линейной композиции, выходит за рамки понятия «ситуационный паттерн», ограничиться синтаксисом в понимании Рика Альтмана («ситуационный паттерн») в случае с триллером совершенно недостаточно. Дополнительного изучения требует выявление способов организации внутрикадрового пространства триллера, того, как именно возникают синтаксические связи внутри семантической единицы триллера, как складываются синтагмы, их комбинации и на каких принципах выстраиваются отношения между ними. Выявился еще один — «знаниевый» — компонент, когда зритель визуальным знаком с причиной внутреннего напряжения главных героев. Этот компонент способствует созданию ощущения «тревожного ожидания», дополнительно наряду со специфичным построением визуальной композиции кадра обеспечивает качественную составляющую триллера, как ее определяет Мартин Рубин. В дополнение к предложенным Рубиным определениям фильмических жанровых характеристик триллера возникает еще одно тематическое пространство для исследований: визуальные характеристики и визуальная репрезентация развития внутреннего конфликта главного героя как основы напряжения зрительского восприятия кинокартины. Из этого вывода в свою очередь следует специфическая особенность кинодраматургии триллера: разработанный и заложенный еще на стадии создания литературной основы фильма (сценария) внутренний конфликт главного героя является важным фактором в создании триллера.

Прагматика, выбор зрителем жанровой принадлежности фильма в зависимости от смысловых приоритетов в случае с фильмом жанра

триллер не «работает». Жанр триллер задается через аудиовизуальные компоненты кинодраматургии и специфичный синтаксис, а также посредством особого композиционного построения нарратива. В случае рассмотренных фильмов важной оказалась степень разработки внутреннего конфликта главного героя и его развитие посредством применения нарративной модели «путь героя». Однако является ли требование применения нарративной модели «путь героя» «обязательным» для всего массива фильмов зонтичного жанра триллер на примере двух картин, утверждать невозможно, требуется более объемное исследование.

Список источников

1. *Altman R.* Film/Genre / First published in 1999 by the British Film Institute 21 Stephen St, London W2 LN. Reprinted 2000. 246 p.
2. *Трюффо Ф.* Хичкок/Трюффо. Кинематограф по Хичкоку. М. : Эйзенштейн-центр. 1996. 224 с.
3. *Rubin M.* Thrillers. Cambridge : Cambridge University Press. 1999. 319 p. P. 3.
4. *Rubin M.* Thrillers. Cambridge : Cambridge University Press. 1999. 319 p. P. 5.
5. IMDbPro. Vox office. Movie Red Dragon. URL: https://pro.imdb.com/title/tt0289765/?ref_=recent_view_2 (дата обращения: 27.05.2021). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей на платной основе.
6. IMDbPro. Vox office. Movie Manhunter. URL: https://pro.imdb.com/title/tt0091474/?ref_=recent_view_1 (дата обращения: 27.05.2021). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей на платной основе.
7. *Корте Г.* Введение в системный киноанализ с примерами исследований на материале фильмов «Забриски Поинт» (Антониони, 1969), «Мизери» (Райнер, 1990), «Список Шиндлера» (Спислберг, 1993), «Ромео и Джульетта» (Лурман, 1996) / Авторы исслед. П. Дрекслер, Г. Корте, Г.-П. Роденберг, Й. Тиле ; пер. с нем. М. Юдсон, Е. Смирновой (ч. вторая, гл. II, III) ; под научн. ред. И. Кушнаревой ; предисл. А. Павлова / Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». 2-е изд. М. : Изд. Дом Высшей школы экономики, 2020. С. 48.
8. Подробнее о конструкции внутреннего конфликта экранного героя в произведении жанра триллер см.: *Я. А. Пархо-*

- менко, И. В. Кононов Чего боится Уолтер Уайт? Структурные особенности главного конфликта сериала «Во все тяжкие» / Я. А. Пархоменко, И. В. Кононов // Артикульт, № 35 (3-2019) июль – сентябрь. С. 114–129. URL: <http://articult.rsuh.ru/articult-35-3-2019/articult-35-3-2019-parkhomenko-kononov.php> (дата обращения: 04.04.2021).
9. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис / Пер. с англ. ; общ. ред. и предисл. А. В. Толстых. М. : Издательская группа «Прогресс», 1996. С. 104.
 10. Адлер А. Наука жить. Киев : Port-Royal, 1997. С. 39.
 11. Воглер К. Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино / К. Воглер ; пер. с англ. 3-е изд. М. : Альпина нон-фикшн, 2019. 608 с. (Серия «Сценарное и писательское мастерство»).

References

1. Altman R. Film/Genre / First published in 1999 by the British Film Institute 21 Stephen St, London W2 LN. Reprinted 2000. 246 p.
2. Tryuffo F. Khichkok/Tryuffo. Kinematograf po Khichkoku. М. : Eyzenshte:yn-tsentr. 1996. 224 s. (In Russ).
3. Rubin M. Thrillers. Cambridge : Cambridge University Press. 1999. 319 p. P. 3.
4. Rubin M. Thrillers. Cambridge : Cambridge University Press. 1999. 319 p. P. 5.
5. IMDbPro. Box office. Movie Red Dragon. URL: https://pro.imdb.com/title/tt0289765/?ref_=recent_view_2 (data obrashcheniya: 27.05.2021). Rezhim dostupa: dlya zaregistririvannykh pol'zovateley na platnoy osnove. (In Russ).
6. IMDbPro. Box office. Movie Manhunter. URL: https://pro.imdb.com/title/tt0091474/?ref_=recent_view_1 (data obrashcheniya: 27.05.2021). Rezhim dostupa: dlya zaregistririvannykh pol'zovateley na platnoy osnove. (In Russ).
7. Korte G. Vvedeniye v sistemnyy kinoanaliz s primerami issledovaniy na materiale fil'mov «Zabriski Point» (Antonioni, 1969), «Mizeri» (Rayner, 1990), «Spisok Shindlnra» (Spisberg, 1993), «Romeo i Dzhul'yetta» (Lurman, 1996) / Avtory issled. P. Dreksler, G. Korte, G.-P. Rodenberg, Y. Tile ; per. s nem. M. Yudson, E. Smirnovoy (ch. Vtoraya, gl. II, III) / Nats. Issled. Un-t

- «Vysshaya shkola ekonomiki». 2-e izd. M. : Izd. Dom Vyshey shkoly ekonomiki, 2020. S. 48. (In Russ).
8. Podrobneye o konstruktsii vnutrennego konflikta ekrannogo geroya v proizvedenii zhanra triller sm.: Ya. A. Parkhomenko, I. V. Kononov Chego boitsya Uolter Uayt? Strukturnyye osobennosti glavnogo konflikta seriala «Vo vse tyazhkiye» / Ya. A. Parkhomenko, I. V. Kononov // *Artikul't*, № 35 (3-2019) iyul'-sentyabr'. S. 114–129. URL: <http://articult.rsuh.ru/articult-35-3-2019/articult-35-3-2019-parkhomenko-kononov.php> (data obrashcheniya: 04.04.2021). (In Russ).
 9. Erikson E. Identichnost': yunost' i krizis / Per. s angl. ; obshch. red. i predisl. A. V. Tolstykh. M. : Izdatel'skaya gruppa «Progress», 1996. S. 104. (In Russ).
 10. Adler A. Nauka zhit'. Kiyev : Port-Royal, 1997. S. 39. (In Russ).
 11. Vogler K. Puteshestviye pisatelya. Mifologicheskiye struktury v literature i kino / K. Vogler ; per. s angl. 3-e izd. M. : Al'pina non-fikshn, 2019. 608 s. (Seriya «Stsenarnoye i pisatel'skoye masterstvo»). (In Russ).

Библиография

1. *Козлов Л.* О жанровых общностях и особенностях // *Искусство кино.* — 1978. — № 11. — С. 122–135.
2. *Лейдерман Н. Л.* Теория жанра: Научное издание / Институт филологических исследований и образовательных стратегий «Словесник» УрО РАО ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург. — 2010. — 904 с.

Информация об авторах

Я. А. Пархоменко — кандидат искусствоведения, заведующая кафедрой сценарного мастерства ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

И. В. Кононов — аспирант кафедры экранных искусств ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», 127521, Россия, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Information about the authors

Ya. A. Parkhomenko — Candidate of Art History, Head of the Department of Screenwriting Skills “Academy of Media Industry”, 127521, Moscow, Oktyabrskaya str., 105, b. 2.

I. V. Kononov — Post-graduate student of the Department of Screenwriting Skills “Academy of Media Industry”, 127521, Moscow, Oktyabrskaya str., 105, b. 2.

*Статья поступила в редакцию 23.11.2022;
одобрена после рецензирования 24.11.2022;
принята к публикации 25.11.2022.*

*The article was submitted 23.11.2022; approved
after reviewing 24.11.2022; accepted for
publication 25.11.2022.*

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПАНОРАМА

Анайат Р.

115

*Международная конференция по интеллектуальной
упаковке и печатной электронике*

INTERNATIONAL PANORAMA

Anayat R.

115

*International Conference on Intelligent Packaging
and Printed Electronics*

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ УПАКОВКЕ И ПЕЧАТНОЙ ЭЛЕКТРОНИКЕ

РАДЖЕНДРАКУМАР АНАЙАТ

Университет науки и технологий DCRUST, Индия, Муртал,
<https://www.dcrusm.org/>

Аннотация. В статье дается краткое описание тематики и содержания докладов, сделанных на Международной конференции по интеллектуальной упаковке и печатной электронике на базе Университета науки и технологий (DCRUST, Муртал), состоявшейся с 3 по 6 сентября 2022 года. Основное внимание на конференции было уделено новым перспективным направлениям развития печатной индустрии.

Ключевые слова: полиграфическое производство, технологии печати, интеллектуальная упаковка, печатная электроника, цифровизация, автоматизация, устойчивое развитие

Для цитирования: Анайат Р. Международная конференция по интеллектуальной упаковке и печатной электронике // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 115–122.

INTERNATIONAL CONFERENCE ON INTELLIGENT PACKAGING AND PRINTED ELECTRONICS

RAJENDRAKUMAR ANAYAT

DCRUST University of Science and Technology, India, Murtal,
<https://www.dcrusm.org/>

Abstract. The article provides a brief description of the topics and content of the reports made at the international conference on Intelligent Packaging and Printed Electronics at the University of Science and Technology (DCRUST, Murtal), held from 3 to 6 September 2022. The main attention at the conference was paid to new promising areas of development of the printing industry.

Keywords: printing production, printing technologies, intelligent packaging, printed electronics, digitalization, automation, sustainable development

For citation: Anayat R. International Conference on Intelligent packaging and printed electronics // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 115–122.

© Раджендракумар Анайат, 2022
© Академия медиаиндустрии, 2022

Ассоциация офсетных типографий Индии (OPA) при поддержке Правительства Индии, Министерства микро-, малых и средних предприятий организовала с 3 по 6 сентября 2022 года Международную конференцию по интеллектуальной упаковке и печатной электронике на базе Университета науки и технологий (DCRUST, Муртал).



Докладчики из 7 стран — Бангладеш, Бутана, Греции, Индии, Индонезии, Непала и Шри-Ланки — перед началом работы Международной конференции по печатной электронике и интеллектуальной упаковке

На конференцию были приглашены эксперты и докладчики из ряда стран мира для обсуждения и оценки текущего состояния и будущего печатной электроники и интеллектуальной упаковки. На конференции выступили 14 ведущих специалистов из 7 стран: Греции, Индии, Непала, Бутана, Индонезии, Бангладеш и Шри-Ланки. Делегаты из 32 различных городов Индии смогли во время встреч обсудить и пообщаться с ведущими специалистами и консультантами по актуальным вопросам, рассматриваемым на конференции.



Участники Конференции по печатной электронике и интеллектуальной упаковке в зале

При открытии конференции в выступлениях губернатора Харьяны и президента Ассоциации офсетных типографий прозвучало общее мнение о необходимости принятия шагов к тому, чтобы сделать Индию самодостаточной в области печатной электроники и новейших технологий упаковки. Было подчеркнуто, что печатная индустрия должна думать о новых идеях и новейших технологиях в печати. Отмечалось также, что бизнес умной упаковки и печатной электроники быстро растет как в Индии, так и во всем мире. Согласно оценке, рынок печатной электроники Индии составил 0,78 млрд долларов США в 2021 году и, как ожидается, достигнет 3,11 млрд долларов США к 2029 году. Объединения предприятий печатной индустрии активно способствуют овладению сотрудниками полиграфической индустрии новейшими технологиями, развитию секторов печати и производства упаковки.

В начале конференции ее председатель, профессор Камаль Чопра (ОРА), подчеркнул, что главная ее цель — понять нынешнюю ситуацию, разработать дорожную карту, обсудить возможные альтернативы, искать связи и взаимодействовать с международными экспертами, индийскими исследователями и работниками производства для успешного развития печатной индустрии. Как подчеркнул председатель конференции, в настоящее время создан сценарий, в котором полиграфические организации выходят далеко за рамки основной функции печати. Он посоветовал типографиям страны тщательно инвестировать в будущее печати и развивать концепцию, что в наши дни печать это не только краска на бумаге.

Подчеркивая важность конференции, он сказал, что ее цель состоит в том, чтобы изучить и установить, куда движется мир и индийский печатный сектор. Обращаясь к участникам, он посоветовал каждому задуматься над тем, куда вкладывать деньги, в какие новые и прорывные технологии. Он также отметил, что и традиционная коммерческая печать с применением цифровых технологий также набирает обороты.

Сопредседатель конференции г-н Ашвани Гупта высоко оценил большую работу коллектива Университета науки и технологий (DCRUST) по ее подготовке и проведению.

На различные темы печатной электроники и интеллектуальной упаковки выступили эксперты-спикеры. Они затронули вопросы бизнес-идей, исследований рынка и будущие его масштабы, проблемы и решения.

Профессор Раджендракумар Анайят (Университет науки и технологий DCRUST) в своем докладе рассмотрел области, в которых технология печати используется для производства различных видов электронных товаров, таких как электронные платы, дисплеи, датчики, RFID метки и др. Он подчеркнул, что область печатной электроники очень широка и включает в себя большое количество различных материалов и технологий печати. Поскольку печатная электроника может обеспечить новую функциональность упаковки, она рассматривается как одна из перспективных технологий для применения в упаковке пищевых продуктов в будущем.

Профессор Анастасиос Политис (Греция) посвятил свой доклад многоцветной печати для производства высококачественной упаковки. Спикер особо подчеркнул, что упаковка с яркой печатью и привлекательным оформлением притягивает покупателя, запоминается и повышает продажи товара. Брендированная упаковка делает бренд узнаваемым, создавая положительный имидж компании. Он остановился на использовании широко применяемой стандартизированной системы идентификации и подбора цвета «Pantone», специальных металлических цветов, плашечных цветов и описал рабочий процесс производства многоцветной упаковки.

Доктор Ашутош Трипати (Индия) выступил с докладом «Печатная электроника — возможности для индийской печатной и упаковочной промышленности». Он раскрыл возможные многочисленные потенциальные приложения печатной электроники и инноваций в этой области для печатной и упаковочной индустрии. Были отмечены текущие вызовы в этой сфере, и представлена возможная дорожная карта развития сферы печати.

Тема «Печатная электроника и ее приложения в умной упаковке» была отражена в докладе госпожи Мукул Шетти (Индия), которая убедительно показала участникам конференции, что печатная электроника не является далекой недостижимой технологией. Она продемонстрировала производимые в Индии в настоящее время образцы продукции и различные направления применения печатных технологий в их производстве.

В своей презентации на тему «Простые универсальные продукты с использованием печатной электроники» доктор Лакшми Прия (Индия) продолжила тему использования печатных технологий в производстве электроники малыми и микропредприятиями. Особо она остановилась на теме о том, как небольшие полиграфические

производства могут внедрить интеллектуальную технологию, не предпринимая больших усилий и с минимальными инвестициями. Это особенно важно для полиграфических производств, которые не решаются принять новые технологии.

С подробной презентацией на тему «Печатная электроника — материалы и приложения» выступила доктор Мадхура Параг Махаджан (Индия). Она посвятила свой доклад рассмотрению параметров и свойств материалов, необходимых для печатной электроники. Автор доклада подробно остановилась на выборе используемых печатных материалов с учетом их свойств, а также экономических и технических показателей.

