Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**

№ 5 • 2017• СЕНТЯБРЬ—ОКТЯБРЬ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Социология журналистики

Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Шкондин М. В. Газеты и журналы в медиасистеме городов-миллионников: социологическое исследование 3

Дунас Д. В., Толоконникова А. В., Черевко Т. С. Актуальные концептуальные подходы к рассмотрению процесса медиапотребления онлайн-новостей молодежью 30

Колесниченко А. В., Выpковский А. В., Галкина М. Ю., Образцова А. Ю., Вартанов С. А. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура 51

Телевидение и радио

Дугин Е. Я., Куприянов О. А. Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа 72

Язык СМИ

Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М. Троллинг в русскоязычных медиа 84

История журналистики и литературы

Сурнина И. А. «Промышленная газета» В.Я. Швиттау в первый год издания ... 101

Веселова А. Ю. Журналы А. Т. Болотова «Сельский житель» и «Экономический магазин»: история издания 124

Максимов Б. А. «Die vollkommenste Stimmung»: Новалис о целях и методах философствования 151

Эссе

Пирожкова Т. Ф. Семейство Аксаковых до и после крестьянской реформы ... 177

Критика и библиография

Панкеев И. А. Журналист и журналистика: единство противоположностей? 199

CONTENTS

Sociology of Journalism

Luisa G. Svitich, Olga V. Smirnova, Mikhail V. Shkondin. Newspapers and Magazines in the Media System of Million Cities: a Sociological Study 4

Denis V. Dunas, Anna V. Tolokonnikova, Taras S. Cherevko. Current Conceptual Approaches to the Process of Young People's Media Consumption of Online News.....31

Alexander V. Kolesnichenko, Andrei V. Vyrkovsky, Marina Yu. Galkina, Anastasia Yu.Obraztsova, Sergei A. Vartanov. Transformation of Journalistic Work in Response to new Technologies: Information Search, Genres of Media Texts, Editorial Culture.....52

Television and Radio

Evgeny Ya. Dugin, Oleg A. Kupriyanov. Models of Audience Participation on Television: Between New and Traditional Media 72

Media Language

Lilia R. Duskaeva, Yulia M. Konyaeva. Trolling in The Russian Media.....84

History of Journalism and Literature

Irina A. Surnina. V.Ya. Swittau's Promyshlennaya Gazeta in the First Year of its Publication.....101

Alexandra Yu. Veselova. A.T. Bolotov's Journals Selsky Zhitel and Economichesky Magazin: the History of Their Publication.....124

Boris A. Maximov. "Die Vollkommenste Stimmung": Novalis on the Tasks and Methods of Philosophizing.....151

Essay

Tatiana F. Pirozhkova. The Aksakov Family before and after the Peasant Reform 177

Criticism and Bibliography

Ivan A. Pankeev. Journalists and Journalism: The Unity of Opposites?.....199

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2017

СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Свитич Луиза Григорьевна, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник кафедры периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: svitichb@yandex.ru

Смирнова Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

Шкондин Михаил Васильевич, доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник кафедры периодической печати, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: skond@mail.ru

ГАЗЕТЫ И ЖУРНАЛЫ В МЕДИАСИСТЕМЕ ГОРОДОВ-МИЛЛИОННИКОВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

В статье представлены результаты социологического исследования медиасистемы современных городов-миллионников, определяются места газет и журналов в городской медиасистеме, их основные структурные, тематические и функциональные характеристики. Исследование, в ходе которого было проанализировано более 400 газет и журналов, имело целью изучение основных демографических, экономических и социокультурных факторов формирования медиасистемы данных городов, что и позволило выявить среднестатистическую структурную модель современной прессы городов-миллионников.

Ключевые слова: *медиасистема городов-миллионников, газеты и журналы, структурная, тематическая и функциональная медиамодели.*

Luisa G. Svitich, Doctor of Philology, Leading Researcher at the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: svitichb@yandex.ru

Olga V. Smirnova, PhD in Philology, Associate Professor, Vice Dean, Head of the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

Mikhail V. Shkondin, Doctor of Philology, Professor, Leading Researcher at the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: skond@mail.ru

NEWSPAPERS AND MAGAZINES IN THE MEDIA SYSTEM OF MILLION CITIES: A SOCIOLOGICAL STUDY

The article presents the results of a sociological study of the media system of today's million cities, the place of print media in this media system and their main structural, thematic and functional characteristics. The study involving more than 400 newspapers and magazines from 13 cities of over one million people aimed to examine the main demographic, economic and socio-cultural factors that shape the media system of these cities. It also elicited the average structural model of the modern press in million cities.

Key words: *media system of million cities, newspapers and magazines, structural, thematic and functional media model.*

Специфика медиасистемы городов-миллионников

Кафедра периодической печати факультета журналистики МГУ совместно с лабораторией по изучению актуальных проблем журналистики реализует научно-исследовательский проект «Газетно-журнальная периодика в медиапространстве городов-миллионников России в 2010-х», который является продолжением масштабного исследования газет малых и средних городов России, начатого на факультете журналистики МГУ в 2013 г.[1] Целью настоящего исследования является изучение медиаструктуры 13 городов-миллионников России (за исключением мультимиллионников – Москвы и Санкт-Петербурга), условий и факторов, влияющих на формирование медиасистемы, ее типологических характеристик и контента, роли различных медиа в формировании медиакартины жизни города в сознании городской аудитории.

На первом этапе были собраны сведения об основных характеристиках регионов и городов, попавших в выборку, дающие представление о реальной ситуации в них и о том, на каких основах, исходя из демографических, национальных, духовных, экономических, экологических, образовательных, культурных модусов и тематик, должна строиться структура СМИ, в том числе печатных газет и журналов[2].

Второй этап исследования, осуществленный в 2017 г., включал изучение контента городских газет мегагородов по ряду важных категорий и признаков: тематика, проблематика, жанровая структура, авторский состав, субъекты мнения, используемые в публикациях источники информации, объекты публикаций, характер заголовков, иллюстраций, виды и тематика официальных материалов, тип и характер рекламных сообщений.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью проанализировать состояние современной системы газетно-журнальной периодики городов, население которых свыше миллиона (кроме Москвы и Санкт-Петербурга). В их число вошли: Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Казань, Красноярск, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Уфа, Челябинск. На данный момент население этих городов в совокупности уже превышает 30 млн человек и продолжает расти высокими темпами. Статус города-миллионника дает больше возможностей участия в различных федеральных программах и проектах, а также увеличивает инвестиционную привлекательность города, что в целом создает наиболее благоприятный климат и для развития медийного пространства.

В процессах трансформации медиасистем в условиях современного социального развития в России не созданы необходимые ресурсы для оптимизации системы общероссийских печатных СМИ (Вартанова, 2013). В связи с этим значение федеральной периодики продолжает снижаться, в то время как потенциал развития прессы в медиапространстве крупнейших городов по-прежнему довольно высок, так как от нее во многом зависит объективность информирования населения регионов, решение региональных и городских проблем, взаимодействие городских властей с населением, возможности для выражения и формирования общественного мнения и т. п.

Понимание развития современных российских СМИ было бы неполным без осмысления теоретических рамок, в которых существуют медиаисследования сегодня. Российские медиаисследования активно используют социологический инструментарий для концептуализации перемен, происходящих в медиа, а также для прогнозирования новых тенденций в процессе трансформации СМИ (Вартанова, 2015). При этом проблемы развития медиа попрежнему находятся на периферии научного дискурса, что не позволяет сформировать целостную картину. Согласно концепции представленного здесь исследования, в значительной степени определяющей новизну исследования, медиасистема крупного города впервые изучалась в контексте общего демографического, экономического и социокультурного состояния городов-миллионников, а также регионов, административными центрами которых они являются[3]. Поэтому в ходе первого этапа исследования были собраны статистические данные о составе населения, эконо-

мических показателях, производственных, транспортных и других инфраструктурных показателях, сфере культуры, науки и образования. Но основным объектом исследования является городская медиасистема в целом и в особенности состояние газетно-журнальной периодики – в частности, ее типологическая структура и особенности контента.

Значимость данного комплексного исследования связана с тем, что города-миллионники играют огромную роль в развитии страны, поскольку в них сосредоточены основные экономические, научные, технологические, интеллектуальные, образовательные и культурные ресурсы. Они являются центрами крупных агломераций и в значительной степени влияют на процессы, происходящие в стране. Мегагорода важны не только для городской агломерации, но и для ее окрестностей, так как являются центрами общественной, хозяйственной и культурной жизни всего региона. В мегаполисах расположены крупные промышленные объекты, научные центры, вузы, ведущие учреждения культуры (творческие союзы, театры, музеи, архивы, библиотеки и пр.), здравоохранения, торговли, развита транспортная инфраструктура. Такие города являются флагманами технологических прорывов в науке и производстве, здесь зарождаются, формируются и реализуются инновационные проекты разных направлений.

И, конечно, в жизни этих городов большую роль играют средства массовой информации, в том числе газетная и журнальная периодика. Поэтому изучение структуры прессы крупнейших городов, ее роли в жизни регионов, центрами которых эти мегаполисы являются, остается крайне важным. В функциональном и тематическом плане газеты городов-миллионников играют значимую роль в обеспечении горожан информацией о региональных и городских событиях. Именно интерес к местным новостям определяет востребованность и жизнеспособность местных СМИ. Перед такими изданиями стоят очень важные задачи по консолидации городской общности, развитию экономического и социокультурного потенциала города, агломерации и региона. Изучение структуры, типологии и контента изданий в сопоставлении с инфраструктурными факторами развития городов и регионов может способствовать повышению их эффективности.

Изучение медиасистемы миллионников в целом невозможно без учета особенностей города данного типа. Базовым, на наш взгляд, является современный подход, свойственный урбанистке и социо-

логии города, где он рассматривается в комплексе территориально-поселенческих, управленческих, экономических, социально-демографических и социокультурных контекстов. В данном проекте необходимо выделить как особо важную информационно-коммуникационную составляющую функционирования современного крупного города. Не случайно при описании и анализе медиасферы города в научных публикациях используются такие термины как «медиапространство», «медиаландшафт», «медиакартина», «медиажизнь», «медиаповедение», «медиапрактики» и даже «медиагорожанин». Медийный ресурс – важнейший в функционировании и развитии города и жизнедеятельности его населения, что пока еще не осознано в полной мере.

Система массмедиа города, а также газеты и журналы как ее неотъемлемая часть призваны удовлетворять разнообразные запросы населения, связанные с различными сферами жизни, информационно-коммуникационые потребности функционирующих на данной территории институтов, в том числе органов управления, а также гражданских, социокультурных, производственных, бытовых и иных структур. Для оптимального функционирования медийной системы важно сбалансированное сочетание двух принципов: социальной значимости и рыночного спроса. Последний обеспечивается за счет привлекательности предлагаемого контента, его информационных ресурсов (Чичерина, 2007). Особо актуален такой подход для газет и журналов.

В структурном и функциональном отношении городская медиасистема в целом и ее газетно-журнальный комплекс в частности должны быть адекватны параметрам города, характеристикам и потребностям населения как потенциальной медиааудитории. Зарубежные, а вслед за ними и отечественные исследователи ввели в научный оборот понятие «медиаполис». Медиаполис – это медийная проекция города в многообразии сфер его жизни, информационно-коммуникационных субъектов, социальных слоев и групп. Все более актуализируется концепция «медийного города», подчеркивающая решающую роль медийных технологий в динамичном процессе формирования современного городского пространства, а также анализирующая тесную связь медийных технологий и развития города, эффекты детерриториализации, дестабилизации традиционных координат и устойчивости городских форм, инициированные развитием электронных и цифровых медиа (Маккуайр, 2014: 10, 306–307)

Факторы формирования медиасистемы мегаполисов

Типологическая структура региональной медиасистемы определяется характером требований, которые предъявляются к любому системному образованию. Структура как строение системы является основой ее целостности.

Публичность как критерий целостности медиасистемы. Целостность региональной медиасистемы определяется характером социального пространства, в котором эта система функционирует. В сознании аудитории формируется медиакартина жизни региона, а также внерегиональных субъектов, с которыми налажено взаимодействие.

Функциональный аспект целостности медиасистемы. В массинформационном процессе существует разделение труда в осуществлении функций региональной (городской) медиасистемы. Основой формирования этой функциональной целостности являются информационные потребности, реализация которых обеспечивает открытость, публичность для всех субъектов регионального социального пространства.

Структурная целостность медиасистемы. Структура региональной (городской) медиасистемы призвана активизировать в полной мере потенциал, который содержат компоненты региональной медиасистемы, и создать необходимые способы, формы связи ее подсистем между собой: информационную, технологическую, экономическую, аудиторную, редакционную. Медийная сфера большого города вбирает в свой информационный потенциал не только внутригородские информационные ресурсы, но и федеральные и глобальные (Демина, Шкондин, 2016; Шкондин, Замотина, 2016).

Городская медиасистема призвана создать оптимальное медиапространство, располагающее массовыми информационными отношениями между всеми социальными субъектами: личностями, различными общностями, представляющими сферы культуры, экономической, политической, научной и других видов деятельности.

При этом усиливающаяся медиация общественного пространства обнажает проблемы, вызванные тем, что социальная польза часто сводится к возможностям, связанным с коммерческими соображениями прибыльности медиа (Маккуайр, 2014: 308). Такая коммерческая логика, безусловно, снижает эффективность го-

родской коммуникации и тормозит общее развитие городского медиапространства.

Крупные города отличаются от средних и особенно малых не только по масштабам территорий и численности населения, но и по поселенческим, социально-демографическим, социокультурным, а также экономическим и административно-управленческим характеристикам. В связи с обширностью территорий и многочисленностью населения в крупных городах более сложная система управления – от государственно-административного до муниципального, которая нуждается в информационно-коммуникационном обеспечении (Голошейкин, Мотовилов, 2009; Зацепилин, 2006).

На общегородском уровне такую роль призваны выполнять газеты, которые традиционно принято называть общественно-политическими. По сути, сегодня это не политические издания в прямом смысле, а газеты общегородской тематики и общегородской значимости. Как правило, они издаются органами государственного городского управления. Однако их предназначение не в утилитарном информационном «обслуживании» власти, а в эффективной связи с населением и в консолидации жителей, стимулирующей развитие города. Часто такие издания одновременно имеют статус региональных и должны обеспечивать включенность городского общества в общерегиональный, а через публикацию соответствующего контента и в общероссийский контекст. Однако при всей значимости таких газет они не должны занимать монопольное положение. Целесообразно обеспечить конкурентные возможности для негосударственных газет общегородской тематики.

Уровень местного самоуправления обеспечивают газеты муниципалитетов. Традиционно они имеют также статус газет городских районов. Учитывая разнообразие исторически сложившихся в городах поселенческих образований, локальная пресса оказывается более востребованной. Ее рынок может быть расширен за счет частных, коммерческих изданий (Чичерина, 2007).

Зарубежные и отечественные исследователи отмечают исторически сложившиеся особенности механизма формирования идентичности и солидарности жителей в больших городах. Если в небольших городах и в сельских поселениях она складывается на основе родства и соседских отношений (общиности), то в больших городах – на основе совпадений взглядов и интересов, миро-

воззренческого сходства, общественных взаимоотношений, производственной и иной специализации. В этом смысле крупные города обладают реальными возможностями становления гражданских объединений и, соответственно, более востребованной оказывается пресса общественного и других секторов (Макеенко, 2002; Пашаева, 2016; Голованова, 2002).

В крупных городах в силу особенностей их формирования демографический состав населения (половозрастной, национальный и т. п.) является более гетерогенным; профессиональный же состав более разнороден в связи с многоаспектностью видов деятельности. Поэтому наряду с универсальными изданиями, информационно обеспечивающими массовую аудиторию, существует потребность в сегментировании медиарынка, т. е. в изданиях, рассчитанных на более узкие («нишевые») целевые аудитории, тем более что социальная структура больших городов весьма динамична.

В крупных городах более высокий образовательный уровень населения, так как в них имеются достаточно широкие возможности для получения образования. Поэтому в них сохраняется и спрос на качественные издания. Социологические исследования аудитории показывают, что, хотя в целом по стране количество читателей таких изданий невелико (примерно пятая часть аудитории газет), качественные газеты востребованы именно жителями крупных городов, имеющими высокий уровень образования и занимающимися не только исполнительским трудом, но и выполняющими разного рода управленческие функции. Естественно, что в крупных городах таких рабочих мест больше. К этому надо добавить, что в мегаполисах всегда расположены крупные исследовательские центры и вузы, что создает условия для выпуска научных и научно-популярных изданий.

В миллионниках также очень высок уровень компьютеризированности населения и охвата его Интернетом. Поэтому здесь есть особые и разнообразные возможности для развития новых медиа, что чрезвычайно востребовано молодежной частью аудитории (Свитич, Смирнова, 2016).

Востребованность деловой и корпоративной прессы связана с развитой структурой промышленности и финансово-экономической деятельности в мегагородах. В этих городах достаточно активно развиваются товарные рынки, сфера услуг, потребительский спрос. Это обусловливает распространенность рекламной и ре-

кламно-информационной прессы (Вырковский, 2010; Вырковский, Макеенко, 2012).

Для функционирования медиасистемы большое значение имеет социокультурный фактор. С точки зрения развития культурного уровня жители таких городов имеют определенные преимущества. Здесь больше учреждений образования, культуры и искусства. Поэтому фиксируется спрос на издания соответствующей направленности.

Важно также отметить, что достаточно высок процент миграции из малых городов и сельских поселений, из других регионов и стран в большие города. Для массмедиа это актуализирует задачу участия в социализации приезжающих, их социокультурной интеграции. Этот фактор также содействует возникновению изданий для аудитории этнических диаспор.

Крупные города характеризуются множеством образов и стилей жизни населения, форм досуга различных слоев и групп. Это также является перспективным тематическим направлением для городских медиа.

Таким образом, в целом социокультурная среда большого города чрезвычайно разнородна. Это проявляется как в ценностном плюрализме, так и в наличии всякого рода субкультур, что также должно учитываться массмедийным функционалом (Сабирова, 2012).

Резюмируя изложенные выше положения об особенностях медиасистемы большого города, следует отметить, что изучать базовые свойства структуры медийной системы миллионников, типологическое разнообразие ее составляющих чрезвычайно важно (Замотина, 2016).

В ходе реализации программы исследования изучены демографические, экономические, культурно-образовательные, экологические и другие факторы, влияющие на форрмирование медиасиситем всех 13 городов-миллиоников, а также типология 403 изданий, попавших в выборку. Кроме того, изучены методом контент-анализа содержательные характеристики 18 городских газет общего интереса, отобранных по тиражности с представительством 9 государственных и 9 частных изданий. Закодировано около 30 тысяч публикаций, в том числе 30% журналистских текстов, 47% иллюстраций, 6% официальных материалов, 17% рекламных сообщений.

В данной статье мы представим результаты первого этапа исследования, т. е. структуру и типологию газет и журналов данных городов[4].

Специфика структуры и типологии газет и журналов крупных городов

Карта медиаструктуры городов-миллионников предполагала фиксацию количества газет и журналов: федеральных в регионах, региональных, межрегиональных, городских, районных, многотиражных, количество телестудий, телеканалов и радиостанций (региональных, городских, межрегиональных), наличие информационных агентств, медиа-холдингов, издательств, статистику по распространению Интернета и т. п. категории для анализа. Количество зарегистрированных, зафиксированных нами по различным, главным образом официальным, источникам средств массовой информации приведены в сводной таблице в абсолютных цифрах (табл. 1). При этом надо иметь в виду, что по статистике количество газет и журналов, выходящих в городах, гораздо больше, чем в реальности, потому что многие издания регистрируются, но не выходят или прекращают выходить через какое-то время.

Таблица 1

Медиасистема городов-миллионников

Город	Газеты	Журналы	Печать	ТВ	РВ	ТВ+РВ	Общее	Численность населения (тыс. 2014 г.)
Медиа-лидеры								
Нижний Новгород	202	59	261	13	45	58	319	1 264
Новосибирск	101	171	272	16	15	31	303	1 548
Омск	35	216	251	11	31	41	292	1 166
Екатеринбург	82	91	173	7	38	45	218	1 412
Медиамидлы								

Окончание таблицы 1

Казань	58	60	118	26	27	53	171	1 191
Челябинск	64	50	114	20	31	51	165	1 169
Самара	54	60	114	25	25	50	164	1 172
Ростов-на-Дону	80	36	116	18	25	43	159	1 110
Красноярск	56	57	113	12	20	32	145	1 036
Медиалитлы								
Волгоград	46	46	92	18	23	41	133	1 018
Уфа	59	23	82	18	27	45	127	1 097
Пермь	58	15	73	19	29	48	121	1 026
Воронеж	38	23	61	8	20.	28	89	1 014

Таким образом, были сформированы три группы городов, объединенных показателями по количеству зарегистрированных СМИ:

- медиалидеры (Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Екатеринбург) – более 200 СМИ;
- медиамидлы (Казань, Челябинск, Самара, Ростов-на-Дону, Красноярск) – от 150 до 200 СМИ;
- медиалитлы (Волгоград, Уфа, Пермь, Воронеж) – менее 150 СМИ.

Необходимо отметить, что количество создаваемых средств массовой информации напрямую зависит от численности населения: большинство медиалидеров имеют самые высокие показатели по населению. Зависимость от других факторов – экономических, образовательных, культурных и других – будет исследована дополнительно.

