Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**

№ 5 • 2014 • СЕНТЯБРЬ — ОКТЯБРЬ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Периодическая печать

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. 3

Митчук О.А. Формы и методы освещения туристической тематики в специализированных изданиях Украины 26

Новые медиа

Разумова М.А. Социальные сети как источник информации для деловых СМИ: ограничения и возможности 36

Социология журналистики

Щепилова Г.Г. Потребность аудитории в интернете и традиционных СМИ 46

История журналистики и литературы

Бакунцев А.В. И.А. Бунин на страницах одесской печати в годы Гражданской войны 55

Морозов С.Н. 25-летний юбилей литературной деятельности И.А. Бунина в освещении русской печати 1912—1913 гг.. 71

Греков В.Н. Журнал как диалог («Москвитянин» 1845 г.) 87

Коростелёв С.Г. Статья М. Горького «Две души» как полемика с неославянофилами 99

Минаева О.Д. «Может ли баба справить мужичью работу?» Особенности производственной пропаганды в советских журналах для женщин 1920-х гг. 112

Дискуссия

Кройчик Л.Е. Принципы публицистического творчества 130

CONTENTS

Press

Svitich L.G., Smirnova O.V., Shiryaeva A.A., Shkondin M.V. Newspapers of Middle and Small Russian Towns in 2010s 3
Mitchuk O.A. Forms and Methods of Tourism Coverage in Ukrainian Business Publications 26

New Media

Razumova M.A. Social Networks as an Information Source for Business Media: Opportunities and Limitations 36

Media Sociology

Shchepilova G.G. Audience Needs for the Internet and Traditional Media . . .46

History of Journalism and Literature

Bakuntsev A.V. I.A. Bunin in Odessa Periodical Press during the Civil War . .55
Morozov S.N. The 25th Anniversary of I.A. Bunin's Literary Activity in Reflection of Russian Periodical Press, 1912—1913 71
Grekov V.N. A Magazine as a Dialogue (on the Moskvityanin Magazine in 1845 Example) 87
Korostelev S.G. Maxim Gorky's Article «Two Souls» as Polemics with Neoslavophiles 99
Minaeva O.D. «Can a Woman do a Man's Job?» Industrial Propaganda Features in Soviet Magazines for Women in 1920s 112

Discussion

Kroychik L.E. The Principles of Publicistic Writing 130

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2014

ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ

Л.Г. Свитич, доктор филологических наук, старший научный сотрудник кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: svitichb@yandex.ru
О.В. Смирнова, кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru
А.А. Ширяева, кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: kafsoc@yandex.ru
М.В. Шкондин, доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: skond@mail.ru

ГАЗЕТЫ СРЕДНИХ И МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ В 2010-х гг.

В статье представлена программа и результаты исследования газет средних и малых городов России. Анализируются данные, полученные при опросе редакторов и журналистов по широкому кругу вопросов: функции, содержание, жанровая структура изданий; конвергентные процессы; взаимоотношения с аудиторией и учредителем; статус и экономическое положение; кадровая ситуация; проблемы и перспективы развития местной прессы.

Ключевые слова: *местная пресса; газета среднего и малого города; функционально-содержательная модель местной газеты; аудитория местной газеты; правовой, экономический статус местной газеты; медиаконвергенция.*

The article presents the results of a study of newspapers and small and medium-sized cities in Russia. Analyzed data obtained from a survey of editors and journalists on a wide range of issues: features, content structure, genre, convergent processes, the relationship with the audience and the founder, status and economic situation, the staffing situation, problems and development perspective of the local press.

Key words: *the local press; the newspaper medium and small cities; functionally-rich model of the local newspaper; the audience of the local newspaper; the legal, the economic status of the local newspaper; media convergence.*

Газеты средних и малых городов России: программа исследования

В статье представлены основные результаты первого этапа масштабного исследования «Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.», которое проводится сотрудниками факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова с начала 2013 г.

Актуальность исследования обоснована, прежде всего, тем, что средние и малые города традиционно имеют большое значение для России. На момент начала исследования в стране насчиты-

валось 1099 городов, из них 155 средних (с населением от 50 до 100 тыс. человек) и 780 малых городов (с населением до 50 тыс. человек), т.е. всего 935, что составляет 85% всех городов страны. Население таких городов в совокупности составляет 27,3 млн человек (28% городского населения).

Это исторически сложившиеся поселенческие центры, важные не только для городской агломерации, но и ее окрестностей. Они являются центрами общественной, хозяйственной и культурной жизни региона. Здесь расположены муниципальные органы, образовательные и медицинские учреждения, транспортные узлы, учреждения торговли, которыми пользуются не только горожане, но и сельские жители. Средние и малые города — хранители российской истории, народной культуры, промыслов, традиций и обычаев. И конечно, это наиболее массовый и важный сегмент информационно-коммуникационного пространства страны и регионов. Местные издания порой единственный информатор о жизни города и района.

Средние и малые города испытывают сегодня большие трудности. Исследователи [см., напр.: Бритвин, 2012] выделяют следующие наиболее типичные проблемы городов данного типа:

— исчезновение, прекращение деятельности ранее существовавших производственных (промышленных и др.) предприятий или их крайняя технологическая отсталость, изношенность основных фондов;

— неконкурентоспособность, ограниченность возможностей для привлечения инвестиций;

— недостаточность для населения мест приложения труда, безработица;

— ограниченность экономической базы существования таких городов и тем более их развития;

— неблагоприятная демографическая ситуация (естественная убыль населения, миграция молодежи в крупные города);

— плохое состояние важнейших социальных сфер (ЖКХ, соцзащиты, здравоохранения, образования, культуры, инфраструктуры и т.п.)[1].

Естественно, что острота названных проблем различается в средних и малых городах, а также в конкретных поселениях. В связи с этим исследователи отмечают различные возможности их развития, связанные с местоположением и ресурсами: расположение

[1] *Дубовик М.В.* Проблемы молодежи в малых и средних городах России. URL: http://www.hdirussia.ru/445; *Кутищева Н.А.* Социальная жизнь средних и малых городов: общегосударственный или региональный интерес? URL: http://www.rae.ru/forum2012/316/3068

в центрах добычи нефти, газа, других полезных ископаемых, местах лесозаготовок и т.п.; в непосредственной близости к крупным городам или предприятиям (что дает возможность размещения в них их филиалов и создания рабочих мест); в конкурентоспособных научных центрах и т.п. Такие города имеют более или менее определенные перспективы развития. Для других необходимо изыскание внутренних возможностей, ресурсов (развитие туризма, народных ремесел, системы отдыха, рекреации и т.п.). В целом средние и малые города — наиболее органичная среда для бизнеса, прежде всего малого.

В этой связи необходима последовательно реализуемая государственная программа поддержки городов данного типа. Первая такая программа была принята в 1996 г.[2], вторая — в 2005 г.[3] Однако на уровне федеральной власти до сих пор нет согласованной концепции, касающейся роли средних и особенно малых городов в жизнедеятельности России, их экономического и социокультурного значения. Даже в выступлениях должностных лиц довольно высокого ранга звучали высказывания о неперспективности малых городов. Оппоненты этой точки зрения приводят обоснованные возражения: «Без проведения политики сохранения и развития этой категории поселений процессы стагнации, депопуляции и деградации в той или иной степени охватят подавляющее большинство городов и сельских населенных мест, расположенных за пределами крупнейших агломераций; из них десятки и сотни малых городских поселений, тысячи сельских поселений станут полностью необитаемы. Процессы демографического и экономического “опустынивания” охватят исторически заселенные, хозяйственно освоенные регионы Центральной России, Поволжья, Урала, Сибири и Дальнего Востока... Ни одна страна мира не проводит политику, ориентированную на уничтожение небольших городов. Напротив, власти и местные жители заинтересованы в сохранении и улучшении условий проживания в таких городах, находят дополнительные стимулы для их процветания. <...> представляется необходимым решать проблемы формирования рациональной системы расселения страны в тесной взаимосвязи с перспективами социально-экономического развития страны и совершенствования ее пространственной организации, для чего необходимо скорейшее завершение разработки законодательной базы градостроительства Российской Федерации и формирование Программы градострои-

[2] Федеральная комплексная программа развития малых и средних городов Российской Федерации в условиях экономической реформы. М., 1996. URL: http://www.smgrf.ru/documents/doc.php?aid=167&binn_rubrik_pl_articles=589

[3] URL: http://www.referent.ru/1/82614

тельства России»[4]. Действительно, за рубежом (в Германии, Франции, Австрии и др.) малые города не считаются «уходящей натурой» и существуют весьма успешно.

Интересы жителей таких городов защищают Ассоциация средних и малых городов России и Союз малых городов. Они борются против недооценки их значения и против исчезновения: «Именно небольшие города и поселки формируют опорный каркас каждого из российских регионов. Огромная категория малых городских населенных мест <...> играет в условиях России с ее необъятными просторами и значительной неравномерностью в развитии и размещении производительных сил особую геополитическую роль, обеспечивая своего рода контроль над территорией, территориальную и социально-экономическую целостность страны. <...> государственная политика в отношении небольших моногородов и поселков должна исходить из принципа сохранения практически всех таких монопоселений и оказания им для этого всемерной помощи и поддержки»[5].

Очевидно, правительство в последнее время изменило свою точку зрения, потому что в настоящее время обсуждается проект концепции Федеральной целевой программы экономического развития и повышения качества жизни малых городов РФ на период 2015—2020 гг., которая «нацелена на создание условий для развития реального сектора экономики малых городов и повышения ее конкурентоспособности»[6].

Пути преодоления трудностей и перспективы развития средних и малых городов России исследователи видят в сочетании государственной поддержки и активизации ресурсов саморазвития. Первое направление должно осуществляться на основе четко разработанной и последовательно реализуемой общегосударственной программы, второе — на базе грамотного городского администрирования (ситименеджмента) и эффективного муниципального самоуправления. Успехи в различных областях жизнедеятельности этих городов невозможны без активизации потенциала их жителей, что лежит в основе реформы местного самоуправления и закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», принятого в 2003 г.[7]

[4] Обращение к Президенту РФ Д.А. Медведеву и к Председателю Правительства РФ В.В. Путину президиума Российской академии архитектуры и строительных наук. URL: http://krupnov.livejournal.com/336110.html

[5] См.: *Марков Е.М.* Моногорода — проблема общероссийской значимости: Предложения Союза малых городов РФ по решению проблем моногородов. URL: http://www.smgrf.ru/materials/art_detail.php?aid=132&binn_rubrik_pl_articles=559

[6] Разрабатывается программа развития малых городов РФ на период до 2020 г. URL: http://www.garant.ru/news/520856/

[7] Российская газета (допвыпуск). 2003. № 3316. URL: http://www.rg.ru/2003/10/08/zakonsamouprav.html

В этом отношении успешное функционирование местной прессы имеет особое значение. Точной статистики по газетам средних и малых городов в этом сегменте нет, однако имеются данные без дифференциации по типам городов. По сведениям Фонда развития информационной политики, в 2012 г. из 3741 газеты — 2884 (77%) муниципальных издания, учрежденных муниципалитетом или (и) субъектом РФ, частные газеты и другие издания, распространяющиеся на территории муниципального образования (города, района) с тиражом 24,6 млн экз.[8] Статистика свидетельствует, что этот сектор СМИ динамично растет. За последние 30 лет число городских газет резко увеличилось: в 1989 г. их было 490, сейчас приближается к 4 тыс. (рост в 8 раз). Тиражи за этот период тоже выросли.

Местная печать занимает в медиаландшафте России принципиально важное место. Однако этот ресурс сегодня явно недооценен, о чем свидетельствует и Всероссийский съезд муниципальных образований, который состоялся в ноябре 2013 г., где в процессе обсуждения важных проблем муниципалитетов сущностные вопросы развития местной прессы остались в тени. А ведь именно она должна и способна оперативно информировать население о местных проблемах, привлекать гражданское общество к их обсуждению и поиску путей их решения. Газеты средних и малых городов выполняют очень важные коммуникативные функции по консолидации локальной общности, развитию инфраструктуры, экономического и социокультурного потенциала городов и районов, содействуют решению конкретных проблем горожан. Местная пресса выполняет важнейшую миссию сохранения журналистики, близкой народу, его потребностям и нуждам, ориентированной на базовые российские ценности.

Способствовать улучшению деятельности газет малых и средних городов, повышению их роли в жизни горожан может детальный анализ их практики, в том числе в форме научных исследований. Однако сегодня таких исследований проводится явно недостаточно, хотя имеются интересные и полезные проекты, например, выполненные Фондом развития информационной политики (ФРИП) в 2006 [Колесник, Касютин, 2006], 2008 и 2012 гг.[9] Этому вопросу посвящен ряд весьма актуальных научных публикаций[10] [см., напр.: Касютин, 2011; Свитич, Ширяева, 2007]. Однако чаще всего исследования региональной прессы ведутся без

[8] См.: *Колесник С.Г.* Газеты в регионах России. 2012 г. URL: http://www.old.frip.ru/

[9] Там же.

[10] См.: *Тулупов В.В.* О будущем местной прессы: четыре варианта развития. Российские СМИ и журналистика в новой реальности // Мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2011. С. 201—205. URL: http://lib.znate.ru/pdfview/index-61638.html

выделения в ее составе газет малых и средних городов. Те же исследования, которые проводились с учетом особой роли местных газет, требуют серьезного обновления в контексте происходящих в медиасистеме России перемен.

В упомянутых выше научных исследованиях отмечается ряд особо актуальных проблем, касающихся функционирования местной прессы. Это прежде всего:

— проблемы финансово-экономического состояния;

— недостаточная эффективность редакционного менеджмента;

— проблемы, связанные со взаимоотношениями с властью, учредителями и владельцами, с профессиональной независимостью редакций и журналистов;

— недостаток квалифицированных кадров;

— проблемы обеспеченности редакций современной техникой, ее освоения и недостаточное использование медиаконвергентных возможностей во взаимодействии с аудиторией.

С этим кругом проблем прессы средних и малых городов связана необходимость проведения данного исследования, его цели и содержание.

Методология исследования

Специфика **методологии** данного исследования заключается в социоцентрическом подходе, т.е. в максимальном учете социального контекста — круга проблем, характерного сегодня для среднего и малого города, в котором издается газета. Ее особенность — в комплексном сравнительном анализе информации о состоянии газет среднего и малого города. Сопоставляются представления сотрудников редакций содержательно-жанровой модели газеты и оценки ее реального воплощения по основным аспектам деятельности и условиям функционирования изданий данного типа: задачи, тематические доминанты, жанровые характеристики, аудитория и формы взаимоотношения с нею, правовой статус, экономическое положение, кадровая структура, технологическая обеспеченность.

Сравнение ответов респондентов по поводу желаемой модели и ее реализации позволяет увидеть зоны несоответствия, которые высвечивают недостатки в работе редакций, дисбалансы и дисфункциональные проявления, обнаружить резервы повышения эффективности газет данного типа. В дальнейшем предполагается дополнить результаты этого исследования контент-анализом (качественно-количественным методом анализа содержания газет).

Сравнительный анализ мнений представителей газет разного локала (средних и малых городов), различных форм собственности (государственной, муниципальной, частной), сотрудников различного функционально-должностного статуса (руководителей и журналистов) позволяет представить модель издания и степень ее реализации более дифференцированно.

Объект исследования: местная печать — газеты общего содержания, издающиеся в средних и малых городах России.

Предмет исследования: представления редакторов и журналистов о важнейших сторонах функционирования газет средних и малых городов.

Цель исследования: выяснить при помощи методики анкетирования позиции руководителей редакций и журналистов о состоянии газет средних и малых городов, их проблемах и перспективах развития.

Задачи и содержание исследования. Предполагалось изучить мнения редакторов и журналистов по поводу следующих вопросов:

— задачи газет средних и малых городов и степень их реализации;

— тематическая модель газеты и степень ее реализации в контексте актуальных проблем жизни городов;

— жанровая модель газеты;

— доступность источников информации для журналистов;

— практика применения современных технологий моделирования и дизайна газеты;

— характеристики аудитории и формы взаимодействия с нею;

— правовые формы и статус изданий, взаимоотношения редакторов и журналистов с учредителями и владельцами;

— степень профессиональной свободы, независимости редакций и журналистов;

— экономическое положение редакций, источники формирования редакционного бюджета;

— обеспеченность современной техникой, включенность редакций в процессы медиаконвергенции, влияние их на деятельность журналистов;

— кадровая ситуация в редакциях;

— направления и методы повышения квалификации журналистов;

— позитивные и негативные тенденции в функционировании местной прессы;

— перспективы и модели развития местной прессы, направления в совершенствовании работы редакций.

На основе анализа полученной информации ставилась задача сформулировать основные выводы и выработать рекомендации для решения обнаруженных в ходе исследования проблем функционирования газет общего содержания, издаваемых в средних и малых городах России.

Метод исследования: электронное анкетирование руководителей и журналистов. В анкете для редакторов были более подробно,

чем для журналистов, разработаны вопросы, непосредственно касающиеся редакционного менеджмента: правового статуса издания, его экономического состояния и кадровой политики.

В выборку вошли 8 федеральных округов, 26 субъектов Федерации (в среднем каждый четвертый). Выдержано соотношение разных типов субъектов Федерации (областей, краев, республик, национальных округов) и доля национальных образований (примерно 30%).

В каждом из попавших в выборку субъектов Федерации отобрано по одному среднему (от 50 до 100 тыс. человек) и одному малому городу (до 50 тыс. человек). Если субъект Федерации не имеет в своей структуре среднего города, производилась замена — включался аналогичный, чаще всего соседний субъект Федерации.

Таким образом, в выборку попали: 8 округов Российской Федерации; 26 субъектов Российской Федерации; 55 городов; 66 редакций, в том числе 31 газета в 24-х средних городах: 45 журналистов и 25 редакторов — всего 70 человек; 35 газет в 31-м малом городе: 55 журналистов и 28 редакторов — всего 83 человека.

В редакциях планировался опрос всех творческих сотрудников. В условиях малочисленности штатов в редакциях на анкету ответили от одного до пяти сотрудников.

В выборке примерно поровну распределились газеты с периодичностью от 2 до 4 номеров в неделю и еженедельники, которых больше в средних городах (56%), чем в малых (38%). Ежедневных газет в выборке всего 3%.

Функционально-целевая модель газет

В соответствии с программой исследования одной из важнейших его целей было выяснение мнений редакторов и журналистов газет средних и малых городов о функциональной модели, т.е. о задачах газет данного типа (табл. 1).

Таблица 1

Ответы на вопрос: «Каковы, на Ваш взгляд, наиболее важные задачи вашего издания сегодня?» (*в % к числу опрошенных*)

Задача очень важная	СГ	МГ	Общее
Информирование о важнейших событиях в жизни города	96	95	**96**
Привлечение общественного внимания к актуальным проблемам жизни города	90	76	**83**
Содействие развитию у горожан чувства малой родины, причастности к жизни города, патриотизма	71	82	**77**

Окончание табл. 1

Задача очень важная	СГ	МГ	Общее
Пропаганда позитивных ценностей, морально-этическое воспитание	73	73	**73**
Информирование о решениях и действиях органов местной власти, информационная поддержка важных для города решений органов власти	68	70	**68**
Организация общественных обсуждений по важным вопросам жизни города, выражение общественного мнения	71	64	**68**
Социальная защита людей, помощь в конкретных житейских делах	60	67	**64**
Формирование общественного мнения	61	64	**63**
Консультативная роль, публикация практически полезной, справочной информации	65	55	**59**
Содействие развитию культурно-исторических традиций	50	61	**56**
Просветительская роль, расширение кругозора, повышение уровня культуры аудитории	53	59	**56**
Содействие социально-экономическому развитию города	56	54	**55**
Контроль над деятельностью должностных лиц	58	46	**52**
Содействие развитию городского самоуправления, гражданского общества	51	53	**52**
Помощь в общении и установлении взаимопонимания между различными слоями, группами горожан	43	46	**45**
Идеологическое, политическое ориентирование аудитории	37	29	**32**
Распространение рекламной информации	33	30	**31**
Информирование о важнейших событиях в жизни региона	29	25	**27**
Информирование о решениях и деятельности государственных органов власти более высокого уровня	10	24	**18**
Содействие отдыху, развлечению аудитории	21	13	**17**
Информирование о важнейших событиях в жизни страны	10	13	**12**
Другое	—	—	—

Как свидетельствуют полученные ответы, функционально-целевая модель газеты среднего и малого города представляется весьма органичной и многоплановой.

Вне конкуренции с другими задачами — базовая для местной прессы: информирование о важнейших событиях в жизни города (96% опрошенных считают ее очень важной), что тесно связано с задачей привлечения общественного внимания к актуальным проблемам жизни города (83%).

Весьма значимое место (77%) в функциональной модели занимает и содействие развитию у горожан чувства малой Родины, причастности к жизни города, патриотизма.

Показательно, что именно журналисты местной прессы как самой близкой аудитории и ею читаемой озабочены тем, чтобы пропагандировать позитивные ценности, содействовать морально-этическому воспитанию аудитории. Сейчас это одна из важнейших задач в связи с резким падением в последние годы нравственной планки общества.

Сотрудникам местных газет, которые часто являются органами местных властей, достаточно важной кажется и задача по информированию аудитории о решениях и действиях этих органов, информационная поддержка важных для города решений. Не кажется безусловной распространенная точка зрения, что СМИ всегда должны быть в оппозиции власти. Если власть, тем более выбранная народом, старается решить его нужды, она заслуживает всяческой поддержки газет. Но таковыми, к сожалению, действия чиновников бывают не всегда.

Весьма примечательно, что содействие отдыху, развлечению аудитории сотрудники редакций считают задачей второстепенной, очевидно потому, что эту роль выполняют другие СМИ, главным образом электронные.

Обобщая информацию о совокупности задач, следует сказать, что ***редакторам и журналистам газет средних и малых городов важным представляется все, что связано с локальной общностью и насущными заботами ее жителей***, что вполне соответствует особенностям прессы данного типа.

По поводу самых важных задач разногласий между журналистами газет средних и малых городов почти нет, но заметны некоторые акценты в суждениях о других задачах. Журналисты **средних городов** чаще, чем их коллеги из малых, отмечают все позиции, связанные с привлечением внимания к актуальным проблемам, организацией общественных обсуждений по важным вопросам жизни города, выражением общественного мнения и контролем над деятельностью должностных лиц, т.е. *делают особый акцент на задачах развития гражданского общества*. Но одновременно чуть большее значение придают идеологическому, политическому ориентированию аудитории (хотя в принципе эта задача не в зоне первостепенных у всех групп опрошенных): очевидно, это связано

с тем, что в средних городах выше «политический градус», чем в малых. Вопрос, однако, в том, кто задает вектор этого политического ориентирования и в какой мере действует принцип плюрализма мнений. С плюсовой разницей по сравнению с ответами журналистов малых городов журналисты средних городов отмечают и тесно связанные между собой развлекательные, коммерческие и прагматические задачи. Это объясняется и тем, что в средних городах больше частных газет.

Задачи, выделенные представителями **малых городов** в качестве очень важных, выстроились в несколько ином порядке, чем у коллег из средних городов. Они рисуют почти идеальную *модель гуманитарной миссии местной прессы*. Больше половины голосов набрали задачи, которые носят нравственно-гуманитарный характер. Это воспитание чувства малой Родины, причастности к жизни города, патриотизма, пропаганда позитивных ценностей, морально-этическое воспитание, просветительская роль, расширение кругозора, повышение уровня культуры аудитории и развитие культурно-исторических традиций, социальная защита людей, помощь в конкретных житейских делах.

Явно заметно, что для газет малых городов более актуальными, чем для средних, являются задачи по информированию о решениях и действиях органов власти (и местной, и более высокого уровня). Первостепенным в малых городах, которые сейчас испытывают серьезные трудности с развитием производственной базы и увеличением рабочих мест, представляется содействие социально-экономическому развитию города. И наконец, журналистам кажется весьма значимой консультативная роль газеты, так как в таких городах не очень много других возможностей для населения получить такую помощь.

Реализации функционально-целевой модели газеты был посвящен специальный вопрос с оценочной шкалой. Соотнесем ответы по первой позиции шкалы — «Задача реализуется в полной мере» — с задачами, которые опрошенные маркировали как «Очень важные» (табл. 2).

Первый общий вывод состоит в том, что те ***задачи, которые редакторы и журналисты считают очень важными, и реализуются, по их мнению, более успешно***. Второй вывод: ***степень их реализации представляется явно недостаточной***.

Судя по ответам, самое большое внимание на практике уделяется информированию аудитории о важнейших событиях в жизни города, о решениях и действиях органов местной власти, информационной поддержке важных для города ее решений и привлечению общественного внимания к актуальным проблемам жизни города (от 60 до 82% ответов).

Таблица 2

Ответы на вопросы: «Каковы, на Ваш взгляд, наиболее важные задачи вашего издания сегодня?», «Какие задачи реализуются в полной мере?»
(*в % к числу опрошенных*)

Задачи (ранжировано по пятому столбцу)	**Задача очень важная**		**Реализуется в полной мере**	
	%	**Ранг**	**%**	**Ранг**
Информирование о важнейших событиях в жизни города	96	**1**	82	**1**
Информирование о решениях и действиях органов местной власти, информационная поддержка важных для города решений органов власти	68	**5**	77	**2**
Привлечение общественного внимания к актуальным проблемам жизни города	83	**2**	61	**3**
Содействие развитию у горожан чувства малой Родины, причастности к жизни города, патриотизма	77	**3**	52	**4**
Распространение рекламной информации	31	**17**	50	**5**
Пропаганда позитивных ценностей, морально-этическое воспитание	73	**4**	50	**6**
Содействие развитию культурно-исторических традиций	56	**10**	48	**7**
Консультативная роль, публикация практически полезной, справочной информации	59	**9**	41	**8**
Социальная защита людей, помощь в конкретных житейских делах	64	**7**	40	**9**
Организация общественных обсуждений по важным вопросам жизни города, выражение общественного мнения	68	**6**	37	**10**
Просветительская роль, расширение кругозора, повышение уровня культуры аудитории	56	**11**	35	**11**
Формирование общественного мнения	63	**8**	34	**12**
Информирование о важнейших событиях в жизни региона	27	**18**	33	**13**
Содействие развитию городского самоуправления, гражданского общества	52	**13**	31	**14**
Содействие социально-экономическому развитию города	55	**12**	27	**15**
Идеологическое, политическое ориентирование аудитории	32	**16**	21	**16**
Помощь в общении и установлении взаимопонимания между различными слоями, группами горожан	45	**15**	18	**17**

Окончание табл. 2

Задачи (ранжировано по пятому столбцу)	**Задача очень важная**		**Реализуется в полной мере**	
	%	**Ранг**	**%**	**Ранг**
Информирование о решениях и деятельности государственных органов власти более высокого уровня	18	**19**	17	**18**
Содействие отдыху, развлечению аудитории	17	**20**	14	**19**
Контроль над деятельностью должностных лиц	52	**14**	11	**20**
Информирование о важнейших событиях в жизни страны	12	**21**	6	**21**

В средней зоне оценок по реализации задач (около 50% ответов) находятся ценностно-нравственные задачи: развитие у горожан чувства малой Родины, причастности к жизни города, патриотизма, пропаганда позитивных ценностей, морально-этическое воспитание.

Заметно, что гражданские задачи в целом выполняются хуже, чем представляется редакторам и журналистам.

На этом фоне можно назвать две задачи, которым уделяется непропорционально большее внимание (их ранг по реализации выше, чем ранг по важности): это распространение рекламы и информирование о решениях и действиях органов местной власти. Причины повышенного внимания к рекламе понятны — они связаны с экономическим состоянием газет, необходимостью их выживания в рыночных условиях. К сожалению, такие публикации отнимают полезную площадь у важных для аудитории публикаций. О доминантном внимании к публикациям, касающимся власти, и причинах этого речь пойдет при анализе тематики газет. Итак, по мнению журналистов, только две задачи выполняются в достаточно полном объеме: информирование о жизни города и освещение деятельности руководящих органов. Остальные пока реализуются недостаточно. Главные причины опрошенные связывают со слабой финансовой, технической и кадровой обеспеченностью. В редакциях сократились штаты. На оставшихся журналистов приходится не только прежний объем работы, но и дополнительные обязанности по подготовке публикаций для редакционного сайта или сайта администрации. Но основная проблема — невысокий профессиональный уровень журналистов. Только четвертая часть имеет журналистское образование. Будем надеяться, что эти проблемы постепенно разрешатся, и та модель, которую нарисовали в качестве образца журналисты городской прессы, будет реализована.

Содержательно-тематическая модель газет

Задачи газеты, естественно, реализуются через содержание публикаций. Содержательно-тематическая модель местных газет формируется в первую очередь с учетом реальных проблем города и жизни его населения. В этой связи в исследовании был предусмотрен открытый вопрос о самых важных проблемах города, в котором издается газета (табл. 3).

Таблица 3

Ответы на открытый вопрос: «Каковы самые важные проблемы вашего города?»
(*в % к числу опрошенных*)

Ответы	СГ	МГ	Общее
Безработица, разрушена промышленность, закрыты градообразующие предприятий, крупные производства, упадок сельского хозяйства, нет рабочих мест, негде работать молодежи	53	47	**50**
ЖКХ (ремонт, нет жилья, отсутствие жилого фонда социального найма, бесконтрольность в этой сфере, нет ТСЖ, нет газификации, проблемы с канализацией и водоснабжением)	27	34	**31**
Сокращение численности и старение населения, дефицит кадров, отток населения в крупные города, молодежь остается там, где училась, нет мест для досуга молодежи, апатия молодежи, миграционная политика	29	22	**25**
Отсутствие благоустройства (неразвитость инфраструктуры, мало налогов остается в городском бюджете, не хватает денег на благоустройство), неблагополучная экология (плохая вода, воздух, нет очистных сооружений, свалки, бродячие собаки)	30	16	**22**
Низкие зарплаты, низкий уровень жизни, высокие цены на все	19	17	**18**
Плохое состояние дорог, транспорта, его дороговизна	13	22	**18**
Бедственное положение культуры и образования, низкий культурный уровень, полуразрушенные памятники архитектуры, невнимание к историческому наследию (нехватка кадров, не финансируется, нет лицеев, гимназий)	11	17	**14**
Здравоохранение (платность, нет кадров, нет специалистов, диагностики)	11	17	**14**
Некомпетентность и кадровый голод в руководстве города, отсутствие ярких людей в руководстве, слабая власть, отсутствие воли что-то решать и делать, коррупция, закрытость власти, отсутствие системности в решении вопросов, разрыв между местной властью и человеком, гражданским обществом, имитация обратной связи, бюрократия	14	12	**13**

Окончание табл. 3

Ответы	СГ	МГ	Общее
Бюджетный дефицит муниципалитетов, экономическая нестабильность, отсутствие инвестиций, инвестиционных проектов в промышленность и сельское хозяйство, сокращение финансовых поступлений в бюджет (нарушение Федерального закона № 131 «Об общих принципах организации местного самоуправления»), малы бюджеты местных властей	11	13	**12**
Нехватка мест в детсадах	6	4	**5**
Кадровый голод в полиции, преступность, криминал	19	4	**4**
Апатия, депрессивность, алкоголизация	4	4	**4**
Слабо диверсифицирована экономика, не развит малый и средний бизнес, альтернативные основному производству сегменты экономики, нет пищевой промышленности, работают в основном торговые предприятия	—	7	**4**

Примечательно, что опрошенные выделили те же проблемы, которые отмечают и эксперты, занимающиеся исследованием ситуации в средних и малых городах, т.е. *в местных редакциях хорошо представляют реальный социальный контекст, в котором функционирует данная редакция.*

Основная проблема — безработица, поскольку закрылись предприятия: негде работать молодежи, которая уезжает в крупные города. Тесно связана с этими процессами проблема сокращения численности и старения населения.

Все это, плюс малые бюджеты муниципалитетов, отсутствие инвестиций в производство приводит к экономической нестабильности городов, невысоким зарплатам и низкому жизненному уровню населения. Следствием являются и проблемы в городском хозяйстве, жилищно-коммунальной сфере, экологии и благоустройстве, бедственном положении учреждений культуры, здравоохранения и образования — нет квалифицированных кадров, плохое материальное обеспечение.

Особенно кричащие проблемы в ЖКХ: отсутствие жилья, плохой ремонт, бесконтрольность в этой сфере, проблемы с газификацией, канализацией и водоснабжением, плохое состояние дорог и работа транспорта, его дороговизна.

Часто это замыкается не только на объективных экономических факторах, но на плохой работе властей, слабом менеджменте, неспособности искать новые источники развития городов, например, развивать малый и средний бизнес, туризм и т.п. Все это имеет и тяжелые психологические последствия для населения: апатия, депрессия, отчаяние, алкоголизация (особенно молодежи).

Исследование показывает, что редакторы и журналисты отчетливо осознают проблемы своих городов, интересы местных жителей, их нужды, поэтому содержательно-тематическая модель изданий выстраивается в соответствии с наиболее неблагополучными сторонами жизни горожан, которые требуют внимания газеты. Проанализируем ответы по первой позиции шкалы «Тема очень важная» (табл. 4).

Первоочередными для газет средних и малых городов* (*от 86 до 60% ответов*) *вполне справедливо считаются социальные темы, все, что связано с повседневной жизнью простого человека и чему «большая» пресса уделяет явно недостаточно внимания. Это сферы, состояние которых в средних и особенно малых городах, как свидетельствуют ответы на предыдущий вопрос, нельзя назвать благополучными: ЖКХ, строительство и ремонт муниципального жилья, дорог, работа городского транспорта, экология, благоустройство, социальное обеспечение, работа и недостаточная финансовая, кадровая база учреждений образования, здравоохранения и культуры, т.е. именно те темы, которые являются самыми горячими для жителей этих городов и должны быть в центре внимания властей.

В этом ряду и сама работа городских органов власти, от которых зависит решение этих проблем, а также органов правопорядка, борьба с преступностью, без чего городская среда не может быть безопасной и комфортной.

И конечно, важная тема — экономика города, развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса, сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест, поскольку в большинстве малых и средних городов эти сферы в кризисе.

В средней зоне тематической модели, выстроенной журналистами местных газет (около 50% ответов), находится то, что связано с семьей, воспитанием детей и молодежи, вообще морально-этической тематикой (особенно этим озабочены журналисты газет малых городов).

Около половины опрошенных называют в ряду самых важных и тему, связанную с развитием форм местного самоуправления, но для газет малых городов эта тема могла бы считаться и более важной.

К сожалению, на последнем месте темы истории города, региона, народных промыслов, вопросы развития туризма (например, экотуризма). Между тем развитие этих сфер при помощи внимания к ним прессы могло бы помочь некоторым городам, особенно малым, найти резервы для развития их экономического потенциала.

Тематические ориентации представителей газет разного локала мало отличаются друг от друга, хотя некоторые нюансы есть.

Таблица 4

Ответы на вопрос: «В какой мере важны для освещения в вашей газете перечисленные ниже сферы, темы?» (*в % к числу опрошенных*)

Сфера, тема очень важная	СГ	МГ	Общее
Состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб	91	62	**86**
Строительство, ремонт дорог, других коммуникаций	84	78	**81**
Строительство, ремонт муниципального жилья	86	61	**79**
Сфера здравоохранения	76	77	**76**
Работа городских органов власти	74	81	**76**
Транспортное обеспечение, работа городского транспорта	65	58	**74**
Сфера образования	71	71	**71**
Социальное обеспечение	71	71	**71**
Работа органов правопорядка, борьба с преступностью	77	58	**67**
Развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса	65	67	**66**
Экономика города в целом	57	67	**63**
Сфера культуры	65	59	**61**
Экология, благоустройство, озеленение городов	59	61	**60**
Сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест	56	57	**56**
Развитие форм местного (муниципального) самоуправления	59	49	**54**
Семейная тематика, воспитание детей	46	53	**50**
Проблемы молодежи	50	48	**49**
Морально-этическая тематика	44	53	**49**
Спорт, досуг	43	52	**48**
Сельское хозяйство, приусадебное хозяйство	44	47	**46**
Происшествия, криминал	60	31	**44**
Работа учреждений торговли	40	24	**39**
История, этнография, народные промыслы, туристический потенциал города	34	41	**38**

Журналисты **средних городов** более важной, чем их коллеги из малых городов, считают тематику ЖКХ, транспорта, культуры, торговли, местного самоуправления и особенно криминальную тематику (в два раза выше, чем в ответах журналистов малых городов — 60 и 31% соответственно).

Для газет **малых городов** на первом месте оказалась тематика, связанная с работой органов власти, состоянием дорог, работой медучреждений, школ, социального обеспечения, развитием производственной сферы, экономическими проблемами и благоустройством. Журналисты малых городов чаще, чем их коллеги, говорили о важности исторической темы, развития местных промыслов и туристического потенциала города.

Возникает резонный вопрос: в какой степени желаемая содержательно-тематическая модель, нарисованная редакторами и журналистами, совпадает с реальной? Понятно, что абсолютного совпадения быть не может, но то, какова дистанция и в чем ее причины, помогает понять сравнительный анализ соответствующих ответов (табл. 5).

Таблица 5

Соответствие важности тематик и уровня их освещения в газетах

ТЕМЫ (ранжировано по пятому столбцу)	**Очень важная**		**Реализуется достаточно хорошо**	
	%	**Ранг**	**%**	**Ранг**
Работа городских органов власти	76	**4**	71	**1**
Строительство, ремонт дорог, других коммуникаций	81	**2**	63	**2**
Состояние ЖКХ, деятельность жилищно-коммунальных служб	86	**1**	62	**3**
Социальное обеспечение (пенсионная сфера, инвалиды, многодетные семьи и т.п.)	71	**8**	56	**4**
Сфера культуры (обеспеченность учреждениями культуры, кадры, материально-технические, финансовые условия и т.п.)	61	**12**	56	**5**
Строительство, ремонт муниципального жилья	79	**3**	55	**6**
Сфера образования (обеспеченность и состояние учебных заведений, кадры, качество образования, развитие профтехобразования и т.п.)	71	**7**	54	**7**
Спорт, досуг	48	**19**	54	**8**

Окончание табл. 5

ТЕМЫ (ранжировано по пятому столбцу)	**Очень важная**		**Реализуется достаточно хорошо**	
	%	**Ранг**	**%**	**Ранг**
Происшествия, криминал	44	**21**	54	**9**
Работа органов правопорядка, борьба с преступностью	67	**9**	53	**10**
Экология, благоустройство, озеленение городов	60	**13**	44	**11**
Сфера здравоохранения (обеспеченность медучреждениями, кадры, оплата труда, оборудование, качество медицинских услуг и т.п.)	76	**5**	43	**12**
Развитие форм местного (муниципального) самоуправления	54	**15**	40	**13**
Экономика города в целом	63	**11**	37	**14**
Семейная тематика, воспитание детей	50	**16**	37	**15**
Транспортное обеспечение, работа городского транспорта	74	**6**	36	**16**
История, этнография, народные промыслы, туристический потенциал города	38	**23**	36	**17**
Развитие производственной сферы, промышленных предприятий, среднего и малого бизнеса	66	**10**	35	**18**
Сфера занятости, развитие рынка труда, создание рабочих мест	56	**14**	35	**19**
Сельское хозяйство, приусадебное хозяйство	46	**20**	35	**20**
Морально-этическая тематика	49	**17**	27	**21**
Работа учреждений торговли (обеспеченность товарами, ценовая политика, культура торговли и т.п.)	39	**22**	19	**22**
Проблемы молодежи	49	**18**	18	**23**

Как и в случае с задачами (табл. 2), как правило, ***успешней реализуются те темы, которые журналисты считают важными***, что естественно. Велико, по мнению опрошенных, внимание к проблемам жилищно-коммунальной сферы и инфраструктуры городов. Достаточно внимания уделяется культуре и образованию (обеспеченности соответствующими учреждениями, кадрами, ма-

териально-техническим, финансовым условиям и т.п.). Не забыты спорт и досуг.

Реже на страницах газет появляются публикации, связанные с темой семьи и воспитания детей. Почти не уделяется внимания, судя по полученным ответам, молодежной тематике.

Однако ***вне конкуренции, на первом месте оказывается освещение работы городских органов власти, хотя эта позиция в рейтинге важности тем стоит только на четвертом месте.*** Этот факт можно было бы оценить позитивно, если бы речь шла о том, что властные органы, должностные лица находятся под пристальным вниманием прессы, когда важные и полезные для населения инициативы и решения власти поддерживаются, а негативные критикуются. Но скорее всего это не так, потому что только пятая часть (20-й, предпоследний ранг) сотрудников газет отметила, что успешно реализуется задача контроля над деятельностью должностных лиц. Значит, речь идет о другом — о весьма распространенной в местных газетах практике публикации «официоза», который занимает значительную газетную площадь и часто не особенно интересен аудитории (хотя, конечно, важные для населения решения местной власти должны быть достоянием общественности). Редакции, которые являются органами власти, вынуждены это делать на безвозмездной основе. Как показывают результаты исследования, более важную и интересную информацию не удается помещать из-за недостатка площадей газеты. Это дает основания предположить, что органы власти в качестве учредителей изданий газет слишком широко понимают роль газет как средства информационного обеспечения властей, поэтому права учредителя в этом отношении должны быть более четко отрегулированы.