Выступая на тему «Индустрия 4.0 в полиграфической промышленности», профессор Герасимос Воничанос (Греция) отметил, что «Индустрия 4.0» предполагает новый подход к производству, основанный на массовом внедрении информационных технологий, масштабной автоматизации бизнес-процессов и распространении искусственного интеллекта. Доклад иллюстрировался результатами тематических исследований крупных полиграфических компаний, которые широко внедрились эти технологии.

Темы докладов ряда участников государств азиатско-тихоокеанского региона были посвящены состоянию полиграфического производства в конкретных странах, его трансформации в условиях технологического уклада «Индустрия 4.0». Спикеры также подчеркивали необходимость сотрудничества государств в области исследований и разработок, подготовки кадров для печатной индустрии.

С анализом развития полиграфического производства Непала выступили г-н Кхом Канта Регми и г-н Кришна Прасад Параджули. Они представили статистику последних лет и результаты внедрения предприятиями и организациями новых технологий.

Подробный доклад «Перспективы 2022 года» был представлен г-жой Тути Рахаджу Бунтаран (Индонезия), в нем отмечалось, что печатное производство в Индонезии развивается быстрыми темпами. Предприятия активно внедряют новые технологии, увеличивается объем производства.

Доклад на тему «Современное состояние печати в Шри-Ланке и возможности ее развития» сделал г-н Питер Деккер (Шри-Ланка). Докладчик особо осветил область производства упаковки и ее экспортных направлений.

Г-н Зулкор Шахин (Бангладеш) выступил с докладом «Состояние типографской деятельности в Бангладеш и масштабы ее совершенствования». Он особо выделил применение полиграфических технологий в текстильной промышленности и ее экспортные возможности, а также производство упаковки.

В совместном докладе г-на Карма Нима и г-жи Карма Джурме Янгом (Бутан) были раскрыты причины устойчивой работы предприятий полиграфического производства в условиях пандемии COVID. Это гарантирует определенный успех во внедрении «умных» технологий как в настоящее время, так и в перспективе.

Участники конференции принимали активное участие в обсуждении докладов, задавали многочисленные вопросы экспертам. Конференция способствовала повышению уровня знаний ее участников о современных технологиях в печатной индустрии и о возможностях их применения в бизнесе.



Команда Университета науки и технологий, обеспечившая успех проведению Международной конференции по печатной электронике и интеллектуальной упаковке

Библиографический список

1. Краткий отчет Международной конференции «Печатная электроника и умная упаковка». — URL: https://issuu.com/foilprinter/docs/book_new (дата обращения: 20.09.2022).

2. 8th drupa Global Trends Report: Global print industry shows post Covid recovery and resilience in face of fresh challenges. — URL: <https://whattheythink.com/news/111821-8th-drupa-global-trends-report/>. — Дата публикации: 17.08.2022 г.
3. Ассоциация офсетных типографий Индии (ОПА). — URL: <https://opaindia.in/> (дата обращения: 20.09.2022).
4. Университет науки и технологий имени Динбандху Чхоту Рама, Муртал. — URL: <https://www.dcrustm.org/about/> (дата обращения: 20.09.2022).

Информация об авторе

Р. Анайат — профессор, вице-канцлер Университета науки и технологий DCRUST, Муртал, Индия.

Information about the author

R. Anayat — Professor, Vice-Chancellor of DCRUST University of Science and Technology, Murtal, India.

*Статья поступила в редакцию: 27.10.2022;
одобрена после рецензирования: 29.10.2022;
принята к публикации: 30.10.2022.*

*The article was submitted 27.10.2022; approved
after reviewing 29.10.2022; accepted for
publication 30.10.2022.*

О СТАТЬЕ ПРОФЕССОРА РАДЖЕНДРАКУМАРА АНАЙАТА — ВИЦЕ-КАНЦЛЕРА УНИВЕРСИТЕТА НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ DCRUST (МУРТАЛ, ИНДИЯ)

В настоящее время все бóльшая доля коммуникаций становится цифровой. При этом информационные технологии активно влияют и на многие сферы производств, в том числе полиграфическое. Характерной чертой современного полиграфического производства является разделение рынка на технологические и товарные секторы и сегменты, ориентированные на определенный контингент потребителей. Полиграфические технологии, помимо печати книг, журналов и газет, находят применение в производстве товаров народного потребления, текстильной и легкой промышленности, упаковки, электроники и др.

Одной из стран, активно развивающих полиграфическую индустрию, является Индия. Общее число компаний, работающих в отрасли, составило в 2020 году более 550 тыс. Расширение границ применения полиграфических технологий в Индии потребовало не только анализа достигнутых результатов, но и оценки перспектив и проведения исследований стратегий развития. В этой связи заслуживает внимания Международная конференция по интеллектуальной упаковке и печатной электронике, состоявшаяся на базе Университета науки и технологий DCRUST (Муртал), в сентябре 2022 года.



Р. Анайат

Опубликованная выше статья профессора Раджендракумара Анайата дает краткое представление о докладах, которые были сделаны спикерами по вопросам производства интеллектуальной упаковки и печатной электроники. Профессор, доктор наук Раджендракумар Анайат — индийский ученый, педагог и эксперт с многолетним опытом работы в области печатной индустрии. В настоящее время он является вице-канцлером индийского Университета науки и технологий (Deenbandhu Chhotu Ram University of Science & Technology, Murthal — DCRUST).

Университет DCRUST (<https://www.dcrustm.org/>) ведет подготовку специалистов по направлениям бакалавриата и магистратуры, в том числе в области полиграфического производства. Университет, как и Академия медиаиндустрии, является членом Международного круга образовательных институтов графических медиатехнологий и менеджмента (IC: <https://www.internationalcircle.net/>). Представители университетов ряда стран, входящих в объединение, — Китая, ФРГ, США, Болгарии, Греции, Литвы, Эстонии — ранее принимали участие в конференциях и семинарах, проведенных Академией в Москве по тематике полиграфического производства.

А. М. Цыганенко

*кандидат технических наук, профессор,
директор Центра принтмедиаиндустрии ФГБОУ
ДПО «Академия медиаиндустрии»*

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ

Барышников К. Б. **125**

Марина Евсеевна Голдовская: опыт высшего образования в сфере телевизионной журналистики

Соломатин А. Н. **139**

Совинформбюро и СВПП как основные структуры информационно-пропагандистской работы СССР во время Великой Отечественной войны

Штоляков В. И. **159**

К началу эпохи цифровых технологий

Цыганенко А. М., Битюрин Т. Г., Румянцев В. Н. **164**

О подготовке кадров для полиграфического производства

PRACTICE ANALYSIS

Baryshnikov K. B. 125

*Marina E. Goldovskaya: experience of higher education
in the field of television journalism*

Solomatin A. N. 139

*Sovinformburo and SVPP as the main structures
of information and propaganda work of the USSR
during the Great Patriotic War*

Shtolyakov V. I. 159

Towards the beginning of the digital age

Tsyganenko A. M., Bityurina T. G., Rumyantsev V. N. 164

About the training of personnel for the printing industry

МАРИНА ЕВСЕЕВНА ГОЛДОВСКАЯ: ОПЫТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

КИРИЛЛ БОРИСОВИЧ БАРЫШНИКОВ

Московский Гуманитарный университет, Москва, Россия,
kirill.barysh@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается и анализируется самоидентификация современного человека с внешним миром — реальностью и активизацией его повседневной деятельности в виртуальной, электронной среде, обозначаемой в современном мире как Интернет-пространство.

Ключевые слова: онлайн, электронная среда, дистанционный, Интернет-ресурс, Интернет-

пространство, виртуальный, информационно-коммуникативное пространство, фильм, оператор, монтаж, режиссер

Для цитирования: Барышников К. Б. Марина Евсеевна Голдовская: опыт высшего образования в сфере телевизионной журналистики // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 125–138.

MARINA E. GOLDOVSKAYA:
EXPERIENCE OF HIGHER EDUCATION IN THE FIELD
OF TELEVISION JOURNALISM

KIRILL B. BARYSHNIKOV

Moscow Humanitarian Universitie, Moscow, Russia, *kirill.barysh@yandex.ru*

Abstract. The article examines and analyzes the self-identification of a modern person with the external world — reality and the activation of his daily activities in a virtual, electronic environment, designated in the modern world as the Internet space.

Keywords: Online, electronic environment, remote, Internet resource, Internet space, virtual, information and communication space, cameraman, edition, film, Goldovskaya

For citation: Baryshnikov K. B. Marina Evseevna Goldovskaya: Experience of higher education in the field of television journalism // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 125–138.

Последние два десятилетия все сферы жизнедеятельности человека медленно, но верно перемещаются в электронную среду. Согласно данным статистического портала «moshib.su internet statistika 2020»: «Количество Интернет-пользователей увеличивается на 8,2 % в год. Это в восемь раз больше, чем ежегодный прирост населения нашей планеты — 1,05 %. Радиовещанию потребовалось 38 лет для формирования целевой аудитории в 50 миллионов человек, а телевидению — 75 лет»¹.

В разгар пандемии коронавируса (COVID-19), в 2020–2021 гг., только в первом полугодии 2020 года приоритеты в пользу электронной среды — Интернет-пространства и Интернет-ресурсов — резко возросли, причем не только у активных пользователей (возрастная группа от 16 до 45 лет), но и у представителей более старших поколений. Такая тенденция сохраняется и по сей день. Все сферы жизнедеятельности от государственных и медицинских услуг до Интернет-СМИ, видеохостингов и видеопорталов, а также отдельных тематических ресурсов и платформ активно функционируют в «мировой паутине» и предоставляют возможность каждому пользователю безболезненно в буквальном смысле слова и абсолютно безопасно по причине удаленности и дистанционности заказчика и исполнителя обеспечивать любые виды услуг и одновременно осуществлять любые виды деятельности. Не случайно более 50 % работодателей как коммерческих, так и государственных организаций перевели в этот критический жизненный момент деятельность своих организаций в дистанционный режим или, как говорят на современном сленге, — «на удаленку». Даже консервативная система образования была вынуждена переориентировать традиционные формы обучения в средней школе и в системе высшего образования, работая на протяжении нескольких месяцев в режиме онлайн. Подавляющее большинство жителей не только нашей страны, но и всего мира одновременно переместилось в Интернет-пространство, ставшее одним из немногих надежных и приоритетных информационных источников, взаимодействием с остальным мировым информационно-коммуникативным пространством, способом удовлетворения своих повседневных жизненно определяющих потребностей, площадкой для трудовой и образовательной деятельности, а также развлечений и прочих форм досуга. Правильно это или неправильно, хорошо или плохо — исключительно риторические рассуждения. Так сложились объективные и субъективные обстоятельства на данном историческом отрезке времени,

¹ Интернет-статистика – 2020: факты и цифры, которые нужно знать. URL: https://moshib.su/stats/internet_statistika_2020/ (дата обращения: 04.17.2020).

а, как известно, история не терпит условно-сослагательно наклонения с частицей «бы». Есть в сложившейся ситуации колоссальные определенные преимущества и «плюсы», но есть и конкретные «минусы» — недостатки. Находясь в постоянном контакте с виртуальным, не ощущаемым в своих внешних проявлениях (сенсорном, тактильном) мире, человек начинает постепенно ощущать себя его составным компонентом, все больше отдаляясь от реальной действительности, принимая условность за реальность и наоборот, а как следствие — теряет самоидентификацию с внешним миром, становится индифферентным, пассивным наблюдателем любых проявлений и событий в окружающем мире. Результатом таких процессов являются и когнитивный диссонанс, и эмоциональное выгорание, плавно перетекающие в длительную депрессию и еще более тяжелые психологические недуги, и их последствия. Одновременно внешние факторы жизненных реалий, их естественные проявления и искусственные модели формируют у человека характер пассивного потребителя рукотворных (материальных) и нерукотворных результатов жизнедеятельности. Об этой серьезной проблеме неоднократно говорил и писал в своих научных трудах известный американский социальный психолог, философ и журналист Герберт Шиллер еще задолго до появления Интернета и объединения всех существующих в мире технических средств и ресурсов в единое, глобализированное информационно-коммуникативное пространство².

Однако максимально дистанцироваться от Интернет-пространства и электронной среды уже невозможно. За 35 лет своего существования «Интернет» превратился из средства для передачи данных между институтами в полноценную сеть для обмена информацией между людьми, которая включает в себя более 3,4 миллиардов участников³, из которых 87,5 миллионов пользователей россияне⁴. Информация, которой обмениваются люди, может быть самых разных видов как по форме, так и по содержанию: это могут быть книги, изображения, деловая переписка, видео, программы, актуальные новости и аналитика.

В настоящее время в России насчитывается порядка 4,6 тысяч Интернет-изданий, которые генерируют более 100 тысяч уникальных сообщений. Интернет-СМИ являются серьезными конкурентами

² Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М. : Мысль, 1980.

³ Исследование: количество пользователей интернета в России выросло на 5 % до 84 млн // Tass.ru : сайт Информационного агентства ТАСС. URL: <http://tass.ru/ekonomika/2619574>. Дата публикации: 27.01.2016.

⁴ Internet Users // Internet Live Stats, 2016. URL: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/> (дата обращения : 04.17.2020).

традиционных изданий, а число пользователей наиболее успешных Интернет-проектов превышает аудиторию печатных изданий. Немаловажно, что сравнительно большая доля традиционных массмедиа во многом обеспечивается благодаря людям старше 40 лет, тогда как с каждым новым поколением его доля снижается, а влияние Интернет-изданий, наоборот, растет. Таким образом, становится очевидным увеличение роли цифровых СМИ с естественной перспективой сменой поколений и возможностью прогнозировать дальнейший рост Интернет-журналистики и электронных СМИ вплоть до полного перехода всех крупных информационных источников в Интернет-пространство в ближайшие 20 лет.

Современная молодежь во всем мире предпочитает классическим печатным и электронным (радио и телевидение) средствам массовой информации Интернет-издания, в первую очередь за их оперативность, мобильность и интерактивность, а также как альтернативу официальным информационным источникам, государственной идеологии и пропаганде, наглядного примера плюрализма мнений и возможности высказывать независимую гражданскую позицию, комментировать любые актуальные события и происшествия в окружающем мире, Интернет-СМИ. С другой стороны, колоссальный поток информации, предлагаемый Интернет-пространством, усложняет процесс ее потребления и осознания, особенно еще не полностью сформировавшимися в социально-личностном контексте отдельными индивидуумами, провоцирует не всегда адекватную, осмысленную реакцию и дальнейшие действия отдельных групп граждан, чаще всего — представителей молодого поколения, на какие-либо резонансные сенсационные или скандальные события в социально-политической, экономической, культурной и любой другой сфере жизнедеятельности. Научить современную молодежь рациональному использованию, дифференцированному отбору информации и ее глубокому, обстоятельному анализу — одна из главных задач современных журналистов, всех деятелей СМИ, преподавателей колледжей и вузов гуманитарного профиля образования.

Все вышеперечисленные факторы и современные технологии — результат интенсификации научно-технического прогресса нового тысячелетия. Однако новое — это хорошо забытое старое. Не стоит отказываться от синтеза современных знаний и классического опыта отечественных преподавателей гуманитарных вузов старой академической школы. В данном случае интересен опыт практической работы

в процессе подготовки студентов кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Московского Государственного Университета имени М. В. Ломоносова на примере творческой мастерской заслуженного деятеля искусств РСФСР, Лауреата государственных премий, известного кинооператора, режиссера, сценариста и продюсера Марины Евсеевны Голдовской (1941–2022).



М. Е. Голдовская практически не выпускала камеру из рук

«Кино, как игровое, так и документальное — это всегда часть мистики, не лишенная определенных и даже закономерных совпадений. 1988 год стал своего рода потрясением для советского игрового и документального кино. Все «запретные зоны» в творчестве кинематографистов, писателей и журналистов нашли свое реальное экранное воплощение, вопреки логике и практике искусства, не в игровом кино, а в документальном. 1988 год — настоящим событием в культурной и политической жизни страны стал фильм «Власть Соловецкая», не только рассказавший страшную правду об одном из первых советских лагерей особого назначения, но и глубоко проанализировавший истоки произошедшего в нашей стране после революции»⁵.

Знаменитый режиссер-оператор документального кино Марина Голдовская символически подытожила опыт своих коллег-кинмато-

⁵ Жуковская Д. Марина Голдовская — мастер современного фильма // Новая газета. 11.12.2008. № 92.