В городах-миллионниках были зафиксированы также медиахолдинги, информационные агентства, издательства, которые также являются важнейшими компонентами городской медиасистемы. Можно отметить, таким образом, что в крупных городах медиасистема весьма обширна, разнообразна и представлена различными типами медиа. Но предметом нашего исследования на данном этапе, как уже было сказано, являются газеты и журналы, их структуру и место в медиасистеме мы и будем анализировать.

Списки изданий, представленных в Росреестре, дополнительно сверялись с информацией из ряда других источников, поскольку не все официально зарегистрированные издания функционируют

в реальности. Таким образом, в выборку были включены только реально выходящие издания, сведения о которых были проверены нашими коллегами из региональных вузов. Кроме того, список изданий, вошедших в выборку, оказался короче списка официально зарегистрированных изданий в связи с тем, что мы изучали газеты и журналы, имеющие тираж более 1 000 экземпляров, и не включали в выборку корпоративные и серийные издания (например, отдельные серии научных журналов, которые регистрируются как отдельные издания). Таким образом, удалось получить информацию о 403 изданиях, сведения о которых и представлены в этой статье (табл. 2).

Таблица 2

Выборка газет и журналов

Город	Количество зарегистрированных газет и журналов	Анализируемые издания	Ранг
1. Новосибирск	272	32	6
2. Нижний Новгород	261	28	8
3. Омск	251	43	2
4. Екатеринбург	173	42	3-4
5. Казань	118	19	10
6. Ростов-на-Дону	116	58	1
7. Челябинск	114	17	12
8. Самара	114	30	7
9. Красноярск	113	20	9
10. Волгоград	92	42	3-4
11. Уфа	82	18	11
12. Пермь	73	35	5
13.Воронеж	61	23	9
Всего	1733	403	

Таким образом, в выборку для исследования попала четвертая часть зарегистрированных изданий, но это реально выходящие газеты и журналы с достаточно весомыми тиражами. В результате в некоторых случаях лидеры по количеству зарегистрированных из-

даний переместились на другие, более низкие позиции и наоборот. С чем это связано – предстоит еще выяснить в ходе дальнейшего факторного анализа.

В теории журналистики типология газет и журналов строится на основании ряда признаков: характер аудитории, тип информации, локальность, периодичность, тематика, функциональная предназначенность, жанровая структура, политические ориентации, коммуникативные стратегии, учредители, владельцы, характер собственности, организационно-правовые особенности и т. п. (Типология периодической печати, 2009; Медиасистема России, 2015).

На основании такой методологии был разработан паспорт издания и кодификатор для анализа типологии газет, который включал различные категории и признаки типологической структуры изданий (название, место издания, локальность, территория распространения, тип издания, периодичность, формат, объем издания, тираж, наличие вкладки и приложения, цветность и платность издания, язык, характер издания, тематическая направленность, характер превалирующих функций, присутствие в Интернете, форма собственности, характер аудитории, номер и дата государственной регистрации, год создания). Представление основных результатов исследования мы хотели бы начать с результатов анализа по типу издания (табл. 3).

Таблица 3

Тип издания

Тип издания	**Среднее по массиву выбранных изданий**		**Среднее для одного города (абс.)**
	Абс. N=403	%	
Газета	179	44,4	13,7
Журнал	214	53,1	16,4
Другое	10	2,4	0,8

Зафиксированные в нашей выборке типологические характеристики реально выходящих наиболее значимых изданий городов-миллионников предоставляют в 44 случаях из ста газеты, в 53 – журналы, остальные – другие типы изданий, например альманахи.

В среднем на один город приходится около 30 изданий, в том числе 14 газет и 16 журналов.

Превалирование журнальной продукции на медиарынке – примета нового времени, когда было создано много нишевых изданий, ориентированных на разные, специализированные группы аудитории. В 1990-е гг. лавинообразного увеличения количества печатных изданий, наряду с государственными, открылось много муниципальных и частных. Особенно заметно это было в крупных городах, где, как уже было подчеркнуто, широко представлены самые разные аудиторные группы и различные сферы экономики, культуры, науки, развлечений и т. п. и где есть для этого финансовые условия и довольно широк, в отличие от малых городов, рекламный рынок.

Естественно, что по локальности превалируют региональные издания, поскольку данные города являются административными центрами субъектов федерации (республик, краев, областей). В выборку попало две республики – Татарстан и Башкортостан, три края – Пермский, Краснодарский, Красноярский и 8 областей (табл. 4).

Таблица 4

Выборка

Локальность	**Среднее по массиву выбранных изданий**		**Газета %**	**Журнал %**	**Среднее для одного города (абс.)**
	Абс.	**%**			
Федеральное в регионе	25	6,2	1,2	4,5	1,9
Республиканское	37	9,2	2,0	7,2	Региональные 22,2
Краевое	63	15,6	5,5	9,9	
Областное	190	47,1	23,6	22,8	
Городское	76	18,9	15,9	9,9	5,8
Районное в городе	3	0,7	0,5	0,2	0,2
Другое	9	2,2	1,2	1,0	0,7

Примечание: здесь и далее в типах изданий по горизонтали опущена группа «другие виды изданий», поскольку она представляет только 2% изданий.

Таблица 4 демонстрирует, что 6,2% из всего массива изданий приходится на федеральные газеты, выходящие в миллионниках (например, «Российская газета», «МК», «КП», «АиФ»). Региональная локальность региона зафиксирована в совокупности в 72% изданий, также закодировано около 20% городских изданий и районных, выходящих в городе. Таким образом, в среднем среди попавших в выборку изданий зафиксировано по 2 федеральных, 22 региональных и 6 городских изданий. Следует заметить, что на республиканском и краевом уровнях преобладают журналы, тогда как на областном – соотношение газет и журналов равновесно.

В табл. 5 представлены сведения о периодичности выхода исследуемых изданий.

Таблица 5

Периодичность изданий

Периодичность	Среднее по массиву выбранных изданий		Газета %	Журнал %	Среднее для одного города (абс.)
	Абс.	%			
Ежедневная 5-7 раз в неделю	7	1,7	1,0	0,2	0,5
3-4 раза в неделю	6	1,5	1,0	0,2	0,5
2 раза в неделю	15	3,4	3,2	0,2	11,5
1 раз в неделю	94	23,3	21,1	2,0	7,2
2 раза в месяц	22	5,5	4,0	1,5	1,7
1 раз в месяц	127	31,5	7,7	23,6	9,7
1 раз в 2 месяца	24	6,0	0,2	5,7	1,8
1 раз в квартал	59	14,8	1,2	13,4	4,5
Неопределенная периодичность	8	2,0	0,7	1,0	0,6
Другая периодичность	2	0,5	0,0	0,2	0,2
Не выявлено	6	1,5	0,7	0,5	

Результаты исследования демонстрируют, что доля ежедневных газет (т. е. выходящих от 3 до 7 раз в неделю) составляет 3,2% – это, как правило, одно издание. На один город также приходится в среднем 12 газет, выходящих два раза в неделю, и 7 еженедельни-

ков. Более всего распространены ежемесячные журналы – примерно 10 изданий на город. Также в среднем 2 журнала выходят раз в два месяца и 5 – ежеквартально. Таким образом, периодичность изданий самая разнообразная, от ежедневных до ежеквартальных, при этом лидерами у газет являются еженедельники, а у журналов – издания с ежемесячной периодичностью. По всему массиву выбранных изданий лидируют издания с ежемесячной периодичностью.

Результаты анализа форматов, представленных в выбранных изданиях, демонстрируют следующую картину (табл. 6).

Таблица 6

Форматы изданий

Формат	Среднее по массиву выбранных изданий		Газета %	Журнал %	Среднее для изданий одного города (абс.)
	Абс.	%			
А-2	5	2,0	2,0	0,0	0,3
А-3	134	34,0	29,0	4,2	10,2
А-4	170	42,2	6,7	35,0	13.0
Разные выпуски в разных форматах	1	1,2	0,0	1,0	0,1
Другой формат	34	4,7	2,7	1,7	2,6
Не выявлено	18	8,4	4,5	3,7	

Большеформатных изданий в медиасистеме городов-миллионников представлено крайне мало, их доля составляет всего 2%. Самыми распространенными являются форматы А2 и А3, доля которых составляет 42% и 34% соответственно. Газеты в основном выходят в формате А-3 (29,0%, в среднем – 10 изданий на город), а журналы в формате А-4 (35,0%, в среднем – 13 изданий на город).

Тенденции, связанные с распространением в последние десятилетия бесплатных изданий, безусловно, коснулись городов-миллионников, что подтверждается и результатами данного исследования (табл. 7).

Таблица 7

Платность изданий

Платность	Среднее по массиву выбранных изданий		Газета %	Журнал %	Среднее для одного города (абс.)
	Абс.	%			
Платное издание	216	53,6	23,6	31,8	16,6
Бесплатное распространение	143	35,5	16,9	19,1	11,0
Бывают и платные и бесплатные выпуски	10	2,4	1,5	1,2	0,8
Не выявлено	10	2,5	3,7	2,2	

Доля бесплатных изданий среди всего массива газет и журналов составляет более трети (около 36 %), а в среднем на город – 11 газет и журналов. Тем не менее нельзя не отметить, что доля платных изданий пока еще значима и составляет более половины (53,6%), что в среднем составляет 17 изданий на город. Также надо подчеркнуть, что среди платных изданий преобладают журналы – 31,8% (в сравнении с платными газетами, доля которых составляет 23,6%).

Конечно, важнейшей типологической характеристикой прессы является ее тематическая направленность (табл. 8).

Таблица 8

Тематическая направленность

Характер издания по тематике	Среднее по массиву выбранных изданий		Газета %	Журнал %	Среднее для одного города (абс.)
	Абс.	%			
Универсальное по тематике издание	106	26,3	18,6	6,9	8,1
Специализированное по тематике издание	297	73,7	25,8	46,2	22,8

Интересным результатом, на наш взгляд, является то, что в крупных городах специализированных по тематике изданий оказалось в два с половиной раза больше, чем универсальных (74% и 26% соответственно). В результате среди анализируемых нами газет и журналов в среднем на город приходится 8 универсальных по тематике изданий и 23 специализированных. Среди универсальных по тематике

изданий заметно преобладают газеты, среди специализированных – журналы (журналов универсальной тематики всего 6,9% от общего количества газет и журналов). Представляется, что для городов-миллионников это закономерно в связи с дифференциацией аудитории, ее потребностей и интересов. Кроме того, важным в этом аспекте является фактор, связанный с экономическими и интеллектуальными ресурсами мегагородов, имеющих значительные возможности для удовлетворения медийных запросов аудитории. Более детальный анализ тематики изданий представлен в таблице 9.

Таблица 9

Тематика изданий

Преимущественная тематика для специализированных изданий	**Среднее по массиву выбранных изданий**		**Газета %**	**Журнал %**	**Среднее количество изданий для одного города (абс.)**
	Абс.	%			
Бизнес, финансы	30	7, 4	2,7	4,5	2,3
Общество, политика	20	5,0	4,2	0,7	1,5
Развлечения, досуг	15	3,7	1,5	2.0	1,2
Здоровье	14	3,5	0,2	3,0	1,1
Культура, искусство	10	2,7	0,5	2,0	0,7
Сад, огород	3	1,0	0,7	0,2	0,2
Спорт	3	0,7	0,2	0,2	0,2
Другое	212	53,3	17,4	34,7	16,3

Активная жизнь городов-миллионников – деловая, экономическая, производственная – безусловно, создает условия для развития изданий, связанных со сферой бизнеса, финансов, экономики. Их доля составляет 7,4% (в среднем по 2 издания на город), и они находятся на первом месте среди специализированных по тематике изданий. По типу изданий среди деловых преобладают журналы. При этом среди изданий, преимущественной тематикой которых являются общество и политика, преобладают газеты, среднее количество таких изданий – 1–2 для одного города. Далее следуют издания с тематикой развлечений, досуга, здоровья, спорта, культуры – примерно по одному изданию на каждое направление в каждом городе.

Достаточно весомо, как показывает анализ категории «другое», представлены журналы, в которых ключевыми темами являются наука и образование. Это обосновано тем, что в городах-миллионниках имеется, как правило, большое количество образовательных учреждений и научных центров. Остальные сферы жизни, такие как домашнее хозяйство, сад, огород, строительство, ремонт, транспорт, трудоустройство, семейная тематика и т. п., также представлены, однако в существенно меньшем количестве изданий. Результаты демонстрируют, что в городах-миллионниках есть издания практически по любой тематической специализации. Таким образом, потребности читателей крупных городов в этом направлении удовлетворяются в достаточной степени. Однако соотнесение конкретных городских медиасистем с инфраструктурными факторами требует более глубокого анализа, который будет проводиться на следующих этапах исследования.

В таблице 10 представлены результаты анализа функций исследуемых изданий.

Таблица 10

Функции изданий

Функциональная направленность изданий	**Среднее по массиву выбранных изданий**		**Газета %**	**Журнал %**	**Среднее количество изданий для одного города (абс.)**
	Абс.	**%**			
Информационное	141	35,0	19,9	14,6	10,8
Рекламное	115	28,5	10,9	16,6	8,8
Информационно-аналитическое	112	27,8	12,9	14,4	8,6
Просветительское, образовательное	41	10,2	4,5	5,5	3,1
Научное	36	8,9	0,2	8,4	2
Развлекательное	24	6,0	3,2	2,7	1,8
Прикладное	12	3,0	0,2	2,7	0,9
Научно-популярное	10	2,5	1,2	1,2	0,8
Аналитическое	6	1,5	0,2	0,7	0,5
Другое	3	0,7	0,2	0,5	0,2

Исследование показало многофункциональность изданий (Свитич, 2016). При этом в качестве лидирующих зафиксированы информационная (35,0%), рекламная (28,5%) и информационно-аналитическая (28%) функции. В средней зоне (10%) находятся издания, выполняющие просветительские, образовательные, научные и научно-популярные (в совокупности 11,5%) функции. Изданий, выполняющих развлекательные функции, – 6%. Крайне мало выявлено изданий сугубо аналитических (всего 1,5%), что представляется соответствующим общей тенденции снижения уровня аналитичности современной прессы.

При кодировании изданий оказалось затруднительным выделить какую-либо из функций в чистом виде. Встречалось сочетание различных функций в каждом издании, например: информационных с просветительскими, развлекательными, рекламными и научно-популярными; информационно-аналитических с аналитическо-просветительскими, научными, развлекательными и рекламными; просветительских и образовательных с развлекательными, научно-популярными, просветительско-рекламными; развлекательных с прикладными. Таким образом, можно сделать вывод о том, что издания естественным образом решают комплексные задачи по информированию, просвещению, развлечению, прикладным функциям и рекламе. Это является одной из важнейших характеристик современной журналистики, разнородной по тематической и функциональной предназначенности.

Итак, функциональная модель газет и журналов в городах-миллионниках представляется разноплановой и образует (примерно) следующую структуру: 11 информационных, 9 информационно-аналитических и рекламных (информационно-рекламных) изданий, 3 просветительских и научных (научно-популярных), 2 досуговых и 1 прикладное.

Большинство изданий – в среднем 17 – являются платными, но 11 распространяются бесплатно, в основном они представлены рекламными газетами и журналами. Есть и такие, которые, будучи платными, издают бесплатные выпуски по определенным поводам.

Уже отмечалось выше, что в городах-миллионниках на высоком уровне находится распространенность Интернета. Поэтому, естественно, результаты исследования продемонстрировали довольно интенсивный характер присутствия исследуемых изданий в онлайн-среде (Свитич, Смирнова, 2016) (табл. 11).

Таблица 11

Онлайн-стратегии

Присутствие в Интернете	Среднее по массиву выбранных изданий		Газета %	Журнал %	Среднее количество изданий для одного города (абс.)
	Абс.	%			
PDF печатного номера + архив номеров	134	33,3	14,1	19,1	10,3
Самостоятельный контент+PDF печатного номера+ архив номеров	112	28,3	10,4	17,1	8,6
Есть полноценная интернет-версия	70	19,6	11,4	6,9	5,3
Вывешиваются отдельные публикации на сайте редакции	21	5,5	2,5	3,0	1,6
Вывешиваются отдельные публикации на сайте учредителя	13	3,2	2,0	1,2	1,0
Другое	26	6,9	3,0	3,7	2,0
Не выявлено присутствие в Интернете	16	4,0	2,0	1,7	1,2

Оказалось, что 28% изданий имеют самостоятельный контент +PDF печатного номера+ архив номеров, 33% – PDF печатного номера+ архив номеров, 20% изданий имеют полноценную интернет-версию. И еще часть изданий вывешивает информацию либо на своих сайтах (6%), либо на сайтах учредителя (3%). Только у 4% изданий не выявлено присутствия в Интернете. При этом 25 изданий интенсивно используют разнообразные возможности Интернета. И здесь надо отметить, что газеты чаще имеют самостоятельную полноценную версию издания, однако, с точки зрения использования возможностей мультимедийности, лидируют журналы.

Выводы исследования

Прежде всего, следует констатировать, что в миллионниках в последние десятилетия сложилась весьма разноплановая медиасистема, с большим количеством разнообразных газет и журналов,

теле- и радиостанций, местных информационных агентств, медиахолдингов и издательств. Как показало исследование, развитость медиасистемы и общее количество зарегистрированных СМИ имеет заметную позитивную корреляцию с численностью населения города. Влияние других факторов будет исследовано позднее.

Если обобщить проанализированную информацию, то (при разной степени насыщенности изданиями отдельных городов и наличии специфики в медиасистемах) можно нарисовать обобщенную структурную типологическую модель прессы среднестатистического города-миллионника.

В таком городе регулярно выходит около 30 изданий (за исключением корпоративных и изданий с малыми тиражами, которые в исследовании не учитывались).

В городах-миллионниках по нашей выборке зафиксировано в среднем по 14 газет и 16 журналов. По локальности они в основном представлены региональными изданиями (республиканскими, краевыми и областными) – в среднем по 22 издания. Маркируют себя как городские издания – 6; федеральные издания с региональной тематикой – в среднем 2.

Ежедневная газета (с периодичностью от 3 до 7 раз в неделю), как правило, всего одна; в среднем в городе 12 газет выходят два раза в неделю; насчитывается примерно 7 еженедельников. Также на город приходится в среднем 10 ежемесячных журналов. Газеты обычно выходят форматом А-3, а журналы – А-4.

При этом 8 изданий являются универсальными по тематике, и это преимущественно газеты. Однако большинство изданий являются специализированными – в среднем 23 издания, и это обычно журналы. Примерно 2 специализированных деловых журнала посвящены финансам, бизнесу, экономике , 1–2 издания освещает общественную политическую сферу, науку, культуру, досуг. Остальные представляют самую разную специализацию: домашнее хозяйство, строительство, ремонт, транспорт, техника, производственная и профсоюзная тематика, трудоустройство, торговля, религия, семейная тематика и т. д.

По выполняемым функциям на рынке среднестатистического города-миллионника представлено в среднем 11 информационных, 9 информационно-аналитических и рекламных (информационно-рекламных) изданий, 2–3 просветительских и научных (научно-популярных), 2 досуговых и не более одного издания

прикладного характера. Таким образом, функциональная структура изданий в основном информационная, информационно-аналитическая и рекламная, коммерческая с элементами просветительства, научной популяризации и развлекательности.

Большинство изданий (17) являются платными, 11 – распространяются бесплатно.

Подавляющее число изданий в городах-миллионниках существуют и в печатном, и в онлайн-пространстве. 9 изданий имеют самостоятельный контент+PDF печатного номера+архив номеров, 10 изданий – PDF печатного номера+архив номеров и 5 изданий – полноценную интернет-версию. 3 издания менее полно или вообще не представлены в Интернете.

Итак, исследование представило картину развитой многофункциональной современной типологической структуры газет и журналов в городах-миллионниках. Представляется, что для городов данного типа такие результаты являются закономерными в связи с дифференциацией аудитории, ее потребностями и интересами. Кроме того, важным в этом аспекте является фактор, связанный с экономическими и интеллектуальными ресурсами мегагородов, имеющих значительные возможности для удовлетворения медийных запросов аудитории.

Примечания

[1] В ходе первого этапа исследовании опрошены редакторы и журналисты 66 газет 26 субъектов всех 8 субъектов РФ. Получены и проанализированы позиции и ориентации сотрудников газет по широкому кругу вопросов, связанных с состоянием и перспективами развития местной прессы: функции, содержание, жанровая структура; конвергентные процессы; взаимоотношения с аудиторией, учредителем и владельцем; статус и экономическое положение изданий; кадровая ситуация; проблемы и пути развития местной прессы. См.: *Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В.* Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. (результаты опроса редакторов и журналистов). М.: Фак. журн. МГУ, 2015; они же: Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 5, 6.

[2] Основные источники для сбора сведений по инфраструктуре городов-миллионников: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138631758656; Сайты правительства городов и регионов: Волгоград http://www.volgadmin.ru/ru/; Воронеж voronezh-city.ru pgu.govvrn.ru; Екатеринбург ekburg.ru екатеринбург.рф; Казань http://www.kzn.ru/ http://prav.tatarstan.ru; Красноярск admkrsk.ru; Нижний Новгород нижнийновгород.рф; Новосибирск novo-sibirsk.ru; Омск admOmsk.ru омск.рф; Пермь gorodperm.ru; Ростов-на-Дону rostov-gorod.ru; Самара city.samara.ru; Уфа ufacity.info; Челябинск cheladmin.ru

[3] См.: *Смирнова О.В., Свитич Л.Г., Шкондин М.В.* Исследование крупных городов России: ресурсы медиасистемы // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы. Сб. мат-лов междунар. науч.-практ. конф. М.: МедиаМир; Фак. журн. МГУ, 2016.