Судя по ответам на вопрос о причинах недостаточного освещения тем, которые сотрудники редакций считают важными, основная причина — закрытость властных и иных структур, отсутствие координации, взаимных встреч редакции и пресс-служб органов власти, ограниченный доступ к информации. Городская власть иногда игнорирует журналистов, ньюсмейкеры не идут на контакт (24% ответов на открытый вопрос). Сюда же можно добавить высказывания о закрытости правоохранительных органов, полиции. Учредитель не заинтересован в том, чтобы критиковали подведомственные учреждения (правоохранительные органы, организации здравоохранения, образования и т.п.).

Хотя в целом 55% опрошенных сказали, что не имеют трудностей с получением информации от различных организаций, но

34% испытывают их нередко. А **кто именно отказывает в предоставлении информации**, мы можем проследить в динамике по нашим исследованиям предыдущих лет (табл. 6)[11].

Таблица 6

Ответы на вопрос «Кто чаще всего отказывает в предоставлении информации?». Контрольное исследование факультета журналистики МГУ, 2003 г. — ответы журналистов и исследование ФРИП, 2006 г. (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	2003	2006	2013
Коммерческие структуры	53	56	35
Органы исполнительной власти	50	31	33 + законодательные органы
Правоохранительные органы	47	40	25
Финансовые структуры	47	29	—
Государственные предприятия	18	13	10
Частные лица	16	19	29
Органы законодательной власти	13	7	—
Партии	5	6	7

Коммерческие структуры и власти, как и десять лет назад, отмечены журналистами и редакторами в первую очередь. Но если в 2003 и в 2006 гг. более половины опрошенных журналистов говорили об этом, то сейчас только третья часть. Частные лица сейчас чаще, чем прежде, скрывают информацию. Примерно третья часть опрошенных в 2013 г. испытывает трудности при получении информации от органов власти, чиновников, но это почти в два раза меньше, чем в 2003 и в 2006 гг. По мнению четверти опрошенных, правоохранительные органы тоже неохотно делятся с журналистами информацией. Однако сравнение с данными исследования 2006 г. показывает, что и они стали более открытыми. Как и прежде, нет проблем с общественными организациями, которые заинтересованы в том, чтобы о них писали, и охотно идут на контакты с прессой.

Таким образом, можно прийти к выводу, что органы власти стали более открытыми для прессы. Этому во многом способствует интернет, хотя проблемы с получением информации остаются.

[11] Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты / Отв. ред. С.Г. Колесник, В.Л. Касютин. М.: Хроникер, 2006; *Свитич Л.Г., Ширяева А.А.* Российский журналист и журналистское образование (социологические исследования). М.: ВК, 2006.

Жанровая модель газет

Для обсуждения жанровой модели газет исследователями при формировании вопросов была, наряду с традиционной, предложена классификация жанров по функциональным признакам (табл. 7).

Таблица 7

Ответы на вопрос: «Какие жанровые формы преобладают в вашей газете?»
(*в % к числу опрошенных*)

Жанры	СГ	МГ	Общее
Информационные (заметка, хроника, репортаж, сводка и т.п.)	90	88	**89**
Коммуникативные (письма в редакцию, ответы на письма, форумы, обсуждения, дискуссии и т.п.)	71	41	**55**
Аналитические (статья, корреспонденция, комментарий и т.п.)	56	37	**46**
Публицистические (очерк, зарисовка, интервью, эссе, фельетон и т.п.)	49	45	**46**
Справочно-консультационные (юридические консультации, советы по здоровью, взаимоотношениям, моде, по ведению дома, хозяйства, дачи и т.п.)	51	34	**42**
Развлекательные, досуговые (стихи, проза, кроссворды, гороскопы, анекдоты, шутки, комиксы и т.п.)	36	18	**26**

Результаты показывают, что, помимо естественных для газет информационных жанров, в местных изданиях сегодня *активно используются коммуникативные*, позволяющие поддерживать более тесную связь с аудиторией. Прежде всего, речь идет о публикации писем в редакцию и ответов на них, об общении с аудиторией на интернет-форумах, в социальных сетях. Об этом особенно часто говорили представители газет средних городов.

В средней зоне внимания газет — публикации в аналитических и публицистических жанрах (по 46% ответов), что достаточно позитивный факт, потому что эти жанровые группы всегда были востребованы аудиторией. Нельзя не заметить, что так называемая «публицистическая» группа жанров (очерки, зарисовки, эссе) занимает особое место в ответах журналистов малых городов (второй ранг, а в средних — только пятый, после справочных). Это радует, потому что газеты отвечают концепции отечественной журналистики как творческой профессии, тем более что данные жанры наиболее адекватны тем гуманитарным задачам, которые кажутся особо важными сотрудникам газет малых городов.

Достаточное место, особенно в средних городах, занимают и справочно-консультационные публикации. Но развлекательные жанры в обеих группах (в соответствии с функционально-содержательной моделью, которую представили редакторы и журналисты) на последнем месте, хотя в газетах средних городов они присутствуют, судя по проведенному опросу, превышая остальные в два раза.

Вообще, в газетах средних городов, судя по ответам, работают более квалифицированные сотрудники, которые чаще отмечали все предложенные в вопросе жанровые группы, а значит, лучше в них ориентируются, чаще используют.

(*окончание в следующем номере*)

Список литературы

Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы / Под ред. А.М. Бритвина. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012.

Воронова О.А. Выжить нельзя умереть // Журналистика и медиарынок. 2003. № 3.

Касютин В.Л. Российская местная пресса: воздействие финансово-экономического кризиса // Медиаскоп. 2011. № 1.

Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты / Отв. ред. С.Г. Колесник, В.Л. Касютин. М.: Хроникер, 2006.

Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Российский журналист и журналистское образование (социологические исследования). М.: ВК, 2006.

Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Региональная и местная пресса сегодня: опрос журналистов // Современная пресса: теория и опыт исследования. М.: ВК, 2007.

Смирнова О.В. Стратегия печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6.

Шкондин М.В. Периодическая печать в условиях трансформации медиасистемы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6.

Поступила в редакцию
21.04.2014

О.А. Митчук, кандидат филологических наук, заведующая кафедрой рекламы и языка СМИ, декан факультета журналистики Международного экономико-гуманитарного университета имени академика Степана Демьянчука (Ровно, Украина); e-mail: mitchukoa@ukr.net

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОСВЕЩЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ИЗДАНИЯХ УКРАИНЫ*

В статье рассматриваются особенности освещения туристической тематики в специализированных изданиях Украины. Анализируется контент ведущих общественно-политических СМИ, посвященный развитию въездного и внутреннего туризма. Рассматриваются современные технологии создания медиатекстов туристической тематики, используемые в специализированных и общественно-политических СМИ.

Ключевые слова: *специализированные издания, туристическая тематика, типология специализированных СМИ туристической направленности.*

The article discusses the features of tourism coverage in business publications of Ukraine. The paper analyzes the texts on the development of inbound and domestic tourism in leading general interest media. The author explores the modern technologies of creating media texts on tourism being used in business and general interest media

Key words: *business publications, travel subjects, typology of business media on tourism.*

Введение

Специализированные издания туристической направленности широко представлены в информационном пространстве Украины. Их количество составляет около 100 наименований, включая каталоги санаториев, гостиниц и баз отдыха. Целевая аудитория изданий — специалисты туристического бизнеса, представители других отраслей экономики, которые работают на рынке туристических услуг, а также пользователи этих услуг.

В современном мире любая страна целенаправленно работает над созданием, развитием и продвижением собственного положительного имиджа на мировой арене, понимая, что положительный образ — это важный инструмент защиты ее интересов.

Благодаря своим климатическим условиям и интересному историческому наследию, Украина, по оценкам экспертов Всемирной туристической организации ЮНВТО (UNWTO), имеет все возможности для того, чтобы занять достойное место на мировом рынке туристических услуг. Однако в Украине туристическая отрасль, к сожалению, пока не стала ни приоритетом для государства, ни прибыльной отраслью экономики. Более того, в украинском туризме накопилось много нерешенных проблем, которые мешают развитию отрасли и снижают туристическую привлекательность страны.

Тематика необходимости развития туризма в Украине широко освещается в средствах массовой информации. Этой теме уделяют внимание такие издания, как «Зеркало недели», «День», «Деловая столица», «Фокус», «Профиль», «Бизнес», « Компаньон», «Факты», «Газета по-киевски», «Комсомольская правда в Украине» и другие. Кроме того, в стране существует значительное количество изданий, которые специализируются именно на туристической тематике. Среди них журналы «Международный туризм», «Welcome to Ukraine», «Терра Таврика», «Украинский туристический журнал», «Турбизнес», «Мандры» («Mandry»), «Мир туризма», газеты «Заграница», «Весь мир в кармане», «UTG. Украинская туристическая газета», «Вокруг света», «Здесь и там » и другие.

Итак, актуальность данного исследования обусловлена важной ролью информационно-имиджевой политики государства в продвижении отечественного туристического продукта на международный рынок.

В нашем исследовании синтезированы методы нескольких наук коммуникационного цикла и на их основе сделан анализ медийных технологий, которые использовали современные украинские СМИ, создавая туристический имидж Украины.

Выявление коммуникационных технологий построения туристического имиджа страны, используемых в отечественных специализированных и общественно-политических СМИ, практические рекомендации, направленные на повышение эффективности технологий формирования имиджа, и являются целью нашей статьи. Поставленная цель позволила сформулировать следующие задачи:

— определить типологию специализированных СМИ туристической направленности, проанализировать их структуру и смысловое наполнение;

— проанализировать контент ведущих общественно-политических СМИ, посвященный развитию въездного и внутреннего туризма;

— рассмотреть современные технологии создания медиатекстов туристической тематики, используемые в специализированных и общественно-политических СМИ.

Объект исследования — контент общественно-политических средств массовой информации, а также специализированных

* Редакция обращает внимание читателей на то, что данная статья была сдана в редакцию в 2013 г.

культурных, спортивно-оздоровительных и краеведческих СМИ. Предмет исследования — технологии, используемые СМИ для формирования имиджа Украины как туристической страны.

Для исследования коммуникационных технологий были выбраны специализированные издания туристической тематики за период 1997—2010 гг. (частота сбора анализируемых материалов — от нескольких раз в год до нескольких раз в месяц).

Всего проанализировано более 750 статей. Исследованы печатные, фото-, видео- и электронные документы. Среди интернет-сайтов — официальные сайты Государственного агентства курортов и туризма Министерства инфраструктуры Украины (www.tourism.gov.ua), Министерства курортов и туризма АР Крым (www.crimea.gov.ua), а также украинские туристические интернет-порталы, в частности www.tourism.crimea.ua, www.UAtourist.com, www.stejka.com и другие.

В рамках настоящего исследования разработана классификация туристических изданий с учетом административно-территориального расположения и языка. Учтены также и другие типологические признаки: год основания, тираж, периодичность выхода и наличие веб-страницы печатного издания. Классифицированы 60 изданий (47 журналов и 13 газет), которые выходили в период с 1992 по 2011 г.

Туристическая тематика в СМИ Украины

Первым печатным средством массовой информации, которое специализировалось на теме туризма, стал журнал «Международный туризм» (главный редактор Александр Горобец), который выходит с 1992 г. и по настоящее время. Это коммерческий проект: медиатексты создаются в сотрудничестве с туристическими агентствами, которые организовывают путешествия в разные страны мира. Главная цель проекта — пропаганда выездного туризма. В последнее время на страницах журнала увеличивается количество текстов, в которых рассказывается о возможностях отдыха в Украине.

В 1993 г. в Евпатории (АР Крым) начал выходить журнал «Вестник физиотерапии и курортологии» — специализированное издание для специалистов курортной отрасли, в котором говорится о новых достижениях в области курортологии.

В 1994 г. во Львове появилась первая туристическая газета «Здесь и там» (главный редактор Михаил Шерман). Это информационно-рекламное издание, которое информирует о деятельности туристических фирм на Львовщине и в других регионах Западной Украины, пропагандирует возможности отдыха как за рубежом, так и в Украине.

В этом же году вышел первый англоязычный журнал «Welcome to Ukraine» (главный редактор Александр Горобец), который работает на внешний рынок.

Начиная с 1993 г. количество туристических изданий каждый год растет.

Таблица 1

Динамика увеличения количества туристических изданий на рынке Украины

Год	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**
газеты	—	—	1	2	5	5	6	8
журналы	1	2	3	5	5	10	11	12
Всего	**1**	**2**	**4**	**7**	**10**	**15**	17	20

Год	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**
газеты	9	10	11	12	16	16	18	20
журналы	14	15	16	26	30	35	46	53
Всего	**23**	**25**	**27**	**38**	**46**	**51**	**64**	**73**

Год	**2008**	**2009**	**2010**	**2011 (I полугодие)**
газеты	21	22	23	23
Журналы	61	64	67	71
Всего	**82**	**86**	**90**	**94**

Источник: Министерство юстиции Украины.

Анализируя данные, приведенные в таблице 1, можно увидеть, что на рынке в большей степени представлены журналы — 71 издание. Активный рост количества новых журналов на информационном рынке наблюдался в 2003 г., когда появилось 10 новых изданий, а пик роста приходился на 2006 г., когда было зарегистрировано 11 журналов. Тенденции роста наблюдались еще в течение двух лет: в 2007 г. появилось 7 журналов, в 2008 г. — 8.

В связи с мировым экономическим кризисом 2008—2009 гг., большинство журналов прекратили свою деятельность, а некоторые начали работать только в интернете. С начала 2011 г. ситуация стала меняться, что отразилось на деятельности туристических изданий. Так, за первый квартал 2011 г. было зарегистрировано 4 новых туристических журнала.

Туристических газет на информационном рынке значительно меньше — 23 издания. Среди них наиболее известны: «Весь мир в кармане» и «UTG. Украинская туристическая газета». Они имеют качественную полиграфию, полноцветные, печатаются на мелованной бумаге, как и туристические журналы. К популярным изданиям можно отнести газету «Заграница», которая издается с 1999 г., имеет свою целевую аудиторию и считается очень удачным проектом среди туристических изданий. Ее тираж составляет 32 000 экз. еженедельно.

Не все туристические газеты выдержали конкуренцию на рынке информационных туристических услуг. Некоторые из них были вынуждены прекратить свою деятельность. Это такие издания, как «Украина туристическая», «6 континентов», «Курорты Крыма», «TravelLife by Karyatour». Отметим, что пик роста туристических газет на информационном рынке наблюдался в 2004 г., когда было зарегистрировано 4 новых издания.

Тенденция роста количества туристических изданий не осталась незамеченной со стороны экспертов рынка. О ситуации, которая сложилась на рынке туристических изданий, говорится в статье «Клуб без путешественников», опубликованной в 2003 г. в еженедельнике «Деловая столица»: «Развитие туризма и увеличение количества путешественников в нашей стране позволили потенциальным инвесторам сделать выводы о прибыльности специализированных изданий подобного профиля»[1]. Однако эксперты признают, что этот бизнес затратный, поскольку требует, во-первых, «хорошей полиграфии и качественной иллюстрации», во-вторых, заставляет «конкурировать с деловыми и развлекательными изданиями, которые также пишут о туризме». В-третьих, специализированные туристические издания рассчитаны не только на пользователей туристических услуг, но и на специалистов в сфере туристического бизнеса, поэтому «возникает потребность в эксклюзивной информации, которая также требует затрат»[2].

Каждое из современных украинских туристических изданий специализируется на определенной тематике, то есть имеет свою нишу на информационном рынке. Под информационной нишей мы понимаем «часть сегмента рынка периодических изданий, которая представляет наилучшие условия для выпуска газет, журналов или теле-, радиопрограмм, для их распространения и получения наибольших доходов и прибыли» [Гуревич, 2001, с. 50].

[1] Клуб без путешественников // Деловая столица. 2003. № 45.
[2] Там же.

Так, журнал «Большая прогулка» освещает следующие темы: туризм, отдых, спорт, транспорт, техника, одежда, индустрия развлечений, сувенирная продукция и кулинарные пристрастия, а также возможности оздоровления на курортах страны.

Газета «UTG. Украинская туристическая газета» пишет о деятельности отечественного турбизнеса, предоставляет информацию о ситуации на мировом туристическом рынке. Постоянные рубрики издания: государство и туризм, право, деловой туризм, образование, гостиничный бизнес, страноведение, авиаперевозки, маршруты, маркетинг, здоровье и красота, турстиль, деньги, звезды, фоторепортажи.

Газета «Заграница» заинтересует читателя, настроенного уехать на постоянное место жительства в ту или иную страну мира, который интересуется возможностью работать за границей или получить образование в учебных заведениях разных стран мира.

Журналы «Новости турбизнеса» и «Турбизнес» предоставляют информацию о законодательных актах, регламентирующих деятельность туристической и курортной отрасли, а также пишут о проблемах в сфере туризма. Кроме того, на страницах журнала можно получить советы юриста и узнать об опыте специалистов туристической отрасли в решении тех или иных вопросов. Целевая аудитория этих изданий — специалисты туристического бизнеса.

Издание «Млечный путь» и «Туризм сельский зеленый» уделяют внимание сельскому и зеленому туризму. Впервые такие объекты появились на Западной Украине, а затем и в других регионах страны. Этот вид отдыха с каждым годом приобретает все больший спрос у туристов, особенно у жителей городов, которые во время отдыха хотят побыть наедине с природой. Привлекает этот вид отдыха и зарубежных туристов.

Журнал «AQUA» специализируется на морской тематике. Он рассчитан на тех, кто увлекается дайвингом, серфингом, подводной охотой, интересуется загадками Мирового океана, кто любит морские и подводные пейзажи.

В каждом номере журнала «Mandry» говорится о малоизвестных уголках Украины, новинках сезона, экзотических странах, туристических маршрутах, отдыхе «звезд». Здесь публикуют интервью с интересными людьми, а также деловую информацию для турфирм.

Журнал «Business Travel» рассказывает о международных выставках в Европе, Азии и в США. Он рассчитан на топ-менеджмент туристических компаний.

Журнал «Отельер» позиционирует себя как первое и единственное отечественное издание, созданное профессионалами для работников гостиничной сферы.

Среди изданий, которые длительное время работают на рынке и пользуются популярностью, кроме уже названных, можно назвать крымское издание «Терра Таврика» (выходит с 1995 г., главный редактор Вячеслав Хачатурян), которое начало свой путь из Одессы, а теперь зарегистрировано как всеукраинское — газета «Весь мир в кармане» (выходит с 1996 г., директор Игорь Фортученко); общенациональные издания: журналы «Мир туризма» (1997) и «Travel news » (2003).

Надо отметить, что все туристические издания находятся в частной собственности, это коммерческие проекты. Государственными СМИ были журнал «Украинский туристический вестник» (2003—2004) и газета «6 континентов» (2000—2001). Сейчас журнал не издается, а газета с 2003 г. перерегистрирована как частное издание.

Заслуживает внимания и технология распространения туристических изданий. Специфика заключается в том, что эти издания практически невозможно купить в розницу — только по подписке. Значительная часть изданий туристической тематики распространяется на туристических выставках. Среди них можно отметить ITT (International Travel Tourism), которые проходят в Лондоне, Берлине, Москве, Киеве, Мадриде и столицах других стран мира. Туристические издания также распространяются в туристических агентствах, посольствах, самолетах, ресторанах, гостиницах. Так, газета «Весь мир в кармане» в 2007 г. распространялась в отелях Турции, журнал «Welcome to Ukraine» имеет свое представительство в Канаде и сотрудничает с посольствами многих стран в Украине. В 2009 г. на международный рынок вышел журнал «Украинский туризм», который распространяется в десяти странах мира, в том числе в Германии, Дании, Канаде и других.

Аудитория туристических изданий также нуждается в качественной информации о деятельности туристических предприятий. Это обусловлено тем, что в туристический бизнес, особенно в первые годы независимости Украины, привлекались не только специалисты, но и случайные люди, которые ставили целью заработать на туристах быстрые деньги. Как следствие, доверие людей к туристическим компаниям уменьшалось. Чтобы изменить отношение общественности к представителям туристического бизнеса, туристические издания начали информировать граждан Украины о деятельности туристических фирм, об условиях лицензирования их деятельности, они учили читателей, как правильно выбирать туроператора. Так, в первых номерах журнала «Международный туризм» на последних страницах издания подавался перечень туристических фирм, которые имели лицензию на этот вид деятельности.

Туристические СМИ как коммерческие проекты, прежде всего, работают на свой имидж и заинтересованы в том, чтобы к целевой аудитории поступала полная и правдивая информация о деятельности той или иной компании, которая работает на туристическом рынке. Не случайно почти все тексты, в том числе и инициированные базисными субъектами пиара, в туристических изданиях имеют авторство. А распространенная информация о том или ином предприятии, которое работает на рынке туристических услуг, не всегда бывает положительной.

Наиболее распространенными жанрами в туристических изданиях являются дорожный очерк или специальный репортаж. Так, в рамках этой работы был проведен выборочный количественный анализ структуры и содержательного наполнения журнала «Международный туризм» за период с 1999 по 2009 г. (всего проанализировано 26 экземпляров).

Готовя тексты репортажей или путевых очерков об отдыхе в той или иной стране (или в любом туристическом регионе Украины), журналисты туристических изданий очень часто используют технологию пресс-туров. Организаторы туров (туристические фирмы, авиакомпании, посольства стран в Украине, а также руководство облгосадминистраций) не только предоставляют журналистам пресс-релизы и другую информацию о стране или туристическом объекте, но и возможность посетить страну.

Анализируя оглавления, структуру и содержание материалов, посвященных выездному туризму, можно отметить интересную тенденцию: формируя положительный имидж других стран, журналисты туристических изданий одновременно формируют и позитивный имидж Украины. Они создают образ Украины как открытой страны, где люди имеют возможность свободно путешествовать по странам мира. Для усиления эмоционального эффекта, кроме вербальных средств, активно используются визуальные средства. Все тексты сопровождаются яркими качественными фотографиями, для которых отводится значительная часть журнальной площади.

Отметим: появление на информационном рынке Украины изданий, которые целенаправленно занимаются позиционированием конкретного региона с точки зрения туристической привлекательности, свидетельствует о том, что в обществе появился спрос на такую информацию. Эти издания работают на определенную целевую аудиторию: местных жителей, инвесторов, деловых партнеров и туристов; они должны способствовать развитию внутреннего и въездного туризма, о чем, кстати, свидетельствует и языковая политика изданий туристической направленности (табл. 2).

Таблица 2

Языковая палитра туристических изданий Украины

Газеты	Журналы	На каких языках издаются	На каком языке
3	9	На одном	Украинский
2	17	На одном	Русский
—	1	На одном	Английский
5	12	На двух	Украинский/русский
—	1	На двух	Украинский/английский
1	1	На двух	Русский/английский
2	4	На трех	Украинский/русский/английский
—	1	На трех	Русский/английский/немецкий
Всего: 13	**Всего: 47**		

Мы считаем, что выбор языка зависит от того, на какую целевую аудиторию направлено то или иное издание и в каком регионе распространяется. Проведенный анализ туристических газет и журналов позволяет сделать выводы об особенностях конструирования положительного имиджа страны в этом типе изданий. По нашему мнению, можно говорить о создании формата туристического издания. По определению В.М. Корнеева, медиаформат — это: 1) конечный продукт информационного производства, предназначенный для воспроизведения, тиражирования, распространения и продажи в неизменном виде; 2) система условий, объективно и субъективно сформированных допусков производства, распространения, обмена и функционирования продукта в информационном пространстве; 3) способ производства информационного продукта, предусматривающий функциональность производственной структуры и ее направленность на конечный результат [Корнеев, 2008, с. 23]. А если так, то производство информационного продукта в туристических изданиях направлено на постоянное качественное информирование целевой аудитории:

— о туристических возможностях отдыха в Украине и различных уголках мира;

— о деятельности предприятий, работающих на рынке туристических услуг;

— о международных стандартах туристического бизнеса;

— о необходимости развития туризма в Украине и продвижение отечественного турпродукта на международный рынок.

Создавая в медиатекстах привлекательный образ страны на примере современных туристических средств массовой информации, журналисты ставят целью сформировать позитивный имидж государства, который является ключевым источником создания социальной действительности и определения коммуникационных технологий имиджа.

Список литературы

Буари Ф. Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия. М.: ИНФРА-М, 2001.

Гуревич С.М. Экономика средств массовой информации: Учеб. пособие. М.: РИП-холдинг, 2001.

Корнеев В.М. Перспективы исследования медиаформата // Актуальные вопросы массовой коммуникации. 2008. Вып. 9.

Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. 2-е изд., доп. СПб.: Петербургское востоковедение, 2002.

Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Питер, 2000.

Поступила в редакцию
24.12.2013

НОВЫЕ МЕДИА

М.А. Разумова, аспирантка кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: maria1307@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ДЕЛОВЫХ СМИ: ОГРАНИЧЕНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ

Появление социальных сетей стало очередным этапом в развитии деловой информации. Автор работы анализирует варианты использования новых медиа в бизнес-журналистике в России. Исследование отвечает на вопрос, каким может быть применение таких ресурсов, как «Фейсбук» и «Твиттер» в сфере деловой прессы.

Ключевые слова: *деловая журналистика, новые медиа, источники информации.*

Social networks became a new stage in development of business information. The author of the article studies different ways how new media can be applied to business journalism. The survey answers on questions about usage of networks like Facebook and Twitter in the sphere of business press.

Key words: *business journalism, new media, sources of information.*

Введение

Закон Мура[1], правило самоусложнения структур, сегодня можно назвать одним из самых знаменитых законов в информационной среде. В применении к сфере коммуникаций он утверждает, что объем генерируемой информации растет экспоненциально и ежегодно удваивается. В последнее время, благодаря стремительному развитию интернет-технологий, в частности социальных сетей, количество производимой, обновляемой и распространяемой информации непрерывно увеличивается, и сфера ее влияния продолжает расширяться каждую секунду. Одновременно с развитием рынка и увеличением количества деловой информации расширяется и спектр ее источников.

[1] Закон Мура (англ. Moore's Law) — эмпирическое наблюдение, выведенное и опубликованное 19 апреля 1965 г. в журнале Electronics одним из основателей компании «Интэл» (Intel) Гордоном Муром. Согласно данному закону, количество транзисторов, которые вы можете поместить на интегральную схему, удваивается каждые год-два. Сегодня изначально созданный для IT закон Мура применяется широко в различных сферах, в том числе в физике, биологии, кибернетике, коммуникациях. Само название «закон Мура» впервые было дано утверждению Мура ученым Карвером Мидом.

Еще недавно такие средства коммуникации и информации, как Фейсбук (Facebook) и Твиттер (Twitter), воспринимались бизнесом совершенно чужеродными элементами, и вместо определения «социальный» к ним применялось, в первую очередь, прилагательное «новый». Однако сегодня игнорировать рост их значения в коммуникациях делового мира уже невозможно.

Настоящее исследование сконцентрировано на той роли, которую социальные медиа могут играть в процессе создания новостных материалов. Исследование в обозначенной области находится на стыке различных научных направлений и концепций и поэтому носит междисциплинарный характер.

О том, как эффективно редакции СМИ и компании могут использовать социальные сети для дополнительного привлечения целевой аудитории к своим материалам, для укрепления обратной связи с читателями и клиентами, написано немало [см.: Каллиома, 2013; Горохов, Шилина, 2012]. Также много работ посвящено подходам журналистов к новым формам коммуникации в интернете [см.: Вартанова, 2009; Лукина, 2010].

Новизна исследования, изложенного в статье, состоит в том, что оно посвящено одной из наименее изученных областей коммуникации — социальным медиа и их влиянию на деловую среду через средства массовой информации. Поскольку основным связующим звеном между финансовым сообществом, как и любой другой целевой аудиторией, и внешним миром традиционно считаются средства массовой информации, то работа будет касаться также и качественных деловых СМИ.

Роль новых медиа в деловых коммуникациях

Современные практики использования социальных сетей в бизнес-среде

В настоящее время журналисты деловых изданий все чаще используют в качестве источников информации данные, взятые из открытых источников нового поколения — социальных сетей. Исследование рекрутинговой компани «Хэдхантер» (HeadHunter) показало, что журналисты являются одной из самых активных категорий пользователей социальных сетей (76%) и возглавили список тех, кто наиболее активно пользуется ими для получения информации (64%)[2].

[2] Исследование использования социальных сервисов представителями различных профессий. Проводилось 24 сентября — 2 октября 2012 г. среди 5600 работников компаний. URL: http://gtmarket.ru/blog/headhunter/2012/10/04/5019

Параллельно и деловое сообщество начинает все более внимательно следить за тем, что происходит на просторах новых медиа.

По данным международной компании «Инвестис» (Investis), которая специализируется на построении цифровых корпоративных коммуникаций, в 2013 г. 40% компаний из британского фондового индекса FTSE 250[3] имели присутствие в социальных сетях (против всего 14% в 2012 г.). «Учитывая темпы роста показателя, скоро эмитенты ценных бумаг, не имеющие такого присутствия, окажутся в меньшинстве», — заявил на конференции «Digital IR 2014»[4], которая проходила в Москве 27 февраля 2014 г., представитель «Инвестис» Тимофей Попов.

По оценке инвестиционной компании «Американ Сэнчури Инвестментс» (American Century Investments), более 30% финансовых консультантов используют социальные сети в целях бизнеса по нескольку раз в неделю[5].

По данным опроса, проведенного аналитической фирмой «Брансвик Груп» (Brunswick Group) среди 500 опрошенных инвесторов и аналитиков со всего мира, уже более половины из них читают блоги, четверть — используют социальные сети и 30% — Твиттер. А еще в 2010 г. показатель по Твиттеру, согласно такому же опросу, был лишь 11%.

Более того, четверть опрошенных сообщили, что им приходилось принимать инвестиционные решения или давать рекомендации на основании информации, почерпнутой из блогов, а 14% инвесторов и аналитиков (против 6% в 2010 г.) включили социальные медиа в число трех основных источников информации в их компаниях.

Альтернативное использование социальных медиа в бизнес-коммуникациях

По мнению многих экспертов, социальные сети служат не только каналом распространения информации, но и новым барометром фондового рынка. Интернет является средой с чрезвычайно высокой восприимчивостью к событиям окружающего мира, что, несомненно, представляет интерес для анализа. Так, в 2012 г. британская инвестиционная компания «Девернт Кэпитал Маркетс» (Derwent Capital Markets) основала фонд, решения об инвестициях которого основывались на анализе записей пользователей социальных сетей Твиттер, Фейсбук и т.д. Основная идея, на которой строилась деятельность фонда, заключалась в том, что динамика записей на социальных интернет-ресурсах может эффективно использоваться для предсказания изменений на фондовом рынке. Изучая степень нейтральности или эмоциональности «твитов» на протяжении определенного промежутка времени, исследователи обнаружили, что, например, после нескольких «спокойных» дней в «Твиттере» индекс Доу Джонса обычно растет — и наоборот. Точность таких предсказаний, как утверждают исследователи, составляет около 87,6%. Правда, спустя месяц после запуска фонд «Девернт Кэпитал Маркетс» был закрыт, однако многие другие компании продолжают тестировать подобные технологии, считая их перспективными и говоря, что способ и эффективность их применения — это лишь вопрос времени.

Из вышеупомянутых примеров видно, что социальные сети могут выполнять несколько важных функций в бизнес-среде: быть платформой для раскрытия информации, площадкой для обмена мнениями и источником информации для деловых СМИ. Отдельного внимания заслуживают и сами новости данных компаний, а также те исследования, которые проводятся с помощью социальных сетей и через социальные сети.

Российский опыт использования каналов Фейсбук и Твиттер как источников информации для деловых СМИ

Методология

Основным исследовательским подходом стал количественный лингвистический анализ по отобранным маркерам. Ключевыми словами для анализа были выбраны названия крупнейших в мире медиакоммуникационных ресурсов: Фейсбук, Твиттер и объединяющее все подобные им сайты определение «социальные сети». На наш взгляд, Фейсбук, Твиттер и «социальные сети» обладают основными атрибутами смысловых понятий, поскольку наиболее полно характеризуют объект исследования, являются его семантическим ядром. Кроме того, Фейсбук и Твиттер, согласно рейтингу американской аналитической компании «КомСкор» (ComScore), входят в ТОП-3 крупнейших социальных сетей в мире и ТОП-5 ведущих новых медиа России, являясь также самыми быстрорастущими социальными ресурсами в стране.

Автор самостоятельно разработал систему медиапоиска и анализа, который охватывает более 1000 публикаций. Замеры частоты упоминаемости ключевых слов проводились в опубликованных

[3] Индекс FTSE 250 — *англ. FTSE 250 Index*, является взвешенным по капитализации индексом, состоящим из акций компаний, занимающих места с 101-го по 350-е по рыночной капитализации среди крупнейших компаний на Лондонской фондовой бирже (LSE).

[4] URL: http://www.seminar-go.ru/materials/digital_ir_27012014

[5] URL: http://www.vedomosti.ru/finance/news/11438291/konsultanty_pod_cenzuroj

в газетах «Коммерсантъ» и «Ведомости» материалах. Согласно рейтингу информационно-аналитический компании «Медиалогия», по итогам 2013 г. обе газеты входят в число наиболее цитируемых СМИ[6]. Также «Коммерсантъ» и «Ведомости» неоднократно признавались самыми влиятельными отечественными издания для деловой аудитории[7].

Хронологические рамки исследования составляют период с 2007 по 2013 г. Данный промежуток выбран в связи с тем, что до 2007 г. ни Фейсбук, ни Твиттер не упоминались в этих изданиях, а словосочетание «социальные сети» встречалось только в газете «Коммерсантъ».

Основой построения исследования стали электронные архивные базы. Анализ публикаций газеты «Коммерсантъ» проводился на основе открытого архива данного издания, размещенного на официальной странице ИД «Коммерсантъ» в интернете. Доступ к архиву газеты «Ведомости» был осуществлен через информационно-поисковую систему «Интегрум».

Результаты исследования

Согласно проведенному анализу, до 2010 г. по ключевым словам Фейсбук, Твиттер и «социальные сети» наблюдался синхронный рост на уровне, превышающем 50% (см. рис. 1). Так, например, с 2007 по 2008 г. количество упоминаний словосочетания «социальные сети» увеличилось со 140 до 296. Далее, с 2010 по 2012 г. можно заметить его галопирующей рост (с 922 до 1804), аналогичное движение вверх было и у слова Фейсбук — с 311 до 1541 статьи. Упоминаемость слова Твиттер также до 2013 г. росла ежегодно в два раза, при этом общее количество публикаций, содержащих эту семантическую единицу, немного ниже, чем двух других. На наш взгляд, основной причиной этого отставания является то, что сам ресурс появился на несколько лет позже, чем Фейсбук. Например, даже размещение ценных бумаг на фондовой бирже Твиттер провел лишь в 2013 г., в то время как Фейсбук сделал IPO уже в 2012 г.

Тем не менее на рис. 1 видно, что с 2012 г. Фейсбук и Твиттер демонстрируют синхронный рост, что дает основание делать прогноз о том, что и в дальнейшем тенденции по обеим компаниям будут смежными. Именно поэтому в дальнейшем при анализе социальных сетей автор проводил исследование на основе только одного ключевого слова. Речь идет о более детальном анализе тематической палитры, в которой чаще всего используются социальные сети. В первом случае углубленный анализ контекста упо-

[6] URL: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/2812/0/0/
[7] URL: http://lenta.ru/news/2008/11/13/medialogy

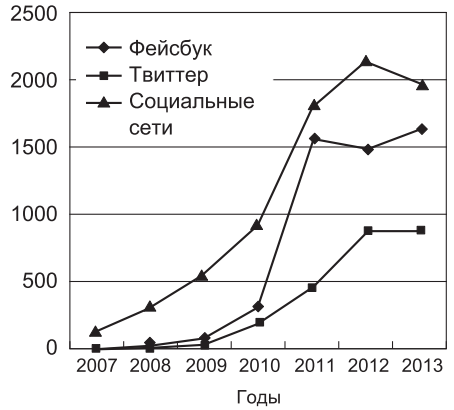


Рис. 1. Упоминаемость слов «Фейсбук», «Твиттер» и словосочетания «социальные сети» в газетах «Коммерсантъ» и «Ведомости» за 2007—2013 гг.

минания новых медиа был проведен на примере Фейсбука. Второе же мини-исследование было посвящено тематике использования социальных сетей на основе анализа Твиттера. Оба исследования проводились на основе статей в газетах «Ведомости» и «Коммерсантъ». Период анализа по-прежнему составил шесть лет — с 2007 по 2013 г.

Рис. 2 показывает, каким образом чаще всего Фейсбук используется журналистами деловых СМИ.

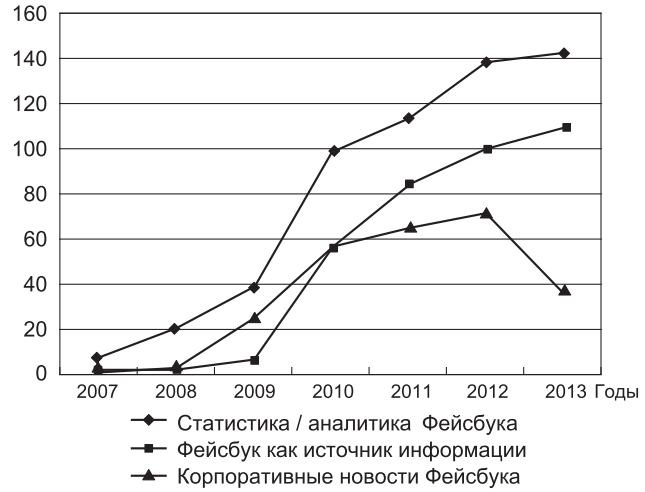


Рис. 2. Динамика упоминания слова «Фейсбук» в газетах «Коммерсантъ» и «Ведомости»

Текстовые материалы, содержащие ключевое слово Фейсбук, были разделены на три группы по темам. К первой группе были отнесены материалы, в которых Фейсбук был использован как источник комментариев и новостей. Вторая группа — аналитико-статистические данные. Под ними подразумевается как аналитика по социальным сетям, содержащая в том числе и показатели по Фейсбуку (о количестве пользователей, о том, сколько компании вкладывают в рекламу новых медиа, о стоимости ценных бумаг Фейсбука и т.д.). Третья группа — это непосредственно новости самого Фейсбука как компании (данные о новых сервисах, о кадровых перестановках в компании, о планах по дальнейшему развитию ресурса).

На протяжении всего исследуемого периода наибольшей популярностью пользовалась статистика/аналитика о Фейсбуке. Количество статей о корпоративных новостях Фейсбука лишь до 2010 г. занимало вторую строчку по упоминаемости. Затем темпы роста этого сегмента замедлились, в 2013 г. вообще снизились почти до уровня 2009 г. (37 новостей). На наш взгляд, рост был обеспечен тем, что в 2012 г. компания провела IPO, о подготовке которого журналисты начали активно писать с 2011 г. В 2013 г. данная тема окончательно утратила свою новизну, что и отразилось в графике.

Число же новостей о самой компании и статей со ссылкой на Фейсбук как источник информации с 2007 до 2013 г. уверенно росло. Первый наиболее заметный рывок произошел в 2010 г., когда количество публикаций, содержащих комментарии со ссылкой на данную социальную сеть, почти достигло той же отметки, что новости Фейсбука (56 упоминаний против 57). Далее ресурс и как следствие упоминаемость Фейсбука в качестве источника информации продолжили расти, достигнув в 2013 г. 109 упоминаний.

Определившись с направлением развития практик применения новых медиа в деловых СМИ, мы изучили, к каким темам больше всего обращаются журналисты бизнес-изданий при использовании и цитировании социальных сетей. Для этого автор статьи анализирует контекст упоминаемости слова Твиттер по нескольким темам. К первой категории была отнесена политика. Под ней подразумевались высказывания чиновников в социальных сетях, обсуждение важных государственных и международных вопросов в Твиттере, которые затем были упомянуты на страницах газет «Коммерсантъ» и «Ведомости». Вторая категория — это экономические новости: объявления о сделках, обсуждение государственных инициатив в области финансирования, аналитические материалы о новых медиа с точки зрения перспектив инвестирования,

вопросы изменения состава акционеров. К третьей категории относятся социальные новости — обсуждение законов о регулировании интернета, оплаты услуг ЖКХ через онлайн-сервисы; образовательных программ через удаленный доступ и т.д.; вопросы рецензирования и защиты киберпространства, онлайн-ресурсы для граждан и пр. Четвертая категория — культура и спорт. Под ней подразумеваются цитаты актеров, режиссеров и спортсменов об их творческих планах, съемках, матчах; анонсирование через социальные сети премьер фильмов, показов мод, соревнований и т.д. Последняя, пятая категория представляет собой корпоративные новости Твиттера — информацию о сторонних сделках, в которые акционеры компании вовлечены, о финансовых сделках самого Твиттера, кадровых перестановках в компании.