графистов с помощью реальных фактов нашей истории. Устами живых свидетелей и очевидцев рассказала одну из самых трагичных историй уходящей эпохи, одной из первых после А. Солженицына открыла массовому зрителю еще одну страшную «запретную зону». В начале 1989 года к удивлению зрителей в московских, а позже и всех остальных кинотеатрах бывшего СССР впервые за много лет после хроникально-документальной эпопеи Романа Кармена «Великая Отечественная» вышел в прокат документальный фильм режиссера Марины Голдовской «Власть Соловецкая». Эта кинолента стала событием в отечественной и мировой кинодокументалистике 1989 года, совершила переворот в сознании соотечественников и в документальном кино.

Даже далекие от неигрового кино люди могут помнить две Марины работы — «Архангельский мужик» (1986) и «Власть Соловецкая» (1988), первые перестроечные документальные фильмы о частном предпринимателе-фермере из далекой северной глубинке и ГУЛАГе. «Когда-то эти картины волновали всю страну и обсуждались в автобусах»⁶. Марина Голдовская была в работе универсальна и невзыскательна. Ей не требовались такие длительные подготовительные периоды и такое большое количество обслуживающего персонала съемок. Она была одной из первых в отечественной документалистике, доказавшей, что снимать фильм можно «малой кровью», без «раздутых» штатов и затянутой подготовки. Ей не нужны были показуха и агитация, ей нужны были рассказ и показ, не красивая сказка, а углубленное изучение, всестороннее исследование и наблюдение за своим объектом. Уже будучи режиссером, Марина Евсеевна никогда никому не доверяла и операторскую работу. Неискушенному и непосвященному зрителю трудно понять масштаб работы, проделанный Голдовской сразу в двух лицах: режиссера и оператора одновременно. М. Е. Голдовская настолько породнилась со своим главным профессиональным инструментом, орудием труда, что стала воспринимать кино, а позже и видеокамеру как живое существо, напарника, коллегу по работе: «Вот она, камера. Я ее держу и смотрю в объектив. Второй глаз обычно открыт. И я разговариваю с человеком. Если человек с самого начала знает, что ты именно так с ним будешь общаться, он забывает про камеру. Для меня штатив — ни в коем случае. Поставишь камеру на штатив, а человек в этот момент наклонится, вывалится из кадра, и ку-ку. ...Она не дрожит, она дышит. Я дышу, и она дышит»⁷.

⁶ *Тоназ М.* Я дышу, и камера дышит... [Интервью М. Голдовской] // Огонек. 10.12.2006. № 49.

⁷ Там же.

Во многом это упрощало работу. Как оператор М. Голдовская сама выбирала нужные и интересные ей точки и ракурсы съемки, как режиссер она уже знала или интуитивно чувствовала, какие именно из снятых кадров непременно будут использованы в монтаже будущего фильма и даже в каком драматургическом контексте. Профессиональная интуиция всегда безошибочно подсказывала ей нужные кадры. Даже при наличии великолепно точно прописанного по сценам и эпизодам сценария Марина Евсеевна Голдовская никогда не отказывалась от всевозможного экспромта или импровизации.

С 1966 по 1993 годы Марина Евсеевна Голдовская преподавала на телевизионном отделении факультета журналистики МГУ. В то теперь уже легендарное время Марина Евсеевна была начинающим специалистом в документальном кино. Впереди была аспирантура и кандидатская диссертация во ВГИКе, «Ткачиха», «Хирург Вишневский», «Артистка цирка Раиса Немчинская», «Дениска-Денис», всесоюзное и международное признание творческих заслуг, зрительская любовь.

Это была не просто преподавательская работа. Марина Евсеевна вела свою творческую мастерскую. Большинство ее выпускников нашли свое достойное призвание на телевидении и в кинодокументалистике. Показательно, что Марина Евсеевна предпочитала работать именно на телевизионном отделении факультета журналистики Московского Государственного Университета, а не во ВГИКе, где была всесоюзная кузница кинематографических кадров, список которых возглавляли будущие операторы. М. Голдовская, как никто другой из преподавателей кафедры телевидения факультета журналистики МГУ, отчетливо понимала, какое значение для будущих телевизионщиков имеет ее удачно апробированный творческо-практический метод операторского наблюдения.

Так сложилось исторически, что тележурналистов не обучают искусству операторской работы. Глубоко убежденная в гармоничном сочетании теоретических и практических знаний всех основных и смежных телевизионных профессий и специальностей, М. Голдовская в обязательном порядке обучала студентов факультета журналистики МГУ основам профессии оператора и даже киномонтажера.

Как можно точно указать оператору на его даже очевидные ошибки: нечеткость изображения, расфокус, «плавающий» нечетко выстроенный кадр? А объяснить, каким способом ты хочешь запечатлеть на киноплёнке определенный кадр, продуманный и выстроенный в твоём воображении, выстраданный в творческих муках, но еще

не запечатленный на киноплёнке? Без определенных знаний процесса кино- и видеосъемки это невозможно. Те же установки в отношении монтажа. Неужели неинтересно не только дотронуться своими руками до важнейшей составляющей будущего экранного произведения — киноплёнки с отснятым своими же невероятными усилиями исходным киноматериалом даже для незатейливого простенького информационного сюжета? А как можно самостоятельно срезать единственный лишний кадр так, чтобы добавить динамики экранных событий без ущерба для будущего телевизионного репортажа, очерка или фильма?

Драматургия фильмов М. Голдовской строится на внутреннем конфликте героя, контрасте между его взаимодействием, гармонией и несоответствием окружающей действительности. Язык кино только подчеркивает, оттеняет эти краски, переводя их на язык визуальных символов. Марина Голдовская — переводчик, но только не с языка на язык, а из мира реальности в мир кинематографических символов и ассоциаций. Журналистское наблюдение, плоть от плоти операторского метода наблюдения Марины Евсеевны Голдовской, очень важно именно для будущих телевизионщиков. Опытный кинематографист и педагог уже тогда чувствовала специфику телевизионной конъюнктуры: если кинозритель, даже в документальном кино, а уж в игровом и подавно, заплатит деньги за билет, не покинет киносеанс из принципа — заплачено — надо досмотреть, то телевидение с его изначальным «плюрализмом» — многоканальной системой даже на советском телевидении — стимулирует авторскую группу телепередачи или фильма удержать зрителя любой ценой перед телеэкраном. Добиться такого эффекта можно, только предложив уникальный, захватывающий, сенсационный материал, не только по теме, но и ее экранному воплощению. М. Е. Голдовская всегда была верна своему главному профессиональному принципу, творческой традиции — показывать генезис, этапы становления личности, каждого героя своего фильма именно методом наблюдения за каждым его действием и поступком в наиболее интересные моменты жизни, ловить и фиксировать на кино (видеоплёнку) каждую деталь, каждый штрих, который может стать решающей, жизненно важной деталью для полного раскрытия экранного образа. «...Жить с героями, ловить какие-то моменты, эмоции. А потом выстраивать фильм. И конечно, получается авторская картина — это мой взгляд. Документальное кино надо смотреть несколько раз. И внимательно. Игровое кино — все эти пиф-паф — там можно отвлекаться, выходить, входить. Документальное так смотреть нельзя. В нем самое дорогое — детали,

атмосфера, нюансы»⁸. Этому и учила своих воспитанников режиссер-оператор Марина Голдовская. Как и в кино, так и в педагогике она не боялась экспериментов: охотно давала разрешение на самостоятельную съемку, необходимого для получения кинокамеры в техническом отделе учебной телестудии кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ. При всей своей природной интеллигентности, мягкости, врожденной дипломатии, редко свойственной работникам кино и телевидения всех рангов, М. Е. Голдовская оставалась жестким, требовательным и бескомпромиссным руководителем дипломных, а особенно — творческих проектов. Но в те годы ей не требовалось особых усилий и педагогической властности. Позже, уже будучи профессором Киношколы университета Южной Каролины (США), она продолжила работать со своими студентами-слушателями по той же творческо-педагогической схеме и имела такой же оглушительный успех, как и много лет назад в советском университете. «Я говорю студентам с первого дня: «Ребята, если хотите что-то понять, не смейте выходить, не смейте разговаривать!» У меня, если бы студент хоть раз ответил на звонок мобильного, вылетел бы из аудитории немедленно!»⁹.

Марина Евсеевна Голдовская никогда не разделяла занятия в своей творческой мастерской на теоретические и практические, лекции и семинары. Это был постоянный непрерывный мастер-класс, в котором главная роль была отведена студентам. Она всегда начинала с малого, действуя по закону эволюции: «от простого — к сложному». Прежде чем доверить студенту 16-мм кинокамеру и проведение съемок, М. Голдовская предлагала своеобразную «карточную игру». Будущий оператор должен был описать содержание каждого кадра на небольших листах картонной бумаги, а затем представить на очередном мастер-классе бумажную экспликацию своего будущего произведения: выстроить кадры в том порядке, как он их видит в окончательном варианте своей работы, одновременно комментируя, каким операторским способом и методом он собирается проводить съемку каждого кадра. Студентов не пугала публичность выступления, необычная форма защиты своего творческого проекта и коллективность обсуждения. Аналогичный метод использовался в процессе просмотра и обсуждения отснятого киноматериала. Вся телевизионная группа, затаив дыхание, собиралась в небольшой монтажной, буквально облепив со всех сторон монтажный

⁸ Угольникова И. Марина Голдовская: «Странная женщина, странная...» // ТВ Парк. 18.08.1997.

⁹ Интервью с М. Голдовской «Я пока не устала радоваться» // Tera Nova (Тера Нова). Декабрь 2007. № 30.

стол, за спиной у Марины Евсеевны и монтажера-режиссера Галины Владимировны Роженцовой.

М. Е. Голдовская не комментировала экранное зрелище бурными эмоциональными высказываниями позитивного или негативного содержания, во всяком случае, в процессе обучения студентов. После просмотра первого «исходника» начиналось детальное обсуждение ошибок и наиболее удачных моментов. Дискуссия, а это была именно дискуссия, а не методическое нравоучение педагогом провинившегося ученика, потому что Марина Евсеевна хотела в первую очередь услышать личную мотивацию, аргументацию автора идеи и оператора-дебютанта в защиту своего съемочного эксперимента.

Как правило, такие дискуссии велись только в начале «творческого пути», на 2–3 курсе обучения, а дальше каждый выбирал свой путь и стартовал в большое плавание. Монтаж будущего кинопроизведения: сюжета, очерка или фильма — проходил в режиме индивидуальных занятий. В этом случае Марина Евсеевна работала практически персонально с каждым студентом, вместе с ним погружалась в авторский замысел начинающего кинодокументалиста или телепублициста, делилась практическими советами, открывала тайны своего режиссерского мастерства. Большими усилиями и стараниями Марины Евсеевны Голдовской студенты получили право делать творческие дипломы — снимать для защиты дипломных проектов короткометражные документальные фильмы. Марина Евсеевна могла сидеть со своими дипломниками до глубокой ночи, после командировки, позднего завершения монтажа в «Останкино», подсказывая, направляя, обучая в ненавязчивой, наставнической форме своего дебютанта логике и законам киномонтажа. Накануне защиты дипломных проектов два монтажных стола буквально дымились от наплыва работы. Студенты дышали в затылок друг другу, опытные монтажницы только успевали приклеить последний ракорд, а рядом уже сидел следующий «искатель счастья». Во главе этого центростремительного творческого процесса стояла Марина Евсеевна Голдовская.

На ее лекции, семинары и мастер-классы студенты шли с большим интересом, чем на концерт советской или даже «зарубежной» поп- и рок-группы, в театр на нашумевший спектакль или же на чудом просочившийся на экраны кинотеатров «заморский» фильм. Это были и моноспектакль, и диалог, и встреча с интересными людьми. А главное был всегда сюрприз. Никто никогда не знал, кто сегодня будет гостем у студентов творческой мастерской Марины Голдовской, живые

классики советского игрового (художественного) кино, одни из мосфильмовских первооткрывателей, друзья знаменитого отца Марины Евсеевны — режиссеры Юлий Яковлевич Райзман и Вера Павловна Строева — или классик мировой кинодокументалистики, заокеанский коллега и давний знакомый Марины Евсеевны Голдовской знаменитый Ричард Ликок. Каждая встреча была событием в жизни студентов и всего университета.

Большинство студентов-выпускников Марины Евсеевны Голдовской вспоминают, что именно благодаря занятиям в ее творческой мастерской — творческим беседам, лекциям, просмотру прежних и новых кинолент — изучать историю европейской, а особенно русской литературы было намного интереснее и понятнее, чем тем, у кого не было такой возможности.

В новом двадцать первом веке Марина Евсеевна Голдовская по-прежнему считалась одним из самых снимающих в мире режиссеров-операторов. В 2010 году в программе Второго Всероссийского кинофестиваля «Профессия журналист» с большим успехом прошла ее новая работа — документальный фильм-трилогия «Три песни о Родине». «Документальные фильмы — исходят от реальности. Я никогда не навязываю реальности своё представление. Я всегда спрашиваю себя: «Почему я делаю эту картину сегодня? Что я хочу этим сказать? Почему меня это волнует?» Я очень переживаю за то, что происходит в той стране, из которой я приехала. Это моя страна, я продолжаю её считать своей. Это очень большой кусок моей жизни. Всё, что я делаю, связано с этой страной. Кино — это моя жизнь. То, что я делаю, для меня важнее всего, и я думаю, что это не очень хорошо»¹⁰.

20 марта 2022 года Марина Евсеевна Голдовская ушла из жизни, оставив о себе светлую, добрую и вечную память в 93 прекрасных документальных фильмах, а главное — последователях творческой школы и верных единомышленниках — любимых учениках, профессиональной гордости отечественного телевидения, телевизионной журналистики и документального кино.

ВЫВОДЫ

1. Результаты своих многолетних научных исследований в области развития экранных искусств, бесценный опыт режиссерско-операторской деятельности М. Е. Голдовская

¹⁰ Интервью с М. Голдовской «Я пока не устала радоваться» // Tera Nova (Тера Нова). Декабрь 2007. № 30.

- планомерно и поэтапно фиксировала и отображала в своих научных работах. В 1981 году известным столичным издательством «Искусство» была опубликована «Человек крупным планом. Заметки теледокументалиста» — уникальное научно-теоретическое и практическое исследование и одновременно универсальное учебное пособие для будущих специалистов основных телевизионных профессий: сценариста, журналиста, редактора, режиссера и телеоператора.
2. В 1986 году Марина Евсеевна Голдовская предложила глубокое всестороннее научно-практическое обоснование своих методов работы применительно к общим принципам и законам развития телевизионного кино в монографии «Творчество и техника». Этот научный труд станет базовой основой новой диссертации Марины Евсеевны на соискание ученой степени доктора искусствоведения.
 3. В начале нового XXI века московское издательство «Материк» выпустило новую книгу М. Е. Голдовской «Женщина с киноаппаратом» (2002). Однозначно охарактеризовать литературный жанр этой работы сложно. В новом произведении М. Голдовской нашлось место и мемуарам, и научно-теоретическим исследованиям новых поколений кино- и видеотехники, тенденциям развития современного документального кино, социальным заказам и конъюнктуре отечественной и зарубежной кинодокументалистики на стыке двух веков и тысячелетий; много интересных, увлекательных историй и наблюдений из области собственного жизненного и профессионального опыта.
 4. Богатый творческий и педагогический опыт Марины Евсеевны Голдовской воплотился в работе ее студентов-выпускников и активно используется в настоящее время в большинстве российских вузов, специализирующихся по подготовке тележурналистов, телеоператоров, редакторов и режиссеров телевидения по специальностям «Экранные СМИ» и «Телевизионная журналистика».
 5. Точную оценку творческо-педагогической деятельности и личности Марины Евсеевны Голдовской дала журналист Инга Угольниковая в статье, опубликованной в журнале «ТВ парк», посвященной кинематографической деятельности классика мирового документального кино: «...она станет

известным режиссером и снимет фильмы „Архангельский мужик“ и „Власть Соловецкая“, которые зрители будут обсуждать и пересказывать друг другу в автобусах по дороге на работу»¹¹.