[4] Руководители проекта М.В. Шкондин, О.В. Смирнова. Авторы программы и документов исследования: Л.Г. Свитич, О.В. Смирнова, А.А. Ширяева. Участники исследования М.Н. Абдуллаева, Н.Н. Замотина, А.А. Новак, Т.Ю. Порецкая, И.А. Руденко, З.П. Симонова, Т.Е. Узунова. В.В. Бойко. Ю.С. Узунова. Эконометрический анализ данных исследования осуществлен С.А. Вартановым. В процессе сверки списков изданий принимали участие сотрудники факультетов и кафедр журналистики ряда университетов городов-миллионников: А.В. Млечко, В.В. Тулупов, Б.Н. Лозовский, С.К. Шайхетдинова, Ю.А. Говорухина, О.Н. Савинова, И.М. Печищев, В.В. Смеюха, В.Н. Симатова, А.А. Галлямов, Л.П. Шестёркина.

Библиография

Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013.

Вартанова Е.Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 5–18.

Вырковский А.В. Тенденции развития рынка еженедельных журналов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 170–177.

Вырковский А.В., Макеенко М.И. Конвергенция в российской ежедневной прессе: экономические особенности и перспективы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 5. С. 36–49.

Голованова Г.А. Газетная пресса США // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2006. № 5.

Голошейкин Е.В. Мотовилов А.В. Крупные города как фактор регионального развития // Вестн. Челябинск. гос. ун-та. Экономика. 2009. № 6 (164). Вып. 22. С. 87–90.

Демина И.Н., Шкондин М.В. Медиасистема России: методологические аспекты оптимизации // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 2. С.187–199.

Зацепилин Ю.В. Город как социум в эпоху всеобщей информатизации. Челябинск, 2006.

Макеенко М.И. Тенденции развития американской ежедневной прессы. Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2002.

Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство. М.: Strelka Press, 2014.

Медиасистема России / под редакцией *Е.Л. Вартановой*. М.: Аспект-Пресс, 2015.

Пашаева Я.Ф. Модель содержания газеты мегаполиса в условиях прямой конкуренции (на примере города Чикаго) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 4. С. 81–104.

Сабирова Л.М. Роль городов-миллионников в региональной социально-экономической системе // Ученые записки Казанск. ун-та, 2012. Т. 154. Кн. 6. С. 26–31.

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. (результаты опроса редакторов и журналистов). М.: Фак. журн. МГУ, 2015.

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг //Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 5, 6.

Свитич Л.Г., Смирнова О.В. Печать городов-миллионников и их присутствие в Интернете // Расширение медиаграниц в XX1 веке: влияние дигитализации на медиасреду. Тез. междунар. науч. чтений в Москве 17–18 ноября 2016. М.: МедиаМир, 2016.

Типология периодической печати / под ред. *М.В. Шкондина* и *Л.Л. Реснянской*.М.: Аспект-Пресс, 2009.

Чичерина М.В. Типология медиатекста как основа формирования медиаграмотности // Известия Российского государственного университета имени А.И.Герцена. 2007. Вып. 47. Т. 9.

Шкондин М.В. Журналистика как интеллектуальная система: аспекты целостности // Известия Иркутской государственной экономической академии, 2016. Т. 26, № 2. С. 175–182.

Шкондин М.В., Замотина Н.Н. Региональная печать: структурные характеристики (На примере изданий Красноярска) // Вестн. Волжск. ун-та имени В.Н. Татищева. 2016. Т. 1. № 3. С. 181–190.

Notes

admkrsk.ru
admOmsk.ru
cheladmin.ru
city.samara.ru
ekburg.ru
gorodperm.ru
http://prav.tatarstan.ru
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138631758656
http://www.volgadmin.ru/ru/
http://www.kzn.ru/
novo-sibirsk.ru
pgu.govvrn.ru
rostov-gorod.ru
ufacity.info
voronezh-city.ru
екатеринбург.рф
нижнийновгород.рф
омск.рф

References

Chicherina M.V. (2007) Tipologiya mediateksta kak osnova formirovaniya mediagramotnosti. [Media Text Typology as a Foundation for Building Media Literacy]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A.I.Gertsena* 47(9).

Demina I.N., Shkondin M.V. (2016) Mediasistema Rossii: metodologicheskie aspekty op-timizatsii. [The Russian Media System: Methodological Aspects of Optimization]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 5(2): 187–199.

Golosheykin E.V. Motovilov A.V. (2009) Krupnye goroda kak faktor regional'nogo razvi-tiya. [Large Cities as a Factor of Regional Development]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika* 6(164): 87–90.

Golovanova G.A. (2006) Gazetnaya pressa SShA. [The Newspaper Press in the USA]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 5.

Makeenko M.I. (2002) *Tendentsii razvitiya amerikanskoy ezhednevnoy pressy.* Dis. ... kand. filol. nauk [Development Trends in the American Daily Press. PhD philol. sci. diss.] Moscow.

McQuire S. (2014) *Mediynyy gorod: media, arkhitektura i gorodskoe prostranstvo*. [A Media City: Media, Architecture, and Urban Space]. Moscow: Strelka Press Publ.

Pashaeva Ya.F. (2016) Model' soderzhaniya gazety megapolisa v usloviyakh pryamoy konkurentsii (na primere goroda Chikago). [Content Model of a Metropolis Newspaper under Direct Competition (as exemplified by Chicago)] *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 4: 81–104.

Sabirova L.M. (2012) Rol' gorodov-millionnikov v regional'noy sotsial'no-ekonomicheskoy sisteme [The Role of Million Cities in the Regional Socio-Economic System]. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta* 154(6): 26–31.

Shkondin M.V. (2016) Zhurnalistika kak intellektual'naya sistema: aspekty tselostnosti. [Journalism as an Intellectual System: the Aspects of Integrity]. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii* 26(2): 175–182.

Shkondin M.V., Resnyanskaya L.L. (eds) (2009) *Tipologiya periodicheskoy pechati*. [Typology of the Periodical Press]. Moscow: Aspekt Press Publ.

Shkondin M.V., Zamotina N.N. (2016) Regional'naya pechat': strukturnye kharakteristiki (na primere izdaniy Krasnoyarska). [The Regional Press: Structural Characteristics (as exemplified by Krasnoyarsk publications)] *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva* 1(3): 181–190.

Smirnova O.V., Svitich L.G., Shkondin M.V. (2016) Issledovanie krupnykh gorodov Rossii: resursy mediasistemy [A Study of Large Russian Cities: the Media System's Resources] In: *Zhurnalistika v 2015 godu. Informatsionnyy potentsial obshchestva i resursy mediasistemy. Sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. [Information Potential of Society and the Media System's Resources. Proceedings of the International Research-to-Practice Conference] Moscow: MediaMir Publ.; Faculty of Journalism MSU.

Svitich L.G., Smirnova O.V. (2016) Pechat' gorodov-millionnikov i ikh prisutstvie v In-ternete. [The Press in Million Cities and Their Presence on the Internet]. In *Rasshirenie mediagranits v XXI veke: vliyanie digitalizatsii na medi-*

asredu. Tezisy Mezhdunarodnykh nauchnykh chteniy v Moskve 17–18 noyabrya 2016. [Extension of Media Boundaries in the 21st Century: the Influence of Digitalization on the Media Environment. Abstracts of International Scientific Readings in Moscow on November 17-18, 2016]. Moscow: MediaMir Publ.

Svitich L.G., Smirnova O.V., Shiryaeva A.A., Shkondin M.V. (2015) *Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii v 2010-kh gg. (rezul'taty oprosa redaktorov i zhurna-listov* [Newspapers of Large and Small Russian Towns in the 2010s (results of a survey of editors and journalists)]. Moscow: Faculty of Journalism, MSU.

Svitich L.G., Smirnova O.V., Shiryaeva A.A., Shkondin M.V. (2014) Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii v 2010-kh gg. [Newspapers of Large and Small Russian Towns in the 2010s] *Vestn. Mosk. un-ta. Ser.10. Zhurnalistika* 5, 6.

Vartanova E.L. (ed.) (2015) *Mediasistema Rossii.* [The Russian Media System]. Moscow: Aspekt Press Publ.

Vartanova E. L. (2013) *Postsovetskie transformatsii rossiyskikh SMI i zhurnalistiki.* [Post-Soviet Transformations of Russian Media and Journalism]. Moscow: MediaMir Publ.

Vartanova E. L. (2015) Sovremennye rossiyskie issledovaniya SMI: obnovlenie teoreticheskikh podkhodov. [Modern Russian Media Studies: a Renewal of Theoretical Approaches]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6: 5–18.

Vyrkovskiy A.V. (2010) Tendentsii razvitiya rynka ezhenedel'nykh zhurnalov. [Development Trends of the Weekly Magazine Market]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6: 170–177.

Vyrkovskiy A.V., Makeenko M.I. (2012) Konvergentsiya v rossiyskoy ezhednevnoy presse: ekonomicheskie osobennosti i perspektivy. [Convergence in the Russian Daily Press: Economic Characteristics and Prospects]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 5: 36–49.

Zatsepilin Yu.V. (2006) *Gorod kak sotsium v epokhu vseobshchey informatizatsii.* [The City as Society in the Era of Global Informatization]. Chelyabinsk.

Поступила в редакцию
28.07.2017

Дунас Денис Владимирович, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: dunas.denis@smi.msu.ru

Толоконникова Анна Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: a.tolokonnikova@mail.ru,

Черевко Тарас Сергеевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: cherevkot@gmail.com

АКТУАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К РАССМОТРЕНИЮ ПРОЦЕССА МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ ОНЛАЙН-НОВОСТЕЙ МОЛОДЕЖЬЮ[1]

В статье рассматриваются актуальные концептуальные подходы к пониманию процесса производства и потребления новостей в цифровой среде и, в первую очередь, медиапотребления онлайн-новостей молодыми людьми и их эффективным воздействием на аудиторию в вопросе формирования гражданской культуры, стиля жизни и идентичности. Практики молодых людей, и особенно студентов, – маркеры изменяющихся трендов медиапотребления. Их изучение важно для понимания актуального состояния происходящих медиатрансформаций. В статье анализируются и систематизируются результаты исследований, прежде всего, медиапотребления студентов, проведенных отечественными и зарубежными коллегами. Авторы статьи предлагают не только реконцептуализировать такие теории, как формирование повестки дня и «гейткипинг», но и переосмыслить, как онлайн-новости меняют представления молодых людей о гражданском участии и в целом формируют гражданскую культуру нового типа и каким образом медиапотребление онлайн-новостей связано с процессом самоидентификации молодежи.

Ключевые слова: *онлайн-новости, молодежь, гражданская культура, стиль жизни, идентичность, медиапотребление.*

Denis V. Dunas, PhD in Philology, Senior Researcher at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: dunas.denis@smi.msu.ru

Anna V. Tolokonnikova, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: a.tolokonnikova@mail.ru

Taras S. Cherevko, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: cherevkot@gmail.com

CURRENT CONCEPTUAL APPROACHES TO THE PROCESS OF YOUNG PEOPLE'S MEDIA CONSUMPTION OF ONLINE NEWS

The article considers the approaches to understanding the process of news production and consumption in the digital environment and, first and foremost, young people's media consumption of online news and its effects on the audience in terms of civic culture, lifestyle and identity formation. The practices of young people, especially students, prove to be the markers of the changing trends in media consumption. Their study is important for understanding the current state of the ongoing media transformations. The article analyzes and systematizes the results of several researches, primarily researches into students' media consumption, conducted by Russian and foreign scholars. The authors of the article propose not only to re-conceptualize the agenda-setting and gatekeeping theories, but also to rethink how online news changes young people's notions of civic participation and generally forms a new type of civic culture and how media consumption of online news is related to the process of young people's self-identification.

Key words: *online news, young people, civic culture, lifestyle, identity, media consumption.*

Онлайн-новости – предмет исследовательского интереса

Потребление новостей занимает одну из центральных позиций в повседневных практиках современного общества (Бурдье, 2002; Вартанова, 2013; Маклюэн, 2007; Мицкевич, 2013; Bird, 2010; Dayan & Katz, 1992; Luhmann, 1996; Mitchelstein and Boczkowki, 2010; Morley 1980; Thompson, 1995). Рост потребления онлайн-новостей привел к увеличению исследовательского интереса в этой области журналистики.

Т.Б. Ксиазек, У. С. Малтхаус и Дж. Г. Уэбстер утверждают, что потребление средств массовой информации в цифровом формате стало доступно в любое удобное пользователю время в любом удобном месте (Ksiazek et al., 2012). Однако изобилие доступных информационных ресурсов не означает, что пользователи потребляют их все. Индивиды справляются с обилием выбора, полагаясь на относительно небольшие подмножества предпочитаемых медиа, создавая собственные медиаменю и информационные повестки (Вартанова, 2012).

Ключевая трансформация медиакоммуникационного процесса онлайн-новостей (от производителя/отправителя до получателя/медиаэффектов) связана с децентрализацией медиасистемы. Это сущностное изменение медиаландшафта в цифровую эпоху привело к реконцептуализации новостей в контексте новых ме-

диа, что получило развитие как в отечественной, так и зарубежной академической литературе (Балмаева и Лукина (ред.), 2016; Вартанова, 2013; Ткачева и др., 2016a; Ткачева и др., 2016b; Лукина (ред.), 2010; Couldry & Hepp, 2017; Doctor, 2010; Fenton, 2009; Flew, 2014).

Две главные теории, связанные с новостными медиакоммуникациями, – теория «привратников» (Shoemaker & Reese, 1996) и теория установления повестки дня (McCombs & Shaw, 1972) – подверглись переосмыслению, когда сами авторы этих теорий признали их несостоятельность для цифровой реальности (McCombs & Guo, 2014; Shoemaker & Reese, 2014; Shoemaker & Vos, 2009).

Сегодня ответственность за установление повестки дня лежит, с одной стороны, на алгоритме формирования новостной ленты социальных сетей, с другой стороны, на пользователях. Важное качество новой медиакоммуникационной модели – наличие нескольких «ядер», т. е. источников и агентов распространения новостной информации. Как ростовая морфология кристалла индивидуальна, так же индивидуальна и повестка дня конкретного пользователя новых медиа (Wohn & Bowe, 2016). Представляется, что при таком подходе массовая аудитория СМИ – главный концепт медиасоциологии – скоро будет утрачен.

Новости в онлайн-середе отличаются интерактивностью, легкостью доступа, возможностью осуществлять поиск и получать дополнительную информацию по интересующей теме, через гиперссылки развивать и углублять новостное потребление, наконец, использовать мультимедийные функции онлайн-платформ. Исследователи обратили внимание на такое свойство новостного онлайн-потребления, как осуществление контроля над последовательностью, в которой представлена информация (King 1998: 26). Возможность пользователя осуществлять самостоятельный выбор при переходе на ту или иную гиперссылку создает условия для существования децентрализованной системы медиакоммуникаций, делает процесс медиапотребления новостей нелинейным (Lee and So, 2000). Мультимедийность как ключевая особенность Интернета предоставляет не только текстовую, но и аудиовизуальную информацию. Мультимедийный интерфейс дает пользователю возможность контролировать темп и последовательность получаемой информации (Flynn & Tetzlaff, 1998). Как отметила Д. Кульчицкая, мультимедиа создают уникальные возможности для отражения

всего многообразия предметно-чувственного мира посредством медиатекста (Kulchitskaya, 2014).

Потребление источников новостной информации включает активный процесс отбора. Как выяснили исследователи А. Дидди и Р. Ла Роуз, потребитель, скорее всего, прибегнет к привычной модели потребления, чем будет постоянно участвовать в активном отборе, при том условии, что первоначальный отбор был удовлетворительным (Diddi and La Rose, 2010). У. Митчелштейн и П. Бочковски поддержали эту позицию, утверждая, что потребители онлайн-новостей не сильно отличаются от традиционной аудитории (Mitchelstein & Boczkowki, 2010). Эмпирические исследования показали, что большинство пользователей находятся под влиянием прошлых привычек потребления. Таким образом, процесс новостного потребления онлайн должен рассматриваться как привычный процесс медиапотребления, а не в качестве инновационного процесса. Измененным элементом в данной модели выступает платформа (Olmsted et. al., 2012).

Широко распространенным в медиаисследованиях считается подход, согласно которому Интернет представляет угрозу для традиционных СМИ, и поэтому онлайн-СМИ приходят им на смену (Dimmick, 2003). Это наблюдение поддержали О. Уэстлунд и М.А. Фарди, которые утверждают, что новые средства массовой информации всегда будут иметь преимущество над старыми средствами массовой информации, так как обслуживают интересы пользователя наилучшим образом в настоящий момент времени (Westlund & Fardigh, 2015).

Напротив, другие ученые предложили подход, который предполагает, что Интернет и традиционные средства массовой информации могут дополнять друг друга, а не противоречить. Исследователи указывают на возможности межплатформенного использования медиа, так как различные средства массовой информации и платформы служат разнообразным целям людей (Westlund & Fardigh 2015: 56). М. Дж. Дутта-Бергман подкрепляет эти взгляды отсылкой к теории пользы и удовлетворения потребностей (Dutta-Bergman, 2004). О. Уэстлунд и М.А. Фарди настаивают на том, что некоторые пользователи, например молодежь, могут иметь относительно ограниченный интерес к новостям о значительных событиях, транслируемых на федеральных каналах, и поэтому будут искать другие платформы, соответствующие их интересам (Westlund and Fardigh, 2015).

Потребление новостей как индикатор гражданской культуры

В странах с устойчивым индексом развития растет обеспокоенность общества снижением спроса молодых людей на новости (Drok et. al., 2017). Исследователи связывают это обстоятельство с повсеместным уменьшением интереса граждан к социальным проблемам и снижением качества гражданской культуры. Роль профессиональной журналистики, в том числе новостной, произведенной согласно высоким профессиональным стандартам, в демократическом государстве кажется очевидной, но не само собой разумеющейся (Christians et al., 2009: vii). Гарантия правдивого, всестороннего и интеллектуального отчета обществу о событиях дня в актуальном контексте (Вартанова, 2010; МакКуэйл, 2013) – это задача, которую способны выполнить профессионалы, а не любители.

Снижение интереса молодых людей к профессионально произведенным новостям объясняется следующими причинами: возросшим влиянием популярной культуры и, как следствие, снижением интереса к политике (Бурдье, 2002; Fiske, 1989; Van Zoonen, 2004); изменением целеустановок молодых людей: выполнение гражданского долга или формирование гражданской позиции сменили желание самопрезентации, саморелазиации и самоактуализации (Bennett, 2008); снижением уровня социальной активности среди молодежи в обществах с устойчивым развитием (Drok et al 2017; Scoric & Poor, 2013); цифровым расколом внутри обществ, когда доступ к медийным девайсам и навыки пользования ими становятся водоразделом не просто между поколениями, но стилями жизни, ценностями граждан одной нации (Зубаревич, 2010; Vartanova, 2002). Объяснение подобного толка создают образ нового поколения, которое менее заинтересовано в официальной политике, меньше доверяет государственной власти и менее активно в социальном участии (Galston, 2004; Spannring et al., 2008).

По мнению исследователей, традиционные средства массовой информации слишком сосредоточены на институциональной стороне общества, что может отпугивать молодых людей (Drok et. al., 2017). Кроме того, такие новости не помогают молодым людям раскрыть их гражданскую позицию (Banaji and Buckingham, 2013; Rosenberry & St. John, 2010). Это совпадает с точкой зрения, согласно которой кризис в журналистике связан с кризисом гражданской культуры, неспособностью журналистики в полной мере участвовать в процессе развития личности гражданина (Blumler,

2011). Такой подход означает, что молодые люди становятся нетерпимыми к информации, которая не представляет разнообразия точек зрения и мнений (Drok, 2017; Drok & Hermans, 2016; Laufer, 2011; Lee, 2015). Их интересуют новости, которые направлены на развитие личности, или, например, информирующие общественность о возможных решениях социальных проблем (Drok, 2017; Gyldensted, 2015; Haagerup, 2014; Nichols et al., 2006). Согласно другим исследованиям, молодежь в большей степени интересуют местные новости, связанные с их повседневной жизнью и сообществом, которое они представляют, чем с нацией или государством (Drok et. al., 2017; Drok & Hermans, 2016; Blumler, 2011).

Большинство новостей воспринимается молодыми людьми как скучная информация, не имеющая отношения к их реальной жизни, или попросту раздражает их (Drok et. al., 2017). Такой подход объясняет активность молодых людей в производстве собственного новостного контента – соответствующего их интересам – и распространении его посредством социальных сетей.

Современное постмодернистское общество насыщено развитыми информационно-коммуникационными технологиями, которые приводят к изменению (медиа)практик, (медиа)поведения, (медиа)привычек своих граждан, прежде всего, молодых людей как наиболее открытых актуальным условиям социальной динамики и легко к ним приспосабливаемых. Новые условия социальной действительности приводят и к трансформации теоретических подходов. Так, понятие «гражданской культуры» уже не определяется просмотром новостей на федеральных каналах или голосованием на выборах. Исследователи все больше говорят о формировании нового типа гражданства, которое характеризуется «более индивидуалистичной целью, более интенсивными сетевыми коммуникациями, большей свободой действий и уровнем личной свободы в определении общественного блага», чем просто пользование избирательным правом (Bennett, 2008; Gotlieb et al., 2015).