Рисунок 3 показывает нам, что для деловых СМИ главную роль играет тема политики. В 2013 г. отрыв политического контекста от других достиг своего пика (271 упоминание). На наш взгляд, во многом это связано с ростом активности чиновников и государственных деятелей в социальных сетях. Первым политиком, проявившим активность в новых медиа, в 2009 г. стал премьер-министр России Дмитрий Медведев, в тот момент занимавший пост главы государства. Он же затем неоднократно призывал других чиновников осваивать современные технологии и вести онлайн-дневники. В дальнейшем примеру главы государства последовали и экономисты, и бизнесмены, среди которых экс-министр финансов Алексей Кудрин, заместитель председателя правительства РФ Аркадий Дворкович, предприниматель Михаил Прохоров и др. Внимание к политике также было обусловлено освещением журналистами «арабской весны»[8] и дела основателя разоблачительного сайта «Викиликс» (Wikileaks) Джулиана Ассанжа.

После политики следует экономический контекст. В 2012 г. по количеству упоминаний в Твиттере бизнес-тематика практически приблизилась к политической (246 новостей против 271). Это подтверждает наш тезис о том, что социальные сети становятся полноценным источником бизнес-коммуникаций.

Социальная тематика растет менее активно, также как и использование Твиттера для передачи новостей культуры и спорта. Новости Твиттера как компании находятся на одном уровне с этими тематическими категориями.

[8] «Арабская весна» — обобщающее название волны революций и массовых волнений, прокатившихся по странам Северной Африки и Ближнего Востока за последние несколько лет.

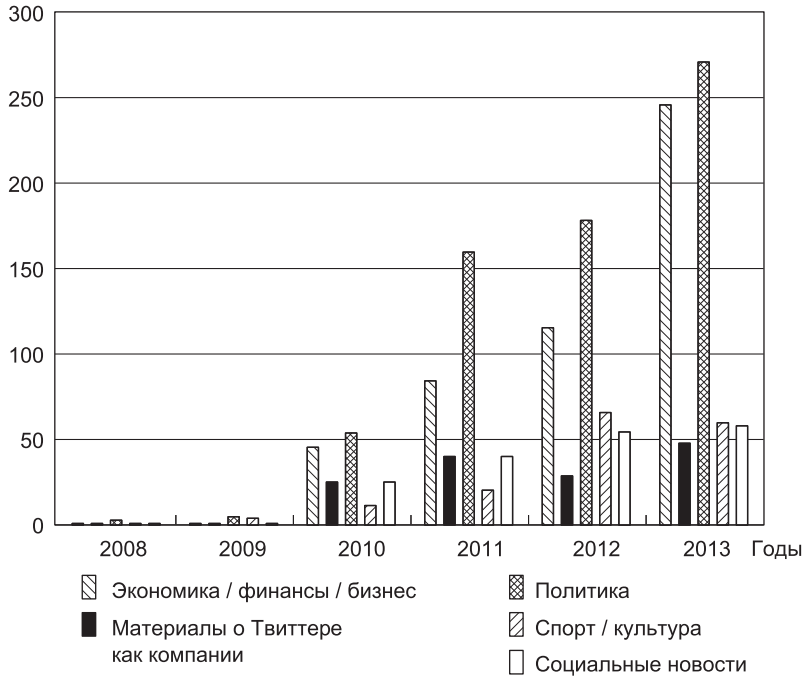


Рис. 3. Контекст упоминаемости слова «Твиттер» в газетах «Коммерсантъ» и «Ведомости»

Выводы

Исследование показало, что упоминаемость социальных сетей в деловых СМИ ежегодно увеличивается в два раза, что полностью соответствует закону Мура. Количество новостей и комментариев, полученных через новые медиа, стабильно растет, что дает основание сделать вывод о том, что новые медиа стали полноценным генератором информационных поводов и удобным ресурсом для сбора высказываний лидеров мнений по различной тематике. Наиболее популярной темой за исследуемый период стала политика. Высказывания депутатов, министров и других чиновников в социальных сетях были и остаются самыми цитируемыми в деловых СМИ. Однако важно отметить, что все другие контексты также растут. В особенности, новости экономики и бизнеса. Отрыв политического и экономического контекста от социальной, культурной и спортивной тематики ежегодно увеличивается в два и более раза. Еще одна интересная тенденция, выявленная в исследовании, — невысокая популярность корпоративных новостей Фейсбука и Твиттера. На наш взгляд, это говорит о том, что новые медиа интересны для деловых СМИ, в первую очередь, не как компании, а как площадки для генерации информации и информационных поводов, а также как ресурс для получения вторичных данных. Аналитические, статистические и маркетинговые исследования, полученные на основе изучения социальных сетей, — наиболее популярная тема для освещения в газетах «Коммерсантъ» и «Ведомости».

Таким образом, новые медиа становятся полноценной базой для поиска информации журналистами деловых изданий. Исследование, проведенное автором статьи, доказало, что социальные сети рассматриваются сейчас журналистами в первую очередь как источники вторичных данных и ярких комментариев лидеров мнений. Наиболее динамично развивающейся частью контента качественных СМИ была и остается информация на политические темы, в контексте которых социальные сети «Твиттер» и «Фейсбук» используются намного чаще, чем при описании экономических и финансовых новостей.

С нашей точки зрения, одним из серьезных барьеров, препятствующих полноценному и активному использованию новых медиа в интересах бизнес-аудитории, служит нерешенность вопросов правового регулирования. На наш взгляд, именно поэтому в экономических темах социальные сети как источник информации задействуются реже, чем при описании политических событий.

Список литературы

Вартанова Е.Л. СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества // Медиаскоп. 2009. Вып. 2. URL: http://mediascope.ru/node/73—0420900082/0031

Горохов В.М., Шилина М.Г. Связи с общественностью: инновационные ракурсы исследования // Медиаскоп. 2012. Вып. 2. URL: http://mediascope.ru/node/1097

Интернет-СМИ: Теория и практика / Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010.

Каллиома А.А. Адаптация как стадия перехода редакции к конвергентным основам информационного производства (опыт «Российской газеты») // Медиаскоп. 2013. Вып. 4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1434

Поступила в редакцию
17.03.2014

СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Г.Г. Щепилова, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: shgg@yandex.ru

ПОТРЕБНОСТЬ АУДИТОРИИ В ИНТЕРНЕТЕ И ТРАДИЦИОННЫХ СМИ

Уровень проникновения интернета в России продолжает расти. На основании этого факта иногда делается вывод об изменении аудиторных предпочтений в пользу интернет-платформы. В рамках постановочного пилотного исследования мы попытались посмотреть на проблему аудиторного внимания к различным типам медиа в населенных пунктах с разным количеством жителей и сформировать рабочую гипотезу с целью понимания как текущего состояния, так и прогнозных установок на развитие ситуации.

Ключевые слова: *интернет, проникновение интернета, аудитория, выбор медиа, функциональные запросы.*

The Internet penetration level in Russia continues growing. Due to this sometimes they conclude that audience preferences change in favor of the Internet platform. In this pilot survey we have tried to explore the audience' attention to different types of media in settlements with different number of dwellers and to create a working hypothesis on the current situation and its development in future.

Key words: *internet, internet penetration, audience, choice of media, functional demands.*

Введение

Обращение аудитории к тому или иному типу СМИ обусловлено ее мотивационными потребностями. Удовлетворение аудиторных потребностей зачастую связано с функциями журналистики и СМИ, о которых подробно писали как российские, так и зарубежные исследователи.

Так, например, Е.П. Прохоров выделяет шесть функций журналистики: коммуникативную, непосредственно-организаторскую, идеологическую, культурно-образовательную, рекламно-справочную, рекреативную [Прохоров, 2009].

С.Г. Корконосенко, предлагая разделять понятие «социально-ролевая характеристика журналистики», под которой он понимает «выполнение ряда социальных обязанностей в соответствии с общественными запросами и ожиданиями», и понятие «функция журналистики», выделяет четыре социальных роли журналистики: производственно-экономическую, информационно-коммуникативную, регулирующую, духовно-идеологическую [Корконосенко, 2009]. С.Г. Корконосенко предлагает также субъектный подход к вычленению системы функций журналистики, то есть попытку классифицировать функции на основе потребностей субъектов.

Л.Н. Федотова, И.Д. Фомичёва и некоторые другие авторы предпочитают говорить не о функциях журналистики, а о функциях средств массовой информации (коммуникации). Л.Н. Федотова выделяет такие функции СМИ, как информирование, воспитание, организация поведения, снятие напряжения, коммуникация [Федотова, 1993]. И.Д. Фомичёва к функциям СМИ относит коммуникативную, познавательную, ценностно-ориентирующую и социально-организаторскую [Фомичева, 1993].

Г. Пёршке исходит из понимания функции журналистики как влияния, оказываемого журналистикой на общество. Он предлагает в этом контексте понимания три основные группы функций: идеологические, заключающиеся в совокупности действий, «направленных на интеграцию людей в идеологические, прежде всего, политические отношения»; культурные, связанные с участием журналистики «в развитии самого человека, в проявлении его личности»; социальные, обусловленные участием журналистики «в формировании человеческой индивидуальности в рамках образа жизни известных социально-исторических общностей» [Пёршке, 1993, с. 83].

Г. Лассуэлл полагал, что СМИ выполняют три основные социальные функции: обозрение окружающего мира, корреляция с социальными структурами общества и трансляция культурного наследия. Благодаря функции обозрения СМИ позволяют обществу следить за изменениями, которые происходят вокруг, и выявлять как угрозы, так и благоприятные возможности. Функция корреляции объединяет людей из различных частей общества, позволяет вместе реагировать на общественные угрозы в процессе объяснения и интерпретации событий. Трансляция позволяет передавать культурное и социальное наследие от одного поколения к другому, что делает СМИ агентом социализации [Lasswell, 1948].

Д. МакКуэйл рассматривает аудиторию не как пассивного получателя информации, а как активного участника, пытающегося удовлетворить через обращение к СМИ свои потребности и ожидания. МакКуэйл предлагал следующую классификацию потребностей аудитории: потребность в информации, потребность в идентификации, потребность в интеграции и социальной интеракции, потребность в развлечении [McQuail, 2000]. С помощью информации, полученной из СМИ, реципиент ориентируется в событиях и проецирует происходящее на свою собственную жизнь, пытаясь через знание и понимание решить проблему своей безопасности, лавируя в условиях сложившихся отношений и связей. Само поня-

тие «идентификация» было введено З. Фрейдом и связывалось с невротическими симптомами. Сегодня в коммуникационных теориях идентификация рассматривается как процесс объединения реципиентом себя с другими на основании эмоциональных связей, а также включения в свой внутренний мир и принятия как собственных их норм, ценностей, образцов. Через средства массовой информации реципиент имеет возможность сравнивать себя с большим количеством людей, что дает ему широкое поле для поиска моделей поведения. Информация, получаемая из средств массовой информации, дает человеку возможность связать себя с другими — иногда на чисто психологическом, а иногда и на практическом уровне. Потребность в общении, во взаимодействии толкает реципиента на поиск в СМИ информации о себе подобных. Средства массовой информации, в свою очередь, зачастую формируют критерии для межличностной коммуникации. Аудитория, обращаясь к средствам массовой информации, стремится также развлечься. Это может быть своего рода бегством от проблем, желанием расслабиться. Одновременно обращение к СМИ с целью развлечения предполагает культурное и эстетическое наслаждение, эмоциональную разгрузку. Д. МакКуэйл считает, что эти потребности управляют коммуникационным процессом во всех его фазах — на уровне селекции выбора СМИ, селекции обращения к содержанию и селекции восприятия.

Американский социолог и публицист Чарльз Райт Миллс также рассматривал функцию развлечения, которая предоставляет людям возможность расслабления и удовольствия, тем самым облегчая для них «трудности» жизни и содействуя поддержанию общественного порядка [Wright, 1960]. Функция развлечения СМИ зачастую рассматривается современными исследователями в контексте индустрии свободного времени. Так, Е.Л. Вартанова подчеркивает, что «процесс интеграции СМИ в индустрию свободного времени стал важной экономической и одновременно социально-политической тенденцией как в индустриальном, так и в постиндустриальном обществе» [Вартанова, 2013, с. 151].

Обзор представлений российских и зарубежных исследователей, связанный с функциями журналистики и СМИ и потребностями аудитории, важен для того, чтобы четко определиться с главным вопросом: для чего человек обращается к массмедиа? На наш взгляд, первичными и основными потребностями являются: 1) желание получить информацию; 2) желание узнать что-то новое, которое будет способствовать развитию и самообразованию; 3) желание развлечься. Именно эти три базовые потребности аудитории являются основополагающими, именно они влияют на функциональность контента СМИ и выстраивают в процессе получения и переработки информации дополнительные стимулы — например, сравнения, интеграции, социальной адаптации, справочного подтверждения, идеологизации и т.д.

В рамках исследования мы намеренно ориентировались на базовые мотивации аудитории при обращении к медиа, которые были заложены в основу вопросов, задаваемых респондентам.

Задачи и методы исследования

Уровень проникновения интернета в России продолжает расти. Однако этот рост происходит далеко не равномерно. Так, по данным Фонда «Общественное мнение», летом 2013 г. в Москве 71,9% жителей являлись интернет-пользователями. В городах-миллионниках эта цифра уже была значительно ниже — 64,7%; в городах с численностью менее 100 тыс. человек — 55,9%; в селах — 43,6% (см. рис. 1).

При этом в малых российских городах и сельской местности проживает 44% от общего количества пользователей интернета (см. рис. 2).

В рамках постановочного пилотного исследования мы рассматривали, как в различных населенных пунктах с разным уровнем проникновения интернета выбирают медиаплатформы, которые могут удовлетворить базовые потребности аудитории. Целью данного исследования было выявление зависимости между уровнем проникновения интернета и вниманием аудитории к традиционным медиа. На основании этой зависимости мы намерены сформировать рабочую гипотезу и этапы дальнейшего исследования, которое позволило бы в дальнейшем сформулировать основные тренды аудиторного потребления информации в населенных пунктах с разным уровнем проникновения интернета.



Рис. 1. Доля интернет-пользователей по типам населенных пунктов, % от жителей
Источник: ФОМ, Интернет в России, лето 2013.



Рис. 2. Распределение по типу населённого пункта, % от пользователей
Источник: ФОМ, Интернет в России, лето 2013.

Полевые работы по пилотному исследованию проводилось в ноябре—декабре 2013 г. Было опрошено 40 человек в возрасте от 25 до 44 лет, мужчины и женщины в равной пропорции. Возрастной интервал был выбран с учетом того, что основной профиль интернет-пользователей, по данным TNS Россия (M'Index 2013/2 полугодие — Россия), младше 45 лет. Из возрастного интервала была также исключена группа наиболее активных молодых пользователей — 16—24 года. Среди опрошенных 10 человек проживают в Москве; 10 человек — в г. Екатеринбург (1396 тыс. чел.), 10 человек — в г. Котельнич Кировской области (25,9 тыс. чел.); 10 чел. — в пос. Тужа Кировской области (4,4 тыс. чел.). Таким образом, в выборку исследуемых населенных пунктов попала Москва — город с самым высоким проникновением интернета; Екатеринбург — один из городов-миллионников, которые по статистике интернет-проникновения идут вслед за Москвой и Санкт-Петербургом; и два малых населенных пункта — г. Котельнич, в котором проживает менее 100 тыс. человек, и пос. Тужа, который относится к сельским поселениям с числом жителей менее 10 тыс. человек. Все опрошенные респонденты умеют пользоваться интернетом и выходят в сеть не реже 1 раза в месяц.

Метод исследования — личное экспресс-интервью с дополнительной корреляцией по системе шкалирования. В силу малой выборки мы не ставили задачу получить адекватные результаты методом количественного анализа. Основной упор делался на качественные методы, среди которых наиболее приемлемым представляется метод шкалирования. Всем респондентам задавались вопросы, связанные с базовыми функциями СМИ: 1) Какие медиа вы используете для получения новостей? 2) Какие медиа вы используете для отдыха и развлечения? 3) Какие медиа вы используете для самообразования или саморазвития? Респонденты могли выбрать несколько медиаплатформ: ТВ, радио, газеты, журналы и интернет и оценить каждый свой выбор максимум в пять баллов.

Результаты исследования

Все результаты обрабатывались вручную — учитывался уточненный ответ с использованием пятибалльной шкалы. Каждое медиа, таким образом, могло набрать максимальную сумму 50 баллов от 10 респондентов по каждому населенному пункту, что позволяло в дальнейшем видеть аудиторные предпочтения по каждому типу медиа.

Таблица 1

Ответ на вопрос: «Какие медиа вы используете для получения новостей?»
(в балльных индикаторах)

Населенный пункт	ТВ	Интернет	Журналы	Газеты	Радио
Москва	35	**48***	24	13	26
Екатеринбург	**44***	42	17	18	16
Котельнич	**46***	29	4	32	8
Тужа	**48***	17	7	38	7

Примечание: звездочкой обозначены самые высокие индикаторы использования в каждом населенном пункте.

Как видно из данной табл. 1, для получения новостей только в Москве интернет имеет приоритетное положение по сравнению с традиционными СМИ. В городе-миллионнике Екатеринбурге большинство опрошенных рассматривают как основной канал телевидение, хотя интернет здесь находится на второй позиции и с очень небольшим разрывом. И в Москве, и в Екатеринбурге газеты рассматриваются как источники получения новостей, но сильно отстают от двух лидирующих каналов — интернета и телевидения. Зато в малых населенных пунктах — Котельниче и Туже — интернет по степени предпочтений аудитории при получении новостей занимает лишь третье место. На первом устойчиво находится телевидение, на втором — газеты.

Как показывает наше исследование, для отдыха и развлечения москвичи опять-таки предпочитают интернет, в Екатеринбурге и в малых поселениях — телевидение. Хотя количество респондентов в малых городах, которые отмечают интернет как платформу для отдыха и развлечений, сравнительно невелико, выше количество тех, кто предпочитает для этой цели использование журналов.

Таблица 2

Ответ на вопрос: «Какие медиа вы используете для отдыха и развлечения?» (в балльных индикаторах)

Населенный пункт	ТВ	Интернет	Журналы	Газеты	Радио
Москва	39	**49***	26	6	14
Екатеринбург	**46***	43	18	11	16
Котельнич	**47***	31	33	16	9
Тужа	**49***	19	29	12	8

Примечание: звездочкой обозначены самые высокие индикаторы использования в каждом населенном пункте.

Таблица 3

Ответ на вопрос: «Какие медиа вы используете для самообразования или саморазвития?» (в балльных индикаторах)

Населенный пункт	ТВ	Интернет	Журналы	Газеты	Радио
Москва	28	**47***	34	11	16
Екатеринбург	38	**46***	26	12	11
Котельнич	29	30	**34***	28	8
Тужа	28	21	**40***	24	7

Примечание: звездочкой обозначены самые высокие индикаторы использования в каждом населенном пункте.

В ответе на вопрос об использовании медиа для самообразования или саморазвития и в Москве, и в Екатеринбурге уверенно лидирует интернет. Зато в малых городах на первое место выходят журналы, но при этом достаточно высокими остаются и позиции телевидения. Примечательно, что в малых городах в ответе на этот вопрос сравнимы позиции газет и интернета.

Основные выводы

В Москве интернет уверенно лидировал в ответах на все три вопроса.

В Екатеринбурге интернет занял первое место только в ответе на третий вопрос о самообразовании и саморазвитии; для получения новостей, отдыха и развлечений самым приоритетным коммуникационным каналом остается телевидение, хотя процент тех, кто отдает предпочтение интернету, в городе-миллионнике также высок. От телевидения и интернета в Екатеринбурге далее по шкале со значительным отставанием идут газеты, журналы, радио в ответе про новости; журналы, радио, газеты — в ответе про отдых и развлечения.

Опрос показал совершенно иные результаты в г. Котельнич и пос. Тужа. Для получения новостей, а также для отдыха и развлечений жители малых населенных пунктов назвали главным коммуникационным каналом телевидение. На втором по значениям шкалы месте для получения новостей назывались газеты, а для отдыха и развлечения — журналы. Интернет оказался только на третьем месте в ответах на оба вопроса. Что касается вопроса о самообразовании и саморазвитии, то в ответах респондентов на первое место вышли журналы, второе место в Котельниче все же занимал интернет, далее следовали телевидение, газеты и радио, а в Туже — второе место занимало телевидение, далее следовали интернет, газеты и радио.

Данное исследование позволяет сформировать рабочую гипотезу: чем выше уровень проникновения интернета, тем меньше внимание оказывает аудитория традиционным СМИ для получении новостей, отдыха и развлечения, самообразования и саморазвития.

Но, на наш взгляд, сформированная гипотеза нуждается в корректировке и уточнении. Поэтому в ближайшее время планируется второй этап исследования с использованием методики глубинных интервью в тех же населенных пунктах с целью уточнения адекватности понимания аудиторией функциональной медиаотдачи; количества затрачиваемого времени на традиционные СМИ и интернет в течение недели; особенностей доступа к медиаплатформам; тематики потребляемой информации; выбора конкретных медиаресурсов. Уточнения и корректировки позволят не только обозначить современное состояние аудиторных предпочтений в населенных пунктах с разным уровнем проникновения интернета, но и, надеемся, даст более детальный материал для определения основных параметров потребления контента на различных медиаплатформах.

Список литературы

Вартанова Е.Л. СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества // Философия и социальная теория: Сб. научных трудов. М.: Центр стратегической конъюнктуры, 2013.

Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2009.

Пёршке Г. Журналистика как отрасль духовного производства // Основные понятия теории журналистики. М., 1993.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2009.

Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: теория и практика. М., 1993.

Фомичёва И.Д. Журналистика и общественное мнение // Основные понятия теории журналистики. М., 1993.

Lasswell H. The structure and function of communication in society // The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press, 1948.

McQuail D. Mass Communication Theory. London: Sage, 2000.

Wright C. Mass Communication: A Sociological Perspective. New York: Random House, 1960.

Поступила в редакцию
10.05.2014

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ

А.В. Бакунцев, кандидат филологических наук, доцент кафедры редакционно-издательского дела и информатики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: auctor@list.ru

И.А. БУНИН НА СТРАНИЦАХ ОДЕССКОЙ ПЕЧАТИ В ГОДЫ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ

Статья написана на основе доклада, прочитанного автором на Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2013 году: Регионы в российском медиапространстве» (Москва, февраль 2014 г.). В поле зрения автора — общественно-литературная сторона бунинского пребывания в Одессе периода Гражданской войны: в частности, публикации писателя в тогдашней одесской прессе и в то же время реакция этой прессы на его устные и печатные выступления. В статье использованы редкие материалы из фондов Одесского литературного музея, Одесской национальной научной библиотеки имени М. Горького, Российской национальной библиотеки (Санкт-Петербург).

Ключевые слова: *И.А. Бунин, Одесса, периодическая печать, Гражданская война.*

The article is based on the report which the author read in the International scientific-practical conference «The Journalism in 2013: The regions in the Russian media space» (Moscow in February, 2014). The author considers the social-literary part of Bunin's stay in Odessa during the Civil war: in particular writer's publications in Odessa press and its reaction to the writer's speeches and published works. The author of the article used rare material from the fund of Odessa literary museum, Odessa national scientific library, the Russian national library (St. Petersburg).

Key words: *I.A. Bunin, Odessa, the periodical press, the Civil war.*

Введение

Тема «И.А. Бунин в Одессе в годы Гражданской войны» до начала 1990-х гг. по идеологическим причинам должным образом не разрабатывалась в отечественной филологии и не находила отражения в издательской практике. Литературная и общественная деятельность Бунина в 1918—1920 гг. советскими литературоведами, историками литературы, биографами писателя оценивалась отрицательно — как свидетельство его политических «заблуждений» (в 1920—1960-е гг. в этой связи применялись и более жесткие формулировки, вплоть до «изменничества» и «космополитизма» [см.: Котляр, 1966, с. 181][1]). Соответственно находились под запретом и

[1] См. также: Большая советская энциклопедия / Под ред. О.Ю. Шмидта. М., 1927. Т. 8. Стлб. 126; Большая советская энциклопедия / Под ред. С.И. Вавилова. 2-е изд. М., 1951. Т. 6. С. 289.

произведения Бунина, опубликованные в «контрреволюционных» изданиях «белой» Одессы. Такие представители советской словесности, как Л.В. Никулин, А.К. Тарасенков, даже А.Т. Твардовский, прямо говорили, что эти произведения (наряду с произведениями эмигрантского периода) «недостойны» бунинского таланта и потому должны быть «с презрением отвергнуты»[2]. Сами же «белогвардейские» издания Одессы содержались в спецхранах, доступ к ним был ограничен.

Писать открыто, с сочувствием о последнем одесском периоде в жизни и творчестве Бунина, воспроизводить тексты его тогдашних публикаций (хотя бы в отрывках или в виде цитат) имели возможность только зарубежные исследователи. Среди них был эмигрировавший в 1974 г. ученый и публицист Ю.В. Мальцев, который в своих работах использовал материалы Парижского архива Бунина [см.: Мальцев, 1994][3].

С началом распада советской системы, с крушением прежних идеологических догматов и барьеров запрещенные ранее произведения Бунина — в том числе те, что были написаны и обнародованы писателем в одесской прессе периода Гражданской войны, — «реабилитируются». Появляются соответствующие публикации, предназначенные как для массовой[4], так и для сравнительно специальной, научной аудитории [Зленко, 1995] и нередко содержащие, наряду с исследовательской частью, тексты бунинских произведений 1918—1920 гг. (главным образом — публицистических). Одновременно начинают выходить сборники публицистики Бунина и новые собрания его сочинений, в состав которых эти произведения также включаются[5].

Кардинально меняются и оценки бунинских печатных выступлений периода Гражданской войны в работах отечественных исследователей жизни и творчества писателя. То, что прежде в отечественном литературоведении характеризовалось как «печальный памятник позорных заблуждений», теперь, вслед за Ю.В. Мальцевым, признается «органической частью» бунинского творчества. Новый взгляд на литературное наследие Бунина, созданное в 1918—1920 гг., отображен в целом ряде статей, монографий, диссертационных сочинений [см., напр.: Бабореко, 2004; Михайлов, 2002; Мочалова, 2001; Свалов, 2009, с. 226; Скроботова, 2006][6]. В настоящее время готовится к изданию 2-й том «Летописи жизни и творчества И.А. Бунина» (автор-составитель — С.Н. Морозов), где последний одесский период в личной и творческой биографии Бунина впервые будет представлен с исчерпывающей полнотой, комплексно и подробно.

В настоящей статье мы сосредоточили свое внимание на том, что можно было бы назвать «медийной» историей пребывания писателя в Одессе периода революции и Гражданской войны. В своем исследовании мы опирались главным образом на разнообразные материалы одесской печати 1918—1920 гг., хранящиеся в фондах Одесского литературного музея, Одесской национальной научной библиотеки имени М. Горького, Российской национальной библиотеки (Санкт-Петербург). В первую очередь нас интересовал процесс постепенного включения Бунина в общественно-литературную жизнь Одессы на фоне перипетий и «эксцессов» очередной русской смуты. При этом для нас были важны не только собственно бунинские публикации в тогдашней одесской периодике, но и реакция одесской периодики на устные и печатные выступления писателя[7].

И.А. Бунин и Одесса в пору новой «смуты»

Со времени первого своего посещения Одессы в 1896 г. И.А. Бунин полюбил этот южнорусский город и впоследствии не раз бывал и подолгу жил в нем. Однако в годы революции и Гражданской войны именно с Одессой был связан один из самых тяжелых, драматичных периодов в жизни писателя. Именно Одесса, в 1919 г. на

[2] См.: *Никулин Л.В.* Чехов. Бунин. Куприн: Литературные портреты. М., 1960. С. 262; *Тарасенков Ан.* О жизни и творчестве И.А. Бунина // Бунин И.А. Избранные произведения. 1892—1944. Челябинск, 1963. С. 13—14; *Твардовский А.* О Бунине // Бунин И.А. Собр. соч.: В 9 т. М., 1965. Т. 1. С. 31.

[3] См. также: *Мальцев Ю.* Забытые публикации Бунина // Континент (Мюнхен). 1983. № 37. С. 337—359.

[4] *Ильницкая О.* Неизвестное стихотворение И.А. Бунина [о стихотворении «22 декабря 1918 г. (И боль, и стыд, и радость. Он идет...)»] // Знамя коммунизма (Одесса). 1989. 14 сент. № 175. С. 3; Бунин в «Южном слове» / Вступ. ст., подгот. текста и примеч. Б. Липина // Звезда (СПб.). 1993. № 9. С. 125—141; *Гридин В.* Бунин в «Южном слове» // Одесский вестник. 1994. 5 февр. № 18. С. 9.

[5] См.: *Бунин И.А.* Окаянные дни. Воспоминания. Статьи / Сост., предисл., подгот. текста и примеч. А.К. Бабореко. М., 1990; *Он же.* Великий дурман / Сост., вступ. ст. и примеч. О.Б. Василевской. М., 1997; *Он же.* Публицистика 1918—1953 годов / Под общ. ред. О.Н. Михайлова. М., 1998; 2-е изд. 2000; *Он же.* Собр. соч.: В 8 т. / Сост., подгот. текстов А.К. Бабореко. М., 2000. Т. 8; *Он же.* Полн. собр. соч.: В 16 т. Т. 8. М., 2006; *Он же.* Окаянные дни: Дневники, статьи, воспоминания. М., 2011.

[6] См. также: *Бабореко А.К.* Глагол времен // Бунин И.А. Окаянные дни. Воспоминания. Статьи. С. 5—22; *Василевская О.* Отверженная Россия. С. 3—30; *Кочетов В.П.* Неистовый Бунин // Бунин И.А. Окаянные дни / Предисл. В.П. Кочетова; сост. и примеч. А.К. Бабореко. М., 1990. С. 3—9; *Михайлов О.* Неизвестный Бунин // Бунин И.А. Окаянные дни: Неизвестный Бунин / Сост., предисл., библиогр. справка О. Михайлова. М., 1991. С. 5—18; *Он же.* Страстное слово // Бунин И.А. Публицистика 1918—1953 годов. С. 3—20; и др.

[7] В соответствии с темой статьи нам пришлось отказаться от рассмотрения целого ряда произведений, которые в 1918—1920 гг. были опубликованы в периодических изданиях Киева и Симферополя, а также вошли в состав антологических и авторских сборников, в том числе выпущенных в Одессе.

пять месяцев покорившаяся большевикам, дала основной материал для знаменитых «Окаянных дней» (1925—1927, 1935). Вместе с тем Одесса периода революции и Гражданской войны сыграла и, безусловно, положительную роль в личной и творческой судьбе Бунина.

Именно в Одессе 1918—1920 гг. окончательно обозначился перелом в отношении Бунина к истории и культурным традициям России, к которым прежде, до революции, он проявлял демонстративное, порой даже эпатажное безучастие и пренебрежение. Так, в рассказе «Тень птицы» (1908) он писал: «Ах, никогда-то я не чувствовал любви к России и, верно, так и не пойму, что такое любовь к родине, которая будто бы присуща всякому человеческому сердцу! <...> Если русская революция волнует меня все-таки больше, чем персидская, я могу только сожалеть об этом!»[8] В пору очередной — «великой» русской революции — писатель уже не мог сказать о себе такое. И неслучайно процитированные строки в позднейших, эмигрантских переизданиях рассказа в составе одноименного цикла[9] были автором исключены.

Находясь в «революционной» Одессе, где то и дело сменялись режимы или одновременно действовало сразу несколько властей (как, например, в ноябре 1918 — апреле 1919 гг.), следя за событиями на фронтах Гражданской войны, Бунин окончательно осознал себя духовным преемником строителей российской государственности и продолжателем традиций великой, «настоящей» русской литературы. Именно здесь он по-настоящему «родился» как публицист и приобрел репутацию подлинного литературного корифея.

Последнее, предэмигрантское пребывание Бунина в Одессе продолжалось с 4 (17) июня 1918 г. по 24 января (6 февраля) 1920 г. За эти полтора года имя писателя неоднократно появлялось на страницах одесской печати — причем не только «белой», весьма пестрой по своим политическим (от ультралевых до ультраправых) и эстетическим воззрениям, но и «красной», советской.

Попутно заметим, что количество периодических изданий, выходивших в Одессе в годы революции и Гражданской войны, также было весьма значительным. Правда, оно менялось в зависимости от военной и политической ситуации на фронтах и в городе: с декабря 1917 по февраль 1920 гг. в Одессе сменилось несколько властей, город буквально переходил из рук в руки. Ниже приведена статистика, собранная в конце 1920-х гг. одесскими историками печати [Рубинштейн (ред.), 1929, с. I—LV] (табл. 1).

[8] *Бунин Ив.* Тень птицы // Земля. М., 1908. Сб. 1. С. 233.

[9] См.: *Бунин И.А.* Тень птицы. Париж, 1931; *Он же.* Собр. соч.: В 11 т. Т. 1. Берлин, 1936. В Собрании сочинений цикл озаглавлен «Храм Солнца», как в Полном собрании сочинений 1915 г.

Таблица 1

Одесская печать в 1917—1920 гг.

Режим		Период	Газеты	Журналы
Временное правительство, городская Дума, Военный совет, Центральный исполнительный комитет Советов Румынского фронта, Черноморского флота и Одесского округа		2 марта 1917 — 27 января 1918 г.	72	45
I. Советская власть		27 января — 13 марта 1918 г.	28	12
Австро-германская оккупация	Центральная Рада	13 марта — 30 апреля 1918 г.	67	48
	Гетманщина	30 апреля — 26 ноября 1918 г.		
Межвластие и Директория		26 ноября — 18 декабря 1918 г.		
Французская интервенция		18 декабря 1918 — 4 апреля 1919 г.	47	35
II. Советская власть		4 апреля — 23 августа 1919 г.	33	20
Власть Вооруженных сил юга России		23 августа 1919 г. — 8 февраля 1920 г.	52	28
III. Советская власть		С 8 февраля 1920 до 1921 г.	60	45

Само собой разумеется, что при антибольшевистских режимах советские издания были запрещены и печатались подпольно, а при советской власти, особенно с 4 апреля по 23 августа 1919 г. и затем начиная с 8 февраля 1920 г. запрету и закрытию подверглись все «белогвардейские» и «буржуазные» издания за «ненависть к власти пролетариата»[10].

Первые месяцы по прибытии

Одесские периодические издания начинают писать о Бунине с первых дней его приезда в «Южную Пальмиру», где с марта 1918 г. хозяйничают оккупационные австро-германские войска. Уже 5 (18) июня 1918 г. в газете «Одесский листок» печатается сообще-

[10] <*Б. п.*> Почему мы их закрыли? // Известия Одесского совета рабочих и солдатских депутатов. 1919. 8 апр. № 7. С. 1.

ние: «Вчера прибыл в Одессу популярный писатель, академик И.А. Бунин. Едет И<ван> А<лексеевич> из Москвы. Лето И.А. Бунин намерен провести на юге, где будет работать»[11]. Вскоре писатель дает интервью «Одесскому листку» и «Одесским новостям», где делится своими впечатлениями от происходящего в России[12].

В дальнейшем Бунин как будто всячески уклоняется от «публичности». До середины осени его имя появляется на страницах одесской периодики крайне редко и притом, как правило, в довольно отвлеченном, вне связи с реальной жизнью, контексте. По существу, он — беженец, а в печати его и других представителей творческой и академической интеллигенции, бежавших в Одессу от красного террора, представляют лишь как «дачников», приехавших отдохнуть и развлечься. Так, одесский литературно-художественный еженедельник «Огоньки», помещая в одном из номеров небольшую подборку фотопортретов, сопровождает ее характерным комментарием: «Одесса в данное время стала местом, куда съезжаются *на отдых* наши любимые популярные писатели. За 16-й станцией, у монастыря, на даче живет целая литературная колония. Здесь и краса и гордость современной литературы академ<ик> Иван Бунин, и автор нашумевшего «Бирючего острова» Ал. Кипен, и акад<емик> Д.Н. Овсянико-Куликовский, и популярный А.М. Фёдоров; здесь же и начинающая молодая писательница Л. Знойко. Вместе на одной фотографии сняты талантливый С. Юшкевич и выдающийся еврейский поэт Х. Бялик»[13].

Сам Бунин за все лето 1918 г. публикует только два стихотворения в одесском литературно-художественном и политическом журнале «Жизнь», выходившем как еженедельное приложение к газете «Одесский листок»[14].

Однако с сентября 1918 г. Бунин постепенно выходит «из тени». Он начинает выступать публично с чтением своих произведений (в частности, рассказов «Сны Чанга», «Смерть Моисея»). Соответственно в одесской печати появляются анонсы этих выступлений и отчеты о них[15]. В то же время в «Одесских новостях», «Одесском

[11] <*Б. п.*>. Приезд академика И. А. Бунина // Одесский листок. 1918. 5 (18) июня. № 120. С. 2.

[12] См.: *Ъ.* У Ив. А. Бунина // Одесский листок. 1918. 8 (21) июня. № 123. С. 2; *Иновин Ал.* У трупа Авеля // Одесские новости. 1918. 15 (28) июня. № 10729. Прибавление. С. 1.

[13] <Б. п.> <Б. н.> // Огоньки (Одесса). 1918. 14 (27) июля. № 11. С. 9; курсив наш. Сегодня трудно сказать, чем была обусловлена подобная «эвфемистичность»: сознательной установкой, природным одесским легкомыслием или цензурными соображениями.

[14] *Бунин Ив.* Спутница // Жизнь (Одесса). 1918. № 5. С. 1; *Он же.* Поэтесса // Жизнь (Одесса). 1918. № 8. С. 1.

[15] См.: <*Б. п.*> <Б. н.> // Фигаро (Одесса). 1918. 6 (19) окт. № 20. С. 14; *Вальбе Б.* На вечере И.А. Бунина // Одесский листок. 1918. 8 (22) окт. № 222. С. 6; *Тальников Д.*

листке», литературно-художественном еженедельнике «Огоньки», «толстом» журнале «Объединение» Бунин публикует заново свои «старые» произведения, пишет и печатает новые. В основном это стихи и рассказы[16]. Одесская критика не оставляет без внимания эти публикации[17]. Изредка (как правило, в литературно-художественных еженедельниках) печатаются также карандашные портреты Бунина, дружеские шаржи на него[18].

«Испуган ты…»

Настоящей тяги к публицистике осенью 1918 г. у Бунина еще нет, и все же в ноябре он высказывает, причем довольно резко, свое мнение о советской власти, отвечая на вопросы анкет «Огоньков» и «Одесских новостей»[19]. Из этих ответов видно, что Бунин — убежденный противник большевизма. Советскую власть он не приемлет не только политически, но и эстетически. При этом, пережив после ухода австро-германских оккупационных войск очередной «переходный период», ознаменовавшийся захватом Одессы петлюровцами, воцарением анархии и произвола, писатель недвусмысленно высказывается за интервенцию. И когда, в соответствии с соглашениями, подписанными в ходе Ясского совещания, в Одессу вступают союзники, Бунин на страницах

Литературные заметки: Вечер Ив. Бунина // Одесские новости. 1918. 9 (22) окт. № 10822. С. 2. Все три публикации посвящены чтению Буниным рассказа «Сны Чанга» в Одесской консерватории 30 сентября (13 октября) 1918 г.

[16] *Бунин Ив.* Третьи петухи // Объединение (Одесса). 1918. № 1. С. 5—7; *Он же.* Сны Чанга // Объединение (Одесса). 1919. № 1—2. С. 5—21; *Он же.* Миньона; Зимний вечер // Там же. 1920. № 5. С. 5—6; *Он же.* Третьи петухи // Одесские новости. 1918. 21 сент. (4 окт.). № 10808. Прибавление. С. 1; *Он же.* Москва // Там же. 1918. 11 (24) окт. № 10824. С. 1; *Он же.* Мадонна // Там же. 1918 (1919). 25 дек. (7 янв.). № 10884. С. 2; *Он же.* Из цикла «Русь»: 1. Плоты; 2. Сон епископа Игнатия // Одесский листок. 1918. 14 (27) окт. № 227. Приложение. С. 1; *Он же.* 22 декабря 1918 г. // Там же. 1918. 9 (22) дек. № 279. С. 1; *Он же.* Скоморохи: Новая погудка // Там же. 1919. 22 сент. (5 окт.). № 124. С. 1; *Он же.* Из цикла «Русь»: 1. Мученица; 2. Плащаница; 3. Во полунощи // Там же. 1919. 25 сент. (8 окт.). № 127. С. 1; *Он же.* Из цикла «Русь»: 1. Белый мак // Огоньки (Одесса). 1918. 10 (23) нояб. № 28. С. 1; *Бунин Ив.* Из цикла «Русь»: Укоры // Там же. 1918 (1919). 22 дек. (4 янв.). № 1—34. С. 1.