Список источников

1. Интернет-статистика – 2020: факты и цифры, которые нужно знать. URL: https://moshib.su/stats/internet_statistika_2020/ (дата обращения: 04.17.2020).
2. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М. : Мысль, 1980. 325 с.
3. Исследование: количество пользователей интернета в России выросло на 5 % до 84 млн // Tass.ru : сайт Информационного агентства ТАСС. URL: <http://tass.ru/ekonomika/2619574>. Дата публикации: 27.01.2016.
4. Internet Users // Internet Live Stats, 2016. URL: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/> (дата обращения : 04.17.2020).
5. Жуковская Д. Марина Голдовская — мастер современного фильма // Новая газета. 11.12.2008. № 92.
6. Топаз М. Я дышу, и камера дышит... [Интервью М. Голдовской] // Огонек. 10.12.2006. № 49.
7. Угольникова И. Марина Голдовская: «Странная женщина, странная...» // ТВ Парк. 18.08.1997.
8. Интервью с М. Голдовской «Я пока не устала радоваться» // Tera Nova (Тера Нова). Декабрь 2007. № 30.

References

1. Internet-statistika—2020: fakty i tsifry, kotoryye nuzhno znat'. URL: https://moshib.su/stats/internet_statistika_2020/ (data obrashcheniya: 04.17.2020). (In Russ.).
2. Shiller G. Manipulyatory soznaniyem. M. : Mysl', 1980. 325 s. (In Russ.).
3. Issledovaniye: kolichestvo pol'zovateley interneta v Rossii vyroslo na 5 % do 84 mln // Tass.ru : sayt Informatsionnogo agentstva TASS. URL: <http://tass.ru/ekonomika/2619574>. Data publikatsii: 27.01.2016. (In Russ.).

¹¹ Угольникова И. Марина Голдовская: «Странная женщина, странная...» // ТВ Парк. 18.08.1997.

4. Internet Users // Internet Live Stats, 2016. URL: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/> (data obrashcheniya : 04.17.2020).
5. Zhukovskaya D. Marina Goldovskaya — master sovremennogo fil'ma // Novaya gazeta, 11.12.2008. № 92. (In Russ.).
6. Topaz M. Ya dysh'ch, i kamera dyshit... [Interv'yu M. Goldovskoy] // Ogonek. 10.12.2006. № 49. (In Russ.).
7. Ugol'nikova I. Marina Goldovskaya: "Strannaya zhenshchina, strannaya..." // TV Park. 18.08.1997. (In Russ.).
8. Interv'yu s M. Goldovskoy "Ya poka ne ustala radovat'sya" // Tera Nova (Tera Nova), dekabr' 2007. № 30. (In Russ.).

Информация об авторе

К. Б. Барышников — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики факультета рекламы, журналистики и психологии Московского Гуманитарного университета (МосГУ), член Союза Кинематографистов России и Союза Журналистов РФ. Адрес: 111395, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374-60-91 (16-71); +7 (910) 423-33-15.

Information about the author

K. B. Baryshnikov — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Journalists of the Faculty of Advertising, Journalists and Psychological Moscow Humanitarian Universities (Moscow State University), as well as the Union of Cinematographers of Russia and the Union of Journalists of the Russian Federation. Address: 5 Yunost str., Moscow, 111395. Tel.: +7 (499) 374-60-91 (16-71); +7 (910) 423-33-15.

*Статья поступила в редакцию 24.10.2022;
одобрена после рецензирования 27.10.2022;
принята к публикации 28.10.2022.*

*The article was submitted 24.10.2022; approved
after reviewing 27.10.2022; accepted for
publication 28.10.2022.*

СОВИНФОРМБЮРО И СВПП КАК ОСНОВНЫЕ СТРУКТУРЫ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЫ СССР ВО ВРЕМЯ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

АЛЕКСЕЙ НИКОЛАЕВИЧ СОЛОМАТИН

Академия медиаиндустрии, Москва, Россия, alexns17@rambler.ru

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые вопросы информационной, агитационной и пропагандистской работы, проводимой советским правительством в годы Великой Отечественной войны. Дается анализ деятельности Совинформбюро и Совета военно-политической пропаганды как основным пропагандистским структурам страны. Подчеркивается роль А. С. Щербакова — одного из создателей и организаторов победы над фашистской Германией на идеологическом фронте. Автор делает вывод, что в настоящее время представляется общественно значимым изучение конкретно-исторического содержания феномена агитационно-пропагандистской работы и ее влияние на ход военных действий, достижение победы. В условиях противодействия планам западных стран и НАТО,

а также при проведении специальной военной операции на территории Украины необходимо учитывать и применять опыт, полученный во время борьбы Советского Союза с фашизмом.

Ключевые слова: агитация, пропаганда, вторая мировая война, Совинформбюро, Совет военно-политической пропаганды, Украина

Для цитирования: Соломатин А. Н. Совинформбюро и СВПП как основные структуры информационно-пропагандистской работы СССР во время Великой Отечественной войны // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 139–158.

SOVINFORMBURO AND SVPP AS THE MAIN STRUCTURES OF INFORMATION AND PROPAGANDA WORK OF THE USSR DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR

ALEXEY N. SOLOMATIN

Academy of Media Industry, Moscow, Russia, alexns17@rambler.ru

© Соломатин А. Н., 2022
© Академия медиаиндустрии, 2022

Abstract. *The article discusses some issues of information, propaganda and propaganda work carried out by the Soviet government during the Great Patriotic War. The analysis of the activities of the Sovinformburo and the Council of Military-Political Propaganda as the main propaganda structures of the country is given. The role of A.S.Shcherbakov, one of the creators and organizers of the victory over fascist Germany on the ideological front, is emphasized. The author concludes that at present it seems socially significant to study the concrete historical content of the phenomenon of propaganda and propaganda work and its impact on the course of military operations, the achievement of victory. In the context of countering*

the plans of Western countries and NATO, as well as when conducting a special military operation on the territory of Ukraine, it is necessary to take into account and apply the experience gained during the struggle of the Soviet Union with fascism.

Keywords: *Agitation, Propaganda, World War II, Sovinformburo, Council of Military and Political Propaganda, Ukraine*

For citation: *Solomatina A. N. Sovinformburo and SVPP as the main structures of information and propaganda work of the USSR during the Great Patriotic War // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 139–158.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ¹

Пропаганда является неотъемлемой частью идеологии, политики и культуры любого общества, для чего государство создает специальный организационно-идеологический аппарат. В определенные исторические периоды (прежде всего во время войны) информационно-пропагандистская деятельность становится приоритетным направлением государственной политики и одним из ключевых факторов достижения победы над противником. Не исключением стала и специальная военная операция (СВО) на Украине, которая проводится вооруженными силами России. Для европейских стран и США сегодняшняя ситуация на Украине — это время больших возможностей. По сути, они добились давней цели — вовлечь два крупнейших славянских государства в конфликт, а российская СВО служит главным оправданием для дальнейшего существования и расширения блока НАТО.

С самого начала проведения СВО отмечается постоянно возрастающая активность западных и украинских спецслужб по оказанию информационно-психологического воздействия на население России, основанное на доведении соответствующего контента. Усиливаются компьютерные атаки на российские государственные и частные информационные ресурсы. Методы, формы и способы, используемые США и их союзниками, опираются на весь потенциал имеющихся сил и средств, в том числе на возможности ключевых медиаресурсов и международных организаций, которые массированно применяются при проведении информационно-пропагандистских мероприятий.

¹ При подготовке статьи автор опирался на издание «Великая Отечественная война. 1941–1945. Документы и материалы. Том II / Под общ. ред. С. К. Шойгу ; М-во обороны РФ ; М. : Полиграф-Сервис, 2014. 368 с., 32 л. ил.

Стремительное развитие новых видов межгосударственного противоборства, значительная часть которых ведется в информационной сфере с использованием когнитивных и IT-технологий, позволяет манипулировать общественным сознанием и оказывать требуемое воздействие на информационную инфраструктуру государств. А это уже является информационными угрозами национальной безопасности России, нейтрализация которых требует скоординированных действий всех заинтересованных органов и организаций по их выявлению, оценке и оперативной нейтрализации.

Имея столь глобального противника, бесспорно, на первый план выходят вопросы по созданию единого центра принятия решений по информационной работе², необходимого для повышения эффективности функционирования системы обеспечения информационной безопасности государства по противодействию информационным угрозам. Нужен штаб, который сконцентрирует определенные ресурсы и непосредственно займется решением не только информационных, но и информационно-психологических, и информационно-технических задач. Сейчас уже сложно обойтись без централизации управления деятельностью всех ее участников. Это нелегкая и очень амбициозная задача, но она, на наш взгляд, по силам только государству, а не какой-то одной группе частных структур. Конечно, не исключается использование негосударственных акторов, имеющих успешные кампании и наработки в сфере информационного противостояния. Здесь главное — это идея отстаивания национального суверенитета, целостности и независимости России.

В сложившейся ситуации нельзя не только не учитывать, но и не использовать опыт СССР во время Великой Отечественной войны, которая потребовала колоссального напряжения материальных и физических сил страны и явилась серьезным испытанием для духовного потенциала всего народа. Представляется общественно значимым изучение конкретно-исторического содержания такого феномена, как агитационно-пропагандистская работа на фронте и в тылу и ее влияние на ход военных действий, достижение победы.

Тогда развитие науки и техники позволило, используя печать, радио, устное вещание, кинематограф, оказывать существенное воздействие на моральный дух войск и значительной части населения, превратив войну во всеобъемлющее, тотальное информационное противоборство,

² В Госдуме предложили создать министерство информации и пропаганды. URL: <https://ria.ru/20221103/propaganda-1828870961.html>. Дата публикации: 03.11.2022.

которое представляло собой бескомпромиссную борьбу за умы и души людей, обработанных фашистской идеологией³.

ИНФОРМАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКАЯ РАБОТА В ГОДЫ ВОЙНЫ (1941–45 гг.) ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Война с фашизмом стала битвой идеологий и национальных характеров. Следует иметь в виду, что в те дни в числе временных преимуществ фашистской Германии была и отмобилизованность всех ее средств пропаганды для нужд войны. Гитлеровская верхушка, последовательно проводя курс на милитаризацию страны и развязывание агрессии, заранее позаботилась и об идеологическом обеспечении предстоящих военных авантюр. СССР же, несмотря на подготовку к военному столкновению с фашизмом, в начале войны оказался в целом неподготовленным к ведению информационно-психологического противоборства с противником. Наиболее слабым звеном советской пропаганды было отсутствие четких наработок в области формирования идеологического портрета фашистской Германии. Свою дезориентирующую роль сыграли и предвоенные политико-пропагандистские шатания советского руководства. С 1933 по 1941 гг. образ фашистской Германии испытал трансформации несколько раз: 1933 – август 1939 гг. – Германия как враг при разделении нацистского государства и немецкого народа; август 1939 – май – июнь 1941 – снятие антифашистских акцентов; май 1941 – 22 июня 1941 г. – возвращение в пропаганду образа фашистской Германии как врага в предвоенных условиях.

Особенностью пропаганды на начальном этапе войны являлось доминирование сложившихся стереотипов в восприятии врага, использование пропагандистских штампов предвоенного периода. К ним можно отнести (особенно в тылу) шапкозакидательские настроения. Но с активным продвижением немецких войск в глубь страны и с осознанием в полной мере нависшей над Родиной опасности произошел подъем всех моральных и физических сил народа в борьбе против захватчиков, а советской пропагандой накапливался опыт управления общественными процессами в экстремальных условиях военного времени.

Сразу же после нападения Германии коммунистическая партия и советское государство приняли быстрые и решительные меры по

³ Великая Отечественная война. 1941–1945. Документы и материалы. Том II. Информационное противоборство в годы войны / Под общ. ред. С. К. Шойгу ; М-во обороны РФ ; М. : Полиграф-Сервис, 2014. 368 с., 32 л. ил. ISBN 978-5-9950-0478-3.

оказанию сопротивления врагу. Одновременно была разработана программа превращения неблагоприятно начавшейся войны в войну победоносную. Указания партии по этим вопросам были сформулированы в директиве СНК СССР и ЦК ВКП(б)⁴ партийным и советским органам от 29 июня 1941 года. 3 июля 1941 г. И. В. Сталин в речи по радио раскрыл основные положения директивы СНК СССР и ЦК ВКП(б). Их осуществлению была подчинена и вся идейно-политическая работа в стране⁵.

Общий вектор идейно-воспитательной работы задавался на самом высоком государственном уровне. В соответствии с главными задачами пропаганды в военное время пропагандистский аппарат представлял собой пирамиду, вершину которого занимал Секретариат ЦК ВКП(б). Без его одобрения Управление агитации и пропаганды ЦК ВКП(б), которое было создано в марте 1939 г. и стало реализатором основных идей и замыслов, не принимало ни одного серьезного решения. В пропагандистскую пирамиду были вовлечены Высшая партийная школа и Главное политическое управление РККА, ТАСС и Совинформбюро, Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию при СНК СССР и Комитет по делам кинематографии, Лекционное Бюро при Комитете по делам высшей школы и многочисленные культурно-просветительные учреждения, Осоавиахим и другие советские учреждения. Особое место в системе пропаганды в годы войны занимала деятельность цензурных органов (Главлит), стоящих, в том числе на страже идеологической чистоты печатной продукции и почтовых отправок.

Бесценным опытом информационно-психологического воздействия можно считать широкомасштабное привлечение к этой работе видных деятелей науки, образования, литературы, культуры и искусства. На службу военному времени, воспитанию патриотизма и воспеванию боевых традиций русского народа были направлены произведения советских писателей, поэтов, композиторов — А. Корнейчука, Л. Леонова, К. Симонова, И. Эренбурга, А. Твардовского, М. Шолохова, Д. Шостаковича и др. В художественном обслуживании фронта и тыла приняли участие более 3 860 артистических бригад⁶. Издательства взяли курс на выпуск небольших по объему и рассчитанных

⁴ СНК СССР — Совет народных комиссаров СССР. ЦК ВКП(б) — Центральный комитет Всесоюзной коммунистической партии (большевиков); официальное название КПСС с 1925 по 1952 гг.

⁵ *Комков Г. Д.* Идеологический фронт Великой Отечественной войны // Вопросы истории. № 5. Май 1965. С. 3–19.

⁶ Архив ВЦСПС. Ф. 251. Оп. 1. Ед. хр. 266. Л. 147.

на широкого читателя брошюр и книг по актуальным вопросам. Оборотная литература составляла 40 % всей книжной продукции⁷. Вполне обоснованно можно говорить о творческом и интеллектуальном потенциале обеспечения советских пропагандистских кампаний.

Функционирование советской пропагандистской машины в экстремальных условиях войны явилось надежной основой внешнеполитических и внутривнутриполитических акций. Этому способствовали такие факторы, как реорганизация органов информации, агитации и пропаганды и создание новых структур; активное использование всех доступных форм коммуникации; изменение отношений между государством и церковью, которое способствовало усилению патриотической деятельности представителей различных конфессий; обращение к дореволюционному опыту страны, общеисторическим ценностям, апелляция к победам русского оружия.

Важное место в решении задач пропагандистской работы отводилось **Советскому информационному бюро** (Совинформбюро) — государственному информационному политическому органу, созданному по решению Политбюро ЦК ВКП(б) 24 июня 1941 г. (протокол заседания № 113 «О создании и задачах Советского информационного бюро»), оформленному как совместное Постановление ЦК ВКП(б) и Совнаркома СССР⁸. В него вошли кандидат в члены Политбюро, секретарь ЦК ВКП(б) А. С. Щербаков (начальник бюро), С. А. Лозовский (заместитель начальника бюро), члены бюро: Я. С. Хавинсон (ответственный руководитель ТАСС), Д. А. Поликарпов (председатель Радиокomiteта), заместитель начальника Генштаба, начальник Разведывательного управления Ф. И. Голиков. Позднее в его состав в должности заведующего международным отделом Совинформбюро был включен Г. Ф. Саксин, заместитель генерального секретаря НКВД СССР.

На Советское информбюро возлагалось: «а) руководство освещением международных событий и внутренней жизни Советского Союза в печати и по радио; б) организация контрпропаганды против немецкой и другой вражеской пропаганды; в) освещение событий и военных действий на фронтах, составление и опубликование военных сводок по материалам Ставки Верховного командования»⁹. Все сводки Совинформбюро обязательно доставлялись Верховному Главнокомандующему И. В. Сталину. ЦК партии предоставил право Совинформбюро

⁷ Печать СССР за сорок лет. 1917–1957. Статистические материалы. М. 1957. С. 37.

⁸ РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 163. Д. 1316. Л. 165–166.