Молодежь как важный сегмент аудитории СМИ

Понятие «молодежь» неоднозначно. Как правило, под молодежью понимается группа граждан в возрасте от 15 до 29 лет[2]. В зарубежной литературе возраст молодежи может варьироваться от 14 до 35 лет. Известны такие обозначения молодых людей, как мил-

лениалы, поколение Y, поколение «некст», «сетевое» поколение, миллениты, эхо-бумеры (Howe & Strauss, 2008). Под ними, как правило, обозначается поколение людей, родившихся после 1981 г., т. е. тех, кто вошел в новое тысячелетие в юном возрасте. Наконец, «урожденные цифровые» – следующее за миллениалами поколение, или постмиллениалы, – родились после 2001 г. (Prensky, 2001). Конечно, миллениалы и постмиллеаниалы во многом различаются как между собой, так и внутри своих возрастных групп. Исследователи предупреждают об опасности представления обобщенных результатов при изучении медиапотребления молодежи (Banaji & Buckingham, 2013). Тем не менее мы можем выявить общие паттерны и закономерности новостного медиапотребления молодых людей.

Молодые люди представляют будущее поколение «взрослых», их мнения и решения важны для развития нации и государства. Этот тезис отчетливо озвучен исследователями С. Олмстед, Х. Рим и Э. Зерба, которые подчеркивают, что те или иные привычки молодых людей ложатся в основу устоявшихся моделей медиапотребления будущих взрослых (Olmsted et. al., 2012). Д. Розенгард, М. Такер-Маклафлин и Т. Браун полагают, что молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет являются более активными пользователями технологий, чем любая другая возрастная группа. Молодежь не так активна в потреблении (и тем более распространении) новостей в традиционных СМИ, но быстро осваивает новостное онлайн-потребление через новые модели дистрибуции информации (Rosengard et. al., 2010).

Исследователи Л.-П. Спириду и А. Веглис утверждают, что медиапотребление онлайн-новостей молодыми людьми прекрасно иллюстрирует теорию диффузии инноваций Э. Роджерса (Spiridou & Veglis, 2008; Rogers, 1962). Молодежь выполняет роль инноватора, демонстрируя способ медиапотребления, который еще только предстоит освоить старшему поколению. Далее исследователи утверждают, что некоторые характеристики, такие как космополитизм, толерантность и «открытость» новым технологиям, играют определенную роль в принятии Интернета как источника получения новостной информации.

По словам С. Тулли, молодые люди используют современные технологии и быстрее внедряют их в повседневную жизнь (Tully, 2003). Он полагает, что лидеры в распространении общественного мнения и агенты влияния, которые способны оказать воздействие на поведение аудитории, находятся среди молодежи. Именно они

выступают первопроходцами в освоении технологий, а также играют важную роль в их активном распространении (Trombly, 2013). Молодые люди предпочитают Интернет, главным образом, потому, что он дает им право самим контролировать медиаопыт благодаря возможности создавать гибкие повестки дня, получившие в академической литературе обозначение «альтернативных» и «параллельных» (Вартанова, 2012). Демократическая природа Интернета – комфортное условие, в котором формируются медиапотребительские привычки молодежи.

Кроме того, у молодежи, в отличие от взрослых людей, отсутствует страх перед изобилием доступных для них средств массовой информации (Bowman, 2003). Привычка пользования традиционными СМИ еще (или уже) не выработалась, а новые тенденции развития технологий воспринимаются не столько как «новые», сколько как соответствующие сегодняшнему дню.

С.К. Фриман полагает, что такие факторы, как пол и возраст, влияют на интерес к использованию новых медиа (Freeman, 2013). Молодые люди, по ее мнению, не являются пассивной аудиторией в сфере онлайн-пользования, наоборот, представляют собой активную аудиторию. Активность распространяется не только на процессы производства любительского контента, но и на процессы выбора продукта.

Особой частью молодой аудитории СМИ являются студенты. Формирование их личности происходит в контексте интенсивного интеллектуального развития, которому способствует обучение в вузах. В вопросе медиапотребления студенты, и особенно те из них, кто обучается по программам «Журналистика» и «Медиа», будут демонстрировать нерепрезентативные в масштабах всей молодежи результаты в связи с выраженной технологической продвинутостью и потребительской избирательностью, что делает их медиапотребление полупрофессиональным. Тем не менее эти результаты представляют большую теоретическую ценность, так как позволяют выявить новые тренды в концентрированном виде. Фактически такие исследования базируются на качественных этнографических, а не на социологических методах. К тому же студенты всегда охотно соглашаются выступить респондентами в университетских исследованиях, что делает их объектом изучения для многих научно-исследовательских проектов в России и за рубежом (Аникина и др., 2016; Бабюк, 2017; Толоконникова и Черевко, 2016; Drok et. al. 2017; Spiridou & Veglis, 2008; Jimah, 2005).

Медиапотребление новостей в контексте процессов самоидентификации молодежи

В силу возрастных особенностей молодые люди находятся в критической фазе развития своей идентичности. Изучение медиапотребления молодежи вызывает поэтому особый интерес у исследователей, так как открываются возможности для выявления взаимосвязи идентификационных процессов личности и медиапотребления (Buckingham, 2008). Было определено, что жизненные цели молодежи, как правило, связаны с образованием, путешествиями, дружбой, работой, планированием семьи, здоровьем, стилем жизни, недвижимостью, хобби, благосостоянием и самоидентификацией (Salmela-Aro et al., 2007). Использование СМИ напрямую связано с идентификацией личности, так как медиапотребление обладает ресурсами для формирования личности человека (Zemmels, 2012). Пользование СМИ влияет на чувство собственного достоинства молодых людей (Steele and Brown, 1995). Медиа являются одной из тех арен, на которых происходит формирование и интерпретация стиля жизни молодых людей (Гуреева, 2016; Miles, 2000). Потребление медиа молодыми людьми тесно переплетается с потреблением продуктов, произведенных другими секторами культурных индустрий, такими как мода и музыка (Badaoui et al., 2012).

Э. Катц, Х. Хаас и М. Гуревич уже в 1973 г. признали, что, среди прочего, использование средств массовой информации удовлетворяет такие важные потребности в жизни человека, как понимание себя, самоактуализация и налаживание социальных контактов. По сути, все эти стремления связаны с процессом построения личности (Katz et. al., 1973).

Согласно экономическим концепциям потребление товаров и услуг связано с процессом самоидентификации, а товары и услуги несут в себе символические значения, закодированные в бренде. Через потребление человек проявляет свои индивидуальные и социальные потребности, формируя собственную личность, образ жизни и стиль поведения (Arnould & Thompson, 2005: 871). Личный вкус в процессе выбора товара проявляется как выражение идентичности, поскольку он включает классификацию и отбор, утверждается значимость культурного разнообразия (Ohlsson, Lindell & Arkhede, 2017; Bourdieu, 1984). Что касается использования СМИ, то процесс построения идентичности при медиапотре-

блении возможно рассмотреть как еще более активный, чем при потреблении обычных товаров и услуг, так как медиапотребление подразумевает еще большую социальную активность в процессе выбора медиаканала и медиапродукта (Zemmels, 2012: 17), а также активность в процессе интерпретации информации, содержащейся в СМИ, не всегда предопределяемой производителем этого контента (Thompson, 1995).

Согласно Э. Гидденсу, «стиль жизни можно определить как более или менее интегрированный набор практик, в которые человек вовлекается не только потому, что такие практики удовлетворяют его утилитарные потребности, но и потому, что они выступают материальным выражением его самоидентификации» (Giddens, 1991: 81). Таким образом, стиль жизни следует понимать как повседневное проявление самоидентификации. Исследователи все больше ассоциируют стиль жизни не столько с принадлежностью к группам, таким, как социальный класс или пол, сколько с проявлением индивидуальности, самовыражения, самосознания. И хотя теоретизирование в области журналистики и СМИ по-прежнему фокусируется в большей степени на «массе», чем на «я», новые медиакоммуникационные процессы требуют теоретических перспектив, включающих в рассмотрение оба элемента.

Потребление новостей рассматривается некоторыми исследователями в одном ряду с таким развлекательным контентом, как приготовление пищи, дизайн интерьеров, диета и знакомства (Bird, 2000; 2010; Madianou, 2008; 2010). Развлекательные СМИ предлагают аудитории множество вариантов выбора для повседневного поглощения и формирования стиля жизни (Buckingham, 2008: 9). Такой контент не только развлекает, но и стимулирует аудиторию к трансформации повседневной жизни и, как следствие, к личностному росту. Например, для С. Берд новости представляют собой не столько социальное явление, сколько «культурную форму» (Bird, 2010: 430). Таким образом, новости предоставляют индивидам ресурсы для реализации идентичности.

Заключение

Очевидно, что медиапотребление цифровых новостей молодыми людьми – как предмет академического интереса – актуализировал несколько важных теоретических вопросов.

Во-первых, можно говорить об изменении традиционного медиасоциологического подхода, базирующегося на фундаменте эмпирико-функционализма как доминирующей парадигмы исследований журналистики и СМИ, в сторону антропологического подхода к рассмотрению медиакоммуникационных процессов. Цифровое медиапотребление все больше отличают и индивидуальный выбор, и индивидуальная повестка дня. «Массовая аудитория» как ключевой термин медиасоциологии все стремительнее теряет актуальность в вопросе выявления и осмысления новых медиаэффектов.

Во-вторых, переосмыслению подвергаются понятие «гражданская культура» и ассоциированные с ним «гражданское участие» и «гражданская активность». Общенациональные новости, как показывают результаты эмпирических исследований, не интересуют молодежь ввиду зацикленности на институциональных сторонах жизни и отведению аудитории роли пассивного созерцателя. Молодых людей больше интересуют новости локального характера. Под локальным характером следует понимать не географически ограниченную территорию, а отнесение индивида к представляемой социальной (культурной) группе. Возможность личного участия не только в процессе декодирования и распространения новости, но и в вопросе решения социальных проблем в реальной жизни – важное условие гражданской активности. Принадлежность к сообществу выбранных самими молодыми людьми друзей сужает тип информационного продукта с «общего интереса» до «специального интереса» и особой важности. Так, вектор определения гражданской культуры смещается с общенациональных на групповые и индивидуальные ценности.

Наконец, медиапотребление онлайн-новостей создает новые условия для формирования стиля жизни и самоактуализации, так как само по себе становится составной частью нового стиля жизни, характерными чертами которого выступают индивидуальность выбора и интерпретации новостного сообщения и самостоятельность в определении медиаменю, открытость новым технологиям, развитость социальных контактов и, как следствие, активная жизненная позиция.

Так или иначе, цифровые новости – важная часть контента современных медиа, вокруг которого формируется целый блок новых теоретико-методологических подходов. Концептуализация новостей в новых медиа – один из главных трендов развития медиаисследований в среднесрочной перспективе.

Примечания

[1] Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект № 17-18-01408).

[2] Росстат. Режим доступа: http://www.gks.ru/

Список литературы

Аникина М.Е., Ермошкина Т.А., Искаков Д.А., Кобзев М.В., Пушкарева Д.А., Щепилова Г.Г. Восприятие длинных текстов поколением «цифровых островитян» // Медиаскоп (электронный журнал). 2016. № 1.

Бабюк М.И. Специфика потребления спортивного контента в российской студенческой среде: опыт локального исследования // Медиальманах. 2017. № 4.

Бурдье П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.

Вартанова Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп (электронный журнал). 2010. №1.

Вартанова Е.Л. Социальная репрезентация и новые медиа: к вопросу о переосмыслении теории повестки дня // Средства массовой информации в современном мире. 52-е Петербургские чтения. Тезисы выступлений. 2013 год. СПб: Изд-во С.-Петербургск. ун-та, 2013.

Гуреева А.Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.

Зубаревич Н.В. Регионы России: неравенство, кризис, модернизация. М.: Независимый институт социальной политики, 2010.

Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под ред. *С. Д. Балмаевой и М. М. Лукиной*. Екатеринбург: Гуманитар. ун-т, 2016.

Маккуэйл Д. Журналистика и общество. М.: МедиаМир, 2013.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. *В.Г. Николаева*. М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007.

Мицкевич Э. Телевидение, власть и общество. М.: Аспект Пресс, 2013.

Ткачева Н.В., Вартанов С.А., Гуреева А.Н., Дунас Д.В. Изменение природы новостей в цифровую эпоху: теоретическое осмысление // Медиальманах. 2016. № 6. С. 12–24.

Ткачева Н.В., Вартанов С.А., Гуреева А.Н., Дунас Д.В. К вопросу о теоретическом понимании новостей в цифровую эпоху: трансформация структуры, сил влияния, жизненного цикла // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 3. С. 3–16.

Толоконникова А.В., Черевко Т.С. Потребление новостной информации в Интернете студентами МГУ имени М. В. Ломоносова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 4. С. 160–179.

Arnould E.J., Thompson, C.J. (2005). 'Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research'. *Journal of Consumer Research* 31(4): 868–82.

Badaoui K., Lebrun A.-M., Bouchet P. (2012). 'Clothing Style, Music, and Media Influences on Adolescents' Brand Consumption behavior'. *Psychology & Marketing* 29(8): 568–82.

Banaji S, Buckingham D. (2013). *The Civic Web: Young people, the Internet, and Civic Participation*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Bell D., Hollows J. (2005). 'Making Sense of Ordinary Lifestyles', in D. Bell and J. Hollows (eds) *Ordinary Lifestyles*. Maidenhead, Berkshire: Open University Press. Pp. 21–34.

Bennett W.L. (2008). Changing citizenship in the digital age. In W.L. Bennett (Ed.), *Civic life online*. Cambridge, MA: MIT Press. Pp. 1–24.

Bird S.E. (2000). Facing the distracted audience: Journalism and cultural context. *Journalism* 1(1): 29–33.

Bird S.E. (2010). New practices in everyday life: Beyond audience response. In: Allan S (ed.) *The Routledge Companion to News and Journalism Studies*. London: Routledge. Pp. 417–427.

Blumler J.G. (2011). The two-legged crisis of journalism. In: Franklin, B. (ed.) *The Future of Journalism*. Oxon: Routledge.

Boczkowski P.J., Mitchelstein E. (2017) The gap between the media and the public. In: Peters, C. & Broersma, M. (eds) *Rethinking Journalism Again: Societal Role and Public Relevance in a Digital Age*. Oxon; New York: Routledge. Pp. 175–187.

Bourdieu P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Bowman L. (2003). Web beats other media for youth'. *CNET News.com*. Retrieved on December 28, 2014.http://news.zdnet.co.uk/business/039020645, 2138177.

Buckingham D. (2000) *The Making of Citizens: Young People, News and Politics*. London: Routledge.

Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D. et al. (2009). *Normative Theories of the Press: Journalism in Democratic Societies*. Urbana, IL; Chicago, IL: University of Illinois Press.

Couldry N., Hepp A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.

Dayan D., Katz E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Diddi A., LaRose R. (2006). Getting hooked on news: Uses and gratifications of the formation of news habits among college students in an Internet environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50, 193–210.

Dimmick. J.W. (2003). *Media competition and coexistence. The theory of niche*. Lawrence Erlbaum Associates.

Doctor K. (2010). *Newsonomics: Twelve trends that will shape the news you get*. New York, NY: St-Martins Press.

Drok N., Hermans L. (2016). Is there a future for Slow Journalism? The perspective of younger users. *Journalism Practice* 10(4): 539–554.

Drok N., Hermans L., Kats K. (2017). Decoding youth DNA: The relationship between social engagement and news interest, news media use and news preference of Dutch millenials. *Journalism*: 1–19.

Dutta-Bergman M. J. (2002). 'Beyond Demographic Variables: Using Psychographic Research to Narrate the Story of Internet Users'. *Smile* 2(3).

Fenton N. (2009). *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*. London: Sage.

Fiske J. (1989). *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.

Flew T. (2014). *New media*. Oxford: Oxford University Press.

Flynn R.J., Tetzlaff W.H. (1998). 'MultiMedia – An Introduction'. *IBM Journal of Research and Development* 42(2): 165–176.

Freeman S. K. (2013). News consumption behaviour of young adults in Malaysia. *International journal of social science and humanity* 3(2).

Galston W.A. (2004). Civic education and political participation. *Political Science & Politics* 37(2): 263–266.

Giddens A. (1991). *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Gotlieb M.R, Kyoung K., Gabay I. et al. (2015). Socialization of lifestyle and conventional politics among early and late adolescents. *Journal of Applied Developmental Psychology* 41(November–December): 60–70.

Gyldensted C. (2015). *From Mirrors to Movers. Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism*. Charleston, SC: G Group Publishing.

Haagerup U. (2014) *Constructive Journalism; Why Negativity Destroys the Media and Democracy – And How to Improve Journalism of Tomorrow*. Rapperswil: InnoVatio Publishing.

Howe N., Strauss W. (2008). *Millennials Go to College: Strategies for a New Generation on Campus (2nd ed.)*. Great Falls: LifeCourse Associates.

Jimah M. (2005). *Online news consumption habits among undergraduate students of the University of education, Winneba*. A thesis in the Department of communcation and media, Faculty of languages.

Katz E., Haas H., Gurevitch M. (1973). 'On the Use of the Mass Media for Important Things'. *American Sociological Review* 38(2): 164–81.

King E. (1998). 'Redefining Relationships: Interactivity Between News Producers and Consumers'. *Convergence* 4(4): 26–32.

Ksiazek T.B., Malthouse E.C., Webster J.G. (2010). News-seekers and avoiders: Exploring patterns of total news consumption across media and the relationship to civic participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54(4): 551–568.

Kulchitskaya D. (2014) Psychological prerequisites and effects of using multimedia content in the mass media. *Psychology in Russia: State of the Art* 7(4): 88–97.

Laufer P. (2011). *Slow News: A Manifesto for the Critical News Consumer*. Corvallis, OR: Oregon State University Press.

Lee S. H. (2015) News Engagement Versus News Consumption: does online news use Promote Civic Engagement? *Electronic news* 9(2): 75–90.

Lee Y.L., So C. Y.K. (2000). 'The Societal Function and Impact of e-paper in the Information Age'. *21st Century Bi-monthly* 57(2): 126–34.

Luhmann N. (1996). *The reality of mass media*. Stanford, CA: Standford University Press.

Madianou M. (2008). Audience reception and news in everyday life. In K.Wahl-Jorgensen, T.Hanitzsch (eds) *The Handbook of Journalism Studies.* New York: Routledge. Pp. 325–357.

Madianou M. (2010). Living with news: Ethnography and news consumption. In: S.Allan (ed.) *The Routledge Companion to News and Journalism Studies.* London: Routledge. Pp. 428–438.

McCombs M.E., Guo L. (2014). Agenda-setting influence of the media in the public sphere. In R.S. Fortner, P.M. Fackler (eds.) *The handbook of media and mass communication theory.* West Sussex, UK: John Wiley& Sons. Pp. 249–268.

McCombs M. E., Shaw D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly* 36: 176–187.

Miles S. (2000). *Youth Lifestyles in a Changing World*. Buckingham: Open University Press.

Mitchelstein E., Boczkowski P. J. (2010). Online news consumption research: An assessment of past work and an agenda for the future. Retrieved from http://nms.sagepub.com/content/127/1085.

Morley D. (1980). *The nationwide audience. Structure and decoding.* London: British Film Institute.

Nichols S.L., Friedland L.A., Rojas H. et al. (2006). Examining the effects of public journalism on civil society from 1994 to 2002: Organizational factors, project features, story frames, and citizen engagement. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83(1): 77–100.

O'Sullivan T. (2005). 'From Television Lifestyle to Lifestyle Television'. In D.Bell, J.Hollows (eds) *Ordinary Lifestyles*. Maidenhead, Berkshire: Open University Press. Pp. 21–34.

Ohlsson J., Lindell J., Arkhede S. (2017). A matter of cultural distinction: News consumption in the online media landscape. *European Journal of Communication* 32(2): 116 – 130.

Olmsted S.C, Rim H., Zerba A. (2012). Mobile news adoption among young adults: Examining the roles of perceptions, news consumption and media usage. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 90 (1): 126-147.

Prensky M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants. Part 1. On the Horizon*. Vol. 9, Issue 5: 1-6.

Rogers E.M. (1962). *Diffusion of innovations.* New York: The Free Press:

Rosenberry J., St. John B. (2010). *Public Journalism 2.0; The Promise of a Citizen-Engaged Press.* New York: Routledge.

Rosengard D., Tucker- McLaughlin M., Brown T. (2010). *Students and social news: How college students share news through social media.* Retrieved from http://enx.sagepub.com/

Salmela-Aro K., Aunola K., Nurmi J.-E. (2007). 'Personal Goals during Emerging Adulthood: A 10-Year Follow-Up'. *Journal of Adolescent Research* 22(6): 690–715.

Shoemaker P., Vos Y. (2009). *Gatekeeping Theory*. London: Routledge.

Shoemaker P.J., Reese S.D. (1996). *Mediating the message.* White Plains, NY: Longman.

Shoemaker P. J., Reese S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective (3rd ed.)*. New York, NY: Routledge.

Skoric M.M., Poor N. (2013). Youth engagement in Singapore: The interplay of social and traditional media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57(2): 187–204.

Spannring R., Ogris G., Gaiser W. (eds) (2008) *Youth and Political Participation in Europe: Results of the Comparative Study EUYOUPART*. Farmington Hills, MI: Barbara Budrich Publishers.