[17] *Войтоловский Л.* Соотечественник. Новый рассказ И. Бунина // Наша жизнь (Одесса). 1918. 17 (30) июня. № 15. С. 1—2; *Вальбе Б.* Соотечественник. Новый рассказ И.А. Бунина // Жизнь (Одесса). 1918. № 9. С. 10—11; *Муров Ар.* Литературные заметки // Одесские новости. 1918. 23 сент. (6 окт.). № 10810. С. 4.

[18] См.: Фигаро (Одесса). 1918. 23 июня (6 июля). № 5. С. 7; Огоньки (Одесса). 1918. 1 (14) дек. № 31. С. 14; Театр и кино (Одесса). 1919. 1 (14) янв. № 1. С. 9.

[19] *Бунин Ив.* Страшные контрасты [Ответ на вопросы анкеты «Художники о художнике», посвященной 100-летию И.С. Тургенева] // Одесские новости. 1918. 28 окт. (10 нояб.). № 10839. С. 5; *Он же.* <Ответ на вопрос анкеты «Привет союзникам»> // Огоньки (Одесса). 1918. 24 нояб. (7 дек.). № 30. С. 10.

«Одесского листка» приветствует их стихотворением «22 декабря 1918 г.», за которое в советское время (в частности, в 1950-х гг.) писателя шельмовали как «изменника и космополита»[20].

Впрочем, и у его тогдашних оппонентов из левого антибольшевистского лагеря эти стихи вызывают раздражение. В меньшевистской газете «Южный рабочий» за подписью некоего Никиты[21] в рубрике «Маленький фельетон» печатается рифмованная отповедь «писателю земли русской»:

Испуган ты и с похвалой сумбурной
Согнулся вдруг холопски пред варягом;
Ужели ужас шкурный
Является тебя достойным стягом?
«Скоты, зверьё» — так ты народ порочишь
Словами безобразными и злыми,
Пусть правда всё, чего ты хочешь
Добыть у иностранцев ими?
В пословице народной говорится, —
И с этой истиной никто не сладит:
«Плохая птица,
Которая гнездо свое загадит!»[22]

Впоследствии Бунин процитирует первые две строки из этого «маленького фельетона» в «Окаянных днях»[23].

Первым *полноценным* публицистическим произведением Бунина периода Гражданской войны, по-видимому, следует считать статью «Не могу говорить», опубликованную 20 марта (2 апреля) 1919 г. в № 1 газеты «Наше слово», которую основывают бывшие сотрудники сытинского «Русского слова». Бунин также принимает участие в создании этой газеты, которая, впрочем, по объективным причинам оказывается недолговечной: она прекращает свое существование уже на 4-м номере, набранном 24 марта (5 апреля) 1919 г., за день до вступления в Одессу частей атамана Н.А. Григорьева, который в то время воевал еще на стороне красных.

В пору «окаянных дней» большевистского владычества Бунин как бы уходит во «внутреннюю эмиграцию». Он изредка посещает собрания литераторов, где теперь первую скрипку играют молодые, просоветски настроенные поэты и беллетристы — Э. Багрицкий, В. Катаев, Ю. Олеша. Бунин молча, едва сдерживая ярость, наблюдает за происходящим в городе, делает выписки из советских газет. От любого сотрудничества с большевиками писатель наотрез отказывается: кривить душой он не умеет и не хочет, а то, что в это время у него *на душе*, во всех смыслах непечатно. Единственной «отдушиной» Бунину служит его дневник, на основе которого впоследствии возникнут «Окаянные дни».

Писателю везет: его не расстреливают, не берут в заложники, не унижают «трудовой повинностью». И в официальной печати его имя всплывает лишь однажды. В апреле в «Известиях Одесского совета рабочих и солдатских депутатов» под заглавием «Воспоминания» печатается фельетон некоего Александра Ф. (предположительно за этим криптонимом скрывался секретарь Одесского исполкома, знаменитый одесский анархист А. Фельдман). Автор фельетона в едкой, глумливой форме напоминает читателям одесских «Известий» о том, как в 1918 г. Бунин «воспевал» интервентов[24]. Писатель и его близкие воспринимают появление «Воспоминаний» Александра Ф. как начало травли[25], однако, вопреки их опасениям, никаких последствий этот газетный «инцидент» не имеет.

Не последний сын своей Родины

С освобождением Одессы от большевиков 10 (23 августа) 1919 г. Бунин возвращается к литературной работе.

Возобновляют свою деятельность закрытые большевиками идеологически враждебные им социалистические, демократические, либеральные и правые газеты. Создаются и новые издания. Так, добровольческие власти учреждают газеты «Единая Русь», которая вскоре принимает яркую монархическую окраску, и «Южное слово», которая со дня создания и вплоть до закрытия в январе 1920 г. придерживается центристской, либерально-консервативной позиции. Но если «Единая Русь» до самого конца остается на содержании у Отдела пропаганды Особого совещания при Главнокомандующем Вооруженными силами юга России, то «Южное слово» вскоре переходит в руки издательства на паях «Русская культура», основанного одесскими литераторами.

Между тем Бунин не спешит окунуться в газетную работу. Накопившиеся за месяцы большевистского правления горечь, обиду и злость он претворяет в тексты устных выступлений, предна-

[20] Большая советская энциклопедия. 2-е изд. Т. 6. С. 289.

[21] К слову: в апреле—августе 1919 г. на страницах большевистских газет Одессы (в частности, «Известий Одесского совета рабочих и солдатских депутатов», «Голоса красноармейца») периодически появлялись рифмованные «красные открытки от товарища Никитки». Не исключено, что это был тот же самый автор.

[22] *Никита.* Писателю земли Русской // Южный рабочий (Одесса). 1918. 17 (30) дек. № 224 (400). С. 2.

[23] См.: *Бунин Ив.* Окаянные дни: Из одесского дневника 1919 г. // Возрождение (Париж). 1925. 19 сент. № 109. С. 2; *Он же.* Собр. соч. Т. 10. С. 168.

[24] См.: *Ф<ельдман> А.* Воспоминания // Известия Одесского совета рабочих и солдатских депутатов. 1919. 20 апр. № 18. С. 2. Подробнее об этом фельетоне и его отражении в «Окаянных днях» см. нашу статью [Бакунцев, 2013].

[25] См.: Устами Буниных: Дневники И.А. и В.Н. Буниных и другие архивные материалы: В 2 т. / Под ред. М. Грин. М., 2004. Т. 1. С. 200.

значенных для *массовой*, но в то же самое время *интеллигентной* аудитории.

В конце августа 1919 г. на концерте одесского отделения Отдела пропаганды писатель выступает с эмоциональным «словом к моменту». В отчете об этом концерте в «Южном слове» говорится: «Огромное впечатление произвело на слушателей “слово к моменту”, произнесенное академиком И.А. Буниным. Слово, читанное академиком, было написано пять месяцев тому назад — до прихода большевиков в Одессу. Но за этот срок оно не потеряло своей исключительной яркости и с тем же, если не с большим, успехом может и должно быть отнесено к настоящему моменту, ибо эти месяцы, “эти стократ окаянные месяцы” не уменьшили, а только во сто крат усилили проклятия и благословения, произнесенные нашим славным современником, “Божиею милостью не последним сыном своей родины”, с большою силою и экспрессией»[26].

8 (21) сентября и 20 сентября (3 октября) 1919 г. Бунин читает свою знаменитую лекцию «Великий дурман». Накануне первого чтения «Южное слово» пишет: «Академик И.А. Бунин любезно познакомил нас в общих чертах с содержанием своей лекции, которую он прочтет сегодня в университетской химической лаборатории[27]. Он намерен нарисовать ряд картин русской жизни перед революцией и во время революционного развала. Ему хочется показать дикий контраст между действительностью и тем, как рисуют ее защитники революционного переворота. Он считает необходимым призывать теперь к подлинной жизни, к освобождению от “великого дурмана”»[28].

Бунинская лекция имеет такой успех (оба раза переполненный зал стоя бурно рукоплещет писателю), что «группа местной интеллигенции обратилась к академику с просьбой прочесть еще одну лекцию на ту же тему»[29]. Однако по неизвестной причине до третьего чтения «Великого дурмана» дело так и не доходит. Не появляется и книга под таким заглавием, хотя ее выход (в издательстве «Русская культура») усиленно анонсируется в одесских газетах. Тем не менее четыре фрагмента своей лекции в виде фельетонов под общим заглавием «Из “Великого дурмана”» Бунин печатает

[26] *Янв<арск>ий А.* Концерт Отдела пропаганды // Южное слово (Одесса). 1919. 1 (14) сент. № 6. С. 4. Не исключено, что в основу бунинского «слова к моменту» легла статья «Не могу говорить», написанная и опубликованная как раз за пять месяцев до концерта Отдела пропаганды.

[27] Это явно опечатка: Бунин читал лекцию в Большой химической *аудитории*, а не лаборатории.

[28] <*Б. п.*> К лекции И.А. Бунина // Южное слово. 1919. 8 (21) сент. № 13. С. 4.

[29] <*Б. п.*> Лекция академика И.А. Бунина // Южное слово. 1919. 21 сент. (4 окт.). № 25. С. 3.

в «Южном слове» и «Родном слове»[30]. Но еще до этого один фрагмент (по-видимому, финальный) он включает в текст своего ответа на вопрос анкеты «Южного слова» об отношении к Добровольческой армии[31].

Общественная реакция на «Великий дурман» неоднозначна. Одесская печать почти целый месяц обсуждает бунинскую лекцию, высказывая о ней в соответствии со своими политическими предпочтениями прямо противоположные суждения. Центристские и правые издания оценивают «Великий дурман» очень высоко, находя в нем большую горькую правду о России и русском народе. Левая периодика, напротив, ополчается на Бунина, обвиняя его в барском пренебрежении и даже ненависти к народу[32]. В ходе этой полемики писателя впервые «уличают» в «правом уклоне». А он, словно подтверждая это, и на публике, и в печати не только продолжает клеймить революцию, но и откровенно признается в своем благоговении перед «белым ратником», перед его доблестью и христианским подвигом самопожертвования.

В день прибытия в Одессу Главнокомандующего Вооруженными силами юга России А.И. Деникина, 25 сентября (8 октября) 1919 г., Бунин печатает в «Южном слове» — небольшую статью «В этот день». Вся она, так же как статья «Не могу говорить» и лекция «Великий дурман», проникнута тем «библейским ужасом», в который, по мнению писателя, в годы очередной «русской смуты» погрузилась Россия. Многозначительны финальные строки статьи, обращенные к предводителю белого воинства: «Будь благословен Твой ратный путь, Надежда России»[33].

В таком же торжественном тоне выдержана и краткая речь, которую Бунин произносит на банкете в честь генерала Деникина 26 сентября (9 октября) 1919 г. и которая затем, наряду с речами других участников банкета, воспроизводится в «Южном слове»[34].

[30] *Бунин Ив.* Из «Великого дурмана» // Южное слово. 1919. 17 (30) нояб. № 76. С. 2; 24 нояб. (7 дек.). № 82. С. 2; 30 нояб. (13 дек.). № 88. С. 2—3; Родное слово. 1920. 17 (30) янв. № 4. С. 2.

[31] Анкета «Южного слова» о Добровольческой армии. Академик Ив. А. Бунин // Южное слово. 1919. 22 сент. (5 окт.). № 26. С. 4.

[32] Подробнее об этом см. одну из наших статей о «Великом дурмане» [Бакунцев, 2012а].

[33] *Бунин Ив.* В этот день // Южное слово. 1919. 25 сент. (8 окт.). № 29. С. 1.

[34] Приветствие акад<емика> Ив.А. Бунина <Главнокомандующему Вооруженными силами Юга России А.И. Деникину на банкете в честь его приезда в Одессу> // Южное слово. 1919. 28 сент. (11 окт.). № 32. С. 2. Чуть позже бунинская речь, в том же «окружении», перепечатывается в «Общем деле» В.Л. Бурцева (см.: Русские писатели о Добровольческой армии // Общее дело (Париж). 1919. 25 дек. № 63. С. 2—3) и в выпущенной Отделом пропаганды брошюре «Генерал Деникин в Одессе» (Одесса, 1919).

В «Южном слове»

Печататься по-настоящему активно Бунин начинает лишь с сентября 1919 г. «Своим» изданием он выбирает новообразованное «Южное слово», находя эту газету близкой себе и социально, и идеологически. К тому же редактирует ее на первых порах, до середины октября 1919 г., давний бунинский знакомец, «старший товарищ» по Академии наук и единомышленник — ученый-филолог Д.Н. Овсянико-Куликовский. После ухода Овсянико-Куликовского (в результате внутреннего редакционного конфликта) формально редактором газеты становится ее издатель — директор «Русской культуры», одесский публицист Н.К. Клименко (литературный псевдоним — Н. Иретов). Однако фактически газетой руководят Бунин и искусствовед-византинист академик Н.П. Кондаков. Проблема «троевластия» решается дипломатично: с № 36 за 3 (16) октября 1919 г. «Южное слово» выходит с подзаголовком: «При ближайшем участии академика И.А. Бунина и академика Н.П. Кондакова»[35].

Чаще всего на страницах газеты появляются бунинские стихи[36], существенно реже — рассказы[37]. В основном это *новые* произведения, написанные в Одессе[38]. С точки зрения «текущего момента» они политически нейтральны, лишены всякой публицистичности, присущей, например, стихотворениям «22 декабря 1918 г.» или «Скоморохи» (в редакции 1919 г.). Однако именно подчеркнутая отрешенность от «злобы дня», столь необычная и даже как будто не совсем «нормальная» в эпоху чудовищных социально-политических катаклизмов, придает бунинским стихам и рассказам в «Южном слове» не просто острозлободневное, но поистине трагическое звучание. Одна часть этих произведений всем своим содержанием как бы отрицает действительность, другая — предрекает ее. При этом Бунин избегает каких-либо комментариев и «подсказок», целиком полагаясь на проницательность читателей «Южного слова». Только в одном случае он отступает от своего же правила. Перепечатку рассказа «Петлистые уши» писатель сопровождает авторским послесловием: «Рассказ этот написан в 1916 г. Я перепечатываю его здесь и потому, что он, насколько я знаю, известен на юге России только критикам, и в силу того, что страшная фигура его героя, встающая на фоне страшного ночного Петербурга, так ужасно оправдывала мое смутное предчувствие всего того, что встало затем надо всей Россией»[39].

Вместе с тем Бунин отдает дань и чистой (если можно так выразиться в применении к Бунину) публицистике. Наряду с упомянутыми уже отрывками из «Великого дурмана», писатель публикует в «Южном слове» цикл литературно-политических, философских и полемических эссе под общим заглавием «Заметки»[40]. По сравнению со статьями «Не могу говорить» и «В этот день», которые исполнены трагической ветхозаветной патетики, «Заметки» написаны просто и конкретно, в них гораздо больше «человеческого, слишком человеческого». Такая «двойственность» стиля, сочетание высокого слога, ветхозаветной образности с полемической остротой и запальчивостью, станет со времени одесского «сидения» одной из главных особенностей бунинской публицистики.

12 (25) января 1920 г. на № 120 «Южное слово» прекращает существование, но уже через два дня возрождается под наименованием «Родное слово». Последний (10-й) номер этой газеты выходит

---

[35] «Великая заслуга Бунина в том, — писал впоследствии ученый-филолог Б.В. Варнеке, в 1919—1920 гг. сотрудничавший в «Южном слове», — что он умел всякому члену редакции дать почувствовать высокий авторитет Н.П. <Кондакова>, и малейшее желание его стало в редакции законом» (*Варнеке Б.В.* Материалы для биографии Н.П. Кондакова / Публ. И.В. Тункиной // Диаспора: Новые материалы. Париж; СПб., 2002. Вып. 4. С. 108).

[36] См.: *Бунин Ив.* Из цикла «Молодость»: 1. Ландыш; 2. Накануне; 3. Первый соловей; 4. Рассвет; 5. Глупое горе // Южное слово. 1919. 14 (27) сент. № 19. С. 2; *Он же.* Из цикла «Русь»: 1. Дорога; 2. Песня; 3. У райской стены; 4. Михаил // Там же. 22 сент. (5 окт.). № 26. С. 2; *Он же.* Из цикла «Восток»: 1. Эпитафия; 2. Радость // Там же. 29 сент. (12 окт.). № 33. С. 2; *Он же.* Из цикла «Молодость»: 1. «Ты странствуешь, ты любишь, ты счастлива...»; 2. «Золотыми цветут остриями...»; 3. «Старинный белый зал...»; 4. «Там, в полях, на погосте...» // Там же. 6 (19) окт. № 39. С. 2; *Он же.* Летние стихи: 1. Зной; 2. Одиночество // Там же. 13 (26) окт. № 45. С. 2; *Он же.* Из цикла «Восток»: 1. Мудрость; 2. Волны; 3. Жена Азиса; 4. Рабыня // Там же. 20 окт. (2 нояб.). № 51. С. 2; *Он же.* Из цикла «Ночь»: 1. Индийский океан; 2. К ночи; 3. Стой, солнце! 4. Луна // Там же. 29 окт. (11 нояб.). № 58. С. 2; *Он же.* Егорий Заступник // Там же. 26 нояб. (9 дек.). № 84. С. 1; *Он же.* Из цикла «Русь»: 1. Разлука; 2. Степь; 3. Иконка; 4. Пожары; 5. Зазимок // Там же. 13 (26) дек. № 98. С. 2; *Он же.* Путевая книга: 1. Снова; 2. Феска; 3. На Ривьере; 4. Колизей; 5. В неаполитанском цирке; 6. Каприйский грот; 7. Вечер; 8. Газелла; 9. Ночное плавание; 10. В рощах Урувеллы // Там же. 1920. 12 (25) янв. № 120 (9). С. 2.

[37] См.: *Бунин Ив.* Соотечественник // Там же. 1919. 10 (23) окт. № 42. С. 2; *Он же.* Петлистые уши // Там же. 5 (18) нояб. № 64. С. 2—3; *Он же.* Отто Штейн [Фрагмент] // Там же. 1920. 1 (14) янв. № 112. С. 2.; *Он же.* Готами // Там же. 4 (17) янв. № 114. С. 2.

[38] Этот неопровержимый факт вынуждает оспорить довольно распространенное в буниноведческой литературе суждение, что в конце 1910-х — начале 1920-х гг. Бунин переживал творческий кризис. Например, О.В. Скроботова усматривает признаки этого «кризиса» в том, что «в период 1917—1923 гг. художественные произведения почти отсутствуют, за семь лет написан *всего* 21 рассказ» (курсив наш. — *А.Б.*) [см.: Скроботова, 2006а, с. 116—117]. Однако исследовательница забывает о более чем 80 (!) бунинских стихотворениях, которые были написаны и большей частью опубликованы в те же годы.

[39] *Бунин Ив.* Петлистые уши. С. 3.

[40] *Бунин Ив.* Заметки // Южное слово. 1919. 20 окт. (2 нояб.). № 51. С. 2; 25 окт. (7 нояб.). № 55. С. 2; 7 (20) нояб. № 66. С. 1—2; 8 (21) нояб. № 67. С. 1—2; 12 (25) нояб. № 71. С. 1.

24 января (6 февраля) 1920 г. Кроме заключительного фрагмента «Великого дурмана», Бунин успевает опубликовать в ней еще два «маленьких рассказа»[41].

Несколько заключительных слов

Осенью 1919 г. издательство «Русская культура» объявляет о выходе нового «толстого» журнала «Россия». Перечень его потенциальных авторов весьма представителен; имя Бунина стоит в нем на одном из первых мест. Однако журнал, по-видимому, так и не вышел. Во всяком случае, в одесских библиотеках его нет.

Ниже приведена статистическая сводка, позволяющая судить о том, насколько интенсивно Бунин печатался в одесской прессе в годы Гражданской войны[42] (табл. 2).

Таблица 2

Публикации И.А. Бунина в одесской прессе в годы Гражданской войны

Издание	Поэзия	Проза	Публицистика
«Одесские новости»	2	1	1
«Одесский листок»	7	—	—
«Жизнь»	2	—	—
«Огоньки»	2	—	1
«Объединение»	2	2	—
«Наше слово»	—	—	1
«Южное слово»	41	4	11
«Родное слово»	-	2	1
Итого:	**56**	**9**	**15**
Всего:	**80**		

[41] *Бунин Ив.* Маленькие рассказы // Родное слово (Одесса). 1920. 16 (29) янв. № 3. С. 2; 18 (31) янв. № 5. С. 2. Оба произведения впоследствии были существенно переработаны и печатались: первое под заглавием «Зимний сон», второе — «Пост».

[42] В таблице учтены только те публикации Бунина, которые появились именно в *одесской периодике* 1918—1920 гг.

Между тем с августа 1919 по февраль 1920 г., как и ранее, Бунин на страницах одесской печати фигурирует не только в качестве автора, но и как объект журналистского внимания. В периодике попрежнему публикуются анонсы его книг и устных выступлений, отчеты об этих выступлениях, а также посвященные писателю заметки, сатирические реплики, критические, полемические и аналитические статьи. У одесской общественности отношение к Бунину непростое: оно варьируется от полного неприятия до восторженного почитания — и это, естественно, отражается в материалах прессы.

Одни издания — как, например, сатирический еженедельник «Перо в спину», — ограничиваются более или менее безобидным зубоскальством[43]. Другие — как «Одесские новости», попавшие после своего возобновления в августе 1919 г. в руки местных меньшевиков, — ведут против писателя настоящую идейно-политическую и информационную войну[44]. В этой войне целиком на стороне Бунина (по крайней мере, среди одесских изданий) оказывается только «его» же «Южное слово», хотя и в других органах печати раздаются голоса в его поддержку. Так, в «Одесском листке» за писателя заступается один из «патриархов» одесской интеллигенции, общественный деятель А.М. де Рибас (потомок знаменитого адмирала и строителя Одессы — Хосе де Рибаса, чьим именем названа главная улица города): «Покуда есть у нас русские Бунины, нам не страшно за Россию»[45].

Так или иначе, поражение армии Деникина делает невозможным дальнейшее пребывание Бунина не только в Одессе, но и вообще в России. Писатель эмигрирует 26 января (8 февраля) 1920 г.

[43] В одном из номеров еженедельник иронизировал: «На прошлой неделе маститый академик И. Бунин опять взял аванс в 30 тысяч рублей. Когда его спросили: За что? — академик ответил: “Знаем мы вашего брата-эксплоататора. Когда я беру деньги, то расписываюсь у кассира, а вы потом мои автографы продаете и на этом деле втрое зарабатываете!”» (<*Б. п.*> Сонная болезнь (бери-бери) // Перо в спину (Одесса). 1919. № 15. С. 2). Похоже, бунинский «практицизм» не был выдумкой одесских хохмачей-журналистов. Так, Б.В. Варнеке вспоминал, что, став редактором, Бунин, назначил себе оклад в 30 тыс. рублей и «выговорил себе машину», тогда как Кондаков, деливший с ним руководство газетой, получал, как и прежде, при Овсянико-Куликовском, 20 тысяч, и «об особой машине для него никто и не подумал» (*Варнеке Б.В.* Материалы для биографии Н.П. Кондакова. С. 108—109).

[44] Образцы полемического красноречия «Одесских новостей» представлены в наших статьях (см.: Бакунцев, 2012а, с. 103; Он же, 2012б, с. 76).

[45] *Рибас А. де.* Фельетон: О второй лекции Бунина // Одесский листок. 1919. 25 сент. (8 окт.). № 127. С. 4.

* * *

Публикациями в одесской печати 1918—1920 гг. Бунин недвусмысленно заявил о своей приверженности «белой идее» и непримиримом отношении к большевизму. Этим принципам писатель оставался верен и в изгнании, за что на Родине его еще долго именовали «матерым волком контрреволюции»[46].

Список литературы

Бабореко А.К. Бунин: Жизнеописание. М., 2004.

Бакунцев А.В. Лекция И.А. Бунина «Великий дурман» в отзывах одесской прессы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012а. № 1.

Бакунцев А.В. Лекция И.А. Бунина «Великий дурман» и ее роль в формировании литературной репутации писателя // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012б. № 4.

Бакунцев А.В. «Окаянные дни»: особенности работы И.А. Бунина с фактическим материалом // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 4.

Из творчества И.А. Бунина эпохи гражданской войны / Вступ. ст. и публ. Г.Д. Зленко // Филологические записки (Воронеж). 1995. Вып. 4.

Котляр Л.В. Жизнь и творчество И. Бунина после Великой Октябрьской революции (1917—1953 гг.) // Учен. зап. Кабардино-Балкарского гос. ун-та. Сер. Историко-филологическая. Вып. 32. Нальчик, 1966.

Мальцев Ю. Иван Бунин. 1970—1953. М.; Frankfurt am Main, 1994.

Михайлов О.Н. Жизнь Бунина. Лишь слову жизнь дана... М., 2002.

Мочалова Н.В. Проблема революции и культуры в публицистике И.А. Бунина. 1918—1953 гг.: Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2001.

Свалов А.Н. Бунин // Общественная мысль русского зарубежья: Энциклопедия / Под общ. ред. В.В. Журавлёва. М., 2009.

Скроботова О.В. Жанрово-тематическое разнообразие «внехудожественного» творчества И.А. Бунина 1917—1923 годов: дневники, публицистика: Дисс. ... канд. филол. наук. Елец, 2006а.

Скроботова О.В. К вопросу о тематическом многообразии дневникового наследия И.А. Бунина (1917—1923 гг.) // Творчество И.А. Бунина и философско-художественные искания на рубеже XX—XXI веков: Материалы Международной научной конференции, посвященной 135-летию писателя. Елец, 2006б.

Одеська періодична преса, років революції та громадянської війни. 1917—1921 / За ред. проф. С.Л. Рубинштейна. Одеса, 1929.

Поступила в редакцию
13.02.2014

[46] <*Б. п.*> И. Бунин — нобелевский лауреат // Литературная газета (Москва). 1933. 29 нояб. № 55. С. 5.

С.Н. Морозов, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник Отдела новейшей русской литературы и литературы русского зарубежья Института мировой литературы имени А.М. Горького Российской академии наук; e-mail: morozov.sn@yandex.ru

25-ЛЕТНИЙ ЮБИЛЕЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И.А. БУНИНА В ОСВЕЩЕНИИ РУССКОЙ ПЕЧАТИ 1912—1913 гг.

В статье подробно, день за днем, рассматривается процесс подготовки и празднования 25-летнего юбилея литературной деятельности И.А. Бунина. Опираясь на многочисленные публикации в отечественной периодике 1912—1913 гг., а также ряд малоизвестных архивных материалов, автор вносит существенные коррективы в сложившиеся представления об одном из самых важных событий в дореволюционной биографии писателя и доказывает, что юбилейные торжества носили всероссийский характер.

Ключевые слова: *И.А. Бунин, 25-летний юбилей, литературная деятельность, периодическая печать.*

In the article, day after day, the process of preparation and observance of the 25th anniversary of Bunin's literary activity is discussed in every detail. Based on the numerous publications in the national periodicals of 1912—1913, as well as a number of little-known archival materials, the author introduces significant correction in the prevailing ideas about one of the most important events in the pre-revolutionary biography of the writer and proves that the jubilee celebrations were of all-Russian nature.

Key words: *I.A. Bunin, the 25th anniversary, the literary activity, the periodical press.*

Введение

Факт празднования 25-летнего юбилея литературной деятельности И.А. Бунина, как ни странно, редко упоминается в литературе, посвященной жизни и творчеству писателя. Об этом событии, состоявшемся в конце октября 1912 г., пишут, в частности, такие видные буниноведы, как А.К. Бабореко, Г.М. Благасова, О.Н. Михайлов, [см.: Бабореко, 1983, с. 198—200; Он же, 2004, с. 185—187; Благасова, 2001, с. 178—179; Михайлов, 1976, с. 151; Он же, 2001, с. 250—251]. Однако в их работах бунинский литературный юбилей представлен довольно общо и неполно. Например, у А.К. Бабореко говорится лишь о двух юбилейных днях, Г.М. Благасова и О.Н. Михайлов вообще избегают каких бы то ни было подробностей. Другие же исследователи — например, Ю.В. Мальцев [Мальцев, 1994] — и вовсе обходят молчанием это, безусловно, важное в жизни Бунина событие.

Все эти обстоятельства побудили нас провести собственное научное «расследование», в ходе которого был изучен ряд документальных источников — главным образом публикации в тогдашней русской прессе, а также материалы из личных фондов И.А. Бунина в Российском государственном архиве литературы и искусства (РГАЛИ) и Орловском объединенном государственном литературном музее И.С. Тургенева (ОГЛМТ). В результате было установлено, что торжества, связанные с 25-летием литературной деятельности Бунина, продолжались по меньшей мере пять дней и что носили они, по существу, всероссийский характер.

Цель данной статьи — опираясь на выявленные и проанализированные нами материалы, воссоздать хронику событий, связанных с празднованием творческого юбилея писателя.

Подготовка к юбилею

Фактически литературный дебют Бунина состоялся 22 февраля 1887 г.: в этот день в журнале «Родина» было опубликовано стихотворение «Над могилой С.Я. Надсона». Соответственно 25-летие бунинской литературной деятельности должно было отмечаться 22 февраля 1912 г. Но поэт это свое юношеское, незрелое стихотворение вспоминать не любил и вел отсчет своего авторского стажа с 17 мая 1887 г., когда тот же журнал «Родина» напечатал другое его стихотворение — «Деревенский нищий». Поэтому было бы логичным предположить, что поначалу друзья и близкие Бунина планировали устроить ему чествование весной 1912 г. Например, литератор и издатель И.А. Белоусов в письме к Бунину от 21 февраля 1912 г., поблагодарив его за присланные для опубликования в журнале «Путь» стихи, спрашивал: «...когда напечатать твои стихи? Мне хотелось бы поместить их в твой юбилей, т.е. в мае, <...> когда точно твой 25-летний юбилей. Справлять его, конечно, едва ли возможно, но я бы поместил о тебе статью»[1]. Выражая сомнение в возможности празднования бунинского литературного 25-летия, Белоусов, вероятно, имел в виду сравнительную «молодость» будущего юбиляра. Так или иначе, в конце концов юбилей решено было отпраздновать осенью.

Первое упоминание о предстоящих торжествах появилось 14 мая 1912 г. в «Московской газете»: «В московских литературных кругах возбужден вопрос о чествовании И.А. Бунина по случаю 25-летия его писательской деятельности, исполняющегося в начале октября текущего года. <...> К юбилею писателя его друзья желают приурочить выпуск тома новых его произведений в товариществе писателей»[2].

[1] РГАЛИ. Ф. 44. Оп. 1. Ед. хр. 311. Л. 3.

Газета «Русское слово» напечатала более подробную и конкретную информацию по этому поводу: «В текущем году, как известно, исполняется 25-летие литературной деятельности И.А. Бунина. Для организации общественного празднования юбилея, предполагаемого в середине октября, образован комитет, в состав которого вошли представители от Общества любителей российской словесности, Толстовского общества, Литературно-художественного кружка, Общества деятелей периодической печати и литературы, московского отделения кассы литераторов и ученых и литературного кружка “Среда”»[3].

Комитет по организации общественного чествования Бунина в Москве был весьма представительным. В него вошли: от Общества любителей российской словесности — председатель А.Е. Грузинский, товарищ председателя П.Н. Сакулин; от Толстовского общества — председатель Н.В. Давыдов, член правления Л.И. Гальберштадт; от Общества драматических писателей и оперных композиторов — и.о. председателя кн. А.И. Сумбатов-Южин; от московского Литературно-художественного кружка — председатель дирекции В.Я. Брюсов, директора И.А. Белоусов и И.И. Попов; от московского отделения кассы взаимопомощи литераторов и ученых — председатель Н.Д. Телешов, член правления И.А. Данилин; от Общества деятелей периодической печати и литературы — председатель правления Д.А. Жаринов, член правления А.Л. Шер, члены совета Е.М. Курч и С.А. Соколов (Кречетов); от товарищеского Книгоиздательства писателей — члены правления А.А. Карзинкин, С.Д. Разумовский и Н.С. Клёстов; от Общества имени А.Н. Островского — актеры А.А. Яблочкина и Н.П. Кашин; от московского литературного кружка «Среда» — члены бюро Д.Я. Голубев, А.Р. Ледницкий, С.С. Мамонтов, секретарь М.П. Гальперин.

В сентябре, находясь в Одессе, Бунин дал интервью «Одесским новостям» и, среди прочего, кратко высказался по поводу будущего юбилея: «Неприятно только, <...> что в октябре собираются меня чествовать по случаю 25-летия моей литературной деятельности. <...> Неприятно потому, что боюсь быть записанным в старики. Помилуйте, мне только за 40 лет, и вдруг рискуешь попасть в старики»[4].

В письме от 8 сентября 1912 г. В.Н. Муромцева сообщала Бунину: «Вчера на первом заседании юбилейного комитета решили праздновать твой юбилей в воскресенье 28 октября, а накануне в

[2] <*Б. п.*> Юбилей академика И.А. Бунина // Московская газета. 1912. 14 мая (№ 190). С. 3.

[3] <*Б. п.*> К юбилею И.А. Бунина // Русское слово. 1912. 18 мая (№ 113). С. 5.

[4] *А.* У И.А. Бунина // Одесские новости. 1912. 6 сент. (№ 8816). С. 3.

субботу вечером устроить торжественное заседание в Обществе любителей российской словесности, где тебя изберут почетным членом общества, но ты должен будешь прочесть что-нибудь новое *значительное* (мое мнение) *минут на сорок*. Если будет нужно, то отведут богословскую аудиторию. Юл<ий> Ал<ексеевич Бунин> говорит, что Грузинский очень старается. Ответь телеграммой, согласен ли ты на эти дни или же нет, а также будешь ли ты читать или нет. Отказываться от последнего глупо»[5].

К этому письму сделал приписку брат писателя — Ю.А. Бунин: «Милый Ваня! Устройство заседания любителей словесности, по моему мнению, явится, быть может, наиболее важною частью юбилея. Будут произноситься официальные приветствия; зала, конечно, будет наполнена массою публики, особенно молодежи, которая иначе не будет присутствовать на юбилее, а ты знаешь, что для писателя значат симпатии молодежи. <...> Отказываться от этого было бы абсурдом... ты должен непременно прочесть что-либо, — разумеется, новое. <...> Я недавно писал Овс<янико>-Кул<иковскому> и сообщил ему, что юбилейный комитет особенно озабочен, чтобы появились своевременно статьи в газетах и журналах»[6].

17 сентября И.А. Белоусов писал Бунину из Москвы: «Твой юбилей назначен на 28 октября. Я книжку “Пути” постараюсь выпустить числа 25 октября, чтобы тем материалом, а главное твоей автобиографией, могли воспользоваться газеты. Я подал мысль избрать тебя почетным членом “Общества любителей российской словесности”. На ближайшем заседании я поддержу эту мысль»[7].

В самом конце сентября 1912 г. «Книгоиздательство писателей в Москве» благодаря хлопотам друзей Бунина выпустило новую книгу писателя «Суходол. Повести и рассказы 1911—1912 гг.» (М., 1912) тиражом 2000 экземпляров. Книга посвящена «Петру Александровичу Нилусу в знак верной дружбы».

С начала октября 1912 г. в газетах начали появляться публикации, посвященные 25-летнему юбилею литературной деятельности Бунина. В большинстве своем они содержали краткую биографию писателя, иногда — с фактическими ошибками и неточностями[8]. Но были и такие, в которых авторы анализировали прозу и поэзию юбиляра, пытались установить, в чем состоит его творческая индивидуальность. Например, в статье Н.С. Клёстова «Иван Алексеевич Бунин» отмечалось: «Отличительная черта творчества Бунина — авторская скрытность. Он не принадлежит к тем современным писателям, которые прежде всего спешат “выявить” себя, свою сущность, совершенно не утруждая критику истолкованием их произведений. В своих новых прозаических произведениях Бунин так же скрытен, как и целомудрен в выражении своих чувств в поэзии. В этом — залог неиссякаемости творчества. Бунин не испишется, как не мог исписаться Чехов»[9].

Наряду с предъюбилейными заметками, корреспонденциями, статьями в периодике Москвы, Петербурга, Орла, Рязани, Нижнего Новгорода, Киева, Одессы, Харькова, Екатеринодара, Ростова-на-Дону, Саратова, Оренбурга, Иркутска, Томска, Омска, Симбирска, Владикавказа печатались фотопортреты Бунина (одиночные и групповые), воспроизводилось факсимиле его подписи.

В Москве 6 октября на заседании Общества любителей российской словесности, по предложению И.А. Белоусова, Н.Д. Телешова и А.Е. Грузинского, Бунин был единогласно избран почетным членом Общества. Об этом председатель Общества любителей российской словесности А.Е. Грузинский сообщил писателю в официальном письме (без даты)[10].

18 октября Юбилейный комитет по организации празднования 25-летнего юбилея литературной деятельности Бунина выработал программу общественного чествования[11], назначенного ранее на 28 октября 1912 г.

В этот же день «Русские ведомости» сообщали, что в Петербурге образовался аналогичный комитет, «в состав которого вошли академики Н.А. Котляревский и С.Ф. Ольденбург, проф. М.Н. Ростовцев и др. Участие петербуржцев выразится, вероятно, в поднесении приветственных адресов и в присылке депутации. Из отдельных учреждений Петербурга уже делегировали своих представителей: Литературный фонд — В.Н. Кранихфельда и совет Высших курсов П.Ф. Лесгафта — П.С. Когана»[12].

В середине октября вышел номер журнала «Солнце России» с фотопортретом Бунина на обложке и со статьей З.Н. Гиппиус «В целомудренных одеждах», где, в частности, говорилось: «И. Бунин — хороший писатель, это известно, с этим никто даже и не спорит. А кроме того — он имеет свои черты, свой лик, его не смешаешь с другими нашими, “просто хорошими”, писателями: большинство из них — типичны; Бунин — индивидуален»[13].

---

[5] ОГЛМТ. Ф. 14. № 2959/79 оф. Курсив В.Н. Муромцевой. — *С.М.*

[6] Там же.

[7] РГАЛИ. Ф. 44. Оп. 1. Ед. хр. 58. Л. 31—32.

[8] Например, ошибочные сведения о том, что Бунин получил три Пушкинских премии (на самом деле — две), впервые фигурировали именно в этих, приуроченных к бунинскому юбилею, публикациях.

[9] *Клёстов Н.* Иван Алексеевич Бунин // Утро России. 1912. 2 окт. (№ 226). С. 4.

[10] РГАЛИ. Ф. 44. Оп. 2. Ед. хр. 133.

[11] Там же. Оп. 1. Ед. хр. 344. Л. 5.

[12] <*Б. п.*> Московские вести // Русские ведомости. 1912. 18 окт. (№ 240). С. 5.

[13] *Гиппиус З.* В целомудренных одеждах (К 25-летию литературной деятельности Ив. А. Бунина) // Солнце России. 1912. № 42. С. 2.

К своему юбилею Бунин получил множество поздравительных писем и телеграмм. Были среди них и три довольно знаменательных послания, ставших как бы «приветами из прошлого».

Первое — от Э.В. Фехнер, которая была одним из первых юношеских увлечений Бунина и впоследствии послужила прототипом Анхен в «Жизни Арсеньева». «Милостивый государь Иван Алексеевич! — писала она. — Позвольте и мне как старой знакомой поздравить Вас с 25-летним юбилеем Вашей литературной деятельности, сердечно радуюсь Вашей славе! Прошло уже 26 лет как я Вас знаю, и все время страшно хотелось что-либо о Вас узнать, хотя вскользь кое-что слышала, но мало.

В прошлом 1911 году случайно узнаю от одного родственника, что Вы в Москве, он знает Вас хорошо; и сердечно рада, что Вы идете к славе. И тогда, когда Вам было только 16 лет, я предвидела, что Вы пойдете далеко; это было в 1886 году <...>. Извините за беспокойство, но не утерпела, чтобы не поздравить, хотя долго колебалась.

С почтением Лидия Григорьевна Носова урожденная Эмилия Васильевна Фехнер»[14].

Второе — от В.В. Бибиковой (урожденной Пащенко — первой любви и первой гражданской жены писателя), приславшей телеграмму из Сочи: «Пусть теплый морской ветер принесет аромат юга и сердечный привет и пожелания долголетия дорогому юбиляру»[15].

Третье — от М.П. Бякина, в доме которого Бунин жил в 1881—1882 гг. во время учебы в Елецкой гимназии. Бякин, переехавший из Ельца в Орел, писал: «Многоуважаемый Иван Алексеевич. Глубоко сочувствую Вашему юбилею и от души приношу поздравление своему “Ване”, с которым когда-то занимался и которому старался больше всего внедрить любовь к чтению, как бы предчувствуя, что из этого получится через десятки лет. Прошло 30 с лишним лет, но ты стоишь как живой перед моими глазами с оружием индейца против такого же “Егорчика” (не забыл Захарова).