⁹ Там же.

иметь на фронте постоянных военных корреспондентов¹⁰, которые сообщали наиболее полную и всестороннюю фронтовую информацию. В 1944 г. в Совинформбюро насчитывалось около 70 внештатных корреспондентов, главным образом из числа сотрудников центральных газет и ТАСС, местной печати.

Одновременно была перестроена деятельность печати и радиовещания. Главным их содержанием стал показ путей и способов усиления обороноспособности страны и создания необходимых условий для изменения соотношения сил в пользу Советского Союза. Газеты, журналы, радиопередачи изо дня в день повторяли призыв партии: «Все для фронта, все для победы!». В антифашистских радиомитингах, проводившихся регулярно, участвовали тысячи советских людей. Огромные масштабы приняла патриотическая переписка по радио и в печати между фронтом и тылом.

Значительную работу по распространению правды о героической борьбе Красной Армии и советского народа проводили входившие в Совинформбюро Всеславянский комитет и антифашистские комитеты: Советских женщин, Советской молодежи, Советских ученых, Еврейский. Они не только снабжали статьями и материалами соответствующую печать в ряде стран, но и вели организационно-политическую работу по закреплению связей с родственными организациями, разбросанными по всему миру.

Всеславянский комитет издавал журнал «Славяне», проводил митинги, специальные радиопередачи через московскую радиостанцию для зарубежных славян и славянских стран. Регулярную переписку и обмен материалами с 97 организациями молодежи Англии, США, Канады и других стран осуществлял Комитет советской молодежи¹¹. В 1944 году в составе СИБ было создано специальное бюро пропаганды на зарубежные страны, насчитывалось 11 отделов, в которых работало до 215 человек.

Таким образом, пропагандистская система представляла собой широкий спектр партийных и государственных учреждений, гражданских, военных и полувоенных структур, география которых охватывала действующую армию, тыл и временно оккупированные территории¹².

¹⁰ История Коммунистической партии Советского Союза. Т. 5. Кн. 1. С. 185.

¹¹ Ковалев Г. А. Совинформбюро в годы великой отечественной войны // Вопросы истории. 1987. № 5.

¹² Горлов А. С. Советская пропаганда в годы великой отечественной войны: институциональные и организационные аспекты. Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М. 2009.

СОВЕТСКИЕ ОРГАНЫ ПРОПАГАНДЫ В ВОЙСКАХ. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ

История войн и военных конфликтов наглядно свидетельствует о том, что исход вооруженных столкновений в конечном счете зависит от двух факторов — материального и морального. И опыт Второй мировой войны убедительно показал, что успешное выполнение боевых задач во многом зависело от действенности воспитательной и пропагандистской работы в войсках¹³.

К началу Второй мировой войны фашистская Германия сделала все возможное, чтобы вести психологическую войну по-новому, не повторяя ошибок прошлого. Немцы, во-первых, добились высоких результатов в согласовании по времени политических, пропагандистских (в том числе подрывных) и военных усилий; во-вторых, в использовании рекомендаций научной психологии для достижения военных целей; в-третьих, они создали хорошо подготовленный и широко разветвленный аппарат информационных и психологических операций. Как отмечает В. Г. Крысько, к моменту вторжения в СССР вермахт имел 19 рот пропаганды: 12 в сухопутных войсках, 4 в военно-воздушных силах, 3 роты в военно-морских силах и, кроме того, насчитывалось 6 взводов военных корреспондентов СС. Помимо этих сил, для работы с местным советским населением каждая из трех групп армий (Север, Центр, Юг) имела специальный батальон пропаганды, который занимался изданием газет на языках оккупированных народов, ведением радиопропаганды через захваченные широкоэвещательные радиостанции, показом кинофильмов. К апрелю 1943 г. численность подразделений пропаганды вермахта достигла 15 тысяч человек¹⁴.

В СССР руководство практически всей информационно-пропагандистской работой не только на фронте, а отчасти и в тылу осуществляло созданное 25 июня 1941 г. **Советское бюро военно-политической пропаганды**. В целях «сосредоточения всей военно-политической пропаганды и контрпропаганды среди войск и населения противника» Политбюро ЦК ВКП(б) приняло Постановление «О создании Советского бюро военно-политической пропаганды», в которое вошли Л. З. Мехлис (заместитель наркома обороны и нарком Госконтроля СССР, заместитель председателя СНК СССР, начальник Главного

¹³ Галимуллина Н. М. Советско-партийная пропаганда периода Великой Отечественной войны как проблема историко-политического анализа: Автореф. дис. ... канд. ист. наук. Казань, 2005.

¹⁴ Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Мн.: Харвест, 1999. 448 с.

управления политической пропаганды РККА), Д. З. Мануильский (член ЦК ВКП(б), видный деятель международного коммунистического движения), В. С. Кружков (зам. зав. отделом ЦК ВКП(б), Н. Г. Пальгунов (заведующий отделом печати НКВД), С. А. Лозовский (заместитель наркома иностранных дел). В качестве советника привлекался Е. С. Варга (член Исполкома Коминтерна)¹⁵. Руководителем бюро был назначен Л. З. Мехлис, а его рабочим органом стал 7-й отдел Главного управления политической пропаганды (ГУПП РККА). 2 июля 1941 г. в состав Бюро дополнительно был введен Н. Б. Митин (академик АН СССР, заместитель директора Института философии АН СССР, с 1939 г. руководитель кафедры диалектического и исторического материализма Высшей партийной школы при ЦК ВКП(б)).

На Советское бюро военно-политической пропаганды возлагались следующие задачи: «а) составление листовок, обращений и лозунгов к войскам и населению противника; б) организация радиопередач к войскам и населению противника в районе действующих армий»¹⁶. В связи с этим вся работа Бюро сосредотачивалась только на организации специальной пропаганды, определении ее идейно-политического содержания (по каждой стране и армии в отдельности), рассмотрении и утверждении наиболее важных общеполитических информационно-пропагандистских материалов на войска и население противника, координации деятельности советских органов внешнеполитической пропаганды (Совинформбюро, ТАСС, Радиокomiteeт СССР, ведущие печатные издания, государственные издательства и типографии).

Пропагандистская работа в Красной Армии велась по нескольким основным направлениям, которые определялись целевыми аудиториями информационно-психологического воздействия: вооруженные силы и население СССР (включая партизан, подпольщиков и жителей временно оккупированных территорий); войска и население противника; общественность зарубежных государств. При работе с каждой из этих групп формировались свои цели и задачи, разрабатывались формы и средства влияния. Советско-партийная агитация и пропаганда были направлены на те или иные группы в зависимости от демографических (половых, возрастных), этнических, социальных (принадлежность к социальным группам, сфера занятости) характеристик, т. е. осуществлялся дифференцированный подход к аудитории. Жители тыла в свою очередь также являлись действенными агитаторами,

¹⁵ РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 163. Д. 1316. Л. 183.

¹⁶ Там же.

с помощью своих писем, обращений, подарков придавали сил Красной Армии, действовали адресно, обращаясь к отдельным бойцам и командирам¹⁷.

Выделяется *три этапа* информационно-пропагандистской деятельности среди вооруженных сил СССР: для первого этапа характерны мобилизация бойцов на защиту Отечества, вселение уверенности в победе, создание «образа врага»; для последующего — объяснение необходимости продолжения боевых действий за пределами СССР для освобождения братских народов от захватчиков и достижения окончательной победы над фашизмом; для заключительного этапа — сдерживание ненависти к военнослужащим и гражданскому населению противника как задачи пропаганды. Основными формами такой работы стали агитаторы на местах, митинги и собрания, пропаганда с помощью СМИ (Совинформбюро как источник информации, газеты, радио) и печатных материалов (брошюры, листовки, плакатная графика), кино (киносборники, полнометражные художественные и документальные ленты), выступления концертных бригад, а также специальные акции, например парад на Красной площади в Москве 7 ноября 1941 г.

Необходимо отметить, что для снижения эффективности немецкой пропаганды советским правительством принимались меры противодействия, которые включали пропагандистские, военные и психологические средства. С начала и до конца войны у населения были изъяты радиоприемники, что исключало возможность прослушивания зарубежных радиопередач. Самолеты и воздушные шары противника с листовками сбивались, распространяемые экземпляры собирались и уничтожались. За чтение вражеских листовок в разное время предусматривались достаточно жесткие меры наказания. По этому поводу могло быть проведено собрание в воинском подразделении или на предприятии, издан специальный номер газеты, подготовлена соответствующая радиопередача. Как сами немецкие агитматериалы, так и изложенные в них тезисы либо полностью игнорировались, либо, исходя из их содержания, опровергались, а захватчики представлялись в невыгодном для них свете. Тем самым создавалась основа для ведения активной советской контрпропаганды и политической работы среди войск и населения.

¹⁷ Патриотическая идея накануне XXI века: прошлое или будущее России // Материалы межрегиональной научно-практической конференции, 19–20 сентября 1998 г. Волгоград. 1999. С. 47.

Основное направление информационно-пропагандистского воздействия на немецких солдат и офицеров *в первый период войны* сводилось к тому, чтобы дискредитировать успехи противника, показать их временный характер. После контрнаступления советских войск зимой 1941 г. и в начале 1942 г. военно-политическая обстановка и возможности для советского воздействия на противника, особенно на итальянских, румынских, финских и других союзных Германии стран, значительно улучшились. В листовках, радиопередачах широко информировалось население и войска противника о первом крупном поражении Гитлера, разъяснялось, что срыв гитлеровского плана «молниеносной» войны означает для Германии и ее союзников опустошительную затяжную войну, которая неизбежно приведет фашистскую Германию к поражению. Доказательства провала гитлеровского плана «молниеносной» войны, развенчание мифа о непобедимости немецко-фашистской армии — главное содержание общеполитической пропаганды и оперативной агитации на этом этапе войны. Победы, одержанные советскими войсками над врагом, давали командирам и политорганам богатый фактический материал.

О первых успехах советской специальной пропаганды свидетельствует появление приказа верховного командования вооруженных сил Германии, подписанного генералом А. Йодлем 10 декабря 1941 г., «О борьбе с вражеской пропагандой». В нем, в частности, требовалось «борьбу с вражеской пропагандой вести так же решительно, как и борьбу с иными видами оружия». «Беспрекословное выполнение приказов о борьбе с вражеской пропагандой является такой же предпосылкой к победе, как и выполнение любого приказа командования», такими словами заканчивается этот документ¹⁸.

После разгрома гитлеровских войск под Москвой произошел существенный перелом в сознании немецких солдат и офицеров и их союзников, в связи с чем появились благоприятные условия для ведения специальной пропаганды. Поэтому в июне 1942 г. по решению ЦК ВКП(б) вместо Советского бюро военно-политической пропаганды при Главном политическом управлении РККА был создан Совет военно-политической пропаганды. В состав совета входили: начальник ГлавПУ РККА, кандидат в члены Политбюро ЦК, секретарь ЦК ВКП(б) А. С. Щербаков (председатель), член Политбюро ЦК, секретарь ЦК ВКП(б) А. А. Жданов, члены ЦК — Д. З. Мануильский, Л. З. Мехлис, Е. М. Ярославский, начальник ГлавПУ ВМФ И. В. Рогов, кандидат

¹⁸ ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 542139. Д. 1. Л. 49.

в члены ЦК Г. Ф. Александров, зам. начальника ГлавПУ РККА Ф. Ф. Кузнецов. Совет сыграл важную роль в повышении уровня идеологической и организаторской работы политорганов, партийных и комсомольских организаций армии и флота. В октябре 1942 г. в Красной Армии прошла реорганизация, в результате которой на смену институту комиссаров введена структура заместителей командиров по политической части. И это не просто смена вывески — в армию возвращалось строгое единоначалие.

Важнейшей функцией Совета определялось руководство «агитационно-пропагандистской работой среди войск и населения противника»¹⁹. Всесторонне изучив состояние этой работы, Совет 27 июня 1942 г. отметил ее нередко декларативный, малоэффективный характер и утвердил мероприятия по улучшению деятельности военных советов, командиров и политорганов по разложению войск и населения противника. В его решении указывалось: «Впредь пропаганду и агитацию среди войск противника строить на конкретном, фактическом материале и дифференцировать применительно к специфическим особенностям противостоящих частей и соединений противника... Обязать комиссаров и начальников политорганов соединений и комиссаров частей принимать непосредственное участие в организации работы среди войск противника и привлечь для этого подчиненный им политический аппарат»²⁰.

Другим приказом (№ 0299 от 21 августа 1942 г.) определены серьезные изменения в агитационно-пропагандистской работе, ее кадровом усилении. К середине июля 1942 г. при ГлавПУ РККА была создана группа внештатных агитаторов в количестве 75 человек, в которую вошли члены ВКП(б) А. А. Андреев, А. Г. Зверев, Д. З. Мануильский, К. И. Николаева, В. П. Потемкин, Н. М. Шверник, Е. М. Ярославский и другие. В политуправлениях фронтов, политотделах армий, других политорганах помимо лекторских групп создавались группы агитаторов. Они были введены в штаты политорганов во всех звеньях: от ГлавПУ РККА до полка. На эту работу направлялись лучшие силы. Только в июле 1942 г. в войска было направлено около 500 человек, имевших опыт политической работы в массах.

Совет установил тесное сотрудничество командования и политических органов Красной Армии с немецким антифашистским движением политических эмигрантов и военнопленных, разработал тезисы

¹⁹ РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 163. Д. 1343. Л. 95–96.

²⁰ ЦАМО. Ф. 32. Оп. 11309. Д. 157. Л. 70.

и аргументы специальной пропаганды на население освобождавшихся стран. Этим была оказана действенная помощь командирам и политработникам, так как работа с населением иностранных государств являлась для них новой и сложной.

Стоит отметить, что соединение нескольких должностей в одних руках — руководство Совинформбюро и Советом — позволило избежать трений между военным командованием и средствами массовой информации. Именно А. С. Щербаков решал, какие факты из сводок Генштаба следует выдавать в печать и радиоэфир, и чем их нужно «разбавить». Именно Совинформбюро, регулярно опровергая клевету Геббельса, создавало «каноничную» картину Великой Отечественной войны. И. В. Сталин настолько доверял А. С. Щербакову, что быстро подписывал бумаги, если они уже были одобрены начальником Совинформбюро.

Во втором периоде войны (ноябрь 1942 — декабрь 1943 гг.), особенно после поражения вермахта на Курской дуге, главным в содержании информационно-пропагандистского воздействия на войска противника было стремление лишить солдат немецкой армии веры в возможность успешного ведения оборонительных боев и подготовки к возобновлению стратегического наступления на Восточном фронте, а также внушение им мысли о неизбежности поражения нацистской Германии в войне. В спецпропаганде второго периода и всего последующего хода войны особое значение имел опыт, приобретенный во время битвы под Сталинградом, который доказал необходимость органически увязывать информационное воздействие на противника со стратегическими и оперативными замыслами и планами своего командования, что придало ему более конкретный, целеустремленный характер и высокую оперативность.

Третий период (1944 — май 1945 гг.) характеризовался переходом Красной Армии от наступления на отдельных направлениях к общему наступлению на всех фронтах. Германское командование в этот период принимало чрезвычайные меры, чтобы поднять боевой дух своих солдат, стремясь удержать свои войска от дальнейшего разложения. Важно, однако, подчеркнуть, что помимо жесточайших репрессий и дальнейшей фашизации армии немецкое командование в идеологической обработке своих солдат в этот период сосредоточило основное внимание на исключительной серьезности и опасности для немецкой армии положения на советско-германском фронте.

Новая военно-политическая обстановка, значительные изменения, происшедшие за этот период в армиях противника, новые боевые задачи войск Красной Армии предъявляли особые требования и к политической работе среди вражеских войск. Надо было определить главное направление в спецпропаганде, ее аргументацию, сформулировать лозунги и призывы к войскам армий фашистского блока. На ближайшее время была выдвинута задача: «Не запугивать солдат и офицеров противника надвигающейся катастрофой, а помогать им осознать бессмысленность сопротивления и стать на путь организованной капитуляции и коллективного перехода в плен», развивать показ нарастающих сокрушительных ударов Красной Армии. Одним из верных путей решения этой задачи было широкое и непрерывное разоблачение гитлеровской лжи о целях Красной Армии, об отношении советского народа к Германии, о якобы жестоком содержании немецких военнопленных в Советском Союзе. Особенностью работы среди войск противника в это время был повсеместный и массовый характер оперативной агитации, проводимой органами спецпропаганды фронтов, армий и дивизий.