Spiridou P.-L., Veglis A. (2008). The contribution of online news consumption to critical-reflective journalism professionals. Likelihood patterns among Greek journalism students. *Journalism* 9(1): 52–75.

Steele J.R., Brown J.D. (1995). Adolescent Room Culture: Studying Media in the Context of Everyday Life. *Journal of Youth and Adolescence* 24(5): 551–76.

Thompson J.B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.

Trombly M. (2003). *Newspaper websites struggle to attract younger readers; Online Journalism Review*. Retrieved from http://www.ojr.org/ojr/business/10596022230.php.

Tully C. (2003) Growing up in technological worlds: How modern technologies shape the everyday lives of young people. *Bulletin of Science, Technology and Society* 23 (6): 444-456.

Van Zoonen L. (2004) *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers

Vartanova E. (2002). Digital Divide and the Changing Political/Media Environment of Post-Socialist Europe. *Gazette* 64(5): 449–645.

Westlund O., Fardigh M. A. (2011). Displacing and complementing effects of news sites on newspapers 1998–2009. *International Journal on Media Management* 13(3): 177–194.

Westlund O., Fardigh, M.A. (2015). Accessing the news in an age of mobile media: tracing displacing and complementary effects of mobile news on newspapers and online news. *Mobile Media & Communication* 3(1): 53-74.

Wohn D.Y., Bowe B.J. (2016). Micro Agenda Setters: The Effect of Social Media on Young Adults Exposure to and Attitude Toward News. *Social Media + Society*: 1–12.

Zemmels D.R. (2012) Youth and New Media: Studying Identity and Meaning in an Evolving Media Environment. *Communication Research Trends* 31(4): 4–22.

Notes

Rosstat [Federal State Statistics Service of the RF]. URL: http://www.gks.ru/

References

Anikina M., Ermoshkina T., Iskakov D., Kobzev M., Pushkareva D., Shchepilova G. (2016). Vospriyatie dlinnyh tekstov pokoleniem cifrovyh ostrovityan [Perception of Long Texts by Digital Natives]. *Mediascope* 1.

Arnould E. J., Thompson, C. J. (2005). 'Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research'. *Journal of Consumer Research* 31(4): 868–82.

Babyuk M. (2017) Specifika potrebleniya sportivnogo kontenta v rossijskoj studencheskoj srede: opyt lokalnogo issledovaniya [Specificity of Consumption of Sports Content in the Russian Student Environment: the Experience of Local Research]. *Mediaalmanac* 4.

Badaoui K., Lebrun A.-M., Bouchet P. (2012). 'Clothing Style, Music, and Media Influences on Adolescents' Brand Consumption behavior'. *Psychology & Marketing* 29(8): 568–82.

Banaji S, Buckingham D. (2013). *The Civic Web: Young people, the Internet, and Civic Participation*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Bell D., Hollows J. (2005). 'Making Sense of Ordinary Lifestyles'. In: D. Bell and J. Hollows (eds) *Ordinary Lifestyles*. Maidenhead, Berkshire: Open University Press. Pp. 21–34.

Bennett W.L. (2008). Changing Citizenship in the Digital Age. In W.L. Bennett (Ed.), *Civic life online*. Cambridge, MA: MIT Press. Pp. 1–24.

Bird S.E. (2000). Facing the Distracted Audience: Journalism and Cultural Context. *Journalism* 1(1): 29–33.

Bird S.E. (2010). New Practices in Everyday Life: Beyond Audience Response. In: Allan S (ed.) *The Routledge Companion to News and Journalism Studies*. London: Routledge. Pp. 417–427.

Blumler J. G. (2011). The Two-Legged Crisis of Journalism. In: Franklin, B. (ed.) *The Future of Journalism*. Oxon: Routledge.

Boczkowski P.J., Mitchelstein E. (2017) The Gap between the Media and the Public. In: Peters, C. & Broersma, M. (eds) *Rethinking Journalism Again: Societal Role and Public Relevance in a Digital Age*. Oxon; New York: Routledge. Pp. 175–187.

Bourdieu P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Bourdieu P. (2002) O televidenii i zhurnalistike. [On Television and Journalism]. Moscow: Fund for Scientific Research "Pragmatics of Culture", Institute of Experimental Sociology.

Bowman L. (2003). Web Beats Other Media for Youth'. *CNET News.com*. Retrieved on December 28, 2014.http://news.zdnet.co.uk/business/039020645, 2138177.

Buckingham D. (2000) *The Making of Citizens: Young People, News and Politics*. London: Routledge.

Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D. et al. (2009). *Normative Theories of the Press: Journalism in Democratic Societies*. Urbana, IL; Chicago, IL: University of Illinois Press.

Couldry N., Hepp A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.

Dayan D., Katz E. (1992). *Media Events: the Live Broadcasting of History*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Diddi A., LaRose R. (2006). Getting Hooked on News: Uses and Gratifications of the Formation of News Habits among College Students in an Internet Environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50, 193–210.

Dimmick. J. W. (2003). *Media Competition and Coexistence. The Theory of Niche*. Lawrence Erlbaum Associates.

Doctor K. (2010). *Newsonomics: Twelve Trends that Will Shape the News You Get*. New York, NY: St-Martins Press.

Drok N., Hermans L. (2016). Is There a Future for Slow Journalism? The Perspective of Younger Users. *Journalism Practice* 10(4): 539–554.

Drok N., Hermans L., Kats K. (2017). Decoding Youth DNA: the Relationship between Social Engagement and News Interest, News Media Use and News Preference of Dutch Millenials. *Journalism*: 1–19.

Dutta-Bergman M.J. (2002). 'Beyond Demographic Variables: Using Psychographic Research to Narrate the Story of Internet Users'. *Smile* 2(3).

Fenton N. (2009). *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage.

Fiske J. (1989). *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.

Flew T. (2014). *New Media*. Oxford: Oxford University Press.

Flynn R.J., Tetzlaff W.H. (1998). 'MultiMedia – an Introduction'. *IBM Journal of Research and Development* 42(2): 165–176.

Freeman S.K. (2013). News Consumption Behaviour of Young Adults in Malaysia. *International journal of social science and humanity* 3(2).

Galston W.A. (2004). Civic Education and Political Participation. *Political Science & Politics* 37(2): 263–266.

Giddens A. (1991). *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Gotlieb M.R, Kyoung K., Gabay I. et al. (2015). Socialization of lifestyle and Conventional Politics among Early and Late Adolescents. *Journal of Applied Developmental Psychology* 41(November–December): 60–70.

Gyldensted C. (2015). *From Mirrors to Movers. Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism*. Charleston, SC: G Group Publishing.

Gureeva A. (2016) Teoreticheskoe ponimanie mediatizacii v usloviyah cifrovoj sredy [Theoretical Understanding of Mediatization in the Digital Environment]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6: 192-208.

Haagerup U. (2014) *Constructive Journalism; Why Negativity Destroys the Media and Democracy – and How to Improve Journalism of Tomorrow*. Rapperswil: InnoVatio Publishing.

Howe N., Strauss W. (2008). *Millennials Go to College: Strategies for a New Generation on Campus (2nd ed.)*. Great Falls: LifeCourse Associates.

Jimah M. (2005). *Online News Consumption Habits among Undergraduate Students of the University of Education, Winneba*. A thesis in the Department of Communication and Media, Faculty of Languages.

Balmaeva S., Lukina M. (eds.) *Kak novye media izmenili zhurnalistiku 2012 –2016*. [How New Media Have Changed Journalism. 2012–2016]. (2016). Ekaterinburg: Humanitarian University.

Katz E., Haas H., Gurevitch M. (1973). On the Use of Mass Media for Important Things. *American Sociological Review* 38(2): 164–81.

King E. (1998). Redefining Relationships: Interactivity Between News Producers and Consumers. *Convergence* 4(4): 26–32.

Ksiazek T.B., Malthouse E.C., Webster J.G. (2010). News-Seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption across Media and the Relationship to Civic Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54(4): 551–568.

Kulchitskaya D. (2014) Psychological Prerequisites and Effects of Using Multimedia Content in Mass Media. *Psychology in Russia: State of the Art* 7(4): 88–97.

Laufer P. (2011). *Slow News: A Manifesto for the Critical News Consumer.* Corvallis, OR: Oregon State University Press.

Lee S.H. (2015) News Engagement Versus News Consumption: Does Online News Use Promote Civic Engagement? *Electronic news* 9(2): 75–90.

Lee Y.L., So C.Y.K. (2000). The Societal Function and Impact of e-paper in the Information Age. *21st Century Bi-monthly* 57(2): 126–34.

Luhmann N. (1996). *The Reality of Mass Media*. Stanford, CA: Standford University Press.

Madianou M. (2008). Audience Reception and News in Everyday Life. In K. Wahl-Jorgensen, T.Hanitzsch (eds) *The Handbook of Journalism Studies.* New York: Routledge. Pp. 325–357.

Madianou M. (2010). Living with News: Ethnography and News Consumption. In: S.Allan (ed.) *The Routledge Companion to News and Journalism Studies.* London: Routledge. Pp. 428–438.

McCombs M.E., Guo L. (2014). Agenda-Setting Influence of the Media in the Public Sphere. In R.S. Fortner, P.M. Fackler (eds.) *The Handbook of Media and Mass Communication Theory.* West Sussex, UK: John Wiley& Sons. Pp. 249–268.

McCombs M.E., Shaw D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36: 176–187.

McLuhan M. (2007) *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka*. [Understanding Media: The Extensions of Man]. Moscow: Hyperborea; Kuchkovo field Publ.

Miles S. (2000). *Youth Lifestyles in a Changing World*. Buckingham: Open University Press.

Mitchelstein E., Boczkowski P.J. (2010). Online News Consumption Research: an Assessment of Past Work and an Agenda for the Future. Retrieved from http://nms.sagepub.com/content/127/1085.

Morley D. (1980). *The Nationwide Audience. Structure and Decoding.* London: British Film Institute.

Nichols S.L., Friedland L.A., Rojas H. et al. (2006). Examining the Effects of Public Journalism on Civil Society from 1994 to 2002: Organizational Factors, Project Features, Story Frames, and Citizen Engagement. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83(1): 77–100.

O'Sullivan T. (2005). From Television Lifestyle to Lifestyle Television. In: D. Bell, J.Hollows (eds) *Ordinary Lifestyles*. Maidenhead, Berkshire: Open University Press. Pp. 21–34.

Ohlsson J., Lindell J., Arkhede S. (2017). A Matter of Cultural Distinction: News Consumption in the Online Media Landscape. *European Journal of Communication* 32(2): 116–130.

Olmsted S. C, Rim H., Zerba A. (2012). Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption and Media Usage. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 90 (1): 126–147.

Prensky M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants. Part 1. On the Horizon*. Vol. 9, Issue 5: 1-6.

Rogers E.M. (1962). *Diffusion of Innovations.* New York: The Free Press.

Rosenberry J., St. John B. (2010). *Public Journalism 2.0; The Promise of a Citizen-Engaged Press.* New York: Routledge.

Rosengard D., Tucker- McLaughlin M., Brown T. (2010). *Students and Social News: How College Students Share News through Social Media*. Retrieved from http://enx.sagepub.com/

Salmela-Aro K., Aunola K., Nurmi J.-E. (2007). Personal Goals during Emerging Adulthood: a 10-Year Follow-Up. *Journal of Adolescent Research* 22(6): 690–715.

Shoemaker P., Vos Y. (2009). *Gatekeeping Theory*. London: Routledge.

Shoemaker P.J., Reese S.D. (1996). *Mediating the Message*. White Plains, NY: Longman.

Shoemaker P.J., Reese S.D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: a Media Sociology Perspective (3rd ed.)*. New York, NY: Routledge.

Skoric M.M., Poor N. (2013). Youth Engagement in Singapore: the Interplay of Social and Traditional Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57(2): 187–204.

Spannring R., Ogris G., Gaiser W. (eds) (2008) *Youth and Political Participation in Europe: Results of the Comparative Study EUYOUPART*. Farmington Hills, MI: Barbara Budrich Publishers.

Spiridou P.-L., Veglis A. (2008). The Contribution of Online News Consumption to Critical-Reflective Journalism Professionals. Likelihood Patterns among Greek Journalism Students. *Journalism* 9(1): 52–75.

Steele J.R., Brown J.D. (1995). Adolescent Room Culture: Studying Media in the Context of Everyday Life. *Journal of Youth and Adolescence* 24(5): 551–76.

Thompson J.B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.

Tkacheva N., Vartanov S., Gureeva A., Dunas D. (2016) Izmenenie prirody novostej v cifrovuyu ehpohu: teoreticheskoe osmyslenie [Changes in the Nature of News in the Digital Age: Theoretical Understanding]. *Mediaalmanac* 6: 12–24.

Tkacheva N., Vartanov S., Gureeva A., Dunas D. (2016) K voprosu o teoreticheskom ponimanii novostej v cifrovuyu ehpohu: transformaciya struktury, sil vliyaniya, zhiznennogo cikla [Towards theoretical understanding of news in the digital age: the transformation of structure, forces of influence and life cycle]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 3: 3–16.

Tolokonnikova A., Cherevko T. (2016) Potreblenie novostnoj informacii v Internete studentami MGU imeni M. V. Lomonosova [Online News Consumption by Students of Lomonosov Moscow State University]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 4: 160-179.

Trombly M. (2003). *Newspaper Websites Struggle to Attract Younger Readers; Online Journalism Review*. Retrieved from http://www.ojr.org/ojr/business/10596022230.php.

Tully C. (2003) Growing Up in Technological Worlds: How Modern Technologies Shape the Everyday Lives of Young People. *Bulletin of Science, Technology and Society* 23 (6): 444-456.

Van Zoonen L. (2004) *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers

Vartanova E. (2010) O sovremennom ponimanii SMI i zhurnalistiki [On Modern Understanding of Media and Journalism]. *Mediascope* 1.

Vartanova E. (2013) Socialnaya reprezentaciya i novye media: k voprosu o pereosmyslenii teorii povestki dnya [Social Representation and New Media: towards Rethinking the Agenda Theory]. In: *Mass Media in the Modern World. St. Petersburg Readings*. St. Petersburg: S.-Petersburg University Press.

Vartanova E. (2002). Digital Divide and the Changing Political/Media Environment of Post-Socialist Europe. *Gazette* 64(5): 449–645.

Westlund O., Fardigh M.A. (2011). Displacing and Complementing Effects of News Sites on Newspapers 1998–2009. *International Journal on Media Management* 13(3): 177–194.

Westlund O., Fardigh, M.A. (2015). Accessing the News in an Age of Mobile Media: Tracing Displacing and Complementary Effects of Mobile News on Newspapers and Online News. *Mobile Media & Communication* 3(1): 53-74.

Wohn D., Bowe B.J. (2016). Micro Agenda Setters: The Effect of Social Media on Young Adults Exposure to and Attitude Toward News. *Social Media + Society*: 1–12.

Zemmels D.R. (2012) Youth and New Media: Studying Identity and Meaning in an Evolving Media Environment. *Communication Research Trends* 31(4): 4–22.

Zubarevich N. (2010) Regiony Rossii: neravenstvo, krizis, modernizaciya [Russian Regions: Inequality, Crisis, Modernization]. Moscow: Independent Institute of Social Policy.

Поступила в редакцию
21.09.2017

Колесниченко Александр Васильевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: april-7@yandex.ru

Вырковский Андрей Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: a.v.vyrkovsky@gmail.com

Галкина Марина Юрьевна, кандидат филологических наук, научный сотрудник проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: marina.galkina@mail.ru

Образцова Анастасия Юрьевна, научный сотрудник проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: obraztsova.anastasia@gmail.com

Вартанов Сергей Александрович, кандидат физико-математических наук, старший научный сотрудник проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: sergvart@gmail.com

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖУРНАЛИСТСКОЙ РАБОТЫ ПОД ВЛИЯНИЕМ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ПОИСК ИНФОРМАЦИИ, ЖАНРЫ МЕДИАТЕКСТОВ, РЕДАКЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

Глубинные интервью с сотрудниками 17 российских СМИ показали, что под влиянием новых технологий изменились практически все аспекты журналистской работы от поиска информации и ньюсмейкеров и требований к навыкам и компетенциям до коммуникации между коллегами, жанров медиатекстов и оценки качества работы и профессионального уровня журналистов. В меньшей мере изменения коснулись численности и структуры творческого коллектива редакции и перевода журналистов на удаленную работу. Последнее в большей мере связано не с технологиями, а с психологией.

Ключевые слова: *конвергенция, структура редакции, коммуникация с ньюсмейкерами, поиск информации, навыки журналиста*

Alexander V. Kolesnichenko, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: april-7@yandex.ru

Andrei V. Vyrkovsky, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: a.v.vyrkovsky@gmail.com

Marina Yu. Galkina, PhD in Philology, Researcher at the Problem Research Laboratory for Complex Studies of Current Issues of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: marina.galkina@mail.ru

Anastasia Yu. Obraztsova, Researcher at the Problem Research Laboratory for Complex Studies of Current Issues of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: obraztsova.anastasia@gmail.com

Sergei A. Vartanov, PhD in Physics and Mathematics, Senior Researcher at the Problem Research Laboratory for Complex Studies of Current Issues of Journalism Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: sergvart@gmail.com

TRANSFORMATION OF JOURNALISTIC WORK IN RESPONSE TO NEW TECHNOLOGIES: INFORMATION SEARCH, GENRES OF MEDIA TEXTS, EDITORIAL CULTURE

The in-depth interviews conducted with Russian journalists from 17 media outlets show that new technologies have changed almost every aspect of journalistic work: the search for information and newsmakers, skills and competencies requirements, communication among colleagues, genres of media texts and journalists' performance assessment. Changes have not significantly affected the size and structure of editorial boards. The practice of working from home has not gained ground either, which can be explained by technological rather than psychological reasons.

Key words: *convergence, editorial structure, communication with newsmakers, information search, journalists' skills.*

Введение

Журналистика – одна из тех сфер деятельности, которые претерпели радикальную трансформацию под влиянием новых технологий. С конца 1990-х Интернет постепенно становился ключевой средой и для сбора информации, и для публикации материалов, и для взаимодействия с коллегами. Ставшие же популярными в конце 2000-х социальные сети радикальным образом увеличили и количество авторов, обращающихся к массовой аудитории, и объ-

ем производимого контента, вынуждая журналистов искать новые способы борьбы за внимание аудитории.

Происходящие перемены находятся в центре внимания исследователей журналистики. Однако это внимание сфокусировано, главным образом, либо на системной трансформации медиаотрасли (Лукина, Фомичева, 2005; Лукина, 2013; Амзин, 2016; Баранова, 2014), либо на новых форматах журналистской продукции (Уланова, 2017; Сотникова, 2014; Кульчицкая, Галустян, 2016; Лукина, 2009; Амзин, 2013), либо на стратегиях СМИ в новых условиях (Вирен, 2009; Галустян, 2012; Смирнова, 2013; Полынов, 2017). Выживанию СМИ в цифровой среде посвящено и проведенное в 2017 г. компанией Mail.ru исследование «Интернет-журналистика: адаптация к меняющейся реальности»[1], включающее в себя 28 интервью с руководителями интернет-проектов.

Уже признано, что для онлайновой среды нужно иначе готовить материалы (Вырковский, Любимцева, 2015), иначе управлять журналистами (Вырковский, 2013; Вырковский, 2015) и иначе обучать студентов на факультетах журналистики (Корнев, 2016). Признана также значимость соцсетей и для поиска информации, и для продвижения журналистской продукции (Разумова, 2014; Дьяченко, 2016).

Технология же журналистской работы исследовалась в гораздо меньшей степени и с фокусировкой либо на журналистской продукции (Баранова, 2013), либо на расхождениях между заявленным уровнем инновационности и фактическим положением дел, обусловленным инерцией и нежеланием журналистов менять ритм работы и брать на себя дополнительные обязанности, а также межпоколенческими конфликтами в редакциях (Каллиома, 2011; 2013; Lischka, 2015). Выявлено, что распространенной реакцией на перемены в редакциях стала попытка менеджмента «оптимизировать» выпуск журналистской продукции в ущерб творческой составляющей журналистской работы (Gade, Raviola, 2009; Weezel, 2009).

Данное исследование ставит целью выявить, как новые технологии повлияли на рабочий процесс современных российских журналистов, какие из этих технологий реально используются, в каком виде и с каким результатом. При этом рабочий процесс рассматривался во всей его целостности от поиска тем, сбора информации и общения с ньюсмейкерами до требований к навыкам

журналиста, изменений в редакционной структуре и взаимоотношений с коллегами и начальством.

Методология

Гипотеза исследования заключалась в предположении, что под влиянием новых технологий изменились все аспекты журналистской работы: сбор информации, коммуникация с ньюсмейкерами и коллегами, написание материала, требования к профессиональным навыкам и компетенциям журналиста, жанровая структура медиатекстов, организационная структура редакции, отношение к удаленной работе и к привлечению фрилансеров, стиль руководства и принятая в редакции оценка эффективности журналистской работы.

Исследование проводилось весной 2017 г. методом глубинного интервью. В качестве респондентов выступили журналисты с опытом работы в профессии не менее 10 лет. Такой ценз был установлен для того, чтобы собеседники могли сопоставить свои нынешние рабочие процессы с теми, которые были раньше, и точнее выделить новое. Респондентов отбирали среди сотрудников ведущих печатных и онлайновых изданий – наиболее рейтинговых по данным компаний Mail.ru[2] и «Медиаскоп»[3] и наиболее цитируемых по данным компании «Медиалогия»[4]. Также в качестве критерия для отбора массмедиа, делегирующего участника исследования, выступало реноме и признание СМИ в профессиональной среде.