Желаю дождать[16] дня 50-тилетия, пью твое здоровье и жалею, что не могу лично поздравить. Жду большого прославления.

Твой, гордый своим учеником, бывший учитель, теперь подполковник в отставке М. Бякин»[17].

[14] РГАЛИ. Ф. 44. Оп. 1. Ед. хр. 225.
[15] РГАЛИ. Ф. 44. Оп. 2. Ед. хр. 130. Л. 7.
[16] Так в оригинале.
[17] РГАЛИ. Ф. 44. Оп. 1. Ед. хр. 69.

Юбилейные торжества

Юбилейные торжества начались 24 октября 1912 г. в Москве. В большом зале Литературно-художественного кружка Бунина чествовали его коллеги-писатели из литературного объединения «Среда». В этом чествовании участвовали П.Д. Боборыкин, В.В. Вересаев, Д.Я. Голубев, Ю.А. Бунин, А.Р. Ледницкий, А.А. Кизеветтер, П.Н. Сакулин, Б.К. Зайцев, А.М. Васнецов, И.С. Шмелёв, Г. Чулков, И.А. Белоусов, А.А. Чумаченко, М.П. Гальперин, В.В. Переплётчиков, С.Д. Разумовский, С.С. Мамонтов, С. Гарин, А.И. Адашев, М.Н. Климентова-Муромцева и многие другие — всего более 200 человек.

Н.Д. Телешов приветствовал юбиляра краткой речью, в которой «подчеркнул, что в лице Бунина соединилась старая и молодая “среда”». От «Среды» Бунину был поднесен лавровый венок. Вечер открылся чтением рефератов Н.М. Мешкова («Поэзия Ивана Бунина») и Ю.В. Соболева («О мотивах любви в художественном творчестве юбиляра»). А.Е. Грузинский, М.П. Гальперин, А.И. Журин, И.А. Белоусов и А.А. Чумаченко продекламировали свои стихи, посвященные Бунину. Произведения писателя читали артисты В.М. Иолшина и А.И. Третьякова. Сам Бунин прочел свой новый рассказ «Крик». Вечер закончился товарищеским ужином, на котором с речами выступили А.Р. Ледницкий, П.Н. Сакулин, А.А. Кизеветтер, Н.Г. Шкляр.

По словам московского корреспондента газеты «Сибирская жизнь», речь Шкляра была «наиболее теплой» и вызвала у Бунина живой отклик. Отвечая оратору, отметившему, «как огромное достоинство бунинского творчества, постоянную связь писателя с землей» и усмотревшему «в этой связи верный залог дальнейшего процветания симпатичного таланта», юбиляр сказал: «Вы подчеркнули... именно то, что мне дороже больше всего. Вы напомнили мне самое любимейшее мое изречение из Корана: “Знаете ли, с чем Бог сравнивает человеческое слово? Он сравнивает его с деревом, корни которого таятся глубоко в земле, а ветви тянутся к небу”... Кровная неразрывная связь с землей, — в особенности с родной землей, с родным народом, — всегда была, есть и останется для меня священной, радостной и необходимой»[18].

На следующий день, 25 октября, Бунина чествовали в Первом московском женском клубе. В отчете московской газеты «Раннее утро» об этом вечере сообщалось: «Во время чтения Н.С. Клёстовым доклада, посвященного юбилею поэта, И.А. Бунин с женой и братом Ю.А. <Буниным> появился в зале. Чтение доклада было

[18] *Вяткин Г.* Юбилей И.А. Бунина: (от нашего московского корреспондента) // Сибирская жизнь. 1912. 6 нояб. (№ 246). С. 2.

прервано, и публика устроила юбиляру овацию. Остальная часть вечера прошла в присутствии поэта.

Между прочим, исполнены были артисткой Салиной — романс "Ночь печальна", Савиной — романс Рахманинова на слова Бунина "Я опять одинок" и на его же слова "Снова один", муз. Глиэра.

Г-жа Иолшина-Чирикова продекламировала стихотворения Бунина "Джордано Бруно" и "За окнами снега", а артистка Чилаева-Мельгунова превосходно прочитала стихотворения юбиляра "Александр в Египте" и "Розы Шираза"»[19].

26 октября 1912 г. в Большом зале Политехнического музея в честь Бунина состоялось торжественное заседание Общества деятелей периодической печати и литературы под председательством Д.А. Жаринова. Корреспондент газеты «Русские ведомости» отмечал: «Зала была полна. Кроме членов Общества были представители различных просветительских учреждений, ученых обществ, педагогического мира, судебного ведомства, масса учащейся молодежи. Появление юбиляра встречено долгими аплодисментами»[20].

В ходе заседания С. Глаголь прочитал доклад «Поэт-живописец», в котором Бунин сравнивался с И.И. Левитаном[21]; М.А. Дурасова читала стихотворения Бунина «Я простая девка на баштане...» и «Гроза прошла над лесом стороною...», а А.И. Третьякова — отрывок из повести «Хорошая жизнь»; были исполнены романсы С.В. Рахманинова и А.В. Гречанинова на стихи Бунина («Я опять одинок», «Ночь печальна», «На распутье»)[22]. После настойчивых просьб публики Бунин прочел стихотворения «Алисафия» и «Белый олень». На вечере присутствовали А.Н. Веселовский, А.Н. Толстой с супругой, С.Д. Дрожжин, И.П. Чехов и др.

Вечером 27 октября в зале Правления Московского университета Бунина поздравляло Общество любителей российской словесности. На заседании председательствовал кн. А.И. Южин-Сумбатов, присутствовали А.Н. Веселовский, П.Д. Боборыкин, Ю.А. Бунин, И.А. Данилин, Н.Д. Телешов, Б.К. Зайцев, И.С. Шмелёв, И.А. Белоусов, С.Д. Дрожжин, П.А. Тулуб и др.

Как писали «Русские ведомости», «небольшая круглая зала правления университета была полна публикой. Юбиляр был встречен продолжительными аплодисментами»[23]. Юбилейное заседание открыл председатель Общества А.Е. Грузинский, который произнес «речь, посвященную характеристике творчества И.А. Бунина». Он же

[19] <*Б. п.*> Чествование И.А. Бунина в женском клубе // Раннее утро. 1912. 26 окт. (№ 247). С. 4.

[20] <*Б. п.*> Московские вести // Русские ведомости. 1912. 27 окт. (№ 248). С. 4.

[21] См.: <*Б. п.*> Чествование И.А. Бунина // Голос Москвы. 1912. 27 окт. (№ 248). С. 4.

[22] Программа вечера хранится в РГАЛИ (Ф. 44. Оп. 3. Ед. хр. 26).

[23] <*Б. п.*> Юбилей И.А. Бунина // Русские ведомости. 1912. 28 окт. (№ 249). С. 6.

в конце заседания «объявил об избрании И.А. Бунина почетным членом общества в ознаменование литературных заслуг. Это постановление встречено собравшимися продолжительными аплодисментами»[24].

Бунин читал рассказ «Смерть», а также, «уступая просьбам», — стихотворения «Монастыри в предгориях глухих...», «Летняя ночь» («Дай мне звезду, — твердит ребенок сонный...»), «Мать» («И дни и ночи до утра...»).

По отзыву газеты «Утро России», рассказ «Смерть», «написанный на библейские темы (смерть Моисея)», в авторском исполнении «произвел сильнейшее впечатление»[25]. «Читал он, по обыкновению, хорошо, — вторила "Сибирская жизнь" — медленно, вдумчиво и сдержанно; по-видимому, манера читать у Бунина та же, что и писать. И от такого гармоничного слияния характера произведений и манеры читать их — впечатление получается сильное»[26].

Кульминацией в праздновании бунинского литературного юбилея стало «общественное чествование» писателя, состоявшееся 28 октября и ставшее поистине всероссийским и всенародным. В нем участвовали представители едва ли не всех сословий и профессий.

Торжества начались в час дня в гостинице «Лоскутной», где остановился юбиляр. Первый в тот день поздравительный адрес — от разряда изящной словесности Императорской академии наук, — подписанный 12 академиками[27], он принял из рук А.Н. Веселовского, П.Д. Боборыкина и Д.Н. Овсянико-Куликовского. Затем А.Е. Грузинский и П.Н. Сакулин поднесли Бунину адрес от Общества любителей российской словесности, а А.И. Южин и Вл.И. Немирович-Данченко — от Общества драматических писателей. Адрес от литературного кружка «Среда», а также портрет А.С. Пушкина и альбом с портретами всех членов кружка[28] Бунину вручили Н.Д. Телешов, А.Е. Грузинский, А.А. Карзинкин, И.А. Белоусов, Б.К. Зайцев, Л.А. Хитрово.

Н.Д. Телешов и И.А. Белоусов, представлявшие Литературно-художественный кружок, вручили Бунину приветственный адрес[29], написанный В.Я. Брюсовым — одним из директоров кружка.

От А.А. Карзинкина был передан Бунину «художественно сделанный слон на цветочном плато с изображением экзотического уголка из пальм, мимоз и орхидей»[30]. От А.А. Карзинкиной было

[24] Там же.

[25] <*Б. п.*> Чествование И.А. Бунина // Утро России. 1912. 28 окт. (№ 249). С. 5.

[26] *Вяткин Г.* Юбилей И.А. Бунина... С. 2.

[27] РГАЛИ. Ф. 44. Оп. 2. Ед. хр. 131. Л. 13.

[28] Там же. Л. 7.

[29] Там же. Л. 4—6.

[30] <*Б. п.*> Юбилей И.А. Бунина // Русское слово. 1912. 30 окт. (№ 250). С. 6—7.

прислано «очень ценное старинное итальянское издание “Божественной комедии” Данте»[31].

Адрес, который юбиляру поднесла «молодая среда» в лице Д.Я. Голубева, М.И. Гальперина, Е.С. Курч и А.Н. Бибикова, был помещен в папку с акварельным этюдом, изображавшим бедную русскую избу (автор — художник В.В. Переплётчиков).

От имени Художественного театра К.С. Станиславский и Вл.И. Немирович-Данченко преподнесли Бунину золотой жетон с римской цифрой «XXV», составленной из бриллиантов, и эмблемой театра — чайкой.

Не менее дорогими были подарки от рядовых почитателей таланта писателя: одна их группа через А.Н. Бибикова передала вместе с адресом аккредитив на 20 тысяч франков, другая — серебряную парусную яхту с надписью «Вера».

Бунина приветствовали также представители Толстовского общества, первого Литературно-драматического и музыкального общества имени А.Н. Островского, Общества деятелей периодической печати и литературы, Московского правления Кассы взаимопомощи литераторов и ученых, «Книгоиздательства писателей в Москве», Суриковского литературно-музыкального кружка, Первого Московского женского клуба, Русского библиографического общества при Императорском Московском университете, Московских высших женских курсов, Курсов П.Ф. Лесгафта, Курсов драмы А.И. Адашева, редакций журналов и газет, в том числе «Вестника Европы», «Вестника воспитания», «Современника», «Женского дела», «Сибири», «Сибирской жизни», «Пути», «Молодой жизни».

Всего в тот день Бунин получил 26 поздравительных адресов.

В финале торжественной церемонии Бунин произнес лишь одну фразу: «Глубоко благодарю, не могу больше сказать ничего»[32]. Затем гостям были предложены завтрак и шампанское.

Вечером в Большом зале Литературно-художественного кружка состоялся банкет в честь юбиляра, присутствовало более 200 человек; председательствовал А.И. Южин-Сумбатов. При появлении Бунина и В.Н. Муромцевой в банкетном зале им были поднесены цветы.

С приветственными речами выступали С.А. Иванцов, Д.Н. Овсянико-Куликовский, А.Е. Грузинский, П.Н. Петровский, Н.Д. Телешов, А.Р. Ледницкий, И.И. Попов, Е.А. Ляцкий и др. П.Н. Сакулин произнес «красивую речь, покрытую аплодисментами». Заслуженный профессор Р.Ф. Брандт прочел приветственное письмо академика Ф.Е. Корша. Н.М. Кишкин в своей речи охарактеризовал юбиляра «как одного из лучших сынов великого народа». А.И. Южин-Сумбатов приветствовал Бунина и «от себя лично», и от имени Малого театра. Армянский поэт А.И. Цатуриан читал посвященное виновнику торжества стихотворение на армянском языке. Согласно отчету «Вечерних известий газеты “Коммерсант”», это последнее выступление, видимо, особенно растрогало Бунина, поблагодарившего своего армянского коллегу «за мудрую речь Востока...»[33].

Судя по газетным отчетам, среди участников чествования были также Ю.И. Айхенвальд, П.С. Коган, С.Д. Дрожжин, гр. А.Н. Толстой, М.П. Арцыбашев, Б.К. Зайцев, Б.А. Лазаревский, М.П. Чехова, И.П. Чехов, К.Ф. Лебедев, А.И. Адашев, В.А. Капеллер, К.Н. Рыбаков, Е.В. Гельцер, О.Л. Книппер, А.А. Вербицкая, Д.Л. Михаловский, В.Н. Муромцева, С.А. Разумовский, В.П. Обнинский.

После выступлений были зачитаны поздравительные телеграммы, каковых в тот день юбиляр получил более 300 (в том числе из Египта, Японии, стран Западной Европы), и письма — в частности, от Ю.И. Айхенвальда, Л.Н. Андреева, А.А. Блока и А.М. Ремизова, В.Я. Брюсова, В.М. Васнецова, М. Горького, В.Г. Короленко, А.И. Куприна, Д.Н. Мамина-Сибиряка, И.М. Москвина, С.А. Найдёнова, С.В. Рахманинова, И.Д. Сытина, Е.Н. Чирикова, Ф.И. Шаляпина.

Затем Бунин произнес длинную речь, о содержании которой мы можем судить, к сожалению, только по газетным отчетам. В этой речи, как писали «Вечерние известия газеты “Коммерсант”» писатель «старается выяснить свое credo и ответить на нападки <критиков> <...> Он отрицает свой пессимизм, говорит, что он всегда поклонялся и поклоняется солнцу. Отрицает свою антиобщественность и делает цитату из Флобера — почему-то всегда человека, обладающего хорошим стилем, обвиняют в антиобщественности... Растроганным голосом Бунин говорит о своей любви к народу, о том, что, несмотря на его происхождение из старинного рода, — в чем его постоянно упрекают — он кровно связан с народом... Речь производит большое впечатление искренностью»[34].

Между тем 28 октября юбилейные торжества проходили не только в Москве. Так, в Киеве в помещении Общества искусства и литературы состоялся литературно-музыкальный вечер, посвященный Бунину. Со вступительным словом «Характер и мотивы творчества И.А. Бунина» выступил И.В. Джонсон. В литературно-музыкальном отделении вечера участвовали артисты киевских театров[35].

---

[31] Там же.

[32] <*Б. п.*> Чествование И.А. Бунина // Волгарь. 1912. 31 окт. (№ 300). С. 4.

[33] *Сен-Бри.* На юбилее И.А. Бунина // Вечерние известия газеты «Коммерсант». 1912. 29 окт. (№ 23). С. 3.

[34] Там же.

[35] См.: *Нарцисс.* В мире искусств. Вечер И.А. Бунина // Южная копейка. 1912. 31 окт. (№ 665). С. 3.

Подобные заочные чествования юбиляра состоялись и в других городах России. Последней бунинский юбилей отметила общественность Одессы, причем это произошло 17 января уже следующего, 1913-го, года. На вечере, устроенном одесским Литературно-артистическим клубом, выступили с докладами: профессор Новороссийского университета Е.Н. Щепкин («Бунин 19-го и Бунин 20-го века»), С.Л. Авалиани («И.А. Бунин в прозе»), П.А. Нилус («Отношение И.А. Бунина к Одессе и эволюция его творчества»); А.М. Фёдоров прочел свое стихотворение «Сапсан», посвященное Бунину; стихи самого юбиляра прозвучали в исполнении местных актеров.

В отчете об этом вечере газета «Одесские новости» отметила: «Немножко запоздал литературно-артистический клуб со своим откликом на юбилей Бунина, блеснув зато разнообразием широкой программы. <...> У переполнившей зал публики исполнители, равно как и лекторы, имели шумный успех»[36].

Тогда же Бунину на Капри была отправлена телеграмма на французском языке, ее текст через два дня, 19 января, появился и в печати[37]. В телеграмме говорилось: «Проведя литературный вечер, посвященный Вашей изящной поэзии, мы шлем Вам наш привет — как истинному поэту. Литературно-артистический клуб Одессы»[38].

Бунин ответил также телеграммой: «Прошу одесский Литературно-артистический клуб принять мою искреннюю благодарность за память и привет»[39].

Периодическая печать о юбилее

Между тем русская печать тоже далеко не сразу «забыла» о юбилее писателя. Статьи, посвященные 25-летию литературной деятельности Бунина, появлялись вплоть до середины декабря 1912 г. В общей сложности вышло, по меньшей мере, 50 таких публикаций. Их авторы (критики и журналисты) в основном сообщали краткие биографические данные, писали о поэзии и прозе юбиляра. Его ставили в один ряд с И.С. Тургеневым, А.П. Чеховым, Ф.И. Тютчевым, А.К. Толстым; отмечали богатую палитру языка, удивительную изобразительность художественных приемов; все как один

[36] *Ис.Ш.* «Четверг» о Бунине // Одесские новости. 1913. 18 янв. (№ 8925). С. 2.

[37] *<Б. п.>* Литературно-артистический клуб // Одесские новости. 1913. 19 янв. (№ 8926). С. 3.

[38] Цит. по: *Бунин И.А.* Письма 1905—1919 годов / Под общ. ред. О.Н. Михайлова; подгот. текста и коммент. С.Н. Морозова, Р.-Д. Дэвиса, Л.Г. Голубевой, И.А. Костомаровой. М., 2007. С. 649.

[39] Там же. С. 258.

подчеркивали приверженность Бунина классическим традициям русской литературы и при этом настаивали на его уникальности среди писателей-современников.

Среди этих материалов особенно выделяется статья С.В. Яблоновского «Подарок». В ней говорится не только о самом юбилее писателя, но и об отношении общества к творчеству Бунина, о его месте в русской литературе. Высказанные автором суждения для современников, несомненно, были новы и во многом неожиданны. Текст этой статьи практически неизвестен специалистам, поэтому позволим себе привести из нее наиболее важные, на наш взгляд, места.

«Я даже не помню, — писал С.В. Яблоновский, — было ли это с кем-нибудь из наших писателей, чтобы пять дней подряд чествовали его юбилей, как сейчас происходит с Иваном Алексеевичем Буниным.

Точно деревенская свадьба, на которой целую неделю пируют! <...>

Но я ужасно рад, что вдруг все поднялись, и все начали его наперебой чествовать: рад потому, что мы этим хотя несколько искупаем свою близорукость: ведь, собственно-то говоря, мы Бунина проглядели, и он нам теперь вовсе не юбиляр, с которым вот-вот попрощаться придется (как на большинстве юбилеев), а скорее только что обретенный нами человек, точно неожиданно сделанный нам подарок. <...>

И почти накануне четвертьвекового юбилея стоял он перед русским обществом фигурой, еще недостаточно определившейся.

Но уже в это последнее время все-таки расчухали, что стоит, действительно, что-то очень большое и значительное, и только теперь, во время юбилея и после него, когда к И<вану> А<лексеевичу> обратились внимательные взоры, — только отсюда пойдет то его признание, которого по праву и давно уже он заслуживает.

А произошло это очень естественно.

Дело в том, что он говорил без выкриков, с тем спокойствием, с тою ровностью, с которыми говорит человек, зная, что ему придется говорить много и долго, а вокруг него не говорили, а выкрикивали истошным голосом люди, весь смысл и все значение которых заключалось в моменте, и в этом моменте они должны были сконцентрировать всю свою яркость.

Бунин горел ровным, немигающим светом в то время, когда вокруг сверкали и крутились, и шипели, и стреляли мельничные колеса, ракеты, римские свечи. На ровный, белый огонь мало обращали внимания, а когда фейерверки прогорели, и остались от них копоть, обгорелый картон и пороховой чад, то увидели, что бунинский огонь — огонь прочный, настоящий и нужный. <...>

Обратившись теперь к Бунину, мы увидели, что он совсем по-настоящему крупный писатель, и увидели, что не расторгнута в русской литературе связь с прошлым и не повторено прошлое, а пошло оно через Бунина так же естественно, как идут из мощного ствола новые, молодые, сильные и здоровые ветки.

Бунин — весь от истинной русской литературы, — литературы Гоголя, Тургенева, Толстого, — и нет в нем ничего позаимствованного, весь он свой, твердый, спокойный и смелый, как всякий большой талант. <...>

Бунин незаметно, просто и естественно выковал свой собственный язык, совершенно исключительный и так мало еще оцененный»[40].

Схожие мысли высказываются в не менее любопытной статье Т. Ардова (псевдоним московского журналиста В.Г. Тардова) «Юбилейные мысли», где весьма колоритно изображена атмосфера юбилейных дней и, как нам кажется, очень точно переданы те настроения, которые владели участниками чествований. «При главнейших, так сказать, “моментах” празднества, которое устроила по поводу юбилея литературная Москва, — свидетельствовал журналист, — я присутствовал и вынес много хороших, славных, трогательных впечатлений и много... не то чтобы дурных, но странных. Были минуты, когда мне было хорошо за юбиляра. Но были и такие минуты, когда мне было жаль его, когда было больно за него, невыразимо тяжело от того неуклюжего непонимания, которым в эти минуты был окружен писатель.

Я увидел, прежде всего, одно удивительное явление: со всех сторон приходили к писателю, который четверть века служил своему призванию, разные люди с приветом. И чуть не все эти люди (по крайней мере многие!) приносили не один только этот свой привет, приходили не за тем, чтобы в день писательского праздника в почтении склониться пред *писателем*: они приходили с страстным намерением сказать ему, *что именно они желали бы переделать в его творческой личности*. И каждый из них приносил свои указания и свои мерки. <...> Сколько мерок, шаблонов, штемпелей тут пришлепывается к нему, каждый тянет его к себе, на свою сторону, в свой толк, в свою группу. <...>

Когда звучали все эти речи (да и вообще за эти дни), я невольно думал: “А ведь Бунин-то, может быть, гораздо, гораздо больше, чем его считали и считают вот здесь”. Я думал так потому, что уж очень это, по-моему, хороший знак, когда к писателю нельзя пришпилить ни одной этикетки так, чтобы она пришлась как раз! <...>

[40] *Яблоновский С.* Подарок // Русское слово. 1912. 28 окт. (№ 249). С. 3.

И мне хотелось обратить внимание собрания на неуместность всех наших “указаний” и в особенности на неосновательность всех указаний критики, которых столько было сделано И.А. Бунину. <...>

И вот, пробегая путь, пройденный Буниным, я вижу, что и его судьба осенила тем же знаком писательского благословения и человеческого проклятия, и он — из тех, что остаются самими собой до конца. И когда он тогда, в конце банкета, отвечал на некоторые указания и страстно повторял с таким хорошим упрямством: “Не буду, не буду писать так, как вы хотите, никогда не буду” — у меня было хорошо на душе. Слава Богу! <...>

Нужно только одно: чтобы это было святое творчество, чтобы было не только талантливо, но и *свободно*. А у Бунина, если вы проследите его работу и его жизнь, и отношение к нему критики, — это было. И сейчас, в дни двадцатипятилетнего юбилея его работы, это сказывается, и видно, что он побеждает»[41].

И еще на одну газетную публикацию хотелось бы обратить внимание. Это не статья, а, скорее, заметка. Напечатана она была в «Московской газете» в декабре 1912 г. под заглавием «Писатели на экране». Из нее следует, что юбилейные торжества, связанные с 25-летием литературной деятельности Бунина, могли быть сняты на кинопленку. Причем автор, скрывшийся за криптонимом К.Д., пишет об этом неодобрительно: «На экране кинематографа в поучение грядущим потомкам фиксируются различные моменты обыденной жизни современных нам писателей. <...> Уже вышла группа с Мережковским, Гиппиус и Философовым; потом — “выдающийся поэт” (как стоит в заголовке) Бунин, Телешов и Зайцев; Шмелёв, Серафимович, Белоусов, Мамонтов, поэт Дрожжин; отмеченные Толстым — Куприн и Ратгауз. <...> На почве кинематографии создается своего рода писательская конкуренция и недоброжелательство. <...> Кроме того, многие <...> обращаются иногда с странными предложениями. Так, например, некоторые из неумеренных поклонников Бунина желали во что бы то ни стало снять празднества по случаю его 25-летия — прием депутаций и пр.»[42].

Очевидно, кинодокументальная съемка бунинского юбилея осуществлена не была. Что же касается, той пленки, на которой точно были зафиксированы «моменты обыденной жизни» Бунина, то ее, к сожалению, нам в архивах до сих пор обнаружить не удалось.

С бунинским юбилеем были связаны и другие инициативы. Так, по окончании московских торжеств по поводу 25-летия писательской деятельности Бунина у его близких появилась идея издать

[41] *Ардов Т.* Юбилейные мысли // Утро России. 1912. 31 окт. (№ 251). С. 6. Курсив Т. Ардова.

[42] *К.Д.* Писатели на экране // Московская газета. 1912. 3 дек. (№ 224). С. 3.

юбилейный сборник, куда вошли бы, в частности, статьи, заметки, репортажи, отчеты из периодики, поздравительные телеграммы. Однако сам Бунин отнесся к этой идее отрицательно. 16 (29) декабря 1912 г., уже находясь на Капри, он писал брату: «Милый Юлий, мало ли что кто сбрешет! “Юбилей раздули”... Да это всегда и про все так говорят. <...> Но издавать ли юбил<ейный> сборник — не знаю. <...> Повторяю — *тебе виднее*. Хотя чувствую — все равно ничего не выйдет, или выйдет убого. Как будто склоняюсь к тому, что *не надо*»[43].

Юбилейный сборник в свет так и не вышел: очевидно, по желанию Бунина работа над ним была прекращена[44].

Празднование 25-летней годовщины литературной деятельности Бунина стало очередной вехой в признании его достижений на писательском поприще. Триумф его был, безусловно, заслуженным. Тем не менее русская общественность в своей массе была еще далека от *подлинного* осознания того, какое место Бунин *на самом деле* занимал уже тогда в русской литературе. Это осознание пришло значительно позже — в годы русской смуты, в условиях изгнания.

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (*проект № 14-04-00227*).

Список литературы

Бабореко А.К. И.А. Бунин: Материалы для биографии (1870—1953). 2-е изд. М., 1983.

Бабореко А.К. Бунин: Жизнеописание. М., 2004.

Благасова Г.М. Иван Бунин: Жизнь, творчество. Проблемы метода и поэтики. 2-е изд. М.; Белгород, 2001.

Мальцев Ю. Иван Бунин. 1870—1953. Frankfurt am Main; М., 1994.

Михайлов О.Н. Строгий талант. Иван Бунин. Жизнь. Судьба. Творчество. М., 1976.

Михайлов О.Н. Жизнь Бунина. Лишь слову жизнь дана... М., 2001.

Поступила в редакцию
20.11.2013

[43] *Бунин И.А.* Письма 1905—1919 годов. С. 254—255.

[44] Некоторые материалы для этого сборника сохранились в фонде И.А. Бунина в ОГЛМТ.

В.Н. Греков, кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии Православного института св. Иоанна Богослова; e-mail: grekov-@mail.ru

ЖУРНАЛ КАК ДИАЛОГ («МОСКВИТЯНИН» 1845 г.)*

Автор анализирует три номера «Москвитянина» 1845 г., выпущенные И.В. Киреевским. Это была первая попытка славянофилов издавать свой журнал. Издание журнала рассматривается с точки зрения диалогических отношений. Диалог возникает, с одной стороны, между авторами журнала, а с другой — между «Москвитянином» и «Отечественными записками». Диалог постоянно прерывался, между его участниками нарушалось взаимопонимание. Все это, вместе с позицией власти, отказавшей Киреевскому в праве стать хотя бы неофициальным издателем журнала, привело к невозможности передать ему журнал и к отказу Киреевского от обязанностей неофициального редактора.

Ключевые слова: *диалог, славянофилы, западники, «Москвитянин», «Отечественные записки», русская история, призвание варягов.*

The author analyzes three issues of «Moskvityanin» 1845 issued by I.V. Kireevsky. It was the first attempt Slavophiles published their journal. Edition of the journal is being analyzed from the perspective of dialogic relations. Dialogue occurs on the one hand, between the authors of the magazine, and on the other — between the «Muscovite» and «Notes of the Fatherland». Constantly interrupted dialogue between its members violated understanding. All this, together with the position of power, refused Kireevsky the right to become at least an unofficial magazine publisher, made it impossible to pass him the magazine and to the failure of his duties of unofficial editor.

Key words: *dialogue, the Slavophiles, Westerners, «Muscovite», «Notes of the Fatherland», Russian history, calling Vikings.*

Проследим за тем, как опровергаются конкретные суждения «Москвитянина» о смене культурных и литературных авторитетов. Белинский приписывает «честь полезного уничтожения незаслуженных авторитетов» профессору А.Ф. Мерзлякову, а затем и Н.А. Полевому. «Отечественные записки» продолжили эту тенденцию. Белинский поясняет, что и он сам, и его журнал всегда уважали и ценили писателей, упомянутых Киреевским. Однако уважение не мешало правильно расставлять акценты, т.е. «определять по отдельности» значение художественное («безусловное») и историческое (меняющееся). При этом он напоминает, что статьи самого Киреевского о Пушкине (опубликованные в 1829—1832 гг. в «Московском вестнике», «Деннице» и «Европейце») нарушали тогдашний литературный этикет. Особенно он гордится объективностью

* Окончание. Начало см. в № 4 за 2014 г.

и непредвзятостью, проявившейся в публикации статьи Ярополка Водянского (А.И. Герцена) «Москвитянин и вселенная». Как нам кажется, пример не очень убедителен. Герцен весьма сдержанно хвалил статьи Киреевского («Обозрение...») и Погодина («Параллель русской истории с историей европейских государств относительно начала»), зато вовсю иронизировал над Хомяковым: «Гибнущая Европа, нося в груди своей черные пророчества А.С. Хомякова, утопая в бесстыдстве знания, в алчном себялюбии, заставляющем европейцев жертвовать собою науке, идеям, человечеству, ищет помощи, совета <...> и нет его внутри ее немецкого сердца, в нем одни слова — аутономия, социальные интересы — и слова, как видите, все иностранные»[1].

Впрочем, Герцен также считает Русское просвещение общемировым, утверждает, что постижение его и сближение с ним — первоочередная, насущная задача Запада. Однако это не означает превосходства и исключительности России. Если древняя образованность как живое и истинное начало нашего просвещения может дополнить европейское, очистить от «исключительной рациональности» и тем самым придать «новый смысл», то образованность европейская — плод, причем, как указывает публицист, «зрелый плод всечеловеческого развития». Но этот плод уже «оторван от старого дерева». Поэтому у него только одно назначение — стать «питанием» новой жизни, нового просвещения, «возбудительным средством развития нашей образованности»[2].

Обратимся теперь к статье Погодина, с которой полемизировал Герцен, и остановимся подробнее на ней. Историк защищает норманнскую теорию, т.е. предположение о призвании варягов в Древнюю Русь. Призвание, в отличие от завоевания в Западной Европе, представляется ему цивилизационным признаком, разделившим историю древней Руси и феодального Запада. Погодин признает, что в древности различие было почти незаметным, добровольность и насилие разграничивались очень тонкой, едва уловимой чертой, но все же разграничивались. По его мнению, «малейшее различие в начале производит огромное различие впоследствии». Следствием добровольного призвания варягов стал нравственный характер русского государства и русской истории. Князь — защитник и судья народа. Он не покровитель бояр, которым ничем не обязан. Русская история не знает борьбы сословий, борьбы городов с феодалами и т.п. Характер русского и славянских народов резко отличается от характера европейских народов: «Словении были и есть народ тихий, спокойный, терпеливый. <...> Потому

[1] *Герцен А.И.* Полн. собр. соч.: В 30 т. М. Т. 2. С. 133—134.
[2] Там же. С. 192.

они и приняли чуждых господ без всякого сопротивления, исполняли всякое требование их с готовностью. <...> Такая безусловная покорность, равнодушие, противоположные западной раздражительности, содействовали к сохранению доброго согласия между двумя народами»[3] [Погодин, 1846, с. 63].

Превосходство славян над западноевропейцами заключалось, считал Погодин, и в том, что они воспитывались под воздействием домашней, семейной традиции и гражданские начала усвоили уже от варягов. Гражданские начала — результат длительной и бурной политической истории, политической борьбы, которой не знали русские. «Мы получили гражданское образование от пришельцев, а западные племена дали им», — пишет Погодин [там же, с. 79]. Охранительные начала русской истории — в сущности нравственные силы народа, сохранившие его первоначальный характер, не допустившие классовых расслоений, деления на аристократию и плебс и тому подобных бедствий европейской истории. Русскому народу удалось избежать социальной борьбы, и в этом его счастье.

Историк указывает на «три трагедии» Европы. Первая — завоевание и следующий за ним феодализм, породивший взаимную ненависть порабощенных аристократией и покровительствующих ей, что и привело, в конце концов, к революции. Третий акт европейской трагедии разыгрывается сейчас — Уложения (т.е. конституции), «борьба низших классов <...> будущее в руце Божией». И от всех этих потрясений был избавлен русский народ: «ни рабства, ни ненависти, ни гордости, ни борьбы»[4] [там же, с. 60—62]. Еще одно отличие от Запада в характере веры и в способе ее принятия. Погодин рисует идиллическую картину согласия веры варягов и славян. И те и другие были язычники в момент призвания. Поэтому не возникало различия в вере. Когда же варяги приняли христианство, то и славяне приняли его без сопротивления: призвание означало доверие и исключало насилие. В то же время западные завоеватели — варвары принесли в завоеванные страны язычество. «Пришельцы», по выражению историка, учились христианству у «туземцев».

Такое несовпадение в религии не могло не привести к ожесточенной внутренней борьбе. Торжество христианства, которым борьба завершилась, не было полным: христианство пришло на Запад из Рима, тогда как варяги и славяне приняли его из Константинополя. Отсюда глубокое расхождение в характере церквей западной и восточной: «западная более стремится вне, восточная

[3] Москвитянин. 1845. № 1.
[4] Там же.

углубляется внутрь; у них пропаганда, у нас сохранение; у них движение, у нас спокойствие; у них инквизиция, у нас терпимость». Как видим, Погодин предпочитает «сохранение» — «движению». Тогда возникает вопрос: как он понимает категории «сохранение» и «движение»? Первая носит характер нравственный, необходима для самопознания и самоусовершенствования, а вторая — политическая. Так, католическая церковь стремится вмешиваться в дела государства, а православная предоставила светской власти действовать самостоятельно.

В «Москвитянине» против Погодина неожиданно выступил П.В. Киреевский. В статье « О древней русской истории» он подверг воззрения историка резкой критике. Соглашаясь с предположением о первоначальном призвании варягов, П. Киреевский отрицал покорность и равнодушие русского народа, его бесконечное терпение и готовность по требованию «чужих господ» переменить веру. Такой народ, по его мнению, не заслуживал бы уважения. «Это был бы народ, лишенный всякой духовной силы, всякого человеческого достоинства, отверженный Богом <...> из его среды не могло бы никогда выйти ничего великого». Что же касается «энергии и благородства» русского народа, то они были присущи ему изначально. Даже простое предположение о принуждении народа к деятельности, о развитии его энергии посторонними вызывает гнев П. Киреевского: «Энергия и благородство не могут быть народу привиты никакими чуждыми господами. — Вся наша история этому противоречит, и Вам лучше известно, какова была встреча всех чуждых господ, которые пытались покорить и держать в повиновении наших предков: как во время татарских нашествий ни один русский городок не был взят без самого отчаянного отпора; какая сильная, непрерывная борьба продолжалась во все время татарского могущества; и наконец, какова была та покорность и то равнодушие, с которым мы встретили чуждых господ в 1612 и 1812 годах».

Спор П. Киреевского с Погодиным отражает, конечно, личностное отношение к русской истории и русскому народу. Но в нем видны и принципиальные расхождения в понимании и оценке прошлого. Возражая историку, П. Киреевский спрашивает: «Каким же образом народ этот так внезапно переменился? Ясно, по крайней мере, то, что это мнимое равнодушие к общественным делам и к своему собственному человеческому достоинству, которое вы ему приписываете в IX и X веках, не могли происходить от сурового климата, потому что климат с тех пор не переменился во все продолжение нашей истории и остался тот же до сих пор...»[5].

[5] Москвитянин. 1845. № 3.

Следует отметить, что П. Киреевский очень редко выступал в печати с собственными статьями, тем более теоретическими. Даже принимая во внимание естественное желание помочь брату в издании «Москвитянина», мы должны признать, что публицистическое выступление его — результат сильного впечатления, вызванного статьей Погодина, необходимости поспорить, высказать иные представления. П. Киреевский в своей статье даже противопоставляет национальное и православное. Причем православное начало он ценит гораздо больше, чем национальное, потому что оно не племенное и государственное, а духовное. «Родина есть ничто от духа и для духа. И тот, кто не живет духом, тот не будет иметь Родины. На безродность обречен и тот, у которого душа закрыта для Божественного, глупа и слепа»[6].

Погодин познакомился со статьей П. Киреевского еще в рукописи и был ею страшно возмущен. Он записывает в Дневнике 23 марта 1845 г.: «...нахожу ругательства и доносы на себя <...> Хомяков, Ив. Киреевский и проч. прославили ее (etc) новые взгляды. Я разорву ее в куски...» На другой день 24 марта: «Думаю все с волнением о ст<атье>. Киреевского. Решил уничтожить свою (ст<атью> «За Русскую старину»), а жаль ее — она превосходная». Погодин продолжил спор с П. Киреевским в письме, в свою очередь, упрекая его в язычестве и поклонении Западу. Он писал: «Отнимая у нас терпение и смирение, две высочайшие христианские добродетели, коими украшается наша История, Вы служите Западу <...> Язычники могут не понимать сих добродетелей и даже называть их пороками. <...> но как же нам православным отказываться от них и искать других, какими по справедливости гордится Запад. Всех добродетелей иметь нельзя: одни принадлежат Востоку, другие — Западу»[7].

В то же время И. Киреевский считал статью своего брата «самой ясной картиной» «первобытного устройства» древней Руси и высказывал относительно различий России и Запада суждения очень близкие[8]. Различие коснулось прежде всего задачи исследования. Он стремится восполнить односторонность западного мира, построенного исключительно на рациональных началах, стихиями духовными, «сердечными» и даже интуитивными. Просвещение русское органически включает в себя и духовные, и рациональные начала. И только поэтому полнее и истиннее западного.

[6] Москвитянин. 1845. № 3.

[7] *Барсуков Н.П.* Жизнь и труды М.П. Погодина. СПб., 1888—1910. Кн. 8. С. 127, 135.

[8] См. примеч. к статье «О характере просвещения Европы...» (*Киреевский И.В.* Критика... С. 277).

В рецензии на повесть Ф. Глинки «Лука да Марья» (также опубликованной в «Москвитянине») Киреевский сетует, что монастырь «перестал быть «центральным вместилищем всех концов общества и живым средоточием всех его умственных движений». Однако критик признает, что «неизбежная необходимость времени» предъявляет новые требования, и, следовательно, простому народу надо расширить свой умственный горизонт, воспринять «новую образованность». Под «новой образованностью» он понимает умение «противустать <...> разрушению народных понятий»[9]. Писатель должен согласить новые понятия с кругом традиционных народных представлений. Поэтому и книги развлекательные, легкие, и книги тяжеловесные, «составленные с целью учить народ тому, что он знает, не приноровленные к его уже готовым понятиям, объясняющие ему частные вопросы науки без отношения к его центральным убеждениям, даже не предполагая их существования и принимая внешнюю необразованность за детскую пустоту бессмыслия», не найдут читателей и окажутся только вредны[10].

Киреевский считает необходимым связать научные познания с христианскими убеждениями народа, с его нравственными основами,[11] полагает, что народ может органически освоить современные научные знания, не теряя при этом своей веры и живого, творческого отношения к жизни. Он уверен, что «до сих пор характер образованности европейской есть чисто рациональный, основанный не на признании высшей истины, но на совокупности личных мнений, на перевесе логики <...> между тем как в <...> нашей образованности логическое мышление составляет только одну зависимую часть умственного убеждения». В таком случае крестьян следует познакомить с рациональным научным знанием, не разрушая их представления о мире, не вторгаясь в сферу нравственных и религиозных убеждений, показывая непротиворечивость целостной картины мира, в которой есть место и религии, и

[9] *Киреевский И.В.* Там же. С. 228—229.

[10] Там же. С. 128.