Особый интерес для офицеров и солдат противника представляли сообщения Совинформбюро об успехах советских войск. Информационные листовки включали отдельные рубрики: «Известия с фронта», «Международная информация», «Что происходит на родине» (в Германии, Румынии, Италии, Венгрии, Финляндии), «Правда об СССР», «Как живут военнопленные». В них неопровержимыми фактами разоблачалась лживая вражеская пропаганда о положении на фронтах, о международных событиях, об обстановке на родине.

В завершающих сражениях и операциях войны наряду с листовками, газетами, брошюрами весьма активное воздействие на немецких солдат и офицеров оказывала устная пропаганда. В Берлинской операции был проведен 9071 сеанс звуковещательных передач через МГУ и ОГУ. До 1 мая 1945 г. в блокированные очаги сопротивления выходили с агитационными задачами 2 130 антифашистов из числа пленных и 2 365 местных жителей. Ими было распропагандировано и приведено в наше расположение более 15 тысяч немецких солдат и офицеров. Только части 5-й ударной армии приняли от 783 антифашистов и берлинских жителей 3 025 солдат и офицеров, в том числе 936 подростков-фольксштурмовцев²¹. За время войны всего было проведено более миллиона устных передач для личного состава вооруженных сил фашистской

²¹ ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 11306. Д. 547. Л. 181.

Германии и армий ее сателлитов. По неполным данным, только за два года (с апреля 1943 г. по апрель 1945 г.) было осуществлено через МГУ 85 833 передачи, через ОГУ — 239 105, через мегафоны и рупоры — 713 731 передача²².

Всего за время Великой Отечественной войны было издано и распространено свыше 20 тысяч наименований различного вида пропагандистской литературы на 20 иностранных языках общим тиражом 2 млрд 706 млн экземпляров, в том числе 10 млн экземпляров газет, 10 млн 200 тыс. агитационных брошюр, остальное количество составили различные виды листовок и обращений. Только одним ГлавПУ РККА было издано для войск противника 3 225 наименований различных печатных материалов, из которых 2 559 листовок (свыше 80 %), 505 названий газет, 75 лозунгов, 54 брошюры, 46 плакатов. Штабами фронтов, армий и дивизий было издано более 20 тыс. видов агитационно-пропагандистских материалов на иностранных языках, из них 90 % — листовок. Состоялись сотни тысяч устных пропагандистских выступлений для вражеских войск с передней линии фронта. Лишь с апреля 1943 г. через мощные громкоговорящие установки было передано более 300 тыс. передач и через рупоры — 700 тыс. агитационных призывов-лозунгов²³.

Эффективность пропагандистской работы зависела от целого комплекса факторов, включая организационные структуры, материальные и кадровые ресурсы, формы и методы пропагандистского воздействия. Обеспечение таких качеств пропаганды было бы невозможно без единого центрального органа, каковым выступали ЦК ВКП(б) и проводившее в жизнь его решения Управление пропаганды и агитации при ЦК ВКП(б). В этой системе директивы, направляемые сверху вниз, выступали своего рода методом пропагандистского воздействия в силу их неоспоримости. Кроме того, действенность пропаганды во многом определялась актуальностью ее содержания и в конечном счете отношением населения к противнику и войне вообще, власти в целом и ее отдельным мероприятиям, актуализацией таких категорий, как «воинский долг», «трудовой подвиг» и т. п.²⁴

²² ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 142107. Д. 45. Л. 244.

²³ ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 515184. Д. 47. Л. 89.

²⁴ Горлов А. С. Советская пропаганда в годы великой отечественной войны: институциональные и организационные аспекты. Автореф. дис. ... канд. ист. наук. Москва. 2009.

ЩЕРБАКОВ А. С. — ОРГАНИЗАТОР И РУКОВОДИТЕЛЬ ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ФРОНТА

Одну из главных ролей в системе агитационной и пропагандистской работы в СССР играл Щербаков Александр Сергеевич. Его неординарные организаторские способности, деловитость, умение за короткое время сделать многое, повышенная ответственность сказались на партийной и государственной карьере.

Родился в 1901 году в г. Руза Московской губернии. Окончил Институт красной профессуры. Работал в аппарате ЦК ВКП(б). В 1938–1945 гг. А. С. Щербаков — 1-й секретарь Московского городского и областного комитетов партии. На XVIII съезде ВКП(б) избран членом ЦК. С 1941 г. — секретарь ЦК ВКП(б) и кандидат в члены Политбюро, отвечающий за идеологическую работу.



А. С. Щербаков

Во время Великой Отечественной войны ко всем его прежним обязанностям добавились новые. На третий день войны А. С. Щербаков возглавил Совинформбюро, параллельно с июня 1942 года стал начальником Главного политического управления РККА, ведавшего всей партийно-политической работой в армии и военно-морском флоте. В 1942–1943 гг. — заместитель наркома обороны СССР, генерал-полковник. В 1943–1945 гг. занимал пост заведующего Отделом международной информации ЦК ВКП(б).

А. С. Щербаков особенно проявил себя во время битвы за Москву. Когда враг стоял у столичных ворот, он, в отличие от многих, не поддавался панике, а выступил в радиозэфире, призывая жителей защищать свой город до последнего дыхания. Координировал все направления работы

московских властей. Руководил переводом столичной экономики на военный лад, эвакуацией предприятий, организацией народного ополчения, вникая не только в принципиальные вопросы, но и в мелочи. Не раз подвергался непосредственной опасности, был контужен во время попадания бомбы в здание Московского комитета партии. Благодаря его труду и таланту организатора пропаганды, в короткие сроки удалось вырвать у противника инициативу в идеологическом противостоянии, обеспечив население, насколько это было возможно, объективной информацией, а потом и перейти в решительное наступление. Умер в ночь с 9 на 10 мая 1945 года от обширного инфаркта, похоронен у Кремлевской стены.

Несомненно, А. С. Щербаков зарекомендовал себя выдающимся организатором в сфере агитации, пропаганды и идеологии периода Великой Отечественной войны. Именно он выступил главным проводником линии партии и государства в Красной Армии и в вопросах противостояния вражеской пропаганде, которая велась умелыми гитлеровскими идеологами.

* * *

Постоянно растущее внимание к периоду войны со стороны общества и государства еще раз доказывает, что война и победа являются теми скрепами, которые объединяют народы когда-то единого государства. Это память о победе советского солдата и освобождении им половины мира от нацистской идеологии. Те силы, которые сейчас ведут против России войну, борются с исторической памятью и хотят изменить отношение людей и к Советскому Союзу, и к России.

Накопленный за период Великой Отечественной войны опыт ведения информационно-пропагандистской работы, на наш взгляд, можно использовать в современных условиях, в частности, для противодействия развернувшейся оголтелой информационно-психологической войне Запада против России. Как заявил депутат Госдумы РФ А. Хинштейн²⁵, «сегодня информационный фронт важен не менее, чем фронт, который проходит за „линией неприкосновенности“». Надо понимать — мы имеем дело с очень профессиональным и изощренным противником, который атакует нас не только в условиях боевых действий, но и в информационных пространствах. И тот беспрецедентный уровень информационных атак, который реализуется сегодня по отношению

²⁵ Форум «История для будущего. Информационный фронт» Приволжского федерального округа, 8 ноября 2022 года, г. Самара. URL: <http://forum.histfr.ru/idbif/> (дата обращения: 22 ноября 2022).

к России, не имеет себе равных: начиная от постоянных киберугроз и заканчивая системной масштабной информационно-психологической войной».

Список источников

1. Великая Отечественная война. 1941–1945. Документы и материалы. Том II. Информационное противоборство в годы войны / Под общ. ред. С. К. Шойгу ; М-во обороны РФ ; М. : Полиграф-Сервис, 2014. 368 с., 32 л. ил. ISBN 978-5-9950-0478-3.
2. В Госдуме предложили создать министерство информации и пропаганды. URL: <https://ria.ru/20221103/propaganda-1828870961.html>. Дата публикации: 03.11.2022.
3. *Комков Г. Д.* Идеологический фронт Великой Отечественной войны // Вопросы истории. № 5. Май 1965. С. 3–19.
4. Архив ВЦСПС. Ф. 251. Оп. 1. Ед. хр. 266. Л. 147.
5. Печать СССР за сорок лет. 1917–1957. Статистические материалы. М. 1957. С. 37.
6. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 163. Д. 1316. Л. 165–166.
7. История Коммунистической партии Советского Союза. Т. 5. Кн. 1. С. 185.
8. *Ковалев Г. А.* Совинформбюро в годы великой отечественной войны // Вопросы истории. 1987. № 5.
9. *Горлов А. С.* Советская пропаганда в годы великой отечественной войны: институциональные и организационные аспекты. Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М. 2009.
10. *Галимуллина Н. М.* Советско-партийная пропаганда периода Великой Отечественной войны как проблема историко-политического анализа: Автореф. дис. ... канд. ист. наук. Казань. 2005.
11. *Крысько В. Г.* Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Мн. : Харвест, 1999. 448 с.
12. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 163. Д. 1316. Л. 183.
13. Патриотическая идея накануне XXI века: прошлое или будущее России // Материалы межрегиональной научно-практической конференции, 19–20 сентября 1998 г. Волгоград. 1999. С. 47.
14. ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 542139. Д. 1. Л. 49.

15. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 163. Д. 1343. Л. 95–96.
16. ЦАМО. Ф. 32. Оп. 11309. Д. 157. Л. 70.
17. ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 11306. Д. 547. Л. 181.
18. ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 142107. Д. 45. Л. 244.
19. ЦАМО РФ. Ф. 32. Оп. 515184. Д. 47. Л. 89.
20. Форум «История для будущего. Информационный фронт» Приволжского федерального округа, 8 ноября 2022 года, г. Самара. URL: <http://forum.histrf.ru/idbif/> (дата обращения: 22 ноября 2022).

References

1. Velikaya Otechestvennaya voyna. 1941–1945. Dokumenty i materialy. Tom II. Informatsionnoye protivoborstvo v gody voyny / Pod obshch. red. S. K. Shoygu ; M-vo oborony RF ; M. : Poligraf-Servis, 2014. 368 s., 32 l. il. ISBN 978-5-9950-0478-3. (In Russ.).
2. V Gosdume predlozhili sozdat' ministerstvo informatsii i propagandy. URL: <https://ria.ru/20221103/propaganda-1828870961.html>. Data publikatsii: 03.11.2022. (In Russ.).
3. Komkov G. D. Ideologicheskiy front Velikoy Otechestvennoy voyny // Voprosy istorii. № 5. May 1965. С. 3–19. (In Russ.).
4. Arkhiv VTsSPS. F. 251. Op. 1. Ed. khr. 266. L. 147. (In Russ.).
5. Pechat' SSSR za sorok let. 1917–1957. Statisticheskiye materialy. M. 1957. S. 37. (In Russ.).
6. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 163. Д. 1316. Л. 165–166. (In Russ.).
7. Istoriya Kommunisticheskoy partii Sovetskogo Soyuza. T. 5. Kn. 1. S. 185. (In Russ.).
8. Kovalev G. A. Sovinformbyuro v gody velikoy otechestvennoy voyny // Voprosy istorii. 1987. № 5. (In Russ.).
9. Gorlov A. S. Sovetskaya propaganda v gody velikoy otechestvennoy voyny: institutsional'nyye i organizatsionnyye aspekty. Avtoref. dis. ... kand. ist. nauk. M. 2009. (In Russ.).
10. Galimullina N. M. Sovetsko-partiynaya propaganda perioda Velikoy Otechestvennoy voyny kak problema istoriko-politicheskogo analiza: Avtoref. dis. ... kand. ist. nauk. Kazan'. 2005. (In Russ.).
11. Krys'ko V. G. Sekrety psikhologicheskoy voyny (tseli, zadachi, metody, formy, opyt). Mn. : Kharvest, 1999. 448 s. (In Russ.).
12. РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 163. Д. 1316. Л. 183. (In Russ.).

13. Patrioticheskaya ideya nakanune XXI veka: proshloye ili budushcheye Rossii // Materialy mezhhregional'noy nauchno-prakticheskoy konferentsii, 19–20 sentyabrya 1998 g. Volgograd. 1999. S. 47. (In Russ.).
14. TsAMO RF. F. 32. Op. 542139. D. 1. L. 49. (In Russ.).
15. RGASPI. F. 17. Op. 163. D. 1343. L. 95–96. (In Russ.).
16. TsAMO. F. 32. Op. 11309. D. 157. L. 70. (In Russ.).
17. TsAMO RF. F. 32. Op. 11306. D. 547. L. 181. (In Russ.).
18. TsAMO RF. F. 32. Op. 142107. D. 45. L. 244. (In Russ.).
19. TsAMO RF. F. 32. Op. 515184. D. 47. L. 89. (In Russ.).
20. Forum “Istoriya dlya budushchego. Informatsionnyy front” Privolzhskogo federal'nogo okruga, 8 noyabrya 2022 goda, g. Samara. URL: <http://forum.histrf.ru/idbif/> (data obrashcheniya: 22 noyabrya 2022). (In Russ.).

Информация об авторе

А. Н. Соломатин — кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии». 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Information about the author

A. N. Solomatin — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Television and Radio Broadcasting “Academy of Media Industry”. 127521, Moscow, st. Oktyabrskaya, 105, bldg. 2.

*Статья поступила в редакцию: 25.11.2022;
одобрена после рецензирования: 28.11.2022;
принята к публикации: 29.11.2022.*

*The article was submitted 25.11.2022; approved
after reviewing 28.11.2022; accepted for
publication 29.11.2022.*

К НАЧАЛУ ЭПОХИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ВАЛЕРИЙ ИВАНОВИЧ ШТОЛЯКОВ

Московский полиграфический университет, Москва, Россия,
stoljak@rambler.ru

Аннотация. Алан Тьюринг — один из пионеров теории информатики и искусственного интеллекта. Вычислительное устройство «Бомба», немецкий код «Энигма». Тест Тьюринга — попытка общения человека с компьютером. Падение Тьюринга, цианистый калий в яблоке. Стив Джобс регистрирует логотип фирмы «Apple». Надкусанное яблоко — дань памяти научного гения.

Ключевые слова: компьютер, информатика, тест, искусственный интеллект, цианид, надкусанное яблоко, Стив Джобс

Для цитирования: Штоляков В. И. К началу эпохи цифровых технологий // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 159–163.

TOWARDS THE BEGINNING OF THE DIGITAL AGE

VALERY I. STOLYAKOV

Moscow Polygraphic University, Moscow, Russia, stoljak@rambler.ru

Abstract. Alan Turing is one of the pioneers of the theory of computer science and artificial intelligence. Computing device “Bomb”, German code “Enigma”. The Turing test is an attempt to communicate between a person and a computer. Turing’s fall, potassium cyanide in an apple. Steve Jobs registers the Apple logo. The golden apple is a tribute to the memory of a scientific genius.

Keywords: computer, computer science, test, artificial intelligence, cyanide, bitten apple, Steve Jobs

For citation: Stolyakov V. I. To the beginning of the digital age // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 159–163.

Считается, что зарождение IT-технологий обязано теоретическим работам Алана Тьюринга, имя которого хорошо известно математикам и программистам еще со студенческих лет, когда они изучали основы информатики. Его приоритет в научном мире не оспаривается, сегодня

его называют предвестником компьютерной эры. Тьюринг впервые ввел в обращение термин «компьютер» в современном его понимании.

В древности искусство вычислений называлось *comput* (*computus* от *лат. computare* — вычислять). Постепенно слово *comput* проникает в другие языки. В 1644 году известный врач и энциклопедист Томас Браун в сочинении «*Pseudodoxia epidemica*» впервые использовал слово *computer* для определения человека, способного профессионально вычислить день Пасхи. Само слово «компьютер» является транскрипцией английского слова «*computer*», что означает вычислитель, которым был, например, банковский служащий, производящий расчеты. Английское понятие слова «*computer*» исторически появилось раньше и значительно шире, чем семантика слова «компьютер» на русском, поскольку в английском языке оно подразумевало любое устройство, с помощью которого (счеты, логарифмическая линейка и т. д.) можно было производить арифметические вычисления.