Всего было проведено 24 интервью с журналистами 17 СМИ: информагентства «Интерфакс», «ТАСС», «Регнум» и Bloomberg (российская редакция), газеты «Коммерсант» и «Российская газета», журналы «РБК», «Русский репортер», Forbes (русская версия) и «Вокруг света», интернет-издания Life.ru, «Взгляд», «Дни.ру», «Секрет фирмы», телеканалы Russia Today и «Москва24», а также радиостанция «Эхо Москвы». Наличие в выборке сотрудников аудиовизуальных СМИ и российской редакции одного из ведущих мировых информагентств позволило расширить контекст исследования, хотя в центре его, прежде всего, российские журналисты, занимающиеся подготовкой текстов.

Подобная выборка не позволяет выявить количественные закономерности, касающиеся распространенности тех или иных практик в работе современных российских журналистов, однако дает

возможность зафиксировать качественные сдвиги в рабочем процессе сотрудников СМИ. Даже с учетом различной технической оснащенности и технологической «продвинутости» российских редакций можно предположить, что методы работы наиболее передовых из них очень скоро станут либо уже становятся общепринятыми, и поэтому исследование позволяет делать вывод об изменениях профессиональной культуры современных российских журналистов под влиянием новых технологий.

Результаты

В изложении результатов сфокусируемся на наиболее значимых изменениях в журналистской работе. Выводы будут подкреплены высказываниями респондентов с указанием вида СМИ, в котором респондент работал на момент интервью, и статуса респондента. Конкретные СМИ не указаны ввиду того, что корпоративные правила ряда изданий требуют согласовывать высказывания журналистов как представителей этих изданий с руководством, чего было решено не делать, чтобы обеспечить респондентам максимальную свободу рассказывать как есть, а не как должно быть.

Результаты изложены по пунктам: структура редакции, коммуникация между сотрудниками, коммуникация с ньюсмейкерами, сбор информации, жанровая структура медиатекстов, требования к профессиональным навыкам и компетенциям журналистов, удаленная работа, мотивирование сотрудников. Это позволяет наглядно показать изменения в рабочем процессе журналиста по каждому из аспектов этого процесса.

Структура редакции. Тут главное изменение – это появление технических подразделений, отвечающих за различные аспекты работы над сайтом. Отмечено, что если творческий коллектив редакции численно не меняется либо сокращается в связи с экономическим кризисом, то технические подразделения все последние годы только разрастались и теперь в некоторых редакциях сопоставимы по численности с журналистскими.

«*Появились видеооператоры, программисты, продвиженцы, дизайнеры, художники, верстальщики*» (редактор газеты).

«*Добавились те, кто связаны с Интернетом, с соцсетями. Веб-дизайнеры, SMM-щики. Новых журналистских позиций не появилось. Стало меньше старых*» (редактор журнала).

«*Появились люди, которые пытаются новыми технологиями анализировать большие объемы данных и упрощают работу пишущих журналистов, чтобы они не тратили время на ковыряния в базах и сбор статданных. Это тоже штатные единицы – бигдатеры, датамайнеры*» (заместитель главного редактора журнала).

«*Появилась важная фигура шеф-редактора сайта, который определяет лицо издания в огромном цифровом мире. Появились и другие редакторы, которые ничего не знают о сути нашей работы, но они трансформировали наш контент в сайтовую форму. Сейчас у нас нет редакции журнала, а есть система каналов на сайте, руководители этих каналов – они и есть организационные единицы редакции. Появился видеопродюсер, появились мастера инфографики на сайт*» (редактор журнала).

Второе важное изменение – фактическое слияние оффлайновой и онлайновой частей творческого коллектива редакции, когда на сайт издания работают все журналисты.

«*Раньше ньюсрум делился на диджитал и бумагу. Теперь они слились, и просто остались люди, которые занимаются упаковкой в бумагу*» (главный редактор журнала).

«*У нас в принципе стерлась грань между редакцией газеты и сайта. Это единый отдел – пишет и на сайт, и в газету*» (редактор газеты).

Подобное происходит и в тех изданиях, где есть формальное разделение на редакцию сайта и редакцию бумажного издания.

«*У сайта есть отдельный редактор со штатом журналистов и технических сотрудников. Но газетные люди на сайт тоже работают. В редакции сайта нет авторов нашего профиля, и основная нагрузка ложится на отдел. Отделу приходится выделять дежурного, и он на день выпадает из процесса. И это наша головная боль. Но так работают все, кроме тех, кто может позволить себе большой штат*» (редактор газеты).

Коммуникация между сотрудниками. Здесь главное изменение – переход значительной части общения в соцсети и мессенджеры. Чаще всего респонденты называли Facebook, Telegram и WhatsApp, где создаются закрытые группы либо чаты. Причем стало распространенной практикой такое общение между журналистами, сидящими за соседними столами, когда коллеги предпочитают не разговаривать, а писать друг другу.

«*В офисе стало тише. Раньше сотрудники кричали друг другу. Любая поправка или проблема обсуждалась вслух, и это всем мешало.*

А через мессенджер можно по-тихому дать задание, и тебе так же тихо ответят, не отвлекая других. Повышается дисциплина и четкость отдачи команд. Если потом корреспондент сдал текст, а редактор видит ошибку и предъявляет претензии, этот вопрос можно быстро выяснить. Мы возвращаемся к переписке и смотрим – либо редактор неправильно поставил задачу и забыл об этом, либо корреспондент не понял. В переписке сразу видно, кто виноват» (редактор интернет-издания).

«*Рабочим инструментом главным стал чатик в мессендежере. А планерки потеряли свой особенный смысл, планерка идет 24/7. И все всегда вовлечены. Люди, которым это неинтересно, отсеиваются*» (главный редактор журнала).

Общение через мессенджеры заменяет также телефонные звонки и переписку по электронной почте.

«*Внутри редакции у нас есть группа в Telegram, где публикуются объявления. Там есть группы отделов, технические группы. Все делается через Telegram. Например, мне надо окартинить заметку. Раньше я писала дизайнеру по почте, а теперь есть общая группа в Telegram, я туда кидаю задание, и свободный дизайнер берет задание себе*» (корреспондент интернет-издания).

«*Сейчас в моем окружении вся коммуникация перешла в Facebook. Вплоть до того, что люди разучились звонить. И поэтому бывает, что открываешь во вторник мессенджер и видишь, что тебе в понедельник кто-то отправил срочное сообщение. А у тебя в понедельник времени не было в мессенджер зайти. Но человеку в голову не приходит позвонить. Он считает, что ты все время на связи. У тебя там что-то запиликает, и ты посмотришь. Поэтому стараюсь все проверять постоянно*» (редактор журнала).

Коммуникация с ньюсмейкерами. Эта коммуникация также в значительной мере ушла в соцсети и мессенджеры. Общим стало то, что через соцсети ищут ньюсмейкеров и связываются с ними, а через мессенджеры направляют запросы пресс-службам и получают пресс-релизы.

«*Facebook стал каналом коммуникации. Многие ньюсмейкеры стали предпочитать писать тебе в Facebook. Электронную почту почти уже никто из них не дает. Раньше это было так: пришлите мне вопросы на корпоративный ящик. У тех, с кем я сейчас перманентно общаюсь, я не знаю этих ящиков, а у части даже не знаю номеров телефонов*» (заместитель главного редактора журнала).

«*С некоторыми ньюсмейкерами можно общаться в Telegram. И они отвечают так быстрее. Раньше нужно было позвонить на мобильник, но ньюсмейкер мог быть на совещании и не взять трубку. А теперь пишешь, и если вопрос простой и требует ответа да/нет или одним предложением, то они сразу отвечают*» (редактор газеты).

«*Подписываешься на Telegram МИД, и можно не заходить ни на сайт МИД, ни в Twitter, ни в Facebook МИД. Все новости МИД теперь присылаются на твой телефон со всеми ссылками. Есть и закрытые Telegram-каналы, где неназванные источники сливают то ли настоящие, то ли ненастоящие новости*» (редактор газеты).

«*Пресс-службы, отослав пресс-релиз по электронной почте, тут же пишут тебе в мессенджер: «Слушай, интересная тема такая-то». И я вопросы пишу через мессенджер или напоминаю, что я отправила запрос, так что будьте бдительны*» (корреспондент интернет-издания).

Респонденты отмечали, что соцсети позволяют даже начинающим журналистам быстро находить статусных ньюсмейкеров и связываться с ними, и что если раньше проблемой для журналиста был поиск нужного телефона, то теперь в большинстве случаев эта проблема отпадает. И благодаря соцсетям и мессенджерам, и благодаря таким журналистским сервисам, как Nutcall.com (телефонная база ньюсмейкеров, содержащая свыше 60 тыс. контактов) и Pressfeed.ru (сервис публикации журналистских запросов, на которые могут ответить пиарщики, под чей профиль подпадает запрос).

«*С точки зрения поиска контакта соцсети и сервисы вроде Nutcall позволяют найти телефоны без обращения к коллегам и звонков на общие номера [организаций]. Это упрощает поиск контактов и экономит время. Из всего сказанного главное – у тебя тратится меньше ресурсов на подготовительные процессы: поиск людей, поиск контактов, первичное знакомство, договоренность о встрече*» (заместитель главного редактора журнала).

«*Наши журналисты пользуются сервисом [Pressfeed], который предлагает экспертов по определенным направлениям по журналистскому запросу. И журналист может выбрать кого-то, с кем он раньше не был знаком, что сильно повышает диапазон мнений для комментирования каких-то событий*» (редактор газеты).

Сбор информации. Здесь главное новшество – широкое использование интернет-сервисов, дающих доступ к документам либо к

массивам данных. Многие респонденты называли работу с такими сервисами основным способом сбора информации.

«*Появились многие базы, такие как база нормативных проектов regulation.gov.ru, kartoteka.ru, где собраны данные о юрлицах. База судебной статистики. Раньше их не было, и я слабо представляю, как можно было делать то, что делаем сейчас. Например, выявить связи между компаниями*» (редактор интернет-издания).

«*База СПАРК*[5] *– первая штука, которой я обучаю тех, кто к нам приходит. Первичная база, с которой надо уметь работать. Вторая – Росреестр. Сейчас это основная штука. Даже если ты пишешь про IT-компанию, то понимание, где они сидят, и на какой земле у них построены заводы, стало первичным знанием*» (заместитель главного редактора журнала).

Кроме того, радикально изменилось отношение к информации из соцсетей. Если раньше она воспринималась как потенциально недостоверная и требующая проверки и подтверждения из официальных источников, то теперь опубликованная в соцсетях информация может использоваться без такой проверки.

«*Когда говорят, что кто-то кого-то уволил по Twitter, действительно такое может быть. Человек узнает по Twitter, что его уволили, журналисты узнают оттуда же. Или, допустим, я пишу про культуру. И продюсер выкладывает [у себя в блоге]: «Мы начали съемки такого-то фильма». И я уже исходя из этого могу сделать заметку*» (редактор газеты).

«*Давайте рассмотрим базовый кейс. Появилось сообщение о чрезвычайном происшествии. Раньше мы его давали, когда сообщение это приходило из официальных источников. Сейчас сообщение может появиться где-нибудь в Twitter, и по правилам двух или трех источников, если мы точно понимаем геопозицию, если мы точно видим, что на фото или на видео у нескольких пользователей происходит одно и то же, это позволяет принять решение о том, что это происшествие имеет место быть. То есть подходы к работе поменялись принципиально. Пользователи становятся источниками информации не менее весомыми, чем официальные источники*» (заместитель главного редактора информагентства).

Жанровая структура медиатекстов. Тут речь шла не столько о появлении новых жанров, сколько о модификации уже существующих. Прежде всего, в сторону уменьшения размеров. Некоторые респонденты выделяли новый тип читателей, которые читают только заголовки. Основным же жанром медиатекстов остаются новости,

которые доминируют в информационном потоке. Кроме того, нормой стало мультимедийное сопровождение текстов на сайте.

«*Тексты стали короче. СМИ по традиции продолжают делать большие материалы. Но читают эти материалы 5–7% людей, принимающих решения. А 90% с хвостиком читают только заголовки и дальше них не уходят. Когда человек покупал газету за 10 рублей, он там пытался прочитать на 10 рублей. А теперь информация бесплатна, и люди проводят на сайте меньше минуты, читая только заголовки. В будущем будет больше картинок, фотографий, видео. Уже сейчас по умолчанию считается, что любой текст должен содержать фотогалерею и видео. И скорость будет доминировать над качеством: когда новость выходит уже через три минуты после события, но с кучей ошибок. С другой стороны, лонгриды продолжают читать. Это то, на чем можно сделать имя*» (редактор информагентства).

«*Тенденция состоит в том, чтобы текст укорачивался, становился скорее оперативным, чем содержательным. Происходит событие в начале дня (1–3 часа), сайт ставит в ленту короткое сообщение, скомпилированное из информагентств. Сайт у нас не обладает компетенциями для самостоятельного обзвона экспертов, они заказывают редакции подложку, комментарии. Количество комментариев возрастает, что-то отбирается, редактируется, довешивается в исходный текст. В какой-то момент принимается решение писать нормальную заметку. Заметка успевает встать часов в пять, до вечернего пика. Но если мы потом смотрим на статистику читаемости в онлайне, то окажется, что чемпион – первая новость, скомпилированная. Надо быстро, не надо никаких говорящих голов. Фактически это Twitter, по большому счету. Дальше человек, видно, уже сам начинает рисёрчить. Если ему нужны комментарии, он их находит*» (редактор газеты).

Другая тенденция новостной журналистики – подстройка текстов под требования новостных агрегаторов, чтобы привлекать читателей через эти каналы.

«*Ты вынужден писать новости под Яндекс.Новости, чтобы они у тебя индексировали, либо под агрегаторы, с которыми ты работаешь, которые выводят читателю первую строчку, и ты должен понимать, что в 100 знаков ты должен что-то уложить*» (редактор интернет-издания).

Еще одно новшество – подача одной и той же информации в различной форме от коротких анонсов до большого текста или

мультимедийных материалов. Причем делает эти материалы, как правило, один и тот же журналист, ведущий тему.

«*Теперь газетные журналисты, публикуя интервью в завтрашнем номере, сами предупреждают сайт, во сколько его нужно поставить в онлайн, сами отправляют его информагентствам и сами вытаскивают из интервью цитаты и готовят новости-коротульки для сайта. И их же потом сайт раскручивает в соцсетях. Такое насыщение всех возможных платформ при помощи одной и той же информации*» (редактор газеты).

«*Когда ты думаешь о фичере*[6]*, ты еще думаешь о десятке дополнительных сюжетов. На сайте может быть короткое видео с героем, если ты его записал. Туда же можно засунуть фотографии и репортажный элемент, который никуда не вошел. Или можно сделать отдельный новостной материал. Ты контент перемалываешь и упаковываешь в разные форматы, брикеты*» (редактор журнала).

При этом журналист при подготовке материала делает выбор не только между текстовыми жанрами, но и между текстовой и мультимедийной формой подачи материала.

«*Жанры очень четко поделены по типам восприятия. Если что-то долбануло – нужно быстро про это сказать. Не надо полчаса писать огромную заметулю. Нет подробностей – новость. Будут подробности – будет расширенная новость с бэкграундом. Если ты видишь, что это тема, за которой читатели стопудово будут смотреть, включаешь трансляцию. Идешь и оттуда делаешь стрим*[7]*. Во главе угла – восприятие. Четко выбираешь, смотришь на все глазами пользователя*» (главный редактор журнала).

Большие материалы, в свою очередь, становятся в обязательном порядке мультимедийными. Кроме того, повышаются требования к качеству таких текстов, к возможности привлечь читателя.

«*Лонгриды а-ля Forbes стали мультимедийными, потому что в интернете кирпич на 30 000 знаков никто читать не станет. Чтобы продать большую историю читателю, ты вынужден писать ее, скорее, как story в части живых описаний и всего прочего, иначе читатель уходит после 5 000 знаков, потому что ему стало неинтересно. Соответственно, «добавь драмы» перестало звучать навязчивым требованием. Оно вправду надо, потому что иначе читателя не оставишь у себя*» (заместитель главного редактора журнала).

Требования к профессиональным навыкам и компетенциям журналиста. Здесь качественные изменения проистекают из сказанного выше. От журналистов, прежде всего, требуются технические навыки по поиску и подаче информации в Интернете.

«Мне *бы хотелось, чтобы мои сотрудники владели минимум десятком сервисов: как искать по «панамским документам», как визуализировать десятки юрлиц, не вбивая их ручками в Excel, вплоть до выгрузки и конвертации из pdf в тот же Excel. Я уж не говорю про навыки кодирования и написания макросов*» (заместитель главного редактора журнала).

«*Необходимы навыки работы с данными. Нужно уметь не просто сидеть в Word и писать текст, а осваивать новые программы. Есть сервисы, куда можно внести свои данные и иконки и создать свой продукт в виде инфографики. То есть для этого не нужны уже трудозатраты целой студии из 15–20 человек. Это может сделать один журналист*» (редактор информагентства).

«*Человек должен уметь пользоваться не только компьютером, не только Word, но и всей системой, которая публикует заметки на сайт. Админкой*» (редактор журнала).

К традиционным компетенциям журналиста (поиск, отбор, оценка информации, подготовка текста) требования значительно возросли. Это и необходимость работать значительно быстрее, и необходимость принимать решения в том числе по поводу текстовой либо мультимедийной формы подачи материала.

«*Журналист 10 лет назад – это человек, который ходил с фонариком по темному лесу. Журналист сейчас – это человек, который сидит на горе золота и просто выбирает, что надо в смысле источников информации релевантных, число которых увеличилось в интернете во много раз. Найти раньше отчет компании – надо было писать этой компании письмо, а сейчас надо просто загуглить нормально. Эти манипуляции исчисляются секундами. Наличие этой золотой горы сразу поднимает планку. Люди должны быстро все искать, критически оценивать*» (главный редактор журнала).

«*Нужно уметь не только производить и передавать контент (текст, фото, видео), но и расставлять приоритеты. Если я сейчас нахожусь на встрече с очень интересным спикером, то должен сам решить, что делать – брать интервью большое, развернутое или, если спикер сообщает какую-то новость, то все бросить, снять кусочек видео и отправить в редакцию, чтобы стать основателем топика для новостной ленты*» (редактор газеты).

«*Скорость увеличилась, и количество букв, которые должен человек за день написать, тоже увеличилось. Таково давление со стороны конкурирующей новой машины непрофессиональной журналистики.*

Если мы не сделаем заметку за ближайшие полтора часа, мы безнадежно отстанем, это будет никому не нужно, мы не успеем расшарить[8], это не будет никто читать» (редактор газеты).

«*Раньше какую-то информацию, которую я получила от источника, я могла отложить в копилку, а сейчас ее надо быстрее тащить на сайт. Это другие компетенции. Это учит тебя быть более разносторонним. Появилась необходимость, чтобы человек умел писать не только связно и ясно, но и быстро. И умел выделять главное не только в большой истории, но и в коротком сообщении на два абзаца*» (редактор журнала).

Однако, по мнению респондентов, журналисты не стали и не становятся «универсальными», т. е. с равным успехом способными производить как текстовый, так и аудиовизуальный контент. Более того, теперь эта «универсализация» вовсе не является целью в отличии от навыков производить контент для разных платформ – печатного издания, сайта, соцсетей.

«*Раньше была очень популярна в России и мире гипотеза о том, что существует некий универсальный журналист, универсальный солдат, который, отправляясь в поля, может сделать фото, сделать видео, собрать какие-то данные для инфографики. Ну плюс к этому, безусловно, сделать текст и даже передать его откуда-то с каким-то готовым мультимедийным продуктом. Эта концепция именно в таком виде потерпела крах. Потому что выяснилось, что люди, которые хорошо пишут, как правило, обделены талантом работы с визуальным материалом. Отличный фотокорреспондент, отправляясь на какое-то мероприятие, вряд ли привезет вам хорошие видео, потому что он может делать либо одно, либо другое. Теперь концепция универсальности относится к людям, которые упаковывают контент, находясь в офисе. Вызов времени состоит в том, чтобы этот человек мог выступить мультимедийным редактором контента для... ну назовем это Web. Я туда включаю все: сайты, мобильные приложения, соцсети, все цифровые каналы*» (замглавного редактора информагентства).

«*Сейчас в крупных СМИ журналистам надо быть многостаночным в плане форматов – написать короткую новость или лонгрид или собрать галерею. А в плане многопрофильности крупным СМИ это не требуется – потому что есть профильные люди. Если это красивая мультимедийная история, то ты не фотограф сам себе, если это верстка – то с тобой рядом сидит человек, который умеет красиво верстать*» (заместитель главного редактора журнала).

Удаленная работа. Несмотря на наличие технических возможностей, СМИ не спешат отказываться от редакций как ньюзрумов и переводить сотрудников на удаленную работу. Практически везде удаленная работа практикуется как исключительный случай в связи с болезнью сотрудника или семейными обстоятельствами. Респонденты объясняют это тем, что при удаленной работе снижается оперативность коммуникаций, производительность и теряется командный дух и ощущение общей цели.