[11] Позднее это положение разовьет Ю. Самарин в статье «Два слова о народности в науке». А в статье «О народном образовании» он более подробно и ясно изложит точку зрения славянофилов: «У нас думают, что можно пробудить в крестьянине охоту к учению, озадачив его на первых же порах рассказами о предметах самых отдаленных от его обыкновенного круга понятий и действий! Напрасно! У крестьянина так мало досуга, что в жизни его почти нет места для любопытства. Он примет с участием только то, что имеет непосредственное отношение к духовным и нравственным вопросам, близким каждому человеку, особенно же русскому крестьянину, или что применяется к его быту, — иными словами то, что может содействовать к его образованию. Конечно, гораздо легче обдать его массою отрывочных сведений, чем самому научиться новое предлагать ему в связи со старым, уже знакомым ему» (*Самарин Ю.* О народном образовании // Нольде Б. Юрий Самарин и его время. М, 2003. С. 388).

науке. По его мнению, «отношение нашей родной образованности к просвещению западному должно быть совершенно особенное», и писатель, одушевленный идеей просвещения, окажется полезен только тогда, когда «высшим развитием просвещения сама наука станет в гармонию с нашею жизнью».

Совет Киреевского лишен всякой конкретности. Остается непонятно, как науке добиться гармонии с жизнью, какие знания, как и когда следует передавать народу и т.п. Этот тезис перекликается с суждением из «Обозрения современного состояния литературы». Принципиально, что публицист доказывает совпадение двух типов образованности (русской и европейской) в «последней точке своего развития». Итогом развития каждой из них становится «одна любовь, одно стремление к живому, полному, всечеловеческому и истинно христианскому просвещению»[12]. Публицист видит идеал. Но он не знает механизма или способа его осуществления. Собственно, сама идея механизма, искусственного приближения к идеалу кажется ему порочной и противоречащей характеру восточной образованности.

Не соглашаясь с мнениями Киреевского и Погодина, Герцен тем не менее пытается отделить здравую часть их суждений от того, что кажется ему неприемлемым. Исторические разыскания Погодина, считает публицист, были бы новы лет двадцать пять назад. Он комментирует различия между русской и европейской историей, отмеченные Погодиным так: Погодин «ведет к тому результату, что Западу (т.е. одностороннему европеизму) на Востоке (т.е. в славянском мире) не бывать. Но в том-то и дело, что и на Западе этой односторонности больше не бывать: сам г. Погодин очень верно изложил, как новая жизнь побеждала в Европе феодальную форму, и даже заглянул в будущее <...> истина пробивается у г. Погодина сквозь личные мнения».

Так в чем же здесь похвала, в чем заслуга Погодина? Герцен одобряет его добросовестность, признает определенный интерес статьи, но оспаривает и новизну, и правильность рассуждения, и, главное, выводы. Высмеять журнал, относительно корректно отозваться о статьях бывшего и нынешнего его редактора, оспорив все же их мнения, — значит ли это отдать справедливость оппоненту? Герцен соединил в своем материале фельетон и аналитический обзор. Поэтому, несмотря на остроту, спор не получился и получиться не мог. Герцен не видит в статье Погодина предмет для серьезного разговора. Корректность, собственно, в том, что публицист ограничивается легкой иронией, не прибегая к фельетонному высмеиванию (как поступил с тем же Хомяковым). Более

[12] *Киреевский И.В.* Критика и эстетика. С. 228—231, 192.

внимательно отнесся он к мыслям И. Киреевского, отмечая, между прочим, противоположность его с Погодиным: «Г-н Погодин доказывает, что два государства, развивающиеся на разных началах, не привьют друг к другу оснований своей жизни; г. Киреевский стремится доказать, напротив, что славянский мир может обновить Европу своими началами. После живого, энергического рассказа современного состояния умов в Европе, после картины, набросанной смелой кистью таланта, местами страшно верной, местами слишком отражающей личные мнения, — вывод бедный, странный и ниоткуда не следующий!»[13]. Здесь мы действительно видим спор, но опять-таки спор мнений. Ведь точка зрения Герцена, как и точка зрения Киреевского, нуждается в доказательствах. Фельетон же едва ли подходит для выяснения принципиальных философских разногласий.

Впрочем, о роли смеха в литературной полемике высказался Белинский в «Ответе “Москвитянину”». Для него смех — «великий посредник в деле отличения истины от лжи». Он признается, что логически непротиворечивое суждение может быть и ложным, но убедить в этом можно только с помощью смеха. Иллюстрируя свою мысль, он приводит в пример мурмолку, которую стал носить К. Аксаков. Пример взят из жизни, а не из сочинений К. Аксакова, поэтому, несмотря на свою яркость, все же не может служить доказательством.

Заметим здесь, что фельетон — разновидность смеховой коммуникации, относящейся, как и кризисная, к синтетической (смешанной) коммуникации. В данном случае, благодаря своей двунаправленности, смеховая коммуникация выполняет функцию интеграции—дезинтеграции общества, т.е. расставляет идеологические приоритеты. Разумеется, в фельетоне Герцена присутствует когнитивная функция, раскрываются скрытые или дополнительные политические смыслы, выявляются этические и эстетические идеалы и т.п.

Герцен выявляет внутреннее, смысловое несоответствие в «Москвитянине», в частности в статьях Погодина и Киреевского. В данном случае комическое — смех представляет «внутреннее форматирование» смыслового пространства журнальных текстов. Но и сам возникает как реакция на сложившуюся ситуацию, т.е. обладает определенной ситуативностью[14]. Если учесть, что латентный политический кризис в России периодически обострялся и имел информационную составляющую (коммуникативный кризис), то

[13] *Герцен А.И.* Полн. собр. соч.: В 30 т. М., 1954. Т. 2. С. 136—137.

[14] Подробнее о смеховой коммуникации см.: *Петрунин Ю.Ю.* и др. Политические коммуникации: Учебное пособие. М.: Аспект-пресс, 2004. С. 187—195 и далее.

смеховая коммуникация герценовского фельетона была, в известной мере, реакцией на коммуникативный кризис и может рассматриваться также и как кризисная коммуникация, требующая отступления от обычного порядка журналистики. В такой ситуации диалог был бы возможен на уровне смеховой коммуникации, в жанре фельетона. Но публицисты «Москвитянина» качествами фельетонистов не обладали. Философский и литературный спор между Киреевским и Белинским также не имел продолжения.

В 1845 г., как мы уже показали, Киреевский изменил свое отношение к европейскому просвещению, утверждая, что отсутствие античного влияния в русской культуре — вовсе не досадный пробел, а великое благо, избавившее ее от излишнего рационализма. Наследуя Древней Руси, современная Россия оказывается хранительницей начал истинной образованности и цельности. Если раньше ее великая историческая роль только угадывалась, то теперь прояснилась: она должна одухотворить и дать новую жизнь западной цивилизации. Эти идеи Киреевский изложил в «Обозрении современного состояния литературы».

Как же воспринял их Хомяков? В статье «Письмо в Петербург (о железных дорогах)» он объясняет насущную необходимость следовать за Западом в его техническом и научном прогрессе. Но при всем том убеждает читателей в необходимости приспособить все достижения европейские к русскому быту и русской особенности. Критерий, позволяющий отделить необходимое от случайного, полезное от вредного, по мнению публициста, прост: добро и зло. Проследим за ходом его рассуждений. «Есть что-то смешное и даже что-то безнравственное в этом фанатизме неподвижности. В нем есть смешение понятий о добре и зле. Как бы Запад ни скрывал нравственное зло под предлогом пользы вещественной, отвергайте все то, что основывается на дурном начале <...> всякое приведение безнравственности в законный порядок <...> ибо общество может сознавать в себе разврат как нравственную язву, но не имеет права его узаконивать <...> Отвергайте всякое нравственное зло, но не воображайте, что вы имеете право отвергать какое бы ни было умственное или вещественное усовершенствование <...> под тем предлогом, что оно опасно для целости жизни и что оно вводит в нее новую стихию раздвоения <...>. Мы обязаны принять все то, чем может укрепиться земля»[15].

Возражение Киреевскому заключается в признании необходимости постоянного и достаточно серьезного заимствования западных новаций, в признании прав практической жизни. Киреевский видел возможность сближения с западом в достижении духовного

[15] *Хомяков А.С.* Всемирная задача России. СПб., 2008. С. 494.

идеала, который и следовало передать («привить», выражаясь его словами) Европе. Признавая свою связь с Европой и в плане образованности, и в плане быта, он не считает нужным дальше заимствовать у нее. Если раньше (в статье «Девятнадцатый век») в сближении поэзии и жизни подчеркивались залоги будущего, то теперь подчинение словесности истории и науке кажется умалением искусства, самого принципа изящности. Хомяков же сетует на отчуждение русской культуры от западной, на принципиальную неслиянность: заимствованное просвещение рождает раздвоение, ибо западные ценности не согласуются, а то и противоречат русским. «...Ничто нам не досталось даром. Не вошла к нам ни одна стихия науки, художества или быта (от западной философии до немецкого кафтана), которая бы слилась с нами вполне, которая бы не оставила нам глубокого раздвоения»[16]. Вот его-то, раздвоение, и предстоит теперь преодолеть. «Ученики» видели в своем обучении одну лишь обязанность и очень редко и очень немногие — общественную пользу.

Публицист обращается к истокам европейского развития, пытается понять общий закон, объясняющий ход событий, которому и подчиняется Европа. Вот он: «Закон развития общественного лежит в его первоначальных зародышах, а закон развития умственного — в вере народной, т.е. в высшей норме его духовных понятий». Таким образом, разделяется не нравственное и материальное, а общественное и умственное начала, причем умственное связывается с верой. Зародыши общественного развития, вероятно, — первоначальные принципы общественного самоуправления или управления. Придавая просвещению религиозный характер, он приписывает ему «жизненную гармонию», «теплое и свободное излияние души»[17].

Заключение

Диалог и полемика в славянофильском «Москвитянине» уже претендуют на разрешение общественных проблем, а не только литературных. Подобное изменение произошло, разумеется, не только с публицистикой славянофилов. Но это значит только, что сторонники «обновленного “Москвитянина”» не отставали от времени.

Историческая концепция славянофилов основывается на признании ключевыми фактами завоевания на Западе и призвания варягов на Руси. Психологически Запад и Россия принадлежат

[16] *Хомяков А.С.* Всемирная задача России. СПб., 2008. С. 494, 489—490.
[17] *Хомяков А.С.* Полн. собр. соч. Т. I. С. 611, 604—605.

к разным типам, как мы бы сказали — «ментальностям». Запад рационалистичен, он все подчиняет закону. Россия — более сердечна, она живет чувством, а не разумом. Наконец, западной раздробленности противопоставляется славянская (русская) цельность, достигнуть которой способно лишь православное мышление.

Отмеченное выше движение славянофильской мысли от философии познания к философии религии и к философии тождества нельзя считать действием кризисной коммуникации, оно связано с общей эволюцией славянофильства. Но усиление, подчас несоразмерное, элемента веры в публицистике и полемике, конечно, происходило не без влияния кризисной коммуникации. Признавая вопросы веры краеугольным камнем любого научного или публицистического исследования, славянофилы постоянно обращались к ним, использовали их в качестве аргументов в споре. Однако же у их оппонентов — западников подобная тактика вызывала лишь неприятие. Во-первых, им самим эти вопросы были чаще всего неинтересны или безразличны. Во-вторых, православие в их сознании связывалось исключительно с официальной церковью, с властью, с неприятием современного знания. В-третьих, они не могли возражать славянофилам по вопросам веры — и в силу своей неподготовленности, и потому, что обсуждение их было если не запрещено, то очень затруднено и чревато неприятностями с духовной цензурой. Славянофилы же, не учитывая этого, представали перед сторонниками «Современника», «Отечественных записок» и т.п. в невыгодном свете.

Справедливость требует отметить еще одну особенность публицистического диалога славянофилов — их готовность и умение обсуждать «исторические травмы», т.е. те негативные исторические события, которые и народное сознание, и официальная риторика и пропаганда старались вытеснить из памяти, отодвинуть на периферию. Таковы «ковы и крамолы» боярской Руси, неправды времен Иоанна Грозного, поминаемые Киреевским и Хомяковым, ложь Стоглавого собора 1551 г., крепостное право, презрение к личности и т.п. Признание этих фактов, сосредоточение на них общественного внимания, конечно, связано с поисками правды, со стремлением объективно исследовать историю, хотя оценка пороков и преступлений прошлого оказывается не политической, а нравственной.

Список литературы

Барсуков Н.П. Жизнь и труды М.П. Погодина [с прил. подробного указателя ко всем 22 кн.]. Кн. 8. СПб., 1894.

Венгеров С.А. Молодая редакция «Москвитянина». Из истории русской журналистики // Вестн. Европы. 1886. № 2. С. 581—612.

Егоров Б.Ф. А.Н. Островский и «молодая редакция» «Москвитянина» // А.Н. Островский и русская литература. Кострома, 1974. С. 21—27.

Зиновьев И.В. Русская философия диалога: истоки, ориентации, потенциал. Екатеринбург, 2008.

Зубков К.Ю. Молодая редакция журнала «Москвитянин»: Эстетика. Поэтика. Полемика. М., 2002.

Инговатова И.Г. Запад-Восток: к феноменологии диалога (поиск методологических оснований). URL: http://elib.altstu.ru/elib/books/Files/pa1999_1/pages/32/pap_32.html

Нольде Б. Юрий Самарин и его время. М., 2003.

Петрунин Ю.Ю. и др. Политические коммуникации: Учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2004.

Погодин М.П. Историко-критические отрывки. М., 1846.

Сартаков Е.В. «Выбранные места из переписки с друзьями» Н.В. Гоголя и публицистика «Москвитянина» (1841—1846 гг.): к постановке проблемы // Русская литература и журналистика в движении эпох. Ежегодник кафедры истории русской литературы и журналистики. М.: Факультет журналистики МГУ, 2012.

Сартаков Е.В. Выбранные места из переписки с друзьями» Н.В. Гоголя в контексте публицистики «Москвитянина»: Россия — Запад // Медиаскоп. 2012. Вып. 4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1234

Тынянов Ю.Н. Журнал, критик, читатель и писатель. НР. Поэтика. История литературы. Кино. М., 1977.

Шпагин С.А. Славянофилы и «Москвитянин» // История, экономика, культура, общественная мысль России. Томск, 1997.

Поступила в редакцию
14.11.2013

С.Г. Коростелёв, аспирант кафедры литературно-художественной критики и публицистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: sgkorostelev@gmail.com

СТАТЬЯ М. ГОРЬКОГО «ДВЕ ДУШИ» КАК ПОЛЕМИКА С НЕОСЛАВЯНОФИЛАМИ

В июне 1915 г. в Москве вышла книга В.Ф. Эрна «Время славянофильствует». В декабре 1915 г. в Петрограде вышел первый номер журнала «Летопись», где была опубликована статья М. Горького «Две души». В статье этой была скрытая полемика с неославянофильскими, националистическими и «оборонческими» воззрениями, распространившимися с началом Первой мировой войны в среде русских идеалистических философов в частности и в определенных слоях русской интеллигенции вообще.

Ключевые слова: *Горький, Эрн, «Две души», «Летопись», Первая мировая война.*

In July 1915 V.F. Ern published the book «The Time is Slavophilizing» in Moscow. The first issue of the magazine «Letopis» with the article of M. Gorky «Two souls» was published in December 1915 in Petrograd. This article presented the hidden polemics with neoslavophile, nationalist and «defensist» views that expanded with the beginning of the World War I amongst the Russian idealistic philosophers in particular and in certain sectors of the Russian intelligentsia in general.

Key words: *Gorky, Ern, «Two souls», «Letopis», the World War I.*

Введение

К 1914 г. в среде русских идеалистических философов был создан достаточно прочный теоретический фундамент славянофильства, готовый для применения в новых исторических контекстах. Неославянофилами помимо Эрна были, прежде всего, В.В. Розанов, В.И. Иванов и С.Н. Булгаков. Кроме того, под сильным влиянием славянофильства находились Н.А. Бердяев и — в некоторой степени — С.Л. Франк и М.О. Гершензон. К ним можно еще добавить С.М. Соловьёва — племянника знаменитого философа и поэта [Хеллман, 1989, с. 211—239].

Подобно тому, как Крымская война 1853—1856 гг. была воспринята как наглядное подтверждение глубокого конфликта между Востоком и Западом, так и новая большая европейская война, которую современники в Европе называли Великой, а современники в России — Второй отечественной, или германской[1], стала катали-

[1] Термин «Первая мировая война» утвердился в мировой историографии только после Второй мировой войны 1939—1945 гг. См.: *Залесский К.А.* Первая мировая война. М.: ФИВ, 2013.

затором к ренессансу славянофильства. Впрочем, славянофильство второй половины 1910-х гг. приобрело, разумеется, свои отличительные черты, о чем мы поговорим ниже.

Статью Горького «Две души»[2] можно считать программной. Она стала своеобразной философской и теоретической основой, определившей все направление «Летописи» (1915—1917). Сквозь призму этой статьи можно рассматривать все публиковавшиеся в журнале материалы: беллетристику и художественную критику, научные статьи и политическую аналитику. Полемический пафос «Двух душ» усиливало то, что опубликованы они были в новом печатном органе, фактическим редактором которого был сам Горький и который стоял на социал-демократических, антивоенных, «пораженческих» позициях. Содержавшая сокровенные мысли писателя о русском народе, развитии страны и ее роли в мировом историческом процессе статья подтолкнула русское общество к новым ожесточенным спорам о целесообразности и справедливости участия России в Первой мировой войне.

Горький и неославянофилы

Новые общественно-политические реалии, расстановка сил в Первой мировой войне диктовали неославянофилам другие воззрения по сравнению с тем, что проповедовали А.С. Хомяков и И.В. Киреевский. Так, война больше не рассматривалась как противостояние Востока и Запада, по крайней мере в строгом смысле. Война считалась противостоянием духовности и материализма, христианского смирения и надменности, высокой миссии в будущем и гибели. Иными словами, война была спровоцирована причинами не экономическими и политическими, а в первую очередь идеологическими[3].

Запад распался на два блока: принадлежность к тому или иному политическому альянсу обусловила в глазах неославянофилов соотношение истинного христианства и рационализма в разных странах. В союзных России Англии, Франции и Бельгии не все

[2] Летопись. 1915. № 1. С. 123—135.

[3] Реальными причинами войны следует считать имперско-колониальные амбиции ведущих держав. Англия отстаивала свое мировое господство в первую очередь на море, которого Альбион достиг еще в эпоху войн с Наполеоном; Франция желала вернуть себе Эльзас и Лотарингию. Что же касается России, то помимо спасения братьев-сербов, а также традиционных планов по укреплению позиций на Балканах, русское правительство манили Константинополь и — после предполагаемого разгрома союзной Германии Оттоманской империи (Турции) — контроль над проливами Босфор и Дарданеллы. То, насколько уязвима Россия, пока доступ в Черное море открыт для ее врагов, наглядно показала уже упоминавшаяся нами Крымская война.

еще было потеряно. Секуляризация, как считали неославянофилы, не успела еще затронуть центральные органы, и народы этих стран сохранили в глубине связь с «истинно-Сущим». Это была Европа, которая считала себя материалистической, но которая в момент катастрофы оказалась идеалистической и верующей.

Другое дело — Германия[4]. Именно в немецкой нации, с точки зрения Эрна и его единомышленников, бунт человека против Бога принял самые вызывающие формы. Германия была самой обмещанившейся страной: ее жителям не хватало скромности, зато они предавались смертным грехам самоуверенности, гордости и тщеславия. Немцы преклонялись перед земными богатствами и физической силой.

Еще одной сверхзадачей было для немцев построение всеобъемлющего государства. Когда в результате франко-прусской войны 1870—1871 гг. Бисмарк покончил с затянувшейся «феодальной раздробленностью» Германии и провозгласил империю, гегемонистские устремления на европейском континенте, издавна царившие в среде немецкой аристократии и военщины, обрели под собой более твердую почву. Прежняя страна Гёте и Шиллера, констатировали неославянофилы, не имела уже ничего общего с государством «крови и железа».

Вся немецкая интеллигенция, утверждали Эрн и другие идеалисты, несла ответственность за развитие немецкого общества в последние десятилетия перед войной. Химики, юристы, экономисты, социал-демократы, историки, антропологи, философы, демократы, писатели — все якобы участвовали в разжигании милитаристского, нечеловеческого духа у немцев. Общее сознание нации систематически подготавливалось к войне, от игры детей в «солдатики» до мобилизации науки. В результате в 1914 г. Германия, как писал Бердяев, выставила мощную армию с «автоматическими массами войска, превращенными в современный механизм, вооруженными совершенной техникой и в совершенстве дисциплинированными» [Хеллман, 1989, с. 220].

Демонизации врага в неославянофильских кругах уделялось много внимания. Распространились слухи, что немцы отрубают руки у подростков в оккупированной Бельгии. С позволения кайзера Вильгельма немецкие солдаты насиловали полячек, чтобы смешать польскую кровь с тевтонской и таким образом «губить

[4] Православная Россия воевала в союзе с католической Францией против протестантской Германии. И если раньше предпочтение в России отдавалось в основном протестантизму как меньшему из зол, то теперь пришлось пересматривать старые концепции. Удобно было ссылаться на В.С. Соловьёва, который, как известно, испытывал сильное влечение к католицизму и даже мечтал о воссоединении двух церквей.

расу». Австрийские солдаты ставили себе защитную ограду из женщин и детей против русских пуль, и т.д.

Русский характер объявлялся полной противоположностью германскому. Для неославянофилов русские были «Христоносцами», которым были присущи скромность, простота, кротость, смирение, жалость, дух благородства, самоотверженность. Одной из целей России в войне, вернее, ее призванием, было воссоединение славянства — всех славянских народов, в том числе и поляков-католиков, не говоря уже о православных[5].

Главным препятствием для осуществления немецкого мирового господства было, таким образом, славянство; главный конфликт в войне — столкновение Германии и России. «Гордая, материальная, внешняя идея германская сталкивается с смиренной, духовной и внутренней идеей русской», — писал Эрн [Хеллман, 1989, с. 225]. Уже для славянофилов было очевидно, что Запад презирает и ненавидит Россию и что он хочет ассимилировать и уничтожить славян.

Неославянофилы утверждали, что экономически Россия уже на пороге того, чтобы считаться немецкой колонией. По Бердяеву и Булгакову, почти всеми своими национальными «болезнями» Россия «заразилась» от Германии: все корни политической реакции, империализма и даже бюрократии были у нас немецкими [там же, с. 226].

Военные цели России представлялись как исключительно идеалистические. Опять, как в 1812 г., на ее долю выпала бескорыстная жертвенная миссия — спасти Европу от нее самой. Конечный смысл войны представлялся неославянофилам чистилищем европейской цивилизации. За гибелью современной Германии должен был последовать общеевропейский катарсис с социальным выздоровлением и духовным возрождением[6].

В целом неославянофилы были охвачены тем же историческим оптимизмом, что и их предшественники. Критически (не сказать — пессимистически) настроенному Горькому был глубоко чужд неославянофильский идеализм, апология православия, русской души и т.д. Горькому дико было слышать восторженные отзывы, приветствующие эту войну, — как в самой России, так и в странах Европы[7].

[5] Предательство Болгарии, присоединившейся к Германии и Турции и поставившей под сомнение русско-сербскую идею панславизма, было поэтому воспринято особенно болезненно.

[6] Более подробно об атмосфере в русском обществе в период войны см.: *Hellman B.* Poets of hope and despair. The Russian symbolists in war and revolution (1914—1918). Helsinki, 1995.

[7] Во Франции, например, войну приветствовали те, кто мечтал покончить с Германией как с сильным и успешным соседом-конкурентом. Географ Э. Реклю — после поражения немецкой армии — предлагал, например, наложить на Германию контрибуцию в размере 101 миллиарда и распределить всю сумму на 101 год, чтобы будущие поколения Германии чувствовали всю тяжесть преступления своих

Для Горького и его соратников в среде русской революционной демократии война стала крахом надежд на интернациональное братство рабочих всего мира. Многие лидеры и видные деятели социал-демократических партий в Европе (Э. Вальян и Ж. Гед во Франции, Г. Гайндман в Англии, К. Каутский в Германии, Л. Биссолати в Италии, Г.В. Плеханов в России и т.д.) заняли оборонческие позиции, призывая к защите отечества. Лидер бельгийской рабочей партии Э. Вендервельде вошел в 1914 г. в состав буржуазного правительства своей страны. Парламентская фракция немецких социал-демократов почти единогласно проголосовала за кредиты на войну[8].

В письме М.Ф. Андреевой от 22 сентября 1914 г. Горький негодовал: «Товарищи с[оциал]-д[емократы] в Берлине хвастаются, что треть немецкой армии состоит из социал-демократов, то есть целые дивизии “товарищей”. Товарищи в Париже, Риме, Лондоне, Брюсселе — знают это. Товарищ Жан изувечит товарища Ганса — как они встретятся потом, как можно говорить об интернационализме интересов демократии? Интернациональный социализм — убит. Мы вступаем в эпоху социализма национального. <...> ...мировая катастрофа, крах европейской культуры»[9].

Все неославянофильские идеи вплоть до антинемецкой истерии, которую они провоцировали, для Горького были неприемлемы: «Травля немцев носит совершенно сумасшедший характер, хотя националисты оперируют идеями Фихте, Шеллинга, Шлейермахера. <...> Война почти популярна в чайных, в дешевых трактирах и на улице, популярна потому, что немец — мастер на фабрике, инженер, директор; немец — управляющий имением, полицейский, чиновник, генерал. Немец вообще более ловок и умен, чем русский, а мы, Русь, любуясь ловкими и умными людями, — не любим их»[10].

отцов. А один поэт, Р. Поншон, облек требования контрибуции даже в стихотворную форму:

Мы их разоружим и таким путем,
Что в течение долгого времени
Эти отвратительные звери
Больше не вылезут из своих берлог.
Они нам заплатят военные миллиарды,
Хотя бы им пришлось
Сто лет подряд есть одну картошку
Или хлеб

(*Лозовский А.* Литература о будущем мире (Письмо из Франции) // Летопись. 1915. № 1. С. 208—221).

[8] Горький и журнал «Летопись» // Горький и русская журналистика начала XX века. Неизданная переписка. М.: Наука, 1988. С. 922.

[9] Там же.

[10] Горький — Войтинскому. 13 декабря 1914 г. // Горький и журнал «Летопись»... С. 926.

Вполне здоровые чувства патриотизма и национальной гордости, появившиеся в первые месяцы войны, краткий период единения вокруг императора Николая II, вскоре трансформировались в неустойчивом русском обществе в радикальный правый национализм. Горький относился к этим крайним проявлениям национального самосознания негативно: «Шовинистическое настроение заметно понижается, но <...> это — у интеллигенции, настроенной критически, т.е. у меньшинства, большинство же тянется за Струве и "Биржевкой", за Булгаковым и "Утром России". Общественное мнение создают именно эти органы при помощи языков и перьев Вяч. Иванова[11], Булгакова, Эрна, Л. Андреева, Струве[12] и прочих, имя же их — легион. Все вчерашние анархисты, а ныне патриоты и государственники»[13].

Для Горького противостояние славянофильства и западничества не потеряло своей остроты и в 1910-е гг., тогда как, например, В.С. Соловьёв предрекал «упразднение этого спора» [Соловьёв, 1990, с. 315] и «упразднение *в идее* самого многовекового исторического раздора между Востоком и Западом» [там же]. Соловьёв приходит к такому выводу через представление о православии как об истинном христианстве. Роль России, по его мнению, состоит в примирении Востока и Запада: «И не придумана для России эта обязанность и это назначение, а даны ей христианскою верою и историей» [там же, с. 316]. Таким образом, в «Двух душах» можно также отыскать скрытую полемику с Соловьёвым, ибо никакого примирения Востока и Запада на русской почве Горький не хотел — он просто не видел для этого решительно никакой возможности. Чтобы ответить на очередной страшный вызов Истории, Россия, по мысли Горького, должна была, очевидно, вырваться из пут Востока и найти свое спасение в сближении с Западом[14].

[11] В статье В. Иванова «Вселенское дело» утверждалась мистическая, вселенская, божественная миссия России в войне, а Германия объявлялась носительницей «духа Антихриста».

[12] Здесь Горький имеет в виду, по всей видимости, «шовинистические» статьи — «Великая Россия и святая Русь» П.Б. Струве, «Русские думы» С.Н. Булгакова и др., в основу которых легли доклады, прочитанные на заседании религиозно-философского Общества памяти В.С. Соловьёва в Москве 6 октября 1914 г. (Горький и журнал «Летопись»... С. 927—928).

[13] Там же. С. 926.

[14] Должно быть, еще непримиримее было отношение Горького к горячо обсуждавшимся в 1880-е гг. идеям Н.Я. Данилевского, сформулированным им в работе «Россия и Европа. Взгляд на культурные и политические отношения славянского мира к германо-романскому» (1871). Данилевский полагал, что европейский мир оставил далеко позади наивысшую точку своего расцвета и что ему на смену идет восточнославянский культурно-исторический тип. Интересно, что после смерти Данилевского оппонентом его идейного преемника Н.Н. Страхова был и В.С. Соловьёв, который «проповедовал» своеобразный экуменизм, а незадолго до смерти, вероятно, перешел в католичество.

«Две души»

Все эти идеи и настроения нашли отражение в «Двух душах» и — шире — в первых номерах «Летописи» вообще, ибо журнал этот и задумывался Горьким как площадка для идеологической борьбы[15].

Статья построена по принципу антитезы и параллелизма разного рода понятий, распадающихся на два категориальных блока: Восток (Азия) и Запад (Европа).

Под *Востоком* понимается некая область, совпадающая — в представлении Горького — с определенными географическими, геополитическими и конфессиональными границами мира[16], где наблюдается торжество «начал эмоциональных, чувственных над началами интеллекта, разума»[17]. Восток, по словам Горького, «предпочитает исследованию умозрение, научной гипотезе — метафизический догмат. <...> Человек Востока — раб и слуга своей фантазии»[18]. «Восток создал аскетизм, монашество, отшельничество и все иные формы бегства от жизни, мрачного отрицания ее. <...> Восток отрицает все формы социальной и политической организации. <...> Религиозная нетерпимость, фанатизм, изуверство — это тоже продукты эмоций Востока»[19]. Горький приписывает Востоку почти метафизический страх перед разумом, естественным образом препятствующий прогрессу и дальнейшему развитию цивилизации.

[15] К примеру, в письме к И.М. Касаткину от 28 мая 1915 г. Горький отмечал: «Сейчас необходим орган, который питал бы провинцию и вообще Русь идеями, способными организовать общественное самосознание <...>. Война, несомненно, усилит националистические настроения и мысли правящих классов, но можно ожидать, что она понизит национальный шовинизм демократий» (Горький — И.М. Касаткину. 28 мая 1915 г. // Горький М. Полн. собр. соч. Т. 11. С. 176). Характерно, что на страницах «Летописи» идейных противников журнала часто так и называли — славянофилами, тогда как сторонников — западниками.

[16] Географически Горький отождествляет Восток со всем азиатским континентом (Ближний Восток, Индия, Китай и т.д.), включая и Россию. К Востоку, следовательно, можно отнести (хотя бы формально) и те территории Восточной Европы, которые входили в состав Российской империи. С другой стороны, трудно, конечно, причислить к Востоку входившие в империю Романовых Польшу и Финляндию. Имеются в виду, вероятно, исконно русские земли, на которых исторически формировалось Московское царство — Восточно-Европейская, она же Русская, равнина и т.д. Можно также предположить, что религиозно с Востоком связано мусульманство, буддизм, иудаизм, даосизм, конфуцианство, синтоизм и другие верования народов азиатского континента. Кроме того, добавляя сюда Россию, добавим также и восточное христианство, т.е. православие. Методом исключения к «религиям Запада» можно тогда причислить католицизм, а также многочисленные разновидности протестантизма — лютеранство, кальвинизм и пр.

[17] Летопись. 1915. № 1. С. 123.

[18] Там же.

[19] Там же. С. 124.

Запад, судя по тексту статьи, отождествляется Горьким исключительно с (*Западной*) *Европой* — по крайней мере, упоминания Америки (Соединенных Штатов) нигде нет. Европеец для Горького — «вождь и хозяин своей мысли»[20]. Люди Западной Европы овладевают «энергией природы посредством изучения ее. <...> Задача европейской науки — освободить личность из плена догмата, суеверий, предрассудков, из тисков подневольного труда и претворить освобожденную физическую энергию в духовную»[21], т.е. осуществить всё то, на что неспособны люди Востока. Ибо, к сожалению, только для Европы «характерна резко выраженная ею активность ее жизни, ее культуры»[22]. Горький не скупится на комплименты: «Лозунги Европы — равенство и свобода, на основаниях изучения, знания, деяния»[23]; «Люди Запада давно уже доросли до планетарного смысла труда»[24].

Горький подчеркивает, что он ни в коем случае не говорит о превосходстве наций и рас — монголов, арийцев, семитов. Он противопоставляет только лишь «два различных мироощущения, два навыка мысли, две души»[25]. По сути своей они одинаковы, считает Горький, но по ряду причин «большинство человечества еще не изжило древнего страха пред тайнами природы, не возвысилось до уверенности в силе своей воли, не чувствует себя владыкой своей планеты»[26].

Магометанина, подчиняющегося покорно Року и говорящего: «Кисмет»[27], Горький противопоставляет европейцу Ромену Роллану, который гордо заявляет: «Француз не знает Рока». Уверенного в силе своего разума англичанина Содди[28] — китайцу Лао-Си, утверждавшему, что бездеятельность полезнее всего, ибо «когда все сделаются бездеятельными, на земле наступит полное спокойствие»[29]. Даже сами восточные мыслители, считает Горький, «признают преимущества западноевропейской культуры и понимают мрачные стороны культуры Востока»[30].

В точном соответствии с оппозицией «Восток — Запад» Горький поляризует целый комплекс понятий, как то: пассивность — активность, бессознательность — сознательность, стагнация — развитие. В этом же контексте Горький рассматривает и различные формы социально-политической организации общества. Восток объявляется родиной такого политического режима, как тирания[31] (вернее — деспотия) и косвенно связывается с такой формой политического устройства, как монархия. Запад же (впервые — греческий полис) объявляется родиной демократии и косвенно связывается с республикой. Всевозможные гражданские права, равноправие членов общества, выборность и сменяемость власти становятся, таким образом, достижениями Запада. Продукты же Востока — анархическое «бегунство», странничество, отрицающее все формы социальной и политической организации, а также скопчество, «стремящееся прекратить размножение человеческого рода»[32]. Все эти негативные черты Россия так или иначе унаследовала именно в силу своих восточных корней. Московское государство, считает Горький, как раз и создавалось «по образу и подобию» восточных деспотий.

Горький использует также и культурологические примеры в защиту своей позиции. Сначала обращается к «анархизму отчаяния»[33] «Записок из подполья» как к квинтэссенции творчества Достоевского и чуть ли не всей русской литературы[34]. Затем критикует немецкий романтизм и его классических представителей — Новалиса, Тика[35].

Едва ли не все беды многострадальной России проистекают, на взгляд Горького, из азиатчины, заполонившей наше сознание: «Ум дряхлого Востока» наиболее тяжко и убийственно действует в нашей, русской жизни»[36]. «Мы, как и жители Азии, люди красивого слова и неразумных деяний; мы отчаянно много говорим, но мало и плохо делаем. <...> На Западе люди творят историю, а мы все еще сочиняем скверные анекдоты»[37]. Горький снова обращается к проблемам «обломовщины», не раз находившимся в центре внимания русской мысли, в частности русской классической литературы, и утверждает, что нам нужно очень многому учиться у дея-

[20] Там же. 1915. С. 123.
[21] Там же.
[22] Там же. С. 124.
[23] Там же. С. 125.
[24] Там же. С. 126.
[25] Там же.
[26] Там же.
[27] Кисмет (арабск.) — в исламе: судьба, ниспосланная Аллахом человеку.
[28] Содди Фредерик (1877—1956) — английский радиохимик, член Лондонского королевского общества (1910), лауреат Нобелевской премии по химии (1921).
[29] Летопись. 1915. С. 125.
[30] Там же. С. 126.
[31] «...жестокость к рабам и раболепие перед владыками...<...> это от Востока» (Летопись. 1915. № 1. С. 133).
[32] Там же. С. 124.
[33] Там же. С. 129.
[34] Современная русская литература, по мнению Горького, пронизана все теми же настроениями и даже создала следующую поэтическую формулу: «Ради мгновения свободы стоит выкинуть за форточку всю вселенную с ее жалкой пользой» (там же. С. 130).
[35] Здесь же, правда, Горький дает высокую оценку так называемому «социальному романтизму» (там же. С. 131) Шиллера, Байрона, Гюго.
[36] Там же.
[37] Там же. С. 132.

тельных и процветающих западных «Штольцев»: «Нам нужно бороться с азиатскими наслоениями в нашей психике, нам нужно лечиться от пессимизма»[38].

У русского человека, заключает Горький, как бы две души: «...одна от монгола-кочевника, мечтателя, мистика, лентяя, убежденного в том, что <...> “против Судьбы не пойдешь”, <...> а рядом с ней живет душа славянина, она может вспыхнуть красиво и ярко, но недолго горит»[39].

Как мы видим, и в западничестве Горького были свои «отступления» от «канонов» XIX в. С самым ярким представителем раннего западничества П.Я. Чаадаевым Горького роднит убеждение в том, что именно интеграция в Западную Европу и приобщение к ее ценностям должны стать магистральной линией развития России в будущем, но есть и важное, бросающееся в глаза отличие. Согласно Горькому, Россия — часть Востока, а русские — азиаты по своему мировоззрению, тогда как Чаадаев наоборот подчеркивал акцентированную ориентацию нашей страны на Европу: «Мы живем на востоке Европы — это верно, и тем не менее мы никогда не принадлежали к Востоку. У Востока — своя история, не имеющая ничего общего с нашей» [Чаадаев, 1991, с. 150]. Чаадаев обозначает несколько доводов, почему Россию никак нельзя причислить к Востоку: это, во-первых, тот факт, что духовное начало, неизменно подчиненное светскому, никогда не утверждалось у нас на вершине общества; во-вторых, исторический закон и традиции никогда не завоевывали в России исключительного господства; в-третьих, нравственной иерархии у нас никогда не было [там же]. Мы видим, таким образом, что Чаадаев вкладывает в понятие Востока несколько иной смысл, что позволяет ему заключить: «Некоторые из наших областей, правда, граничат с государствами Востока, но наши центры не там, не там наша жизнь, и она никогда там не будет, пока какое-нибудь планетное возмущение не сдвинет с места земную ось или новый геологический переворот опять не бросит южные организмы в полярные льды» [там же, с. 150—151].

«Две души» имели большой резонанс; статья вызвала отклик многих ведущих публицистов: Е.Н. Чирикова в «Современном мире» («Неразбериха»), Л.Н. Андреева в «Современном мире» («О “Двух душах” М. Горького») и «Русской воле» («Горе побежденному!»), Н.А. Бердяева в «Утре России» («Азиатская и европейская душа»), А.С. Изгоева в «Русской мысли» («Летописные скандалы»), А. Волынского в «Биржевых ведомостях», С.С. Кондурушкина в «Речи»

[38] Летопись 1915. № 1. С. 132.

[39] Там же.

(«Чужой ум»), С.Д. Лобанова в «Ежемесячном журнале», Иванова-Разумника в «Русских ведомостях» («Земля и железо») и т.д.

Так, Андреев и Чириков в «Современном мире» приписали Горькому «беспросветный пессимизм» и обвинили его чуть ли не в пособничестве милитаристской Германии. Обе статьи были подробно пересказаны во многих газетах и журналах, радостно сообщавших о разрыве Горького и социал-демократов. И Чириков, и Андреев были убежденными «оборонцами», идеи «пораженчества», прозвучавшие в статье Горького, вызвали их резкий отпор.

Мало кто не только увидел в «Двух душах» критику негативных черт русского народа, но и прочувствовал сильный эмоциональный заряд, направленный против мировой войны. Кроме того, статья Горького, несомненно, содержала еще и обращенный к русским призыв: «Станьте лучше!». На эту сторону «Двух душ» обратил внимание критик, востоковед-иранист В.Г. Тардов, выступавший в печати под псевдонимом Т. Ардов: «Я не могу спокойно слышать, когда говорят, что статья Горького не содержит в себе ничего, кроме обычной “интеллигентской” психологии. Нет, на мой взгляд, она содержит гораздо больше. Она содержит героическую смелость, решающуюся дерзким криком нарушить этот Вальтасаров пир, что совершается в России, и в то время, как огненная рука уже чертит на стене: “мани, текел, фарес”. И она содержит в себе острую боль за Россию»[40].