Тьюринг в 1931 году в девятнадцатилетнем возрасте поступил в Королевский колледж Кембриджского университета. С момента поступления в Кембридж его будет волновать вопрос об устройстве человеческого разума, каким образом он «размещается» внутри материальной оболочки и как он освобождается от нее в момент физической смерти. После защиты диссертации в 1935 году он начинает работать в области математической логики и проводить исследования, которые уже через год привели к выдающимся результатам: решению одной из проблем Д. Гильберта и изобретению «умозрительной» машины, которая по своему логическому устройству является прообразом современной информационной системы.

В сентябре 1936 года Тьюринг покидает Кембридж и перебирается в Принстонский университет, где начинает работать куратором. Там в 1938 году он получает степень доктора философии. В то время в Принстонском университете работали такие знаменитости, как Черч, Курант, Эйнштейн, Харди, фон Нейман. Между Нейманом и Тьюрингом состоялись первые дискуссии по вычислительным и «думающим» машинам.

Он возвращается в Англию, где начинает сотрудничать со Школой кодов и шрифтов при британском военном ведомстве, которая была секретной лабораторией под патронажем британской разведки М16. Перед Тьюрингом была поставлена задача разгадать секрет «Энигмы» (*по-гречески* — загадка), немецкого электромеханического устройства для шифровки военных радиogramм, которое было уже в руках англичан благодаря активной работе британских спецслужб. Алану Тьюрингу

была предоставлена полная свобода действий, и он создает при военном департаменте секретный отдел кодов и шифров, куда пригласил знаковых теоретиков и своих друзей — шахматистов. Его коллег охватил настоящий спортивный азарт и примерно через год Тьюринг завершил разработку механического устройства под названием «Бомба» массой в несколько тонн, которое позволяло читать все сообщения Люфтваффе. Работа этого устройства требовала много энергии и сопровождалась характерным звуком, похожим на громкое тиканье часов из-за перебора ключей при вращении механических барабанов. Количество ключей «Энигмы» превышало тысячу вариантов, и она, по мнению немецких разработчиков, считалась неприступной. Однако через год был взломан код и более сложного варианта «Энигмы», который применяли подводники. Это во многом определило успех британских вооруженных сил и существенно ускорило победу над Германией.

После войны заслуги Алана Тьюринга были оценены по достоинству. Он, кавалер ордена Британской империи, входит в состав группы, которая занимается созданием английской вычислительной машины. В конце 40-х годов Тьюринг занялся проблемой «мыслящих» машин и машинного интеллекта, которая к настоящему времени сформировалась в целое направление под названием «Искусственный интеллект». Многие ученые, в частности Дж. Сирл, считают Алана Тьюринга основоположником искусственного интеллекта. Первая его работа на эту тему «Intelligent Machinery» в форме отчета Национальной физической лаборатории вышла в 1948 году, а затем в 1950 году в английском журнале Mind была опубликована его основополагающая статья «Computing Machinery and Intelligence». В русском переводе она вышла под названием «Может ли машина мыслить?»

В 1950 году в философском журнале Mind в статье «Вычислительные машины и разум» он предлагает эмпирический тест, реализация которого позволяла бы оценить возможности искусственного разума. В историю информатики он вошел под названием «тест Тьюринга», который позволил бы проверить компьютерную программу на способность «общаться» с человеком.

Однако в 1952 году все рухнуло в одночасье, когда неожиданно была обнаружена его нетрадиционная ориентация. В результате непристойное по английским законам того времени поведение Тьюринга получило широкую огласку, и в марте 1953 года состоялось судебное разбирательство. Ему было предложено на выбор тюремное заключение или принудительное годовое лечение. Он согласился на прохождение

курса органотерапии, подавляющей его наклонности. Практически его приговорили к химической кастрации, что привело к глубокой депрессии. Его увольняют из секретного отдела, лишают допуска к закрытым материалам. Правда, коллектив преподавателей Манчестерского университета старается его поддержать, берет его на поруки, но он в университете практически не появляется. Для этого гениального ученого, которого называют «Да Винчи компьютерного мира», все кончилось печально. Он ушел из жизни в 1954 году, надкусив яблоко, накаченное цианидом, которое было найдено на прикроватном столике наутро после его кончины.

Значительно позже Алан Тьюринг получил достойное мировое признание. Он был назван научным гением, основателем информатики, теории искусственного интеллекта и... первым в мире хакером, взломавшим код «Энигмы». Премьер-министр Великобритании Гордон Браун публично в своей речи от 10 сентября 2009 года полностью реабилитировал Тьюринга, что вызвало шквал аплодисментов. Он сказал, что правительство Ее Величества приносит извинения за те методы, которым был подвергнут Алан Тьюринг, и должно признать, что с ним поступили крайне несправедливо.

Идеи Тьюринга еще при его жизни начали воплощаться в Америке, когда электронно-вычислительных машин «Марк 1» успешно прошла тестовые испытания, после чего в 1944 году была запущена в эксплуатацию. Это была одна из первых вычислительных машин с программой, хранимой в оперативной памяти. Габариты машины и ее технические возможности способны сегодня удивить современника. Машина была длиной около 17 м, содержала 75 тыс. электронных ламп и 3 тыс. механических реле. Она занимала в Гарвардском университете площадь в несколько десятков квадратных метров, была высотой более 2,5 м и весила около 4,5 тонн. Общая протяженность соединительных проводов составляла почти 800 км. Основные вычислительные модули синхронизировались механически при помощи 15-метрового вала, приводившегося в движение электромотором мощностью 4 кВт. Машина производила вычисления с точностью до 23 знака и при этом выполняла операции сложения за 3 секунды, а деления — за 12 секунд.

В дальнейшем развитие и продвижение ЭВМ шло по нарастающей. В 1958 году на базе транзисторов появляются вычислительные машины второго поколения, в 1964 году — машины третьего поколения с использованием микропроцессоров и несколько позже, в 1967 году, — машины четвертого поколения на базе кремниевых чипов, что позволило Стиву

Джобсу основать индустрию персональных компьютеров. Этот человек — легенда из Кремневой долины — успешно реализовал в мировом масштабе идеи Алана Тьюринга, которого считал основоположником современных вычислительных машин, кумиром информатики. В 1976 г. он регистрирует в качестве логотипа (у нас — это товарный знак) компании Apple (*англ.* — яблоко) изображение надкусанного яблока, отдавая тем самым дань памяти Алану Тьюрингу.

Компания Стива Джобса регистрирует этот знак для высокотехнологичных товаров, таких как компьютеры, электронные книги, MP3-плееры, машины для подсчета голосов на выборах и рентгеновские аппараты. Сегодня товарный знак Apple стал брендом, а его строгая графическая композиция напоминает потомкам трагическую историю из жизни научного гения Алана Тьюринга.

Библиографический список

1. *Ходжес Эндрю*. Вселенная Алана Тьюринга / Пер. с англ. О. Костеревой, М. Витебского, В. Тен, Г. Веселова. — Москва : АСТ, 2015. — URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Служебная:Источники_книг/9785170920051 (дата обращения: 10.10.2022).
2. *Штоляков В. И.* Принтмедиа и информационные технологии как объекты интеллектуальной собственности : учеб. пособие / В. И. Штоляков, М. В. Яганова. — Москва : ЮРАЙТ, 2022.

Информация об авторе

В. И. Штоляков — кандидат технических наук, профессор кафедры «Полиграфические системы» Московского политехнического университета.

Information about the author

V. I. Stolyakov — Candidate of Technical Sciences, Professor of the Department of “Polygraphic Systems” of Moscow Polytechnic University.

Статья поступила в редакцию 20.10.2022; одобрена после рецензирования 23.10.2022; принята к публикации 28.10.2022.

The article was submitted 20.10.2022; approved after reviewing 23.10.2022; accepted for publication: 28.10.2022.

О ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

АЛЕКСАНДР МАКСИМОВИЧ ЦЫГАНЕНКО ¹
ТАТЬЯНА ГРИГОРЬЕВНА БИТЮРИНА ²
ВЯЧЕСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ РУМЯНЦЕВ ³

¹ Академия медиаиндустрии, Москва, Россия, amtsyganenko@yandex.ru

² ВНИИ полиграфии, Москва, Россия

³ АО «НИИполиграфмаш», Москва, Россия

Аннотация. В текущем году ведется дискуссия о необходимости изменений в системе высшего образования, которая сложилась на основе Болонской системы. В статье отражено отличие прежней и современной системы подготовки кадров с высшим образованием для полиграфического производства.

Ключевые слова: система высшего образования, учебные заведения, образовательные и профессиональные стандарты, специаль-

ность, направление подготовки, образовательная программа, бакалавриат, специалитет, магистратура, учебно-методическое объединение

Для цитирования: Цыганенко А. М., Битюрина Т. Г., Румянцев В. Н. О подготовке кадров для полиграфических производств // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 164–175.

ABOUT THE TRAINING OF PERSONNEL FOR THE PRINTING INDUSTRY

ALEXANDER M. TSYGANENKO ¹
TATIANA G. BITYURINA ²
VYACHESLAV N. RUMYANTSEV ³

¹ Academy of Media Industry, Moscow, Russia, amtsyganenko@yandex.ru

² Research Institute of Printing, Moscow, Russia

³ JSC “Niipoligrafmash”, Moscow, Russia

Abstract. This year, there is a discussion about the need for changes in the higher education system, which has developed on the basis of the Bologna system. The article reflects the difference between

the former and the modern system of training personnel with higher education for printing production.

© Цыганенко А. М., Битюрина Т. Г., Румянцев В. Н., 2022

© Академия медиаиндустрии, 2022

Keywords: *higher education system, educational institutions, educational and professional standards, specialty, direction of training, educational program, bachelor's degree, specialty, master's degree, educational and methodological association*

For citation: *Rumyantsev V. N. On personnel training for printing industries // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 164–175.*

Технологический уклад «Индустрия 4.0» дал импульс новому этапу трансформации полиграфического производства. Понятие термина «полиграфия» со временем претерпело изменения. В название входит приставка «поли» от *роλό* древнегреческого «многочисленный». Термин стал применяться не только для характеристики многократного получения одинаковых изображений (оттисков, отпечатков) путем переноса красочного слоя с печатной формы или без нее на бумагу или другой материал, а также для получения единичных экземпляров оттисков, отпечатков.

В настоящее время в сфере полиграфического производства участвуют различные субъекты рынка. Это традиционные типографии, цифровые и «гибридные» типографии, а также рекламные агентства, салоны печати, мини-типографии и специализированные полиграфические производства в рамках предприятий других отраслей. В результате, несмотря на значительный и повсеместный технологический прогресс, сохраняется различное позиционирование предприятий на рынке полиграфических работ в зависимости от форм собственности и региона.

Производство печатной продукции существенно изменилось благодаря внедрению программных средств, развитию интернета, цифровых баз данных, облачных сервисов и др. Предприятия и организации все больше внимания уделяют инновационным решениям, расширяют спектр предоставляемых ими услуг, используя разнообразные цифровые решения для клиентов и партнеров. Данные об операционных процессах, планировании, управлении качеством и др. оптимизируются под различные цифровые платформы. Это вызывает необходимость технического обновления парка полиграфического оборудования с высоким уровнем автоматизации.

Одним из ключевых условий технологического и технического развития полиграфии является наличие кадров, владеющих компетенциями на уровне современных достижений науки и техники. ФГБУ ВНИИ труда Минтруда России по заданию Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации провел в 2020 году опрос рынка труда

полиграфического производства. Опрос показал, что в полиграфическом производстве не ослабевает запрос на специалистов, обладающих конкретными навыками, отвечающими современным требованиям производственных процессов. В первую очередь это касается технических специальностей и рабочих профессий, связанных со всеми стадиями технологического процесса: допечатной, печатной и послепечатной. В последние годы практически во всех полиграфических предприятиях разного масштаба произошли изменения в структуре и численности персонала — оптимизация, сокращение или увеличение численности в связи с освоением выпуска новой продукции и внедрением новой техники. Данные по численности работников по коду 18.1. «Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации» показывают, что в настоящее время в этой сфере производства трудится около 80 тыс. человек, причем численность принятых и выбывших работников колеблется ежегодно в пределах 7–9 тыс. человек. Треть опрошенных предприятий испытывали трудности при заполнении вакансий в прошедшие годы. Среди основных причин были названы такие, как отсутствие претендентов и низкий уровень заработной платы по сравнению с другими сферами промышленного производства. Было также отмечено, что в полиграфии работники нередко не имеют профильного образования. Потребность в дополнительном профессиональном обучении работников для обеспечения необходимого уровня выполнения ими своих должностных обязанностей отметили 30 % опрошенных.

В перечень существующих профессий, которые будут востребованы в течение ближайших 10 лет в измененном виде, по мнению экспертов, войдут профессии, требующие как высшего образования, так и среднего профессионального. К таким профессиям относятся в первую очередь технолог полиграфического и упаковочного производства, специалист по наладке полиграфического оборудования, систем и комплексов, графический дизайнер. Это связано с научно-техническим прогрессом, применением печатных технологий в других сферах промышленного производства, роботизацией производств, использованием облачных технологий, реализацией концепции «Smart Print» и т. д.

Умное производство (smart manufacturing) — это современный инновационный подход к организации производства печатной продукции, ориентированный на интеллектуальное управление производственным процессом с использованием промышленного интернета вещей, адаптивности и масштабируемости, больших данных и др.

Подготовка кадров в области полиграфии в настоящее время ведется в вузах, техникумах и колледжах. Высшее образование реализуется по ряду направлений, в том числе двум основным: «Технология полиграфического и упаковочного производства» и «Технологические машины и оборудование (по отраслям)». Современная система подготовки кадров для полиграфического производства за последние 30 лет прошла несколько этапов трансформации. Это было связано с принятием Советом Министров РСФСР в феврале 1991 года постановления «О временных положениях, регламентирующих деятельность учреждений (организаций) системы образования и подготовки кадров в РСФСР». На основе этого постановления Государственный комитет РСФСР по делам науки и высшей школы начал осуществлять переход на многоуровневую систему подготовки специалистов с высшим образованием. Постановлением Комитета по высшей школе Министерства науки, высшей школы и технической политики Российской Федерации «О введении многоуровневой структуры высшего образования в Российской Федерации» от 13 марта 1992 г. № 13 были определены цели и задачи многоуровневого высшего образования, утверждены «Временное положение о многоуровневой структуре высшего образования в Российской Федерации» и «Положение о порядке реализации государственными высшими учебными заведениями образовательных профессиональных программ разного уровня». Приказ Государственного комитета РФ по высшему образованию от 28 апреля 1994 года № 352 «О закреплении за учебно-методическими объединениями направлений и специальностей высшего профессионального образования» с последующими дополнениями закреплял за Учебно-методическим объединением (УМО) высших учебных заведений по образованию в области полиграфии, издательского дела и книговедения направление подготовки «Полиграфия» и специальности: «Полиграфические машины и автоматизированные комплексы» и «Технология полиграфического производства». Специальность «Тара и упаковка» относилась к ведению УМО направлений и специальностей высшего профессионального образования в области технологии продуктов питания. Со временем эта специальность трансформировалась в специальность «Технология и дизайн упаковочного производства». Здесь уместно напомнить, что ГОСТ 17527-2020 «Упаковка. Термины и определения» закрепляет термин «упаковка». Это изделие, предназначенное для размещения, защиты, перемещения, доставки, хранения, транспортирования и демонстрации товаров (сырья и готовой продукции), используемое

как производителем, пользователем или потребителем, так и переработчиком, сборщиком или иным посредником. А вот в версии этого же ГОСТа 2003 года было написано «Упаковка (Ндп. *Тара*)».

В начале 2010-х годов подготовка кадров для полиграфического производства велась в Москве, Санкт-Петербурге, Омске, Самаре, Екатеринбурге, Владивостоке и ряде других городов. Самая массовая подготовка специалистов осуществлялась в Московском государственном университете печати имени Ивана Федорова (МГУП) по специальностям: «Технология полиграфического производства», «Технология и дизайн упаковочного производства», «Полиграфические машины и автоматизированные комплексы», «Материаловедение и технология новых материалов», «Управление качеством» и «Профессиональное обучение (полиграфия)». С ориентацией на полиграфию и издательское дело были нацелены специальности: «Управление и информатика в технических системах», «Автоматизированные системы обработки информации и управления», «Автоматизация технологических процессов и производств (полиграфия)», «Информационные системы в технике и технологиях» и «Информационные технологии в медиаиндустрии», «Информационные технологии в дизайне», «Экономика и управление на предприятии (полиграфия)» и «Бухгалтерский учет, анализ и аудит».