«*Это не вопрос технологий. Я знаю, что можно сдать текст удаленно. Мы все так работаем, пользуемся Telegram для коммуникации и Google Docs для синхронной работы. Это вопрос личного контакта и простоты взаимодействия. Мне проще взаимодействовать с человеком, когда он стоит передо мной. Мне кажется, наш мозг просто не думает на эту тему с точки зрения упрощения взаимодействия удаленного, мы думаем про это как про работу с людьми*» (заместитель главного редактора журнала).

«*Люди, которые работают удаленно, работают намного хуже. У людей, работающих в офисе, с коллективом, за компьютерами, КПД выше. Дома человек отвлекается – посмотреть телевизор, сварить борщ. Многие не могут заставить себя работать. Работа в офисе хороша тем, что люди варятся в определенном котле. Они обмениваются информацией, контактами. Идет рабочая социализация. А когда человек сидит дома, он не понимает, на что работает. Он не видит офисной среды. С точки зрения работодателя удобнее было бы разогнать людей по домам. Не надо платить за аренду офиса, за телефон. Но я не думаю, что к этому придем в ближайшее время. Это связано с менталитетом. С тем, что очень мало высокоэффективных сотрудников, которые умеют работать из дома*» (редактор информагентства).

«*Если человек работает из дома или с Бали откуда-нибудь, то существует вероятность того, что срочная информация, которую ему нужно передать посредством, например, мессенджеров, дойдет до него не с такой скоростью, с которой нам бы хотелось. С которой вы можете, например, через отдел крикнуть человеку, чтобы он изменил подводку какую-нибудь. Пройдет меньше времени в этом случае, чем когда он там увидит это сообщение. Это мелочь, но она может стать существенной, если надо срочно что-то поправить или закинуть. Поскольку конкурентная среда достаточно острая, любое промедление может стоить нам большого количества аудитории*» (редактор телеканала).

«Некоторые из новостных редакторов могут попроситься поработать из дома в какой-то день, но на это должны быть какие-то причины. Они вполне могут работать удаленно – удаленный доступ к админке есть. Это традиция, инерция [работа в офисе]» (редактор журнала).

Также не произошло революционных изменений и в привлечении фрилансеров. Респонденты объясняют это необходимостью доверять внештатнику. И принимать материал от незнакомого человека редактор не будет, так как необходимо либо потратить много усилий на проверку информации, либо велик риск репутационных и судебных последствий для издания.

Мотивирование сотрудников. Здесь появилась возможность оценивать результаты работы через статистику популярности материала. Ключевые критерии – это просмотры, доскроллы (от англ. scroll – прокрутка, сколько читателей прокрутили заметку до конца) и шеры (от англ. share – делиться, количество ссылок в соцсетях).

«Ты свою статью открыл, через три часа посмотрел – вместо 1 000 уже 20 000, а вечером – 50 000 читателей. Это мотивирует. Плюс социальные расшары. По соотношению расшаров и просмотров ты всегда видишь, насколько популярен текст. Это абсолютно мотивационная штука, она дико важная, потому что люди сразу видят результат своего труда, у них появляется драйв. Этот реалтаймовый азарт раньше существовал в агентствах – кто выпустит на 5 минут раньше новость. А тут выяснилось, что можно в риал тайм все видеть, отслеживать по Яндекс.Новости, кто первоисточник, кто выше стоит. Это великая вещь с точки зрения технологий» (редактор журнала).

Однако респонденты признают, что сами по себе просмотры и ссылки в соцсетях не всегда являются показателем качественной работы и что «попсовая» тема априори будет более популярной, нежели серьезная.

«Сейчас тестируется новая модель [оплаты труда], когда поощрялись бы не только авторы заметок, набравшие наибольшее количество кликов, но и имела бы значение добавочная стоимость заметок. Чтобы не было так, что кто-то, написавший про «сиськи-письки» и набравший 100 тыс. просмотров, получал бы премию, а тот, кто раскопал эксклюзив в узкой сфере и набрал 5 тыс. просмотров, не получил бы ничего» (редактор газеты).

Для наглядности наиболее важные перемены в журналистской работе сведены в таблицу 1:

Таблица 1

Изменения в журналистской работе

Аспект журналистской работы	Ключевые изменения
Структура редакции	Слияние редакции традиционного СМИ и редакции сайта. Появление сотрудников и подразделений, отвечающих за техническую сторону сайта и за подачу материалов на различных платформах.
Коммуникация между сотрудниками	Использование мессенджеров для сбора заявок и выдачи заданий. Использование Google Docs для совместной работы над текстом.
Сбор информации	Использование баз данных, реестров, соцсети и мессенджеры как источники информации и как каналы связи с ньюсмейкерами
Жанровая структура медиатекстов	Сокращение размеров текстов до «журналистики заголовков», мультимедийность при подаче больших материалов, многократная подача одной и той же информации в разных формах (новость, цитата из интервью, запись интервью с героем, большой материал и др.), подстройка под требования новостных агрегаторов.
Требования к профессиональным навыкам и компетенциям	Необходимость владеть навыками работы с базами данных и приложениями для обработки информации, уметь искать в соцсетях и проверять информацию, уметь создавать инфографику, уметь быстро готовить материалы для разных платформ (печатное издание, сайт, соцсеть, мобильное приложение).
Удаленная работа	Не получила распространения ввиду не технологических, а психологических ограничений.
Мотивирование сотрудников	Премирование в зависимости от популярности материала у читателей и пользователей соцсетей.

Дискуссия

Проведенное исследование позволяет в целом уловить и осмыслить перемены, проходящие в редакциях. Представить, кто такой

современный журналист, как он работает, чего от него требуют и к чему необходимо готовить студентов на журфаках.

Подтвердились гипотезы об изменении почти всех сторон журналистской работы. За исключением того, что удаленная работа не становится господствующей формой занятости журналистов и что «универсализация» журналистов в меньшей мере охватывает производство аудиовизуального контента и в большей мере сконцентрирована на упаковке контента для различных платформ. В остальном же журналисты стали работать быстрее, повысились требования к технической грамотности сотрудников. Интернет и, в частности, соцсети и мессенджеры превратились в каналы связи с ньюсмейкерами, в среду́ для поиска информации и в платформу для публикации и продвижения журналистских материалов.

Разумеется, нужно учитывать различную скорость перемен. Не все редакции работают так, как описано здесь. Для исследования были взяты все-таки лидеры рынка, т. е. редакции высокопрофессиональные, технически оснащенные и работающие в конкурентном окружении.

В дальнейшем желательно количественное исследование распространенности тех или иных практик в российских СМИ. Кроме того, желательно не ограничиваться опросом, а выявить практики с помощью наблюдения. Потому что ограниченность опросных методов известна – люди не все помнят, люди помнят не так, как было, незаметно для себя замещают реальное должным или желаемым.

Наконец, необходимо учитывать, что данное исследование – это срез современной реальности, и при огромной скорости изменений картина может радикально измениться уже спустя несколько лет. Так, многие респонденты отмечали, что целый ряд привычных сервисов (например, мессенджеры) появились буквально два-три года назад, а теперь они стали основными инструментами работы.

Примечания

[1] https://media.mail.ru/#about (дата обращения 20.06.2017).

[2] Рейтинг сайтов СМИ https://top.mail.ru/Rating/MassMedia/ (дата обращения 20.06.2017).

[3] Данные исследований аудитории СМИ http://mediascope.net/services/media/media-audience/dannye_issledovaniy_auditorii_smi/ (дата обращения 20.06.2017).

[4] Рейтинг цитируемости федеральных СМИ http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/105/ (дата обращения 20.06.2017).

[5] Информационный ресурс информагентства «Интерфакс», агрегирующий информацию о юридических лицах http://www.spark-interfax.ru/ru/about

[6] Так на журналистском сленге называют большие материалы.

[7] Онлайн-вещание с места события.

[8] Расшаривание – публикация пользователями соцсетей ссылок на материал.

Библиография

Амзин А.А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. Екатеринбург. Гуманитар. ун-т, 2016.

Амзин А.А. Новостная интернет-журналистика. URL: http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf (электронное издание, дата обращения 27.06.17).

Баранова Е.А. Процесс конвергенции СМИ в российских газетных редакциях (по результатам исследований 2009–2012 гг.) // Медиаскоп. 2013. № 1.

Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2014.

Вирен Г.В. Информационные агентства и информационные сайты Интернета: сравнительный анализ и перспективные тенденции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 3. С. 74–89.

Вырковский А.В. Менеджмент СМИ в условиях конвергенции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 3. С. 112–120.

Вырковский А.В. Российские медиаменеджеры в условиях конвергенции: рабочие процессы, компетенции и личные качества // МедиаАльманах. 2015. № 5. С. 24–33.

Вырковский А.В., Любимцева М.А. Восприятие аудиторией различных видов текста в российских деловых интернет-СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 2. С. 143–167.

Галустян А.А. Формируя стратегии: опыт трех газет в сети // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 3. С. 87–93.

Дьяченко О.В. Российские СМИ в социальных сетях Facebook и в «ВКонтакте»: анализ активности и информационных предпочтений аудитории // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 1. С. 28–45.

Каллиома Л.А. Адаптация как стадия перехода редакции к конвергентным основам информационного производства (опыт «Российской газеты»). Медиаскоп. 2013. № 4.

Каллиома Л.А. Журналист печатных СМИ в условиях цифровой революции: испытание переменами // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 5. С. 102–106.

Корнев М.С. (ред.) Медиаобразование и профориентация: чему учить современных журналистов и медиапрофессионалов? [Электронный ресурс] / Сб. ст. и мат-лов к науч.-практ. конф. М.: РГГУ, 2016.

Кульчицкая Д.Ю., Галустян А.А. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания. М.: Аспект пресс, 2016.

Лукина М.М. (ред.) Интернет-СМИ: теория и практика. М.: Аспект пресс, 2013.

Лукина М.М. Трансформация журналистского текста в условиях интернет-среды. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 3. С. 54–73.

Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. М.: Изд-во МГУ, 2005.

Полынов В.А. «Росбизнесконсалтинг»: особенности функционирования в условиях конвергенции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2017. № 1. С. 83–104.

Разумова М.А. Социальные сети как источник информации для деловых СМИ: ограничения и возможности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 5. С. 36–45.

Смирнова О.В. Стратегии печатных СМИ в условиях цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 6. С. 26–38.

Сотникова О.П. Интернет-издание от А до Я. Руководство для веб-редактора. М.: Аспект пресс, 2014.

Уланова М.А. Интернет-журналистика: практическое руководство. М.: Аспект пресс, 2017.

van Weezel A. (2009) Organizational Changes in Newspaper Firms and Their Relation to Performance. *International Journal on Media Management* 11(3–4): 144–152.

Lischka J.A. (2015) How structural multi-platform newsroom features and innovative values alter journalistic cross-channel and cross-sectional working procedures. *Journal of Media Business Studies* 12(1): 7–28.

Gade P., Raviola E. (2009) Integration of News and News of Integration: A Structural Perspective on News Media Changes. *Journal of Media Business Studies* 6(1): 87–111.

Notes

https://media.mail.ru/#about

http://mediascope.net/services/media/media-audience/dannye_issledovaniy_auditorii_smi/

http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/105/

http://www.spark-interfax.ru/ru/about

https://top.mail.ru/Rating/MassMedia/

References

Amzin A.A. i dr. (2016) *Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016.* [How New Media Have Changed Journalism]. Ekaterinburg: Gumanitarnyy universitet.

Amzin A.A. *Novostnaya internet-zhurnalistika.* [Online News Journalism]. URL: http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf (accessed at: 27.06.17).

Baranova E.A. (2013) Protsess konvergentsii SMI v rossiyskikh gazetnykh redaktsiyakh (po rezul'tatam issledovaniy 2009–2012 gg.). [The Process of Media Convergence in Russian Newspaper Newsrooms (based on the research findings of 2009–2012)] *Mediaskop* 1.

Baranova E.A. (2014) *Konvergentnaya zhurnalistika. Teoriya i praktika: uchebnoe posobie dlya bakalavriata i magistratury*. [Convergent Journalism. Theory and Practice: study guide for bachelors and master's students]. Moscow: Yurayt Publ.

Galustyan A.A. (2012) Formiruya strategii: opyt trekh gazet v seti [Shaping the Strategy: the Experience of Three Newspapers on the Web]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 3: 87–93.

D'yachenko O.V. (2016) Rossiyskie SMI v sotsial'nykh setyakh Facebook i v «VKontakte»: analiz aktivnosti i informtsionnykh predpochteniy auditorii. [Russian Mass Media on the Social Networks Facebook and "VKontakte": an Analysis of the Audience's Activity and Information Preferences] *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 1: 28–45.

Gade P., Raviola E. (2009) Integration of News and News of Integration: A Structural Perspective on News Media Changes. *Journal of Media Business Studies* 6(1): 87–111.

Kallioma L.A. (2013) Adaptatsiya kak stadiya perekhoda redaktsii k konvergentnym osnovam informatsionnogo proizvodstva (opyt «Rossiyskoy gazety»). [Adaptation as a Stage of a Newsroom's Transition to Convergence Foundations of Information Production (the experience of Rossiyskaya Gazeta)]. *Mediaskop* 4.

Kallioma L.A. (2011) Zhurnalist pechatnykh SMI v usloviyakh tsifrovoy revolyutsii: ispytanie peremenami. [Print Media Journalists in Response to the Digital Revolution: Tested by Change]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 5: 102–106.

Kornev M.S. (red.) (2016) *Mediaobrazovanie i proforientatsiya: chemu uchit' sovremennykh zhurnalistov i mediaprofessionalov?* [Media Education and Career Guidance: What Should Modern Journalists and Media Professionals Be Taught?] Moscow, RGGU.

Kul'chitskaya D.Yu., Galustyan A.A. (2016) *Longridy v onlayn-SMI: osobennosti i tekhnologiya sozdaniya*. [Longreads in Online Mass Media: Characteristics and Creation Technology]. Moscow: Aspekt press Publ.

Lischka J.A. (2015) How Structural Multi-Platform Newsroom Features and Innovative Values Alter Journalistic Cross-Channel and Cross-Sectional Working Procedures. *Journal of Media Business Studies* 12(1): 7–28.

Lukina M.M. (ed.) (2013) *Internet-SMI: teoriya i praktika*. [Online Mass Media: Theory and Practice]. Moscow: Aspekt press Publ.

Lukina M.M. (2009) Transformatsiya zhurnalistskogo teksta v usloviyakh internet-sredy. [Transformation of Journalistic Texts in Online Environment] *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 3: 54–73.

Lukina M.M., Fomicheva I.D. (2005) *SMI v prostranstve interneta*. [Mass Media in the Internet Space]. Moscow: MSU Publ.

Polynov V.A. (2017) «Rosbizneskonsalting»: osobennosti funktsionirovaniya v usloviyakh konvergentsii. [RosBusinessConsulting: the Aspects of Operation

in the Convergent Environment]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 1: 83–104.

van Weezel A. (2009) Organizational Changes in Newspaper Firms and Their Relation to Performance. *International Journal on Media Management* 11(3-4): 144–152.

Viren G.V. (2009) Informatsionnye agentstva i informatsionnye sayty interneta: sravnitel'nyy analiz i perspektivnye tendentsii. [News Agencies and News Websites: a Comparative Analysis and Prospective Trends]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 3: 74–89.

Vyrkovskiy A.V. (2013) Menedzhment SMI v usloviyakh konvergentsii. [Media Management In Response to Convergence]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 3: 112–120.

Vyrkovskiy A.V. (2015) Rossiyskie mediamenedzhery v usloviyakh konvergentsii: rabochie protsessy, kompetentsii i lichnye kachestva. [Russian Media Managers in Response to Convergence: Working Processes, Competencies and Personal Qualities]. *Mediaal'manakh* 5: 24–33.

Vyrkovskiy A.V., Lyubimtseva M.A. (2015) Vospriyatie auditoriey razlichnykh vidov teksta v rossiyskikh delovykh internet-SMI. [Audience Perception of Different Kinds of Texts in Russian Business Online Media]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 2: 143–167.

Razumova M.A. (2014) Sotsial'nye seti kak istochnik informatsii dlya delovykh SMI: ogranicheniya i vozmozhnosti. [Social Networks as an Information Source for Business Media: Limitations and Opportunities]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 5: 36–45.

Smirnova O.V. (2013) Strategii pechatnykh SMI v usloviyakh tsifrovykh tekhnologiy. [Print Media Strategies in the Context of Digital Technologies]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10 Zhurnalistika* 6: 26–38.

Sotnikova O.P. (2014) *Internet-izdanie ot A do Ya. Rukovodstvo dlya veb-redaktora*. [Online Publication from A to Z. A Manual for Web Editors]. Moscow: Aspekt press Publ.

Ulanova M.A. (2017) *Internet-zhurnalistika: prakticheskoe rukovodstvo*. [Online Journalism: a Practical Manual]. Moscow: Aspekt press Publ.

Поступила в редакцию
27.06.2017

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Дугин Евгений Яковлевич, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»; e-mail: e.dugin@yandex.ru

Куприянов Олег Алексеевич, советник Генерального директора АНО «Общественное российское телевидение», e-mail: okup@inbox.ru

МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ С АУДИТОРИЕЙ: МЕЖДУ НОВЫМИ И ТРАДИЦИОННЫМИ МЕДИА

Статья посвящена актуальной проблеме взаимодействия российского телевидения с аудиторией. Авторы утверждают, что российские телеканалы общего формата сокращают в принципе объемы такого взаимодействия и используют только консервативные формы коммуникации со зрителями. Это приводит к оттоку активных людей от телевидения, разделению аудитории страны на пользователей традиционных и новых медиа, потере единого информационного пространства. На основе анализа опыта западного телевидения делается вывод о том, что модели полноценной коммуникации с телевизионной аудиторией на сегодняшней день не существует. Ни жанр, ни формат телепрограмм, ни форма собственности телеканалов не задают стандартов взаимодействия, которые гарантировали бы полноценную коммуникацию. Авторы предлагают свою антропоцентрическую модель коммуникации с аудиторией и называют ее основные типологические признаки и принципы построения.

Ключевые слова: *модели взаимодействия телевидения с аудиторией, жанр и формат телеканала, традиционные и новые медиа, антропоцентрическая модель коммуникации.*

Evgeny Ya. Dugin, Doctor of Sociology, Professor, Head of the Chair of Journalism at the Academy of Media Industry; e-mail: e.dugin@yandex.ru

Oleg A. Kupriyanov, Counselor of General Director of Public Russian Television; e-mail: okup@inbox.ru

MODELS OF AUDIENCE PARTICIPATION ON TELEVISION: BETWEEN NEW AND TRADITIONAL MEDIA

The article concerns the issue of audience participation on television. This is an unattended issue in Russian media research. The authors argue that Russian general format channels are reducing public participation and the TV programs still

on air use only very conservative forms of such participation. This leads to a withdrawal of active people from television and the division of the audience into traditional media and new media consumers. Analyzing the practice of Western television, the authors conclude that so far there is no model of communication with the TV audience that could meet expectations and demands. Neither the genre nor the format of television programs nor whether the TV channel is commercial or public service one establish the standards of audience participation that would guarantee full-fledged communication. The authors offer their own anthropocentric model of communication with the audience and outline its major typological characteristics and constructing principles.

Key words: *models of audience participation on television, genre and format of a TV channel, traditional media and new media, anthropocentric model of communication.*

Введение

Актуальность взаимодействия телевидения со зрителем в современных условиях обусловлена тем, что с повышением конкуренции в медиасреде аудитория рассматривается как основная «валюта» функционирования медиасистемы. Сверхизобилие доступной информации приводит в современных российских реалиях не только к огромному выбору способов и источников медиапотребления, но и к постепенному разделению аудитории на тех, кто ориентируется на традиционные СМИ, и тех, кто предпочитает новые медиа. И если многие зрители, регулярно смотрящие телевидение, как правило, имеют некоторый опыт использования Интернета, то молодые потребители новых медиа все больше отворачиваются от традиционных СМИ.

Во вступительных сочинениях в вузы можно часто встретить в той или иной форме как само собой разумеющееся утверждение о том, что телевидение умирает, его смотрят только пожилые, и на смену ему приходит Интернет. И несмотря на то что на поверку это также часто оказывается, хотя бы отчасти, определенным лукавством и даже фрондой, подобное отношение ясно отражает растущее неприятие телевидения со стороны молодежи. Большой экран телевизора дома перед диваном – сегодня уже совсем не обязателен. Главный теперь – монитор с подключенным Интернетом, а значит там может быть и кино, и страница социальных сетей, и Youtube, и так далее. Таким образом, у этих двух категорий коммуникативных сообществ возникает различная картинка мира, страны, общества и себя в нем. В самом общем виде, следствием является, по выражению Даниила Дондурея, то, что у гра-

ждан одной страны нет общей «модели развития родной страны» (Дондурей, 2013: 10).

Отмеченное разделение общества по видам медиа формулируется как проблема и на государственном уровне. Недавнее приглашение блогеров для выступления в Госдуме – одно из доказательств признания проблемы законодательной властью. Несмотря на то что основным результатом этого мероприятия стала пока только очевидность пропасти между участниками слушаний.

И если говорить про молодых потребителей новых медиа, то вряд ли их поведение можно просто отнести к возрастным особенностям потребления информации. Среди причин такого отношения исследователями уже названо много факторов – от тематики, содержания, стилистики, формы подачи контента и до доступности новых медиа в телефонах, которая стирает для пользователя привязанность к потреблению во времени и пространстве. Авторы настоящей статьи хотели бы обратить внимание на один из существенных факторов, отличающих традиционные СМИ от новых медиа, – это предлагаемые модели взаимодействия власти с коммуникативными сообществами. (Дугин, 2017: 19).