В мартовском номере «Летописи» вышла статья Горького «Письма к читателю»[41]. Горький не стал нужным отвечать «собратьям по перу»[42], а сконцентрировался на реакции простых читателей: от них в редакцию пришло много писем. Горький «желал бы сообщить результаты “ума холодных наблюдений и сердца горестных замет” грамотному и вдумчивому русскому обывателю через головы гг. литераторов»[43]. Он ссылается на вышедшую в 1913 году в Праге работу профессора Масарика[44] «Россия и Европа», а также на книгу В.Ю. Яблоновского[45] «Две культуры», где проводится

[40] «Хочу в Россию, где всё чудесно переменилось...». Письма Н.Н. Суханова — Горькому // Горький в зеркале эпохи. Неизданная переписка. М.: ИМЛИ РАН, 2010. С. 398.

[41] Летопись. 1916. № 3. С. 171—178.

[42] Там же. С. 171.

[43] Там же.

[44] Масарик Томаш (1850—1937) — чешский ученый и политик, профессор чешского университета в Праге. В 1900—1920 гг. руководил Либеральной чешской народной, затем Прогрессистской (реалистической) партией. С наступлением мировой войны Масарик встал на сторону Антанты. В 1918—1935 гг. — президент Чехословакии.

[45] Яблоновский Владислав Юлианович (1865—1956) — депутат Государственной думы Российской империи.

различие между Востоком и Западом, где, в частности, утверждается, что первый культивирует в человеческой психике пессимизм, а второй — оптимизм.

Горький апеллирует уже даже к чисто экономической привязанности России к Западу и констатирует с досадой, что мы «по-прежнему пытаемся отстоять свою самобытность, основная черта которой — наше бесправие, безволие. <...> Нам необходимо заботиться не о мистической “последней свободе”, а о завоевании простейших гражданских прав»[46].

Горький решительно осуждает «маниловский»[47] патриотизм. Как всегда бывает накануне катастрофы, громче колокольно-медного звона раздавалось «хвастовство русской мощью», «бескорыстием русской души» и прочими качествами, «присущими исключительно нам»[48]. Но война вскрыла все язвы, военные тяготы показали отсутствие гражданских чувств и добродетелей. С началом войны в русском обществе начался настоящий пир во время чумы: «кабаки и театры битком набиты, развилась маниакальная страсть покупать предметы роскоши, ювелиры торгуют великолепно»[49]. Горький наблюдает повсеместно нравственную, культурную деградацию: «первым признаком этого я считаю отсутствие талантливых людей почти во всех областях деятельности»[50].

Кроме того, Горький напоминает, что Россия — это не Петербург и не Москва, что нужно признать, что русская провинция живет, как и прежде, сонной, мечтательной жизнью, надеется «на помощь откуда-то извне, со стороны»[51]. Однако «несколько лет назад народ сделал стихийную, но мощную попытку развязать себе руки, разжать уста. Попытка эта кончилась неудачей, но ее все-таки необходимо оценить высоко, ибо она была первым за всю нашу историю напряжением воли всего народа»[52]. Первая русская революция 1905—1907 гг. по понятным причинам описывается Горьким несколько завуалированно, тем более что в конце статьи он намекает на *еще одну попытку*: «Нам необходимо сделать некое усилие воли, дабы встать на ноги и дружно взяться за дело самозащиты от врагов ближайших к нам»[53].

В «Двух душах» Горький запечатлел свое видение той проблемы, что волновала философов рубежа XIX—XX вв.: какова роль и каково место России, занимающей срединное положение между Востоком и Западом, в мире, какая из сил определяет своеобразие русской жизни и особенности русского национального характера. В статье Горький проявил себя сторонником «неозападничества» как некой оппозиции течению, распространившемуся с началом Первой мировой войны среди русских идеалистических философов и впоследствии получившему название неославянофильства.

[46] Летопись. 1916. № 3. С. 173.
[47] Там же.
[48] Там же.
[49] Там же. С. 174—175.
[50] Там же.
[51] Там же.
[52] Там же. С. 175—176.
[53] Там же. С. 177.

Список литературы

Залесский К.А. Первая мировая война. М.: ФИВ, 2013.

Соловьёв В.С. Три речи в память Достоевского // Соловьёв В.С. Сочинения: В 2 т. 2-е изд. М.: Мысль, 1990. Т. 2.

Хелльман Б. Когда время славянофильствовало. Русские философы и Первая мировая война // Studia Russica Helsingiensia et Tartuensia. Проблемы истории русской литературы начала XX века. Helsinki, 1989.

Чаадаев П.Я. Апология сумасшедшего // Чаадаев П.Я. Избранные сочинения и письма. М.: Правда, 1991.

Hellman B. Poets of hope and despair. The Russian symbolists in war and revolution (1914—1918). Helsinki, 1995.

Поступила в редакцию
03.02.2014

О.Д. Минаева, кандидат исторических наук, заведующая кафедрой истории и правового регулирования отечественных СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: iprosmi@yandex.ru

«МОЖЕТ ЛИ БАБА СПРАВИТЬ МУЖИЧЬЮ РАБОТУ?» ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОПАГАНДЫ В СОВЕТСКИХ ЖУРНАЛАХ ДЛЯ ЖЕНЩИН 1920-х гг.

В статье анализируется содержание центральных советских журналов «Работница» и «Крестьянка» 1920-х гг. Рассматриваются специфические задачи и приемы производственной пропаганды для женской аудитории.

Ключевые слова: *история советской журналистики, журналы «Работница» и «Крестьянка», равноправие советских женщин.*

The article analyzes the central soviet magazines «Rabotnitsa» and «Krestyanka» in the 1920s. This article also examines the specific tasks and techniques of propaganda aimed at a female audience.

Key words: *the history of the soviet media, the soviet magazines Rabotnitsa and Krestyanka, women's and men's equal rights.*

Введение

Исследование содержания двух популярных советских журналов для женщин — «Работницы» и «Крестьянки» — безусловно, требует междисциплинарного подхода. Эти журналы входили в систему партийно-советских СМИ, а значит, важно иметь в виду все особенности функционирования этой системы. Большинство исследований по истории журналистики[1], написанных в советский период, умалчивают о таких существенных аспектах, как, например, цензурный контроль или методы партийного руководства печатью. Поэтому, анализируя, казалось бы, локальную тему, относящуюся к истории журналистики 1920-х гг., важно иметь в виду ее современные оценки [Тобольцева, 2004].

Об истории советских журналов для женщин не так много научных исследований. В диссертации Е.Ю. Коломийцевой[2], рассматривающей развитие женской прессы на протяжении всей истории российской журналистики, в том числе и современной, советскому периоду (с 1917 по 1990-е гг.) посвящен один параграф. Партийно-советские издания для женщин, конечно, не соответствовали критериям «универсального» журнала: политематического по характеру информации и стремящегося к максимально полному охвату всех возможных сфер и интересов женской аудитории[3]. Наоборот, они как раз и отличались тем, что полностью игнорировали традиционные запросы своей аудитории, выполняя пропагандистские задачи.

В монографии «Отечественные женские журналы: историко-типологический аспект» [Смеюха, 2011] также рассматриваются все три века российской журналистики и система женских журналов РФ, но в историко-типологическом аспекте. В.В. Смеюха анализирует женскую прессу с точки зрения аудиторного и тематического признаков, а также выделяет типичные для каждого периода модели женской периодики. Однако задачи ее работы не требовали глубокого исследования специфики партийно-советской системы изданий для женщин и содержания наиболее известных журналов.

Исследование такого значительного тематического направления советской печати, как производственная пропаганда, требует сочетания различных общенаучных и конкретных методов историко-филологического анализа[4]. Структурно-функциональный метод позволяет анализировать содержание и методы партийного руководства печатью для женщин, а также рассматривать внутренние механизмы деятельности редакций женских изданий. Анализ содержания периодики требует применения контент-анализа. Уместно вспомнить и о дискурс-анализе. Представляется удачным такое определение специфики дискурс-анализа в исследованиях по журналистике: формула «дискурс = текст + контекст»[5].

Проблемно-хронологическое исследование базируется на сплошном изучении подшивок выбранных изданий за период с 1917 по 1941 г. Особое внимание обращалось на так называемые спецномера: к годовщинам Октябрьской революции, 8 марта, юбилеям «Работницы» и «Крестьянки».

[1] См., например: *Минаева О.Д., Варнакова Г.С.* История советской журналистики. Печатные труды преподавателей факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Библиографический указатель (1952—2013). М.: Ф-т журналистики МГУ, 2013.

[2] *Коломийцева Е.Ю.* Формирование женского универсального журнала в отечественной журналистике XVIII—XX веков: Дисс. ... докт. филол. наук. Армавир, 2008.

[3] Там же. С. 17.

[4] Хотелось бы отметить работы, посвященные методологии исследований журналистики: «Методика изучения периодической печати» / Под ред. Б.И. Есина. М., 1977; *Зайцев Е.* Дискурс-анализ — это анализ дискурса? // Медиальманах. 2004. № 4—5. С. 50—59; *Головин Ю.А.* Типологические особенности журнальной периодики // Современная пресса: теория и опыт исследования. Ежегодник 2012. М.: Факультет журналистики МГУ, 2012. С. 292—309; *Фролова Т.И.* Динамика стратегий в социальном дискурсе // Современная пресса: теория и опыт исследования. Ежегодник 2012. М.: Факультет журналистики МГУ, 2012. С. 226—257 и др.

[5] См.: *Зайцев Е.* Дискурс-анализ — это анализ дискурса? // Медиальманах. 2004. № 4—5. С. 50—59.

Французский ученый Р. Арон определил цель исторической науки как реконструкцию и интерпретацию прошлого человечества [Арон, 2010, с. 4]. Безусловно, этот подход учитывается при выборе адекватных методов исследования. Анализ содержания печати в исторический период, далеко отстоящий от современности (в данном случае — почти 100 лет назад), требует привлечения значительного материала для воссоздания исторического контекста. Адекватная реконструкция позволяет интерпретировать контент женских изданий как в свете современных задач, так и с учетом исторических особенностей и смыслов, характерных для этой эпохи.

О производственной сфере вообще и о женщинах на производстве, в частности, существует достаточно обширная научная литература советского периода, однако ее недостатком является некритичная позиция авторов, которые стремятся показать только достижения в этой сфере, а точнее — преувеличить их[6]. Между тем, в процессе вовлечения женщин в производственную деятельность было значительное количество проблем, гендерных конфликтов и «перекосов», о которых подробно пишет в своей монографии американская исследовательница В. Голдман [Голдман, 2010]. Значительный материал о политике советской власти в производственной сфере обобщен в монографии А.А. Ильюхова [Ильюхов, 2010], а также представлен в бюджетных обследованиях и статистических справочниках 1920-х гг.[7] Наряду с другими историческими исследованиями[8] они позволяют составить представление об историческом контексте исследуемой проблемы.

Активно развивающиеся в последнее время гендерные исследования помогают как в исторической реконструкции[9], так и в понимании актуальных задач изучения процесса изменений гендерных

[6] См.: *Емельянова Е.Д.* Работа Коммунистической партии среди трудящихся женщин в восстановительный период. Смоленск, 1961; *Серебренников Г.Н.* Женский труд в СССР. М.; Л., 1934; *Бабкова З.И.* Исторический опыт раскрепощения женщины в процессе социалистического строительства: Учебное пособие. М., 1971; *Татаринова Н.И.* Применение труда женщин в народном хозяйстве СССР. М., 1979; *Клопов Е.* Во имя человека труда. М., 1979; *Тинякова И.П.* Опыт КПСС в решении женского вопроса в СССР. М., 1984 и многие другие.

[7] См.: *Дембо В.* Бюджет работника печати (Итоги бюджетного обследования). М., 1927; Труд в СССР. Статистический справочник за 1924—1925 г. М.: Изд. РИО ВЦСПС, 1926; Труд в СССР. Справочник 1926—1930 гг. / Под ред. Я.М. Бинемана. М.: Планхозиз., 1930.

[8] Например, см.: *Андреевский Г.В.* Повседневная жизнь Москвы в сталинскую эпоху (1920—1930-е годы). М.: Молодая гвардия, 2003 и др.

[9] См.: *Хасбулатова О.А.* Российская государственная политика в XX столетии: гендерный анализ // Женщина в российском обществе. Российский научный журнал. 2000. № 3. С. 30—39 и др.

стереотипов[10]. Значительный вклад в слом привычных гендерных ролей, в привлечение женщин на производство внесли советские женские журналы 1920-х гг.

Общие задачи производственной пропаганды в начале 1920-х гг.

Производственная пропаганда занимала значительное место в содержании советских СМИ в довоенный период. Концепция построения коммунизма базировалась на воспитании нового человека, который должен был демонстрировать коммунистическое, творческое отношение к труду.

Нужно отметить, что аудитория партийно-советской печати в начале 1920-х была практически поголовно неграмотной. Поэтому наравне с печатной пропагандой планировалось применять визуальные и устные формы работы: создавать агит-театр, агит-цирк.

Какие задачи производственной пропаганды ставились перед журналистами? Вот что писал журнал «Вестник агитации и пропаганды»[11] в 1920 г.

Печать должна:

- ознакомить рабочих с общим экономическим положением страны, с производственным планом;
- привлечь рабочих к обсуждению организации работы на их предприятии, норм выработки и производительности труда с целью их повышения;
- ознакомить с новейшей техникой и приемами производства;
- привлечь к борьбе с волокитой, бюрократизмом;
- создать «аттестацию “героев труда”», подчеркнуть важность «героизма труда»;
- поддерживать любовь к техническим знаниям и изобретениям среди масс.

Искусство должно:

- убедить в величии и героизме труда (индустриального, а не крестьянского. — *О.М.*);
- привить любовь к заводу, к своему коллективу, цеху, станку;

[10] См.: *Рябова Т.Б.* Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: методологические подходы // Женщина в российском обществе. Российский научный журнал. 2001. № 3—4. С. 3—10; *Фролова Т.И.*, *Смирнова О.В.* Гендерные трансформации российской семьи в медиаизмерениях // Гендер и СМИ-2009. Ежегодник. М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 95—115; *Черменская С.М.* Роль глянцевых журналов в формировании гендерных стереотипов современной женщины // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2006. № 6. С. 16—18 и др.

[11] См.: *Фриче В.* Об использовании искусств для производственной пропаганды // Вестн. агитации и пропаганды. 1920. № 4. С. 18—20.

• донести представление о значение техники и ее *прогрессивности* (курсив мой. — *О.М.*);

• привить любовь к техническим усовершенствованиям, изобретательству[12].

Налицо различие в задачах: искусство должно формировать общие представления, убеждения или «априорные настроения», как пишет автор, а печать убеждать в правильности государственной политики на конкретных фактах из жизни рабочего и транслировать актуальные лозунги.

В. Фриче пишет: «Если таким образом будут привлечены к выявлению интересующей нас идеи все виды искусства — поэзия, музыка, живопись, скульптура, ритмика, пение, искусство декламаторское, то трудно предположить, чтобы такой вечер не произвел надлежащего и эстетического, и воспитательного воздействия на рабочую аудиторию. Конечно, это не есть “экономическое просвещение” рабочего класса, но это, несомненно, воспитание его к роли “класса-организатора”, класса — хозяина жизни»[13].

В приведенном примере хотелось бы отметить четкое понимание различий общих идеологических задач (формирование убеждений класса-хозяина жизни, создание образов «героев труда»), организационных (экономическое просвещение, улучшение работы конкретного предприятия, выполнение плана, увеличение производительности труда и пр.) и актуальных политических (борьба с бюрократизмом, ударничество и т.д.). Для решения этих многоуровневых задач планируется использовать все средства как печатной, так и визуальной пропаганды в единой системе партийной прессы и культуры. Однако когда речь заходит об определенной аудитории, эти задачи корректируются. Так, в русле формирования у пролетариата представлений «класса-хозяина жизни» есть специфические особенности работы с женской аудиторией.

Задачи производственной пропаганды для женской аудитории

Производственная пропаганда выполняла особую роль в журналах, предназначенных для массовой женской аудитории. По мнению Н.К. Крупской и других большевичек, которые писали о «женском вопросе», идея равноправия женщин может быть реализована только тогда, когда женщина сама зарабатывает на жизнь себе и своим детям. Крупская писала еще в 1901 г.: «Самостоятельный заработок освобождает женщину от власти мужчины»[14].

[12] *Фриче В.* Указ. соч. С. 19.

[13] Там же.

[14] *Крупская Н.К.* Женщина-работница // Крупская Н.К. Педагогические сочинения: В 10 т. М.: Изд-во Академии пед. наук, 1957. Т. 1. С. 97.

После Октябрьской революции декреты большевиков по охране женского труда стали большим шагом к реальному равноправию. Вводился 8-часовой рабочий день, запрещалось привлечение женщин к сверхурочным работам, устанавливался декретный отпуск, декларировалась равная оплата труда за одинаковый труд мужчин и женщин (эта цель была достигнута в конце 1920-х гг. [Ильюхов, 2010, с. 145]).

Венди Голдман, известный американский историк, исследовавшая процесс вовлечения советских женщин в производственную деятельность, считает, что во многих капиталистических странах в этот период не существовало такого прогрессивного трудового законодательства и таких условий работы женщин [Голдман, 2010, с. 48]. Однако революционная риторика первых лет советской власти не была подкреплена реальными условиями «освобождения» женщин. Экономическая разруха и безработица усложняли процесс эмансипации.

В октябре 1919 г. в структуре ЦК РКП(б) был создан Отдел по работе среди женщин. Он занимался как организационной, так и агитационной работой с женской аудиторией.

В 1921 г. в Москве прошло Всероссийское совещание губернских женотделов. В тезисах о производственной пропаганде для губернских женотделов говорится, что женщины составляют значительную долю пролетариата[15], они острее, чем мужчины, ощущают на себе лишения, которые несет разруха хозяйственной жизни, а производственная пропаганда поможет «втянуть» работниц «в организацию народного хозяйства»[16].

Перед работниками местных партийных женотделов ставились как общеполитические, так и специфические задачи производственной пропаганды. К общим задачам относится, например, призыв разъяснять роль пролетариата в строительстве нового общества, воспитывать сознательное отношение рабочих к труду, бороться с прогулами, повышать производительность труда и т.п.

Специфическими, направленными именно на женскую аудиторию были, например, такие задачи: объединить женщин на борьбу с хозяйственной разрухой, готовить из работниц организаторов и руководителей производства, «вовлекать» женщин в общественную работу, вести борьбу за улучшение санитарно-гигиенических, продовольственных, жилищных условий и т.д.

[15] В 1925 г. женщины составляли чуть меньше 30% промышленных рабочих (Труд в СССР. Статистический справочник за 1924—1925 г. М.: РИО ВЦСПС, 1926. С. 18—19).

[16] Основные положения о производственной пропаганде среди женщин // Материалы III-го Всероссийского совещания губженотделов. М.: Госиздат, 1921. С. 30.

Среди названных на совещании недостатков агитационно-пропагандистской работы отмечено неумение партийных агитаторов быстро менять содержание, методы и аргументацию в зависимости от меняющейся обстановки и при переходе «от рабочей массы к крестьянской, красноармейской» и т.д.[17] В полной мере это относилось и к работе с женской аудиторией: агитаторов для этой работы не хватало, они были плохо подготовлены, нуждались в убедительных примерах и лозунгах. Эту потребность должны были восполнить издаваемые женотделом ЦК партии журналы для женщин «Работница»[18] и «Крестьянка»[19], ориентированные на решение пропагандистских задач. Традиционно эти журналы назывались массовыми, но их тиражи в первые годы выпуска нельзя назвать большими[20]. Скорей термин «массовый» относится к характеристике целевой аудитории: это «работницы и жены рабочих», а также «трудовые крестьянки».

В 1922—1941 гг. тема производственной деятельности женщин в «Работнице» и «Крестьянке» лидировала по количеству публикаций и их важности в деле осуществления реального равноправия женщин.

Общими для воздействия на аудиторию работниц и крестьянок были такие пропагандистские задачи: формировать и углублять коммунистическое мировоззрение, а также вовлекать женщин в круг общественных и производственных интересов (разъяснение хозяйственных задач, ведение хозяйства на обобществленных, коллективных началах, повышение производительности труда и т.п.)[21]. Но в практике и содержании производственной пропаганды для работниц и крестьянок были существенные различия.

Производственная пропаганда для работниц

Целевой аудиторией журнала «Работница» были работницы и жены, матери, сестры рабочих — тоже потенциальные работницы. В обращении редакции к читательницам сказано, что журнал будет писать о тех вопросах, которые являются «злободневными для работниц»[22]. То есть журнал в основном ориентировался на уже работающих женщин, но одной из его задач было «вовлечение» домохозяек в общественную, а потом и в производственную деятельность.

«Женщина должна работать» — вот твердое убеждение журнала «Работница». Работа даст женщине новый жизненный сценарий, — ведь практически все ее новые ценности формируются в производственной сфере.

Женские журналы активно борются за разрушение старого быта, за освобождение женщин «из застенков семьи», против «мужской тирании». Риторика «равноправности» женщин в 1920-х гг. практически не связана с реальностью: ведь в стране нет инфраструктуры дошкольного и школьного воспитания детей, нет системы общественного питания, у женщин нет никакой квалификации для полноценной работы на производстве. Напрашивается вывод, что производственная пропаганда в 1920-х гг. велась «на перспективу», создавая представление не столько о том, как обстоят дела в реальности, сколько о том, как должно быть.

Подавляющее большинство рубрик в журнале «Работница» довоенного периода относится именно к производственной пропаганде. Так, в 1923—1928 гг. о производственной деятельности женщин говорилось в редакционных статьях, в рубриках «Строительство новой жизни», «По Советской России», «Советы “Работницы”», «Почтовый ящик», «Работница в производстве», «Выдвиженки квалифицируются», «Наши достижения», «Работница в производственной комиссии» и др. Некоторые рубрики появлялись 1—2 раза и исчезали. Так, например, рубрика «На борьбу с проституцией» появляется в «Работнице» один раз в 1928 г. Однако это не значит, что журнал больше не касался данной темы. Отношение к проституции было точно сформулировано в материалах Всероссийского совещания губженотделов: «В Советской России профессиональная проституция — особый вид трудового дезертирства... Проститутка не производит никаких материальных или духовных ценностей, она разлагает своим тлетворным влиянием общество, и поэтому с ней надо бороться как с лицом “отлынивающим” от производительного труда»[23].

В рубриках «Из прошлого», «Воспоминания работниц» сравнивалось положение рабочих и работниц до Октябрьской революции и в советский период. Рисовались картины ужасающе низкого уровня жизни населения (пролетариата, крестьянства) в прошлом. Голодные работницы, «неответные» и неграмотные, были «лучшим материалом капиталистической эксплуатации. Они составляли чернорабочую армию, только отдельные единицы добивались

[17] Основные положения о производственной пропаганде среди женщин // Материалы III-го Всероссийского совещания губженотделов. М.: Госиздат, 1921. С. 53—54.

[18] Выходил с 1923 г.

[19] Выходил с 1922 г.

[20] От 5500 экз. до 10 000 экз.

[21] Материалы III-го Всероссийского совещания губженотделов. С. 13.

[22] Работница. 1924. № 1. Оборот титульной страницы.

[23] Материалы III-го Всероссийского совещания губженотделов. С. 9.

квалификации и занимали место у станка», — говорится во врезке к заметкам о дооктябрьских временах[24]. Примеры нещадной эксплуатации рабочих и работниц в капиталистических странах и их колониях, приводимые в рубриках «За рубежом», «Обзор международной жизни» и других, закрепляли представления о различиях жизни народа при капитализме и при социализме.

Сравнение с дореволюционным прошлым позволяло уйти от критической оценки ситуации начала 1920-х гг. Наоборот, в журнале постоянно подчеркивалось, что советская власть защищает права работниц, их здоровье, дает им уверенность в завтрашнем дне, открывает для них новые пути, что в стране все равны и т.д. Вот пример политически актуального, но неконкретного комментария по проблеме женской занятости: «Советская власть открыла перед работницей другие пути — из рядов чернорабочих — к станку, квалификации. Охраняя специальными законами женский труд, внимательно следя за тем, чтобы работница работала на таких производствах и в таких условиях, которые не вредны для нее как для матери, советская власть ставит своей задачей сделать *фактически работниц равноправной рабочему*»[25]. То есть автор не утверждает, что задача осуществления равноправия женщин решена, это дело будущего. Однако в большинстве публикаций этот нюанс терялся.

Гендерные конфликты на производстве

А между тем в 1920-е гг. путь на производство для женщин был труден: они сталкивались с безработицей, экономической разрухой и конкуренцией с рабочими-мужчинами, чья квалификация была, как правило, выше. В реальных производственных отношениях женщины имели дело с гендерной дискриминацией: о «хамском, издевательском отношении к женщине, недоверии к женским силам, стремлении вытеснить женщину из производства как более дорогую рабочую силу»[26], — пишет в 1928 г. А.В. Артюхина, возглавлявшая долгое время и женотдел ЦК партии, и журнал «Работница».

В очерке «Выдержали» описаны события на Выксинском металлообрабатывающем заводе. Чтобы избежать сокращения, женщин-уборщиц перевели в литейный цех сталеварами. Это вызвало волнение в цеху: «С бабами работать зазорно! Может ли баба справить мужичью работу? А туда же суется! Да где ж ей долгохвостой! Она подолом за машину заденет!»[27]. Первая проба была неудачной: «рабочие загоготали». Старый рабочий помог женщинам, подсказал, что они не так делали. «Радостный вздох и блестевшие радостью глаза без слов говорили, что проба прошла удачно. Смолкли насмешки», — пишет журналистка. Конфликт разрешается с помощью делегатки, заводского комитета, поддержки старого рабочего и настойчивости, трудолюбия женщин. И вот уже «работница-металлистка уверенно шагала, неся ковш с расплавленной сталью, выполняя новую для себя работу»[28]. В этом эпизоде работа в горячем цехе названа «подходящей» для женщин. С другой стороны, безработица и отсутствие квалификации не давали женщинам выбора. В очерке правдиво показано, что женщин вообще ничему не учат, они повторяют то, что делают другие рабочие. Судя по многочисленным подобным примерам, такая практика считалась обычной.

«Работница» постоянно призывает женщин бороться за свои права, не бояться бросать вызов привычным представлениям, ломать гендерные стереотипы. Примеры успешной борьбы с мужским консерватизмом приводятся в очерке о кондитерской фабрике «Красный Октябрь»[29]. Работницы с гордостью рассказали, что карамельно-оберточным отделением руководит женщина, только «мужчинам страсть не нравится, когда женская власть верх берет»[30]. Работницы шоколадного цеха сдали экзамен на квалификацию, их повысили и быстро «сняли». «Уж такой народ упорный, беда. Мастер нас снимет, мужчин поставит, а мы на них собраньями да женорганизатором давим. Верите ли, по три заявления писали, а свое с бою брали, что полагается. Три раза ведь снимали да ставили. Такая у нас борьба шла»[31], — рассказывала журналистке работница.

В начале 1920-х гг. было много публикаций о так называемых «выдвиженках». Женщин на собраниях «выдвигали» на различные вакансии, таким образом, их приход в цех был как бы политической акцией, а не личной инициативой. Подобная ситуация описывается в очерке «Не слезами добьемся квалификации»[32] — женщин «выдвинули» на работу на Тагильский завод (Урал). Журналистка пишет:

---

[24] Работница в производстве // Работница. 1924. № 1. С. 18—19.

[25] Там же. С. 18.

[26] *Артюхина А.В.* Десять лет // Путь нашего роста (к 10-летию первого Всесоюзного съезда работниц и крестьянок) / Под ред. С.И. Смидович. М.; Л.: Госиздат, 1929. С. 11.

[27] *Лаврова К.* Выдержали // Работница. 1925. № 2. С. 8.

[28] Там же.

[29] *Е-ва.* Красный Октябрь // Работница. 1927. № 34. С. 6—8.

[30] Там же. С. 7.

[31] Там же.

[32] *Мина.* Не слезами добьемся квалификации // Работница. 1928. № 29. С. 12.

«...Встретили выдвиженок в цехах в первые дни не совсем дружелюбно:

— Ну, что тебя, бабу, учить? Учи, учи, а ты все равно пойдешь на кухню...

— Да, от рабочих я уж потерпела, — рассказывает Бармичева (выдвинута на десятника). — Станешь говорить о бережном отношении к хозяйству, об экономии, а они на тебя: "А тебе что? Подумаешь, какая задвиженка!" Но я все... одолела, перенесла все трудности, с работой справляюсь.

— Нельзя нам, выдвиженкам, отыгрываться только на слезах, — подытожила собрание Саблина, — не плакать, а добиваться через учебу, завком, ячейку, стенгазету своей квалификации»[33].

Как выглядит ситуация, описанная в очерке? Женщин «выдвинули» на должности, требующие опыта работы и знаний, которых они не имели. Раздражение рабочих прорывается в обидном слове «задвиженка». Производное от «выдвиженки», это слово содержит намек на то, что «выдвинутых» женщин «задвинут», т.е. уберут из цеха. В свою очередь «выдвиженка» полагается не столько на учебу, сколько на помощь завкома, партийной организации и стенгазеты.

С приходом женщин в цеха к производственным отношениям добавился сексуальный аспект. Вот как позицию мужчин озвучивает механик 72 лет. Возраст указан специально для того, чтобы подчеркнуть, что косность и отсталость демонстрирует пожилой человек. Он говорил: «На заводе бабы появились! Смех! Парни за верстаками: "хи-хи-хи, да ха-ха-ха"... Ну, у нас мужики и парни *пялят* (курсив мой. — *О.М.*) на них глаза-то»[34].

В. Голдман пишет, что «мужчины нередко воспринимали присутствие женщины как сексуальный вызов, нарушение общепринятых норм и вели себя соответственно. Женщины становились объектом домогательств и оскорблений, направленных на то, чтобы выжить их с работы» [Голдман, 2010, с. 282]. Первопричиной поведения рабочих В. Голдман считает производственную конкуренцию [там же, с. 284].

Однако нужно учесть еще и ломку в этот период патриархальной семьи, традиционного уклада. Пропаганда равноправия советских женщин строилась на призывах забыть «гнет семейного рабства»[35.], покончить с «кабалой у мужиков»[36]. Такие призывы приводили к гендерному противостоянию: мужчины агрессивно реагировали на любые проявления женского «равенства», считая его вызовом своему авторитету в обществе, на производстве и в семье.

[33] Там же.

[34] Может ли быть женщина слесарем // Работница. 1926. № 11. С. 17.

[35] *Ильина А.* К домашней хозяйке // Работница. 1925. № 6. С. 18.

[36] Бабья песня // Работница. 1925. № 4. С. 25.

Кроме того, раньше мужчины и женщины традиционно встречались вне семьи лишь в строго определенных случаях: в церкви, на гуляньях, в гостях и т.д. Присутствие женщин на заводе создало новую ситуацию, правила поведения в ней вырабатывались постепенно и в многочисленных конфликтах. В советской печати постоянно подчеркивались пролетарское братство, солидарность, новые товарищеские отношения рабочих и работниц. Вот пример такой публикации: журналист пытается использовать новый, еще непривычный праздник 8 марта для укрепления «товарищеского единения»: «Все свои, рабочие, приветствия горячие, близкие, родные. Слова докладчика невидимой нитью связаны с мыслью каждого рабочего и работницы. Рабочие жмут руки своим товарищам-работницам, целуются. По растроганным лицам струятся слезы»[37]. Однако в реальности до «единения» было еще далеко.

«Может ли женщина быть слесарем?» Гендерные конфликты и методы их решения в производственной пропаганде

В 1926 г. журнал «Работница» стал инициатором интересной дискуссии на тему, может ли женщина быть слесарем. Понятно, что речь шла о том, может ли женщина в принципе овладеть мужскими профессиями и целесообразно ли это с точки зрения государственных интересов.

Начало дискуссии положила живая зарисовка с Подольского завода[38], в которой в форме диалога приведены мнения о том, нужно ли готовить слесарей из женщин. Эта публикация интересна еще и тем, что это редкий пример, когда в «Работнице» высказываются мужчины.

Рабочие во время обеденного перерыва обсудили эту тему. Какие доводы **против** того, чтобы женщины работали вообще и слесарем в частности они привели:

• «У нас ребят здоровых без работы много шляется, а тут еще бабы мужицкую работу хотят выполнять...». Это реакция рабочих на гендерную конкуренцию на рынке труда.

• «Для государства дело убыточное». Зафиксировано мнение, что женщина не будет работать всю жизнь или продолжительное время, учить девушек бесполезно, выйдут замуж и будут сидеть с детьми. Представление о том, что женщина должна работать всю жизнь наравне с мужчиной, еще не сформировано в обществе, рабочие не рассматривают такой вариант жизненного сценария.

[37] *В.Ш.* Всколыхнулась сила рабочая // Работница.1923. № 4. С. 2.

[38] *Большаков.* Может ли быть женщина слесарем // Работница. 1926. № 8. С. 20.

• «Мальчишку научишь за 2—3 года, а с ней надо возиться 5—6 лет при условии того, чтобы был толковый инструктор». Высказано традиционное представление, что женщины менее сообразительны и не способны к «умственной» работе.

• «Уж какой из них будет слесарь!...их сама природа сделала так, что им невозможно на сильной физической и в то же время умственной работе работать». Довод о необходимости физической силы на производстве — серьезный.

• «У них каждый месяц менструация, — это обессиливает, выйдет замуж — дети, это отнимает время. Голова у ней не тем забита, а ведь наша слесарная работа требует большой точности, сообразительности, смекалки, да еще в чертежах надо уметь разбираться». Вопросы различной физиологии мужчин и женщин всегда ставятся при обсуждении гендерных проблем. Представление о том, что «голова у женщин не тем забита», очень живучее.

• «Само женское платье на некоторых работах неподходяще»[39].

Рабочему не приходит в голову, что женщину можно переодеть в спецодежду, которой и у мужчин тогда не было. Мужская одежда больше приспособлена для различных видов труда; неудивительно, что сейчас женщины так единодушно носят брюки — это очень удобно.

Доводы рабочих, приведенные **за** то, чтобы женщины работали:

• «Ты говоришь, что у них сообразительности нет. Чепуха, братец мой! У нас есть женщины-врачи, женщины-учителя».

• «Я вполне согласен, что на ремонт станков и вообще *на тяжелую* работу их допускать нельзя», «слесаря из баб будут, но только на легкой работе, которая не требует большой физической силы. На шаблонах, на мелком инструменте»[40]. Это здравое мнение о естественных ограничениях применения женского труда было опровергнуто в 1930-х гг. многочисленными примерами работы женщин на самых вредных и физически тяжелых производствах.

Заметка построена так, чтобы вызвать отклик у читательниц — мнения высказаны спорные, максимально откровенные. И заключающий дискуссию вопрос «Согласны ли с мнением слесарей-мужчин работницы?» должен скорей мобилизовать работниц на борьбу, чем на раздумья.

В «Работнице» № 11 за 1926 г. были опубликованы два письма в защиту женщины на производстве[41]. В них повторялись те же доводы, что и в первой публикации. В 1932 г. в рубрике «Ответы врача» вопрос ставится иначе: «Вреднее ли слесарное дело для женщины, чем для мужчины?» Приводится такое мнение врача:

[39] *Большаков.* Может ли быть женщина слесарем // Работница. 1926. № 8. С. 20.
[40] Там же.
[41] Там же. С. 17.

«Вред данной работы как для мужчины, так и для женщины будет зависеть исключительно от санитарного состояния места работы: недостаточного освещения, вентиляции и пр. ...Противники проникновения женщин в эти искони “мужские” специальности напоют вам о вреде слесарного дела для женщины сорок коробов. Все это пустое. Предложите этим противникам хоть разок постирать штук сто белья да подсуньте им побольше простыней, пододеяльников... что они тогда запоют?»[42].

Этот цикл материалов интересен тем, что демонстрирует нам существовавшие тогда гендерные стереотипы. Однако надо заметить, что подобные дискуссии были очень редки, они не вписывались в задачи производственной пропаганды.

В «Работнице» особое внимание уделялось формированию общих представлений о важности для государства женского труда, об особой сознательности и высоком социальном статусе пролетариата (и женщины-пролетарки), о том, что труд дает женщине возможность навсегда уйти от зависимости и униженности. Какими способами транслировались такие представления?

Очевидно, что индустриальный труд противопоставляется домашнему женскому труду, Вот пример типичного разговора о домашнем хозяйстве: «Мы, хозяйки, благодаря нашим горшкам, ложкам, чашкам, хлебным квашням, поганым ведрам, грязным тряпкам и прочей *мерзости* не имеем возможности хотя краем уха услыхать что-либо отрадное нашему измученному сердцу, ...опускаемся *в грязь повседневных забот* (курсив мой. — *О.М.*) и мелочных дрязг»[43].

Интересным решением производственной темы для женского журнала можно считать объединение темы индустриального труда с темой поиска личного счастья, любви. Можно найти множество примеров того, как на фоне поэтично описанного производственного процесса разворачивалась любовь работницы и рабочего. «Живые шепоты ремней» и «грохоты станковые», «бронзовые стружки под резцом», которые «трепетали, сыпались золотом» и «друг-станок» стали свидетелями, как «двое сильных спаянных трудом» — работница и токарь — полюбили друг друга[44].

Иногда автор лишь обозначает (без деталей) пролетарский статус героев: «полюбила синеблузого Таня пролетарка»[45]. Про избранника сказано лишь, что «руки позамараны», но «трудом и лаской жарки», он для «Тани заводской» «ровно солнце светозарное».

[42] В помощь работнице // Бесплатное приложение к журналу «Работница». 1932. № 10. С. 4.
[43] Голос работницы // Работница. 1923. № 5. С. 15.
[44] *Виноградов С.* Весеннее // Работница. 1925. № 9. С. 20.
[45] *Соколов А.* Танино солнце // Работница. 1923. № 4. С. 12.

Вот типичный пример. Поэт Иван Доронин в «Весенней песне»[46] решает сразу несколько задач: он создает весеннее бодрое настроение, описывает благотворное влияние труда на героиню. И лиричную ноту создает в этой песне любовь героини, встреченная «у заводских складов». Любовь окрыляет героиню и способствует трудовым свершениям. Производственный процесс вовлечен в создание настроения песни: «дым сверкающим разливом и шумит и валит», «блики белками игриво бегают по стали», «веселый» станок «шестерней играет», а «ремни шумят будто листья дуба». Душа героини «распахнула полы солнечного мая» — любовь пришла к ней весной, когда «в нос шибает запах мят цементовых срубов». Поэт пишет, что героиня «и упорна, и смела в трудовом порыве», а сердце ее полно радости — напрашивается вывод, что именно работнице за ее трудовые свершения полагается еще и счастливая любовь. Один куплет посвящен полностью любовным переживаниям. Героиня вспоминает об «отраде алых зорь», о «синем вечере», когда она звала милого. Песня заканчивается на оптимистической ноте: «Никогда не ляжет вяло грусти шаль на плечи».

Производственная пропаганда для крестьянок

Реализовать равноправие деревенской женщины путем вовлечения ее в трудовую деятельность было сложно, — она и так трудилась наравне с мужчинами. Поэтому в обращении редакции «Крестьянки» определяется задача помочь «трудовой крестьянке» добиться равного права *решать* наравне с отцом, мужем, братом. Крестьянка несет «мужской труд» и «женские тяготы» по хозяйству и уходу за детьми. «Ты работала, а решал все он, хозяин, — твой муж, отец, брат. Смиренно, как что-то нужное, несла ты и побои, и пьяную брань... Рабочие и крестьяне в тесном союзе начали строить новую жизнь, и рядом с ними стала работница и крестьянка» — так редакция журнала «Крестьянка» описала положение женщины в деревне[47].

Как ведется борьба за равноправие крестьянок? В рассказах мы находим примеры того, как можно заставить деревню считаться с мнением женщин[48]. Федосья, побитая пьяным мужем, организовала «всех баб села» сдать в суд самогонщицу, чтобы не спаивала их мужей[49]. В результате «житье правильное пошло»: бабы считают, что Федосья «молодчина, мужиков за пояс заткнула», а отдельные «несознательные» мужики говорят, что стыдно, «ежели бабы пересилили мужиков»[50].

Вот как выстраивался сценарий рассказов подобного рода: крестьянка побеждает в конфликте с мужем, его поддерживают мужики, а ее — бабы. В результате у героини начинается новая жизнь: она становится лидером села — едет в город учиться или ее выбирают председателем сельсовета и т.д.

В «Крестьянке» высказано типичное для женского журнала убеждение, что свободу, в первую очередь, надо завоевать у мужчин и от них. И хотя пропагандисты разъясняли советским женщинам, что главный враг у них с мужчинами общий — это мировой капитализм, с которым надо сообща бороться, в сознании большинства женщин идея освобождения и раскрепощения все же связана с тем, что ближе и понятнее — с отношениями между полами. Счет мужскому полу предъявлялся серьезный: рукоприкладство, пьянство, угнетение женщин, непосильная работа, превращение в «рабынь». Прежде их «за человека не считали... А чем баба хуже? Мужик работает, баба работает. Мужик с поля придет, отдыхать пойдет, а бабе коров подоить, по дому прибрать, за детьми приглядеть, обшить, обмыть, накормить всех. Он уж, пес лохматый, выдрыхнется, а ты еще не ложилась»,[51] — вот пример того, как строилась аргументация. Противопоставляется этой тяжкой доле такое наблюдение «поумневшей» бабы: мужики дерутся вроде меньше, «мой-то кобель, так, бывало, и наскакивает, так и наскакивает, а теперь нет. ...Я сама скалку в руки: смотри, так вот тресну!»[52].