Высокое качество обучения было обеспечено благодаря изучению широкого спектра естественнонаучных, общепрофессиональных, гуманитарных и специальных дисциплин. В содержание подготовки будущих технологов были заложены специальные дисциплины: «Технология обработки текстовой информации», «Основы светотехники», «Технология обработки изобразительной информации», «Технология формных, печатных и послепечатных процессов», «Материаловедение полиграфического производства», «Проектирование полиграфического производства» и другие. Общая численность студентов в МГУПе в начале 2010-х годов составляла около 5,5 тыс. человек, в том числе на очном отделении около 3 тысяч. В аспирантуре вуза в эти годы училось более 200 человек.

В период 2013–2015 годов в систему подготовки кадров были внесены существенные изменения. Это было связано с упразднением подготовки специалистов (инженеров) и трансформацией направлений подготовки кадров в рамках бакалавриата и магистратуры. В 2015 году было упразднено УМО высших учебных заведений по образованию в области полиграфии, издательского дела и книговедения.

Сформированное новое направление «Технология полиграфического и упаковочного производства» в 2015 году было отнесено к Федеральному учебно-методическому объединению (ФУМО) в сфере высшего образования 29.00.00 «Технологии легкой промышленности». Направление подготовки в области технологического оборудования было включено в состав ФУМО «Машиностроение». Таким образом технологию и оборудование одной индустрии, относящейся к средствам информации, разделили на два направления, включив в технологию производство упаковки.

В соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 21.03.2016 г. путем реорганизации в форме слияния двух российских ВУЗов — МГУП им. Ивана Фёдорова и Университета машиностроения (МАМИ) — был создан Московский политехнический университет. В состав Московского политехнического университета со временем вошли и другие вузы.

Основным документом, определяющим содержание подготовки кадров с высшим образованием, в настоящее время является Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС), отличающийся от предыдущих стандартов ориентацией на компетенции (способность применять знания и умения в определенной области) и компетентностный подход (умение работать с информацией и готовность к реальным ситуациям в профессиональной деятельности). Появление ФГОСов поколения 3++ было связано с разработкой и внедрением в Российской Федерации Национальной системы квалификаций (НСК). Основой ФГОСов стали Профессиональные стандарты.

На основе ФГОСов учебным заведением разрабатывается учебно-методическая документация, определяющая рекомендуемые объем и содержание образования необходимого уровня и определенной направленности, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности, включая расчеты нормативных затрат оказания услуг по ее реализации. При этом в рамках одного направления разные вузы могут реализовывать образовательные программы, отличающиеся друг от друга, а студенты реализовывать индивидуальные траектории обучения. Конкретный вуз должен учитывать востребованность тех или иных образовательных программ предприятиями и организациями соответствующего профиля и региона.

Надо отметить, что сегодня по направлению подготовки кадров «Технология полиграфического и упаковочного производства»

обучение ведется по большому числу образовательных программ, таких как Технология полиграфического и упаковочного производства, Технологии полиграфического производства, Технологии упаковочного производства, Бизнес-процессы печатной и упаковочной индустрии, Ресурсное обеспечение печатной и упаковочной индустрии, Дизайн и проектирование мультимедиа и визуального контента, Проектирование объектов визуальной информации и идентификации в области упаковочного производства продуктов питания, Проектирование и дизайн упаковки продуктов питания и др. Как видим, в рамках одного направления профили выпускаемых бакалавров весьма разнообразны. То же самое касается и подготовки магистрантов.

По направлению «Технологические машины и оборудование» в России реализуется 60 профилей обучения бакалавриата, в том числе по направлению «Полиграфические машины и оборудование» с индивидуализацией по содержанию в отдельных вузах.

Отметим, что бакалавриат и специалитет это две разные программы обучения. Бакалавриат — это высшее образование по программе, которое дает общие базовые знания по выбранному направлению. Для получения углубленных знаний выпускнику бакалавриата необходимо пройти обучение в магистратуре, прием в которую по числу мест значительно меньше, чем в бакалавриат.

Специалитет дает углубленное образование по определенному профилю, поэтому общий срок обучения в нем больше, чем в бакалавриате, и составляет 5-6 лет. При этом базовая подготовка и курсы по конкретной специальности превышают объемы курсов бакалавриата. Диплом специалиста (раньше, как правило, инженера) позволяет поступить в аспирантуру, в то время как бакалавры могут стать аспирантами только после окончания магистратуры.

В рамках одного направления бакалавриата в различных вузах могут вестись разные по содержанию образовательные программы, что не способствует качественной подготовке кадров. Опрос полиграфических предприятий в 2020 году, проведенный Советом по профессиональным квалификациям в области издательского дела, полиграфического производства и распространения печатной продукции, показал, что выпускников со средним профессиональным образованием принимали на первую работу 20 % опрошенных организаций. Уровень их подготовки эксперты оценили как относительно высокий. Выпускников вузов в области технологии полиграфии трудоустраивали в течение 6 месяцев после окончания ими обучения, сообщили 30 % участников

опроса. Мнение об уровне их подготовки у экспертов разделились: треть считала его высоким, половина — средним и около 17 % находили низким. По мнению ряда ведущих специалистов упаковочного производства, в вузах РФ подготовка специалистов по упаковке в должном объеме не ведется.

Важным фактором, влияющим на качество подготовки кадров, является возможность практической подготовки студентов на предприятиях и в организациях, связанных с полиграфическим производством. Современное полиграфическое производство не входит в число приоритетных направлений развития экономики страны. Продукция, в составе которой печатные СМИ, книги и др., не включена в перечень важнейших товаров. Хотя сегодня полиграфическая продукция напрямую связана с доступом в современном обществе к информации, образованием и воспитанием людей.

В связи с широкой приватизацией произошла дифференциация общей структуры полиграфических предприятий. Подавляющее число предприятий на рынке — это микро- и малые типографии, полиграфические производства индивидуальных предпринимателей. Как правило, эти предприятия не проявляют интерес к совместной работе с вузами по организации практической подготовки студентов. Кроме того, за последние годы были закрыты или перепрофилированы крупные полиграфические предприятия, а также предприятия, производившие оборудование и расходные материалы для полиграфии. Нет заводов, производивших отечественное полиграфическое оборудование: Рыбинского, Шадринского, Ейского, «Ленполиграфмаша» и др. Часть заводов бывшего Советского Союза, производивших также полиграфическое оборудование, оказалась в других странах и также прекратила свое существование.

Полиграфическое машиностроение в России вернулось практически к состоянию 1930 года. Единственным производителем рулонных печатных машин в настоящее время является завод на Дальнем Востоке «Фактор-90». Существует еще небольшое количество фирм, изготавливающих малое оборудование. Российская полиграфия стала практически полностью импортозависимой от поставщиков оборудования из Европы, США, КНР и др. Аналогичная ситуация сложилась и по ряду расходных полиграфических материалов, программных средств.

Все это приводит к углублению разрыва между требованиями современного полиграфического производства и содержанием учебных программ, которые практически разрабатываются учебными организа-

циями самостоятельно, хотя и в соответствии со многими методическими установками Министерства науки и высшего образования России.

Еще один вопрос подготовки кадров связан с численностью приема в высшие учебные заведения. План приема в настоящее время для каждого вуза по определенным направлениям формируется на основе конкурсного отбора. Численность приема по отдельным укрупненным направлениям ежегодно устанавливает Министерство науки и высшего образования. Так в объявлении Министерства от 1 февраля 2022 года о проведении открытого публичного конкурса по распределению контрольных цифр приема по специальностям и направлениям подготовки и (или) укрупненным группам специальностей по укрупненной группе «Технология легкой промышленности», в которую входит направление «Технология полиграфического и упаковочного производства», контрольные цифры приема на бюджет в 2023/24 учебном году составят по очной форме обучения (бакалавриат) 1 872 человек, очно-заочной 108 человек и 149 по заочной форме. В магистратуру предусматривается прием 438 человек на очную форму. В этих цифрах удивительны объемы приема с точностью до единиц для отраслей, которые готовят кадры для весьма значимых сфер российской экономики, в том числе полиграфического производства.

Отметим также, что процесс трансформации и отнесения определенных направлений подготовки к определенным областям не закончен. Приказом Министерства науки и высшего образования от 1 февраля 2022 года № 89 утвержден перечень специальностей и направлений подготовки, который вводится с 2024 года, где изменены коды групп специальностей и направлений подготовки. Так «Технология полиграфического и упаковочного производства» отнесена к группе «Производство материалов и изделий потребительского и технического назначения» (код укрупненной группы – 30). Это потребует переоформления и обновления не только стандартов, но и многих учебно-методических документов. Отметим, что данный приказ не согласуется с высказываниями руководителей Министерства науки и высшего образования РФ, отметивших в текущем году, что к Болонской системе надо относиться как к прожитому этапу, а будущее за нашей собственной системой образования. Отметим и другую позицию одного из государственных органов. Так, Росстандарт создал в 2022 году Технический комитет № 268 «Полиграфические технологии, материалы и оборудование», объединив технологию и оборудование «под одной крышей».

Что же, на наш взгляд, должно быть сделано в плане перехода от Болонской системы к собственной системе образования в области полиграфического производства? Здесь напрашивается необходимость в разделении направления подготовки «Технология полиграфического и упаковочного производства» на два самостоятельных, а именно — по технологии полиграфии и технологии упаковки. Требуется также восстановить подготовку специалистов в этих областях. Необходимо выделить в отдельную группу направления и специальности, связанные с полиграфическим производством, включив в нее направление и специальность подготовки в области полиграфического оборудования. И, наконец, обеспечить укрепление учебно-материальной базы учебных заведений соответствующего профиля.

Библиографический список

1. Государственный комитет Российской Федерации по высшему образованию. Приказ от 28 апреля 1994 г. № 352 «О закреплении за учебно-методическими объединениями направлений и специальностей высшего профессионального образования и дополнении перечня учебно-методических объединений вузов». — URL: <https://docs.cntd.ru/document/901792092?ysclid=19o7damdfq146741704> (дата обращения: 15.10.2022).
2. *Гохберг Л. М.* Образование в цифрах: 2021 : краткий статистический сборник // Л. М. Гохберг, О. К. Озерова, Е. В. Саутина ; ред. кол. Д. В. Афанасьев, Л. М. Гохберг, Я. И. Кузьминов, И. Н. Шаповал, Н. Б. Шугаль / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». — Москва : НИУ ВШЭ, 2021. — URL: <https://www.hse.ru/primarydata/oc2021?ysclid=17proiudkj473067453> (дата обращения: 15.10.2022).
3. *Жукова Н. Б.* Мы заменили фундаментальное высшее образование «компетенциями». — URL: https://ruskline.ru/news_rl/2020/06/13/my_zamenili_fundamentalnoe_vysshee_obrazovanie_kompetenciayami (дата обращения: 15.10.2022).
4. Индикаторы образования 2022 : статистический сборник / Н. В. Бондаренко [и др.] ; ред. Д. В. Афанасьев, [и др.] ; др. ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — Москва : НИУ ВШЭ, 2022. — 532 с. — Системные требования: Adobe Acrobat Reader. — URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/557472415.pdf> (дата обращения: 15.10.2022).

5. *Конаев Е. Н.* Российская система образования на переходном этапе // Молодой ученый. — 2016. — № 7 (111). — С. 130–134. — URL: <https://moluch.ru/archive/111/27770/?ysclid=17pyk738bz200364395> (дата обращения: 15.10.2022).
6. Объявление Министерства науки и высшего образования от 1 февраля 2022 года «О проведении открытого публичного конкурса по распределению контрольных цифр приема по специальностям и направлениям подготовки и (или) укрупненным группам специальностей». — Системные требования: Adobe Acrobat Reader. — URL: <https://minobrnauki.gov.ru/upload/2022/02/%D0%9E%D0%B1%D1%8A%D1%8F%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5.pdf> (дата обращения: 15.10.2022).
7. Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 сентября 2015 г. № 987 «О создании федеральных учебно-методических объединений в системе высшего образования». — URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71083238/?ysclid=19o738ph7d204197903> (дата обращения: 15.10.2022).
8. Приказ Минобрнауки РФ от 21 марта 2016 г. № 261. «О федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский политехнический университет». — URL: <https://edu.ru/documents/view/62872/> (дата обращения: 15.10.2022).
9. Приказ Минобрнауки РФ от 01.02.2022 № 89. «Об утверждении перечня специальностей и направлений подготовки высшего образования по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам ординатуры и программам ассистентуры-стажировки». — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202203030033?ysclid=19o7thjddx997467630> (дата обращения: 15.10.2022).
10. Постановление Правительства РФ от 15.06.2018 № 682 (ред. от 01.04.2022) «Об утверждении Положения о Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации и признании ...». — Системные требования: Adobe Acrobat Reader. — URL: https://minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/2019/09/POLOZHENIE__Minobrnauki_RF.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

11. Россия выходит из Болонской системы: кого и как это коснётся. — URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/28/05/2022/628e29749a794747a1ee085d?ysclid=17pzo1xbce48654597 (дата обращения: 15.10.2022).

Информация об авторах

А. М. Цыганенко — кандидат технических наук, профессор, директор Центра принтмедиаиндустрии ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Т. Г. Битюрин — кандидат химических наук, заместитель генерального директора по науке ВНИИ полиграфии.

В. Н. Румянцев — кандидат технических наук, старший научный сотрудник, заместитель генерального директора по научной работе АО «НИИполиграфмаш».

Information about the authors

A. M. Tsyganenko — Candidate of Technical Sciences, Professor, Director of the Print Media Industry Center “Academy of Media Industry”. 127521, Moscow, st. Oktyabrskaya, 105, bldg. 2.

T. G. Bityurina — Candidate of Chemical Sciences, Deputy General Director for Science of the Research Institute of Printing.

V. N. Rumyantsev — Candidate of Technical Sciences, Senior Researcher, Deputy Director General for Scientific Work of JSC “Niipoligrafmash”.

*Статья поступила в редакцию: 30.10.2022;
одобрена после рецензирования: 31.10.2022;
принята к публикации: 02.11.2022.*

*The article was submitted 30.10.2022; approved
after reviewing 31.10.2022; accepted for
publication 02.11.2022.*

Научное периодическое издание

Вестник
Академии медиаиндустрии
№ 4 (32)

© ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»
© Редакционно-издательский отдел
Главный редактор: *Е. Я. Дугин*
Ответственный секретарь: *Д. А. Сребницкая*
Дизайн, верстка: *Ю. С. Головки*

Подписано к печати 16.12.2022 г. Тираж — 100 экз. Объем — 11,3 п. л.
Формат — 60x84 1/16. Гарнитура NewtonС. Заказ № 64.
Редакционно-издательский отдел ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».
Типография ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».
127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Источники иллюстраций: im.kommersant.ru, operaballet.net, infox.ru,
www.ltv.ru, tvcenter.ru, freepng.ru.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Требования к формату текста статьи:

- объем рукописи 10–15 страниц;
- поля 2,5 см;
- полуторный междустрочный интервал;
- шрифт Times New Roman (14 кегль).

Требования к форме предоставления статей:

- текст предоставляется в электронном виде;
- e-mail: daria65@list.ru;
- необходима аннотация (3–5 предложений) на русском и английском языках;
- наличие после аннотации списка ключевых слов на русском и английском языках;
- примечания в виде подстраничных сносок (нумерация последовательная);
- список источников на русском и английском языках сразу после статьи.

В список литературы включаются монографии, сборники научных статей, учебники и учебные пособия, статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, экономико-статистических данных, имен собственных, географических названий и иных сведений.

Необходимы сведения об авторе – фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, полное название научного или учебного учреждения и его структурного подразделения на русском и английском языках, контактный телефон и адрес электронной почты автора.



ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» —
единственное в отрасли государственное учреждение
дополнительного образования. Более чем за 50 лет
существования больше 60 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.

«Вестник Академии медиаиндустрии»
принимает публикации по специальностям:

«Медиакоммуникации и журналистика»
(филологические науки, 5.9.9),

«Кино-, теле- и другие экранные искусства»
(искусствоведение, 5.10.3),

«Социальная структура, социальные институты
и процессы» (социологические науки, 5.4.4).

ISSN 2782-6600



9 772782 660000 >



АКАДЕМИЯ
МЕДИА
ИНДУСТРИИ