В рубрике «Почтовый ящик» печатались отклики читательниц. Они одобряли такие рассказы, которые «про нашу бабью жизнь» и помогают им «мужиков усрамить»[53]. Журнал «Крестьянка» создавал иллюзию, что «везде бабы поднимаются, по новой дорожке идут», нужно им тоже не бояться и включиться в борьбу за новую долю. Судя по рассказам в «Крестьянке», мужики присмирели перед угрозой скалки и женотдела. В реальности же изменения происходили очень медленно, были и случаи убийства «бунтовавших» женщин их мужьями.

Новые героини, «победившие мужиков», рисовались активными, упрямыми и предприимчивыми, они демонстрировали и силу, и хитрость. Один из рассказов так и назывался — «Хитрости

[46] *Доронин И.* Весенняя песня // Работница. 1923. № 5. С. 6.
[47] «Крестьянка» — крестьянке // Крестьянка. 1922. № 1. С. 1.
[48] См.: *Дервенский.* Захотели бабы — сделали по-своему // Крестьянка. 1922. № 4. С. 5—6; Насмешник Бабий день // Крестьянка. 1923. № 4. С. 31—33; Антроп из Лисьих Гор. О бабах // Крестьянка. 1924. № 10. С. 12—15; *Дорохов П.* Женщина // Крестьянка. 1922. № 9. С. 1—2.
[49] *Рязанцев В.* Федосья Суркова // Крестьянка. 1922. № 9. С. 10—12.
[50] Там же. С. 12.
[51] *Дорохов П.* Новая жизнь // Крестьянка. 1923. № 4. С. 11.
[52] Там же.
[53] Почтовый ящик // Крестьянка. 1923. № 4. С. 34.

Домны»[54]. Героиня сначала обдумывает свои цели, потом действует: ласково встретит, накормит мужа горячей лапшой, скажет, что хочет его принарядить, сапоги ему купить, а для этого надо в город. Муж «размяк» и сам проводил ее на вокзал. Это означает, что он «переломился. Стоит только еще чуточку погнуть — и станет совсем настоящим человеком, не пойдет против ее замыслов»[55]. В этом рассказе высказано типичное представление о необходимости перевоспитать мужа, однако нетипично, что героиня добивается своего лаской и обманом, а не угрозами уйти и «скалкой».

Какой путь предлагал журнал «Крестьянка» читательницам? Стать делегатками, председателями сельсоветов, записаться в кружок ликбеза, ехать в город учиться, часто против воли мужа, потому что им «плевать» на согласие[56]. Однако в реальной жизни подобный сценарий был редкостью.

В сценарии новой жизни освобожденной крестьянки (как и работницы) был и такой аспект, как решение «проблемы детей». «Хотели бабы открыть в селе детский дом[57], чтобы *развязать* себе руки и пожить *на воле*, *по-человечески* (курсив мой. — *О.М.*). Мужики — ежом! Жалко рубль выбросить из кармана»[58], — так журналист пересказывает мысли Домны. Выбор лексики показателен. «Горшки, пеленки, дети и церковь *сожрут* не мало молодых баб»[59], — думает Домна.

Выводы

В 1920-е гг. при всех экономических сложностях, безработице, инфляции и т.д., в СССР шла подготовка к индустриализации и коллективизации. Сформировать новое отношение к труду одномоментно, да еще в тех тяжелых условиях было сложно, однако пропагандистская работа в этом направлении велась активно и целенаправленно. Очевидно, что журналы, издаваемые ЦК партии для женщин — «Работница» и «Крестьянка», — выполняли сложную и целенаправленную работу по подготовке женской аудитории к участию в производственной и общественной деятельности. Какие характерные черты, свойственные производственной пропаганде 1920-х гг. в журналах для женщин, можно отметить?

• Как производственная пропаганда для жительниц городов, так и активное побуждение крестьянки «стать хозяйкой» в 1920-е гг. велись на перспективу. Это пропагандистская подготовка к индустриализации и коллективизации, когда жизненный сценарий женщины резко поменяется.

• Интенсивность производственной пропаганды в «Работнице» не зависела от ситуации на рынке труда.

• В «Крестьянке» рисовался позитивный образ общественницы, делегатки, председателя или просто активной женщины, которая отстаивает право на равных с мужчинами участвовать в жизни деревни — «самой решать».

• В 1920-е гг. в журналах для женщин активно формировалось негативное представление о традиционных семейных отношениях и материнских обязанностях. Их нужно было «бросить» ради освобождения, которое ждет женщину в городе на производстве, а в деревне — на посту председателя сельсовета или делегатки.

• Производственная пропаганда в 1920-е гг. велась очень упорно, разнообразно, с учетом интересов женщин из целевой аудитории журналов — работниц и крестьянок.

• В публикациях женских журналов речь идет в основном об индустриальном труде как о самом престижном и политически правильном выборе женщин. Летчицы, инженеры, учительницы, врачи и ученые появятся на страницах «Работницы» и «Крестьянки» позже, в 1930-х гг.

• Пропагандистское воздействие и организационная работа государства осуществлялись синхронно.

Было бы неправильно сводить все социальные процессы в СССР только к результатам действий власти или пропагандистского воздействия, манипуляции. Производственная деятельность соответствовала интересам самих женщин или обстоятельства вынуждали их поменять привычный образ жизни. Однако печать играла в этом процессе важную роль, активно ломая гендерные стереотипы и побуждая женщин задуматься о новом жизненном сценарии.

Список литературы

Арон Р. Измерения исторического сознания / Пер. с франц.; Отв. ред. и авт. закл. ст. И.А. Гобозова. 2-е изд. М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2010.

Голдман В.З. Женщины у проходной. Гендерные отношения в советской индустрии (1917—1937 гг.) / Пер. с англ. В.Ю. Лобовской. М.: РОССПЭН, Фонд «Президентский центр Б.Н. Ельцина», 2010.

Ильюхов А.А. Как платили большевики: политика советской власти в сфере оплаты труда в 1917—1941 гг. М.: РОССПЭН, 2010.

Смеюха В.В. Отечественные женские журналы: историко-типологический аспект. Ростов н/Д, 2011.

Тобольцева Н.М. Тоталитаризм и журналистика. М.: Факультет журналистики МГУ, 2004.

Поступила в редакцию
11.11.2013

[54] *Яровой П.* Хитрости Домны // Крестьянка. 1924. № 9. С. 2—4.
[55] Там же.
[56] Там же. С. 13.
[57] Имеется в виду детский сад.
[58] *Яровой П.* Хитрости Домны // Крестьянка. 1924. № 9. С. 2.
[59] Там же.

ДИСКУССИЯ

Л.Е. Кройчик, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории журналистики факультета журналистики Воронежского государственного университета; e-mail: hysjourvsu@yandex.ru

ПРИНЦИПЫ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТВОРЧЕСТВА

Статья посвящена принципам публицистического творчества — одному из самых сложных вопросов теории журналистики. Автор подробно останавливается на важнейших принципах публицистического творчества: свободе высказывания, модальности, диалоговости, антиэнтропийности (*способности влиять на аудиторию за рамками нынешнего момента*), *концептуальности.*

Ключевые слова: *публицистика, творческая деятельность, дегуманизация контента, автор, аудитория, публицистическое произведение, жанр, матрицевизация, власть, интернет, диалог.*

The article is dedicated to the principles of publicistic writing known as one of the most acute problems of journalism theory. The author dwells on the most important principles of publicistic writing that is freedom of expression, modality, dialogic basis, anti-entropy (*the ability to influence the audience beyond the moment*), *conceptuality.*

Key words: *publicistics, creative activity, content dehumanization, author, audience, publicistic piece, genre, matrixavisation, power, Internet, dialogue.*

- I -

Все смешалось в информационно-коммуникативном пространстве современной России.

Ушли в прошлое некогда бесспорные истины:

— Каковы основные функции публицистического творчества? Где проходят рубежи между журналистикой и публицистикой?

— Что такое публицистический текст?

— Что собой представляет публицистический жанр и каковы его природообразующие признаки?

Рядом с этими чисто теоретическими вопросами дискуссионного порядка возникают и сугубо прагматические вопросы:

— Есть ли будущее у печатной прессы?

— Какое место отводится в информационно-коммуникативном пространстве автору как субъекту высказывания

— На каких принципах должен быть выстроен диалог между средствами массовой информации и аудиторией

В подоплеке всех этих вопросов главное вопрошание — каким быть современным отечественным СМИ?

И — что с ними сегодня происходит?

Ответ прост — российские СМИ переживают ***системный кризис.***

Основных факторов кризиса четыре.

Первый фактор — дегуманизация контента.

Родилась рыночная публицистика — в центре внимания оказывается не многообразие сторон жизни общества и отдельной личности, а прежде всего события скандально-криминального типа. Новостные программы практически на всех «кнопках» ТВ начинаются с сообщений о грабежах, убийствах, арестах подозреваемых, техногенных и природных катастрофах. Серьезный экономический анализ процессов, протекающих в стране, подменяется публичным обсуждением споров хозяйствующих субъектов. За описанием этих споров — плохо скрывается ***имитация*** обсуждения действительно актуальных проблем хозяйствования в условиях рынка: СМИ, по существу, выступают защитниками интересов определенных экономических подразделений или определенных правящих элит.

Из публикаций исчезает нравственная составляющая.

Вот характерный пример.

«Известия», 11 апреля 2013 г. Первая полоса.

Портрет Никиты Михалкова, открывающий номер. Подпись под портретом — «Влияние оскароносного режиссера распространяется далеко за пределы России». Вы думаете, Анна Лелякина пишет о творческих достижениях известного режиссера и актера? Нет, в статье «Никита Михалков победил ВТО» говорится о том, что председатель Союза кинематографистов Никита Михалков выступил с «просьбой не допустить ущемления права российских правообладателей» в том, что касается защиты авторских прав в пределах Таможенного союза.

Кто спорит: защита авторских прав — дело серьезное, и то, что Никита Михалков выступил в роли защитника этих прав, можно только приветствовать. Но Михалкову в статье отведено две строки. И сам материал открывается косноязычной фразой: «Межэкономразвития пришло к выводу, что, несмотря на присоединение России к Всемирной торговой организации (ВТО), отечественная система бездоговорного управления авторскими и смежными правами на коллективной основе может просуществовать еще 3—5 лет».

По проблеме защиты авторских прав возникла дискуссия, касающаяся правообладателей. Сколько таких в стране? Первополосный ли это материал? Первополосен только портрет знаменитого режиссера.

Текст читать не будут — обратят внимание на фотографию Никиты Сергеевича.

Типичный пример манипуляции вниманием аудитории.

Рыночная публицистика уводит из информационно-коммуникативного пространства повседневную жизнь общества. Ей мало интересен человек как творец, ее мало заботит рассказ о ***самотворении*** личности — в центре внимания оказываются не острые социальные конфликты, а те, кого В.И. Ленин цинично называл «человеческим материалом» (смотрите статьи вождя Октября в пореволюционных

его выступлениях). За примерами далеко ходить не надо — достаточно вспомнить передачу Андрея Малахова «Пусть говорят», отчетливо сориентированную на беспроигрышно-выигрышный взгляд сквозь замочную скважину.

Второй фактор — исчезновение авторитетного субъекта высказывания.

Исчез публицист — властитель дум. Его извели. Он не нужен. Сегодня не нужен ни Александр Солженицын, ни Анатолий Агранovский, ни Анна Политковская, ни Юрий Щекочихин, ни Владимир Короленко, ни Влас Дорошевич, ни Александр Герцен.

Тут дело даже не в том, что интернет породил «ники», породил безымянность, спровоцировал массовый отказ от ***имени собственного*** в публицистике. Проблема видится в ином — Юрий Михайлович Лотман некогда обратил внимание на то, что в современной литературе идет движение от «Я — местоимения» к «Я — имени». В нынешней отечественной публицистике происходит катастрофический отказ не только от «Я — имени», но и от «Я — местоимения».

Изданию, оказывается, не нужен авторитетный носитель информации («А ну как к его голосу начнут прислушиваться миллионы?»).

Скандальное февральское выступление на Всероссийской научной конференции в МГУ (2013) заместителя министра связи и коммуникаций Алексея Волина, абсолютно бесстыжее по своей откровенности («СМИ не нужны мессии, главная задача журналиста — слушаться работодателя, подчиняться воле дяди»), отразило глубинные чаяния тех, кто сегодня стремится активно контролировать процесс управления общественным мнением.

И хотя Волин позже пытался дезавуировать свое высказывание, ссылаясь на то, что это была его личная точка зрения, говорил заместитель министра о том, о чем постоянно говорят большие и маленькие начальники, руководящие средствами массовой информации.

Два представителя воронежских вкладышей федеральных изданий, не сговариваясь, признались: «Нам запретили высказывать собственную точку зрения на страницах изданий, в которых мы работаем. Даете информацию — и ничего больше».

Конечно, можно прикрыться умилительной формулой: сам отбор фактов для публикации — уже есть латентная (скрытая то есть) демонстрация авторской точки зрения. Но любое публицистическое произведение сильно именно демонстративностью выражения авторской позиции. Даже в комическом повествовании (фельетоне, памфлете), где эта демонстративность присутствует в форме иносказания, смысл высказывания аудитории вполне доступен.

Автора — носителя точки зрения изгоняют с газетных полос, из теле- и радиоэфира. В лучшем случае ему отводят роль модератора (Владимир Соловьёв, Александр Архангельский, Виктор Третьяков), в худшем — превращают в Акакия Акакиевича Башмачникова, переписывателя чужих смыслов. А ведь автор публицистического произведения — это, прежде всего, ***генератор*** новых идей.

Понимаю, мне могут возразить: информационно-коммуникативное пространство расширяется; вузов, готовящих специалистов в сфере коммуникативного воздействия на аудиторию, становится все больше, да и число самих событий возрастает — как тут за всем уследить, как успеть выразить свое отношение к миру в условиях жесткой информационной конкуренции.

Я не очень уверен, что конкуренция обогащает творческий процесс.

Творчество требует сосредоточенности, а не торопливо-суетливого стремления успеть стать первым.

У творческой конкуренции три беды: первая — папараццизм, вторая — инфотейментизация, третья — постфактумность. На первые две совершенно справедливо обратил внимание А.А. Тертычный в своей статье «Характер применения жанров в современных печатных СМИ»[1]. Инфотейментизация, по мнению исследователя, сводится к «установке на развлекательность». Третья беда — постфактумность — представляет собой подмену самостоятельно осуществляемых исследований обработкой «вторсырья» — материалов, заимствованных из иных источников информации — в силовых структурах, в административных, судебных органах. Опасность использования такого рода материалов заключается в том, что автор в данном случае легко подпадает под влияние первоисточника. Публицистическое произведение утрачивает свою творческую оригинальность и самобытность.

Третий фактор — публицистическое произведение теряет свою жанровую определенность.

На рубеже 1960—1970-х гг. В.В. Учёнова обратила внимание на процесс, который она назвала диффузией жанров, или размыванием жанровых границ. Суть диффузии — взаимообогащение жанров в ходе активного взаимодействия. Идея В.В. Учёновой была поддержана: отечественная публицистика в период «оттепели» находилась на подъеме — на газетно-журнальных полосах, в эфире ТВ и РВ появились подзабытые жанры обозрения, комментария, интервью, эссе. Традиционные жанры статьи и корреспонденции обретали новые черты, становясь ощутимо образными.

Появилась возможность по-новому взглянуть на классификацию жанров.

Процесс эволюции был продолжен в восьмидесятые—девяностые годы, чему способствовала радикальная политическая, идеологическая и экономическая смена парадигм государственного развития и радикальные перемены в общественном сознании — ушел в прошлое Советский Союз, ему на смену пришла Россия.

[1] Современная пресса: теория и опыт исследования. М.: Изд-во моск. ун-та, 2013. С. 187.

Но одновременно явились в информационно-коммуникативном пространстве России и иные тенденции — вестернизация (о чем пишет А.А. Тертычный), матрицевизация (на что уповает И.М. Дзялошинский), реальное исчезновение многих публицистических жанров.

Причины этих явлений очевидны — коммерциализация СМИ, отказ в доверии к образному обобщению реальности, снижение профессионального уровня пишущих, говорящих, показывающих. Приложили свою руку к этому процессу и теоретики — форма перестала быть обязательным признаком жанра.

О пагубном влиянии так называемой «народной журналистики», господствующей в интернете, и говорить не приходится — там понятие «жанр» напрочь отсутствует. (Об интернет-версиях традиционных печатных изданий речь не идет.)

Поэтому имеем то, что имеем: ушли с газетных полос исследовательско-образные жанры: очерк, фельетон, эссе. Заметно сократилось количество исследовательских жанров — нет передовой статьи, письма; редкая гостья — рецензия. Заметно потеснены оперативно-новостные жанры — заметка и реплика, не поспевающие за электронной публицистикой. В результате современное отечественное публицистическое пространство заполнено пятью регулярно появляющимися жанрами — интервью, комментарием, статьей, корреспонденцией и репортажем (последний в силу своей специфики удерживает позиции на ТВ и РВ).

Наглядность, образность, эмоциональность — не в чести. Главный инструмент анализа — экспертная оценка происходящего. Качественные печатные издания плавно превращаются в аналитические бюллетени, центральное место в которых отводится не судьбе человека в обществе, а деятельности властных и хозяйственных структур.

Вот характерный пример: газета «Известия» за 11 апреля 2013 г.

Восемь полос — 30 материалов (без учета трех рекламных объявлений).

Блок материалов, связанных с функционированием оборонного ведомства: «Минобороны потратит 30 млрд рублей на спутники-шпионы», «Россия поставит Уганде оружие за деньги ВТБ», «Меня выдавали за племянника министра Сердюкова», «Первый колесный “танк” покажут осенью», «Дагестанских призывников возьмут на поруки депутаты и старейшины», «Минобороны нужен тепловизор для обнаружения спутников». Эти семь статей и корреспонденций занимают в общей сложности около двух полос.

Страна активно милитаризуется, промышленное производство сконцентрировано на оборонных предприятиях — интерес к материалам на военные темы вполне объясним.

Следующий блок — политический: «Казаки будут вербовать в свои ряды участников “Селигера”», «Демократы опять пытаются объединиться перед выборами в Мосгордуму», «От недвижимости не откажусь и из власти не уйду», «Против Дмитрия Ливанова ополчилась

вся фракция Госдумы», «Удавка на шее России», «Железное доказательство», «Тэтчер или Возрождение Англии», «Ныряльщик Абрамович», «Индия идет в мир».

Шесть статей и одно интервью — еще две полосы.

Экономика — «Греф и Костин просят заняться производными» — 0,25 газетной полосы.

Криминальное чтиво — «Журналистам грозят Высшим судом», «Транспортный прокурор вымогал взятку, прикрываясь РЖД».

Культура — «Талант без труда пропадает, труд без таланта — никчемен». «Минкультуры выкупило коллекцию Ремизова», «Пол Анка записал звуковую иллюстрацию к автобиографии», «Дориана Грея превратили в бренд», «Никита Михалков победил ВТО», «Нецензурщину в СМИ найдут добровольцы и эксперты».

Пять материалов — одна полоса.

Последняя полоса — спорт: «Успех в Лиге Европы выбил “Анжи” из чемпионской гонки», «Переход Артёма Леонова в “Спартак” под угрозой срыва», «Запасного махачкалинцев ждут в “Андерлехте”», «Защитник сборной Аргентины идет в России нарасхват», «Владимир Плющев возглавляет “Северосталь”».

Пять материалов — сплошь корреспонденции — футбол и хоккей.

Один день страны в зеркале газеты, претендующей именоваться качественной и общественно-политической. На все про все — шесть жанров: три интервью, одна заметка, одна рецензия, три комментария, двенадцать корреспонденций, десять статей.

Типичный жанровый расклад в СМИ, мало интересующихся судьбой человека.

Если рассматривать жанр как оптимальный способ решения конкретной творческой задачи, то нетрудно увидеть, что авторы «Известий» преследуют прежде всего одну цель — привлечь внимание к имени фигуранта материала, а не к проблеме, которая стоит перед обществом. Характерная деталь — в заголовки вынесены 13 фамилий — министр, политики, спортсмены, деятели культуры (Михалков, Сердюков, Греф, Костин, Тэтчер, Абрамович, Плющев, Ремизов, Пол Анка, Быстрицкая, Бурлаков).

Найдя в заголовке характерную «заманку», аудитория легко клюет в эпоху «быстрого чтения» на заголовок, а не на суть материала.

Четвертый фактор — меняется характер взаимоотношений автора и аудитории.

Публицистическое произведение — это всегда диалог. Диалог автора с миром, с аудиторией, с самим собой.

Это послание, нуждающееся в ответной реакции.

Диалог предполагает паритетные отношения сторон, в нем участвующих. Именно это обстоятельство является его главным условием, а не абсолютное согласие сторон по всем обсуждаемым вопросам.

Диалог требует понимания, со-чувствия, со-переживания, со-размышления и в, конечном счете, со-творчества.

Диалог в публицистике — не механическое информирование сторон о занимаемых позициях, о наличии у передающего и воспринимающего сознания определенных точек зрения, а побуждение к самотворению.

Специфика диалога в публицистике заключается в том, что он носит не обязательно характер прямого оперативного контакта. Восприятие полученной информации — процесс длительный.

Выступление публициста — повод для длительной работы мысли аудитории.

Сегодня качественный диалог публициста с аудиторией разрушается.

Складывается парадоксальная ситуация: СМИ старательно активизируют свои контакты с аудиторией (звонки в студию, интерактивные формы подачи материалов, «открытое голосование», ток-шоу с привлечением аудитории, «горячие линии» и проч.), но массовая аудитория кричит (по Станиславскому) «Не верю!».

И в этом неверии есть свой резон: постсоветские российские СМИ в последние годы все больше напоминают СМИ советского периода, жестко подчинявшиеся вертикали власти.

В Воронежской области активно внедряется сетевой вариант управления районными СМИ: и до того не слишком вольные районки оказались в абсолютном творческом подчинении у областной газеты «Молодой коммунар». Сотрудники этой газеты дистанционно руководят творческим процессом своих подчиненных — верстают номера, определяют его содержание. В результате газеты — и без того не слишком индивидуально-неповторимые — теряют свою особость.

И — разумеется, аудиторию. Кому нужна такая обезличенная пресса?

Зато на полосах появились цветные фотографии.

Публицистическое произведение превращается в матрицу — исчезает авторская индивидуальность и живое слово публициста. В этой связи трудно согласиться с утверждением И.М. Дзялошинского о том, что «наиболее адекватным термином, обозначающим все возможные регуляторы коммуникации, является понятие матрицы»[2].

В каком контексте ни рассматривать функционирование медиаматрицы («Медиаматрица действует на всех этапах журналистской и редакционной деятельности: при отборе новостей, определении жанров и т.д.»[3]), абсолютизировать роль ее как регулятора во взаимоотношениях автора и аудитории вряд ли следует: шаблон никогда не заменит настоящего творчества.

[2] *Дзялошинский И.М.* Современные периодические издания: медиаматрицы как основа концепции // Современная пресса: теория и опыт исследования. М., 2012. С. 144.

[3] Там же. С. 147.

Подменить может — заменить никогда!

Матрицевизация лишает публицистическое произведение эстетической привлекательности, авторской индивидуальности, оригинальности в трактовке темы.

Как следствие — автор в глазах аудитории перестает быть творцом сообщения, превращаясь в банального информатора о происходящих событиях и насущных проблемах.

Исчезает творчество — нет и сотворчества.

Публицистическое произведение утрачивает свою концептуальную ценность.

- II -

Современная отечественная пресса менее всего представляет собой профессионально сориентированное творческое сообщество, превращаясь зачастую в корпоративную забегаловку случайных лиц.

Так происходит потому, что забыты основные принципы, без опоры на которые невозможна нормальная творческая деятельность.

Первый принцип публицистического творчества — свобода высказывания.

Что собой представляет публицистическое произведение по своей сути? Факт и отношение к этому факту субъекта высказывания. Автор как носитель определенной точки зрения интересен аудитории. Этот интерес подпитывается личностью творца. Творец высказывания может ошибаться в трактовке происходящего, может заблуждаться в его оценке, может быть предельно субъективен, но никто не имеет права отнимать у него возможности высказываться. Тут дело не только в знаменитой декартовой формуле «Я мыслю — значит, я существую». Тут дело даже не только в конституционном праве на высказывание — тут важную роль играет чисто психологическое ощущение своей потребности к публичной защите собственной позиции.

Защите, свободной как от давления извне, так и от внутреннего сопротивления.

Текст — научный, художественный, публицистический, деловой — это всегда отобранное слово. Уровень этой отобранности зависит от тех задач, которые решает автор. Но есть у этой отобранности и внутренний — психологический — подтекст.

Чувство ответственности, чувство страха (прежде всего — страха ошибки), чувство творческой (эстетической) неуверенности, эмоциональные перегрузки — многие аспекты чувствования влияют в конечном счете на характер высказывания.

В последние годы уже редко ссылаются на гарантированную Конституцией России свободу слова. Чаще используют другие термины, определяющие взаимоотношения публициста с собранным им материалом — «формат издания», «самоцензура», «позиция редакции». За всеми этими понятиями скрывается не только реальная зависимость

издания от «руки дающей», но и неготовность публицистов ***иметь*** и защищать собственную позицию.

Провозглашение принципа внутренней свободы субъекта высказывания — это не нарочитое «бунтарство», это доказательная аргументация авторской точки зрения. Андрей Лошак в своей статье «Закоротило»[4] собрал в сети свыше 740 тысяч откликов потому, что жестко сформулировал свой взгляд на происходящее в стране, обозначив болевые точки процессов, протекающих в России. Андрей Лошак пишет о том, как государственные институты трещат по швам, и о том, как реагировать на это прессе. В центре внимания автора — разные стороны нашей жизни, подтверждающие абсурдность происходящего в стране, — вот история, случившаяся в Москве: чтобы не дать шведской компании «Икеа» продемонстрировать принципы настоящей работы, перед открытием первого магазина компании в Москве химкинские чиновники вырубили в этом магазине электричество.

Абсурд? Абсурд!

Второй пример — знаменитое дело Магницкого. Как пишет журналист: «В какой-то момент абсурд (нечто, противоречащее здравому смыслу), дойдя до критической величины, превращается в откровенную бессмыслицу, т.е. в бездумье».

Третий пример — бойня, устроенная майором Евсюковым. «Это был откровенный шизофренический акт, отчего он и выглядел особенно жутко».

Четвертый пример — пьяный милиционер на мерседесе сбил на автобусной остановке женщину. Гаишники пытались это дело замять. Не удалось — вмешались свидетели, которые вызвали журналистов.

А если б не вмешались? А если б журналисты не смогли приехать на место преступления? Автор размышляет над этими эпизодами и приходит к очевидной мысли — власть враждебна народу. «То, что народ достоин своей власти, — гнусная ложь, — пишет Андрей Лошак. — Чем дальше человек от власти, тем он лучше».

Неудивительно, что такой вывод публициста привлек внимание семисоттысячной аудитории.

Закономерно и другое. Чтобы предъявить власти подобные обвинения, нужно не только внимательно анализировать суть происходящего, надо еще и обладать ощущением собственной свободы.

Не бояться собственного высказывания.

Свобода высказывания опирается не на вседозволенность, не на «бесшабашность» публициста, а на его четкое представление о сути описываемых явлений, на уверенность в собственной правоте, на готовность к публичной дискуссии, если выступление порождает иные точки зрения.

[4] Openspase.ru. 2010. 5 марта. URL: http://www.os.colta.ru/society/proceckts/201 details/165631

Играть в поддавки с властью, с работодателями — смертельно для любого вида творчества. Известна знаменитая формула Михаила Шолохова, сформулированная им на Втором Всесоюзном съезде советских писателей: «О нас, советских писателях, злобствующие власти за рубежом говорят, будто бы пишем мы по указке партии. Дело обстоит несколько иначе: каждый из нас пишет по указке своего сердца, а сердца наши принадлежат партии и родному народу, которым мы служим своим творчеством»[5].

Формула эта демагогична по своей сути. Творчество не подчиняется никаким указам — ни партийным, ни общенародным, ни вселенским. Творец руководствуется своими собственными представлениями о мире, создавая в произведении виртуальную его модель.

Отсюда ***второй принцип публицистического творчества — его модальность.***

Публицистическое произведение отражает взгляд субъекта высказывания на окружающую его реальность. Вне этого угла зрения публицистического произведения не существует.

Поскольку понятие единства содержания и формы — понятие неотменимое, мы вправе говорить о единстве мировоззренческих и эстетических основ авторской точки зрения.

Модальность в публицистическом произведении заявляет о себе в выборе темы выступления, в характере ее разработки, в системе авторских рассуждений и в системе созданных им образов (т.е. в характере обобщения); в выборе жанра.

Модальность публицистического высказывания во многом зависит не только от индивидуально-неповторимых особенностей — психофизических, личностных — говорят о трех типах публицистической деятельности — репортерской, аналитической, художественной. Но главное заключается в том, что угол зрения автора — категория мировоззренческая, идеологическая.

Признание принципа модальности как системообразующего принципа деятельности в публицистике означает повышение статуса субъекта высказывания, о чем уже говорилось выше.

Являясь субъектом высказывания, публицист не только закрепляет за собой право на наличие у него определенной точки зрения — он защищает право на субъективность сказанного слова.

В отечественной публицистике сегодня борются две тенденции — опора на объективированное повествование и опора на субъективацию высказывания. Проблема здесь заключается не в упоминании (не упоминании) личных местоимений (я/мы), а в сущностном характере повествования: передаче сообщения для его последующей переработки мыслящей аудиторией или передаче сообщения с уже за-

[5] *Шолохов М.А.* Собр. соч.: В 8 т. М.: Огонек, 1962. Т. 8. С. 645.

ложенной в него оценкой — концепцией субъекта высказывания с последующим осмыслением этой концепции аудиторией.

Чем привлекателен интернет?

Широкой доступностью публикуемого сообщения к обсуждению напрямую аудиторией.

И здесь выступает на первый план еще одна особенность модальности как принципа публицистической деятельности — ее ***склонность к игровым взаимоотношениям с аудиторией.***

В современной отечественной публицистике играют все.

На каждом сантиметре газетно-журнальной площади, в любом отрезке ТВ и РВ-эфира.

Любимая забава — игра с заголовками.

«Канада подхватила китайскую лихорадку» («Независимая газета», 8 февраля 2010 г). Корреспонденция отнюдь не на медицинские темы, а о том, как правительство Канады жаждет поставлять в КНР нефть и газ.

«Татьяна Толстая умерла» («Московский комсомолец в Воронеже», 6—13 марта 2013 г.). Рецензия на учебник по русской литературе для средней школы.

«Из России за год увели Олимпиаду» («Метро», «Воронеж и весь мир», 26 февраля, 2013 г.) — о бегстве капиталов из страны.

«Английская финансовая революция» («Советский спорт», 16 февраля 2013 г.) — о новом потолке зарплат в английском футболе.

Ну и так далее.

Игра предполагает наличие игроков. В публицистике это автор и аудитория. В данном случае автор не только существует как «я-для-себя», но и как «я-для-всех». Публицистический образ — это код, но код этот должен быть понятен аудитории. Опознавательные знаки «свой»-«чужой» должны быть понятны аудитории.

Нет необходимости повторять здесь основные положения статьи «Модальности поэтики», принадлежащей перу В.Я. Малкина (Поэтика. Актуальный словарь терминов и понятий)[6]. Стоит лишь обратить внимание, что все положения этой статьи, имеющие отношение к художественному творчеству, прямо соотносятся с творчеством публицистическим.

Важным представляется вот что: модальность актуализирует взаимоотношения субъекта высказывания с окружающим его миром. В этой актуализации существенную роль начинает играть принцип ***жизнеподобия***, на который в воссоздании картины мира обратил внимание С.Г. Корконосенко[7].

[6] Поэтика. Актуальный словарь терминов и понятий. М.: Изд-во Кулагиной Intrada, 2008

[7] *Корконосенко С.Г.* Актуальные проблемы современности и журналистика. Тольятти: ТГУ, 2009.

Признавая право существования субъекта высказывания как носителя собственной точки зрения, мы тем самым не можем не признать, что принципиальной особенностью публициста как повествователя является его появление перед аудиторией в виде биографического автора, т.е. реального субъекта истории, некую индивидуальность, вписанную в конкретную пространственно-временную систему координат.

Беда современной отечественной публицистики заключается в том, что на полосах изданий является перед читателем не просто слабо закрепленная за фамилией личность (к тому же в редакциях широко прибегают к вымышленным персонам), а некое бесполое существо, лишенное реальной ценностной ориентации, не имеющее ни своей биографии, ни своих привязанностей, ни своей характерологической неповторимости.

Третий принцип публицистического творчества — его диалоговость.

Публицистическое слово не может не быть не адресным.

Широко известен трюизм: публицист имеет дело с анонимной аудиторией. Так-то оно так, но автор публицистического произведения своих слов на ветер не бросает: он формирует в своем сознании ту аудиторию, на которую рассчитано его выступление. Как на митингах даже самый тихий оратор вдруг начинает повышать голос, вздымать кулаки и возбуждать толпу кликом «Я вам нужен?», так и в публицистике автор нуждается в отклике аудитории. Чтобы этот отклик возник, публицист моделирует аудиторию такой, какой он хочет ее видеть.

Формально анонимная аудитория — это аудитория, которая «придумана» автором, которую он сочинил в своем воображении и с которой ведет диалог.

Диалектика взаимоотношений двух сознаний — передающего и воспринимающего — заключается в том, что они в процессе общения ищут друг друга и находят/не находят взаимопонимания.

Собственно, поиски взаимопонимания и превращают монолог публициста в диалог с аудиторией.

Организация аудитории — одна из важнейших задач творца публицистического произведения. Эта организация зависит от нескольких факторов. Один из самых первостепенных — ***релевантность***, соответствие авторского высказывания интересам аудитории. Второй фактор — ***занимательность***, характер изложения материала; третий фактор ***декодируемость***, доступность расшифровки образов и системы понятий, составляющих основу повествования; четвертый фактор — ***релятивность***, способность автора вступать в сложные отношения с аудиторией, суть которых — дать аудитории возможность формирования собственной позиции.

Публицистическое произведение всегда вариативно: автору его противопоказан указующий перст. Субъект высказывания здесь — носитель одной из немногих точек зрения, которая представляется

автору наиболее продуктивной. Эффективность воздействия автора на аудиторию держится на авторитете субъекта высказывания, на характере аргументации, на занимательности изложения материала, на его концептуальной ценности.

Отсюда ***четвертый принцип публицистического творчества — его антиэнтропийность.***

Считается, что газета живет один день.

Считается, что главный девиз публицистического творчества — «здесь и сейчас».

Считается, что основное «топливо» публицистического высказывания — новость.

«Газетчиком не умру!» — восклицал Антон Павлович Чехов в начале 80-х гг. XIX в. И это чистая правда: Антон Павлович Чехов умер в 1904 г. великим русским писателем. Но сахалинские очерки читают до сих пор. И его путевые заметки, рассказывающие о Сибири, тоже с интересом читаются.

Не только как исторические документы.

Публицистическое произведение сохраняет в себе энергию автора, его создавшего.

Девиз публицистического творчества «Везде и всегда».

Публицистическое произведение представляет ценность для аудитории сегодняшнего и завтрашнего дня не только фактами, в нем заключенными, но и мыслью, высказанной автором.

Человек ушел, а точка зрения его осталась.

Так формируется инфоноосфера — бесконечное репродуктивное пространство, сохраняющее и преумножающее опыт поколений.

Такова особенность любого вида творчества, но в публицистике это свойство сохранения знания о мире играет особую роль: строка, отлитая в металл, превращается в смысловой концепт, сохраняющий мысль автора в особом хронотопе вечности и безмерности исторического пространства.

Рассмотрим номер газеты «Правда» от 18 ноября 1940 г. Как известно, любой отдельный номер издания отличается презентативностью (отражает концептуальную сущность издания), коммуникативной системностью (позволяет проследить суть процессов, протекающих в обществе), информационной исчерпанностью, типологической ценностью (дает представление о особенностях издания в целом), дискурсивностью (актуализирует взаимоотношение издания с аудиторией за счет очевидного творческого целеполагания редакции, готовящей номер к выпуску).

Осень 1940 г. — время предгрозовое: в Европе война, гитлеровская Германия стоит у новых границ Советского Союза (к этому времени в состав СССР вошли Западная Украина и Западная Белоруссия, Прибалтика, Бессарабия).

Шесть полос «Правды», центрального органа ВКП(б), отражают это предгрозовое время: на первой полосе помещают два репортажных снимка о пребывании В.М. Молотова в Германии — председатель Совнаркома СССР сидит рядом с Гитлером, на втором — рядом с министром иностранных дел фон Риббентропом.

Никаких комментариев — только снимки — успокаивающие, обнадеживающие (войны не будет).

Передовая — «За повышение требовательности и дисциплины в школе».

Война на Западе — у нас выборы в молодых советских республиках (этому посвящены подборки материалов на первой полосе — в противовес четвертой полосе, рассказывающей о боях в Европе и Северной Африке).

Побаиваемся фашистской Германии, но помним о пролетарском интернационализме — в заметке о собрании в Горской республике упоминается Эрнст Тельман, вождь германской компартии, избранный в почетный президиум собрания.

О грозящейся войне газета не забывает — репортаж из Киева на второй полосе о наборе в железнодорожные училища: рассказ о крепких парнях, готовых к труду и обороне.

Пафос номера — страна живет трудовой жизнью, но к боям готова — страна живет в трудовом ритме, частные проблемы не отменяют нашего движения вперед — курс, разработанный партией и лично товарищем Сталиным, правилен, совместная работа партии и народа дает свои результаты.

Номер «Правды» от 18 ноября 1940 г. — характерный образец продукции, заполняющей информационно-коммуникативное пространство государства, именуемого Советским Союзом.

И тем ценен.

Он — не просто память о прессе тоталитарного режима, он дает наглядное представление о неотменимых, общепринятых формах взаимодействия издания и аудитории, о характере диалога между ними, о принципах воздействия публицистического произведения на массового читателя, о формировании с помощью прессы четких идейно-политических и нравственно-этических представлений об окружающем мире.

Пятый принцип публицистического творчества — его концептуальность.

Что такое концепция в самом общем виде?

Совокупное представление о чем-либо. Кажется банальностью напоминать о том, что творец в своих взаимоотношениях с миром опирается на определенные нравственно-этические ценности, что личностное кредо высказывания «просвечивает» сквозь текст, предъявляемый автором аудитории.

Концептуальность публицистического творчества определяется, во-первых, стремлением субъекта высказывания участвовать в формировании нравственного отношения к миру у потребителей передаваемой информации; во-вторых, в стремлении автора к самоутверждению в процессе самого существования личности; в-третьих, в наличии опорных базовых представлений о мире.

Публицист знает (должен знать), ***что*** он защищает, ***какими*** средствами защищает свою позицию и против ***кого*** (или — чего) выступает.

Слова «идейность», «идеология», «пропаганда» за последние годы в отечественной теории публицистики подверглись остракизму. Между тем сами по себе они негативного оттенка не содержат. Они теряют смысл только тогда, когда публицист в своих оценках, наблюдениях, рассуждениях демонстративно расходится с реальным положением дел.

Когда присущая публицистическому высказыванию субъективность переходит в субъективизм.

Публицистическое творчество — литература здравого смысла; литература, соединяющая субъективный взгляд на мир со стремлением постичь закономерность процессов, протекающих в этом мире.

Постижение закономерностей происходящего в мире — важнейшая задача публицистического творчества.

Это постижение возможно только тогда, когда автор сознательно, исходя из присущих ему взглядов и представлений, силой своего воображения воссоздает представительную, наглядную, достоверную, убедительную картину, вызывающую доверие аудитории.

В сущности, именно доверие аудитории к субъекту высказывания активизирует его творческую деятельность, именуемую публицистической.

Список литературы

Дзялошинский И.М. Современные периодические издания: медиаматрицы как основа концепции // Современная пресса: теория и опыт исследования. М., 2012.

Корконосенко С.Г. Актуальные проблемы современности и журналистика. Тольятти: ТГУ, 2009.

Тертычный А.А. Характер применения жанров в современных печатных СМИ // Современная пресса: теория и опыт исследования. М.: Изд-во Моск. ут-та, 2013.

Поступила в редакцию
12.02.2014