Важной особенностью новых медиа является разнообразие способов организации многосторонней коммуникации между производителем контента и аудиторией. Главный из которых – предоставление возможности любому потребителю стать автором, полноправным участником коммуникации, получить обратную связь, предложить свой формат дискуссии или даже перенести ее на другую площадку – в социальную сеть, на форум. Такая возможность, независимо от того, пользуется ли ею конкретный потребитель или нет, в любом случае создает психологическую ситуацию, когда он видит себя не только в качестве объекта одностороннего информационного воздействия, но и как потенциального участника многосторонней и разнообразной системы коммуникации. Важная характеристика этой медиасистемы – в ее открытости, которая не зависит от наличия или отсутствия воли производителя контента, структур управления и власти.

Жанр и формат телепрограммы не определяют сущность коммуникации со зрителем

Телевидение накопило большой опыт разнообразного по формам и подходам опыта реализации взаимодействия с телезрите-

лем – от привлечения студийной аудитории до дистанционного взаимодействия с аудиторией у телеэкрана с помощью традиционных и новых видов связи. Отдельно можно назвать и привлечение обычных людей в качестве героев телепрограммы, различные форматы реалити-шоу, фильмы с концовкой по выбору зрителей и другие виды.

Взаимодействие со зрителями является, по сути, редакционным, журналистским приемом и может быть использовано для различных целей. Среди них чисто коммерческие (оплата СМС, к примеру) или повышение рейтинга через создание дополнительных стимулов для зрителей (голосование за участников шоу). Могут решаться и другие редакционные задачи по вовлечению аудитории в экранное действо. В частности, имитация атмосферы публичности или поддержки происходящего на сцене (со стороны студийной аудитории, которая не участвует в основном действии).

Однако все эти приемы использования взаимодействия со зрителями не позволяют аудитории в полном объеме быть участником коммуникации. Какой же механизм, вид регуляции может задавать параметры и суть коммуникации? Считается, что жанр произведения определяет набор художественных приемов, формальных и содержательных свойств произведения. Но жанровая определенность произведения была трансформирована в литературе еще задолго до появления телевидения. Так, например, предложение Виктора Шкловского о том, что жанр – это конвенция между автором и публикой, при которой система сигналов однозначно трактуется обеими сторонами (Шкловский, 1974: 762), в случае телевидения оставляет огромное поле для различного практического воплощения. К примеру, такая дискуссионная форма (жанр) телепрограммы, как ток-шоу с участием студийной аудитории, может создавать роль для аудитории или ее отдельных представителей как в рамках субъекта телепрограммы, так и просто публики, сродни зрителям при просмотре фильма в кинотеатре. Да и содержание самой «конвенции» определяется и сообщается аудитории вещателем в одностороннем порядке.

Если обратиться к практике непосредственно телевидения, то здесь принято оперировать понятием «формат». «Внутри калейдоскопического «потока» информации значимость жанровых различий в целом понижается – признаки жанра менее важны по сравнению с признаками принадлежности к телеканалу, соответствия «формату» (Шергова, 2016: 15). Научного обоснования и четкого

определения термин «формат» не имеет. Однако на практике этот термин определяет общие характеристики телепрограммы в контексте стратегии телеканала по привлечению и удержанию целевой аудитории в конкретном временно́м отрезке. Нетрудно обнаружить, что в рамках одного формата могут быть реализованы совершенно разные подходы к взаимодействию с аудиторией. Поскольку практически все телепрограммы развлекательного характера на российском телевидении являются лицензионными, то, как правило, используется и западная классификация по форматам. В разделе Reality есть формат телепрограмм «Makeover-show», в котором зрители наблюдают за трансформацией героев – обычных людей или «звезд», на основе взаимодействия с которыми и строится основной сюжет телепрограммы. К этому формату относятся, к примеру, существующие на разных российских телеканалах программы о квартирном ремонте и переделках. В российской версии роль представителей аудитории сводится к их максимально кратким, часто очень абстрактным пожеланиям того, что бы они хотели видеть после ремонта, и изъявлению горячей благодарности в конце программы, независимо от того, что именно и как отремонтировали или построили в их жилище. Является ли такой прием примером взаимодействия с аудиторией? Вряд ли. Как говорил В.И. Ленин, формально все правильно, а по сути издевательство. Потому что если представители аудитории выступают в роли живых манекенов, то это совершенно не значит, что с ними осуществляется коммуникация. Если предположить, что на многочисленных ток-шоу на российских телеканалах люди в студийной аудитории хлопают в ладоши не по команде, а по зову сердца, то даже такой вид коммуникации можно считать более полноценным. В нем есть хоть и один простой, но прямой коммуникативный сигнал от аудитории. Таким образом, ни жанр, ни формат телепрограммы не определяют сущность коммуникации со зрителем.

Взаимодействие телевидения со зрителем как способ повышения рейтинга телепередачи

Логично было бы предположить, что существенное влияние на организацию системы коммуникации с аудиторией оказывает организационная форма, установленная телекомпанией, и источник ее финансирования. В мире медиа в области телевидения существуют

основополагающие три формы – государственная, общественная (public service) и коммерческая. В США и Европе телеканалы общего формата являются общественными или коммерческими. Когда еще только началось регулярное радиовещание, вопрос об участии общества, о взаимодействии со слушателями сразу привлек к себе внимание. Знаменитый немецкий драматург Бертольд Брехт писал в 1932 г., что радио должно повернуться от вещания (дистрибуции) к коммуникации: «...если бы радио знало, как получать, а не только передавать, как дать слушателям возможность не только слушать, но и говорить, как привести его (слушателя) к взаимодействию, а не изолировать его» (Brecht, 1932).

В 60-е и 70-е гг. на европейском и американском телевидении было много всякого рода экспериментов с привлечением аудитории для участия в телепрограммах. За этим виделся важный механизм обеспечения связи СМИ и общества, формирования общественного мнения и развитого гражданского общества. Коммерческие телеканалы в основном игнорировали эти возможности. Однако к началу 90-х гг. на коммерческих телеканалах стали во множестве появляться различные форматы соревнований, викторин и игр, куда приглашались для участия представители аудитории. А на общественных телеканалах возобладала точка зрения, что привлечение аудитории – это своего рода популизм. Прием, с помощью которого пассивная массовая аудитория «захватывается» за счет создания иллюзии ее влияния и соучастия. Однако к концу 90-х западное общественное телевидение также увидело для себя новые возможности обращения к различным форматам взаимодействия с аудиторией.

Но существует и другая точка зрения, согласно которой этот возврат произошел в результате открывшейся в европейском обществе дискуссии о том, нужно ли вообще финансировать из государственного бюджета общественные СМИ, тем более что их рейтинги уступают коммерческим теле- и радиоканалам. И возврат общественных вещателей к практике взаимодействия с аудиторией объясняется всего лишь стремлением найти дополнительные способы для увеличения рейтинга. В 1994 г. американский исследователь медиа Соня Левингстоун (S. Levingstone) резюмировала дискуссию на эту тему, констатировав, что ни коммерческое, ни общественное телевидение не представляют своим зрителям партиципативную (от англ. participation – участие) модель коммуникации (Levingstone, 1994: 26). Общественные телеканалы видят в

индивиде прежде всего политическую сторону и редуцируют все взаимодействие с обществом, которое по определению не гомогенно, до формата общественного мнения. Коммерческие телеканалы используют взаимодействие с аудиторией, чтобы позиционировать зрителя прежде всего в качестве клиента.

Бурное развитие новых технологий и новых медиа заставили и коммерческие, и общественные телеканалы радикально пересмотреть свой контент в сторону организации более интенсивного и разнообразного взаимодействия с аудиторией на основе новых технологических возможностей. Однако этот процесс носит явно реактивный характер и связан с адаптацией традиционных СМИ к новой медийной реальности. Он не привел к выработке некой новой устойчивой модели взаимодействия с аудиторией.

Таким образом, на примере западного телевидения в использовании взаимодействия с аудиторией нам не удалось обнаружить никакой системы, которая бы была как следствием развития самого телевидения, так и результатом каких-либо внешних регуляций. Однако отсутствие такой системы, с одной стороны, и понимание необходимости движения в эту сторону, возможно, подвигло к идее попытаться регулировать это взаимодействие ручным, бюрократическим способом. На многих европейских общественных телеканалах стали вводить должность уполномоченного по правам зрителей, который осуществляет различного рода контакты с аудиторией: прием предложений, жалоб, ответы на вопросы и прочие формы взаимодействия.

Коммуникативные стратегии отечественных телеканалов не предполагают диалоговую коммуникацию

Российское федеральные телеканалы остаются пока в рамках консервативного развития. Аудитория привлекается к участию в дискуссиях на общественно-политические и социальные темы, в программы про моду, приготовление еды, ремонт и строительство дачи или квартиры, знакомство с целью создания семьи. Однако за последние годы активных форм взаимодействия становится все меньше. Сначала на политических ток-шоу, а затем и на социальных студийную аудиторию лишили права непосредственно участвовать в дискуссиях – задавать вопросы, высказывать свое мнение. И молча аплодирующая в студии аудитория становится привычной картинкой.

Наличие сайтов, страниц в социальных сетях, форумов у каждой телепрограммы напоминает разложенные в порядке инструменты, которыми не пользуются. На всех этих ресурсах, которые имеются у всех телевизионных программ, по большей части размещена справочная информация, записи вышедших в эфир программ, но почти нет никаких откликов от зрителей – ни на сайте, ни на страницах в социальных сетях. Потому что в коммуникативных стратегиях, концепциях телепрограмм не предполагается никакого участия аудитории, не заложены возможности диалоговой коммуникации. Показательный пример – попытка телепрограммы «Пусть говорят» выйти со своим каналом в Youtube, которая закончилась, судя по реакции пользователей социальных сетей, полным провалом. В отличие от телевидения, где Андрей Малахов – признанная звезда вечернего эфира, в Интернете его встретили тысячами “дислайков”. Автоматический перенос контента с телевидения в Интернет, основанный на представлении об Интернете как еще одном дополнительном ресурсе для дистрибуции, оказался нежизнеспособным, к немалому удивлению создателей телепрограммы. Этот пример показателен для несостоятельности методологических позиций теории конвергенции медиа.

О необходимости новой модели телевещания

Безусловно, вещатель сам определяет правила игры и, в частности, модель коммуникации. И представители российского телевещания осознают проблему. Генеральный директор «Первого канала» Константин Эрнст говорит: «Наступает время неотвратимой необходимости выработки новой модели – доверия и заинтересованности зрителей... даже программы и жанры, работавшие все эти годы эффективно, пользующиеся успехом у сердцевины основной аудитории, сейчас теряют свою популярность. И мы находимся перед историей нового вызова. Если мы не будем ему соответствовать, то телевидение превратится в старомодный, увядающий способ коммуникации, который все активнее будет вытесняться новыми медиа» (Эрнст, 2012: 9).

Почему на практике на «Первом канале» так ничего и не произошло в обозначенном еще пять лет назад его генеральным директором направлении – тема отдельного разговора. Однако в рамках теоретического подхода важно постараться определить подходы к созданию коммуникативной системы взаимодействия с аудито-

рией. Отметим предварительно, что то, что мы в целом называем взаимодействием СМИ и аудитории, является довольно сложной системой коммуникаций. Во-первых, в силу того что невозможно себе представить аудиторию как некоторое гомогенное сообщество индивидов. Люди по своей природе разные. Они ориентированы на разные виды коммуникации, у них существует разная мотивация для просмотра телевидения, разная склонность к рефлексии, к самостоятельности мышления и тому подобные разнообразные факторы. Во-вторых, любой телеканал в творческом отношении также представляет собой неоднородный коллектив. Телеведущие, продюсеры, сценаристы не выполняют некую типовую технологическую функцию, им также свойственно различное мировоззрение, представление о своей миссии и своей аудитории. К примеру, существующие на одном телеканале и примерно в одном формате социальные ток-шоу «Пусть говорят» и «Мужское и женское», в силу, возможно, существенной разницы между личностями ведущих, предлагают своим зрителям разные концепции рассмотрения и понимания драмы обычных людей – участников телепрограммы, а значит, даже на умозрительном уровне, вовлекают зрителя в разного рода коммуникацию. В-третьих, мотивацию российских федеральных телеканалов определяют два основных фактора – зависимость от коммерческих результатов и контроль со стороны действующей власти. Это создает на российском телевидении уникальную ситуацию, которая выражается, в частности, в зависимости от текущей внутриполитической ситуации в стране. В-четвертых, модель эффективной коммуникации со зрителями может носить характер только общих принципов, описывающих эти взаимоотношения. Сегодня на телевидении прием взаимодействия с аудиторией используется в телепрограммах самых различных форматов и тематик, в которых способы взаимодействия и роли вещателя и аудитории могут и должны различаться. К примеру, в образовательных программах исполнение вещателем роли учителя может быть и вполне уместна. А в общественно-политических дискуссионных программах – явно нет. В-пятых, приходиться принимать во внимание, что в России вообще очень слабо развиты традиции публичных выступлений граждан, конструктивного и критического разговора с властью.

Необходимость выстраивать современные виды коммуникации в традиционных медиа подводит к задаче построения адекватной модели взаимодействия с аудиторией, которая бы пользовалась

доверием общества, была основана на информационном взаимодействии с различными слоями общества, учитывая их разнообразные интересы.

Выводы и предложения:
антропоцентрическая модель коммуникации

В качестве основы информационного взаимодействия телевизионного вещателя и аудитории может быть предложена *антропоцентрическая (человекоцентрическая) модель коммуникации*. В центре ее находится не социальный институт, канал или средство массовой коммуникации с набором своих задач, а *человек, с его ценностными ориентациями, культурной и социальной активностью и потребностями*, на удовлетворение и стимулирование которых и направлена деятельность медиасистемы. Содержательная составляющая *антропоцентрической модели* основана на следующих принципах:

1. Взаимодействие осуществляется посредством механизма диалога. Этот принцип работает независимо от того, какие именно роли берут на себя участники коммуникации в соответствии с жанром или форматом телепрограммы. Диалог понимается, согласно М. Бахтину, как формат познания и существования, в котором постигается человек и его бытие: «Жить – значит участвовать в диалоге: вопрошать, понимать, ответствовать, соглашаться и т. п.» (Бахтин, 1996: 351)

2. Адресность взаимодействия. Различным группам, социальным слоям населения свойственны свои типы диалога. На практике этот принцип успешно реализуют в телевизионной рекламной продукции, в которой сюжет, персонажи, общая стилистика и, соответственно, диалоги построены для конкретной аудитории в соответствии с характеристиками рекламируемой продукции.

Обоснованность этого принципа очевидна при рассмотрении преобладающей формы участия аудитории на современном российском телевидении – молчаливой или аплодирующей студийной аудитории. Такую форму отчасти можно рассматривать в качестве комфортной для определенной части аудитории, которую устраивает (или она готова) довольствоваться ролью аплодирующей публики.

3. Взаимодействие в процессе обсуждения проблем должно воспроизводить различные точки зрения, характерные в том числе

и для различных групп и слоев населения. В противном случае «мнения множества людей деградируют до [статуса] общепринятого» (Holub, 1961).

Приведенные принципы, конечно, не могут исчерпать содержание предлагаемой антропоцентрической модели взаимодействия медиа и аудитории и требуют дальнейшего обоснования и разработки. Однако нетрудно заметить, что эти принципы реализуются в виртуальной среде совершенно естественным образом. Интернет их получил, условно говоря, сразу, по праву рождения. И эти принципы реализуются в сети «рыночным» способом – за счет огромного количества информационных предложений, саморегуляции, открытости системы. Телевизионные каналы общего формата ограничены в количестве. И, значит, уже поэтому речь может идти только о выработке консенсусной модели взаимоотношений и взаимодействия с аудиторией. Однако телевидение является относительно молодым средством массовой информации и коммуникации. И его адаптация и развитие в условиях быстро меняющегося и растущего рынка информационных услуг и изменений в способах и видах потребления – естественная и необходимая вещь.

Библиография

Бахтин М.М. Заметки. Собр. соч.: в 7 т. Т. 5. Институт мировой литературы им. А.М. Горького РАН, 1996.

Дондурей Д. Граждане против гражданского общества. Телерейтинг как воспитатель нации // Искусство кино. 2013. № 4.

Дугин Е.Я. Конфликт поколений или моделей коммуникации: социологический аспект // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. № 2. С. 5–15.

Шергова К.А. Становление жанров документального телекино (1960-е – начало 2000-х гг.): монография. М.: Академия медиаиндустрии, 2016.

Шкловский В.Б. Тетива. О несходстве сходного. Собр. соч. Т. 3. М., 1974.

Эрнст К.Л. Выступление на «парламентском часе» // Аналитический вестник Совета Федерации. 2012. № 18(461).

Brecht B. (1932) Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. *Blätter des Hessischen Landestheaters* 16. Darmstadt.

Holub R. (1961) *Jurgen Habermas: Critic in the public sphere*. London: Routledge.

Levingstone S. (1994) *Talk on television. Audience participation and public debate*. London.

References

Bakhtin M.M. (1996) Zametki. *Sobranie sochineniy v 7-mi tomakh. T. 5.* [Notes. Complete works in 7 volumes. Vol. 5]. Institut mirovoy literatury im. A.M. Gor'kogo RAN.

Brecht B. (1932) Radio kak sredstvo kommunikatsii. [Radio as a Communication Device]. *Blätter des Hessischen Landestheaters* 16. Darmstadt.

Dondurey D. (2013) Grazhdane protiv grazhdanskogo obshchestva. Telereyting kak vospitatel' natsii. [Citizens Against Civil Society. Television Rating as a Tutor of the Nation] *Iskusstvo kino* 4.

Dugin E.Ya. (2017) Konflikt pokoleniy ili modeley kommunikatsii: sotsiologicheskiy aspekt. [The Conflict of Generations or Communication Models: the Sociological Aspect] *Zhurnalist. Sotsial'nye kommunikatsii* 2: 5–15.

Ernst K.L. (2012) Vystuplenie na «parlamentskom chase». [A Speech at the "Parliamentary Hour"]. *Analiticheskiy vestnik Soveta Federatsii* 18(461).

Holub R. (1961) *Jurgen Habermas: Critic in the public sphere*. London: Routledge.

Levingstone S. (1994) *Talk on television. Audience participation and public debate*. London.

Shergova K.A. (2016) *Stanovlenie zhanrov dokumental'nogo telekino (1960-e – nachalo 2000-kh gg.) Monografiya*. [Development of the Genres of Documentary Television Films (the 1960s – early 2000s). Monograph]. Moscow: Akademiya mediaindustrii.

Shklovskiy V.B. (1974) *Tetiva. O neskhodstve skhodnogo. Sobr. soch. T. 3.* [The Bow String. On Dissimilarity of the Similar. Complete works. Vol. 3]. Moscow.

Поступила в редакцию
20.07.2017

ЯЗЫК СМИ

Дускаева Лилия Рашидовна, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой речевой коммуникации, Санкт-Петербургский государственный университет; e-mail: lrd2005@ya.ru

Коняева Юлия Михайловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры речевой коммуникации, Санкт-Петербургский государственный университет; e-mail: j.konyaeva@spbu.ru

ТРОЛЛИНГ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ МЕДИА[1]

В статье рассматривается особый тип речевого поведения – троллинг. Отмечается, что троллинг возникает как реакция на изменения условий функционирования СМИ и из анонимного сетевого общения превращается в активно использующуюся традиционными СМИ речевую практику. Интенционально троллинг можно охарактеризовать как разрушающее коммуникацию самоутверждение, грубую корректировку полемистов, уводящих разговор в сторону от предмета полемики либо предложение позабавиться, снять напряжение, развлечься. Структурно троллинг представляет собой в диалогической речи – метатекстовую стимулирующую реплику, которая не предполагает ответа, в монологической письменной речи – особый способ ведения авторской речевой партии. Выделяются смысловые формы троллинга: грубость, издевка, сарказм, либо – подтрунивание, подшучивание над говорящим, обыгрывание содержащейся в чьей-то речи двусмысленности, неопределенности или откровенной глупости.

Ключевые слова: *троллинг, провокация, издевка, медиатекст, речевая практика.*

Lilia R. Duskaeva, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of Speech Communication, St. Petersburg State University, e-mail: lrd2005@ya.ru

Yulia M. Konyaeva, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Speech Communication, St. Petersburg State University, e-mail: j.konyaeva@spbu.ru

TROLLING IN THE RUSSIAN MEDIA

The article is devoted to a special type of speech behavior known as trolling. It is noted that trolling arises as a response to changes in media operations and from anonymous network communication turns into the speech practice actively used by traditional media. In terms of intention, trolling can be characterized as a self-affirmation destroying communication, a tough correction on the part of polemists

wishing to distract the conversation away from the subject of controversy or a suggestion to have fun and remove stress. In terms of structure, trolling in dialogic speech is a metatextual stimulating remark that does not require an answer and in monologic written speech it is a special way of conducting the author's verbal role. The linguistic prerequisites for trolling are: multi-style variation of language means, polysemy which leads to creating alogisms, stylistic contrasts; in oral speech: shouting the opponent down, a displacement of semantic accents in someone's speech by intonation emphasis or by repetition of the opponent's words. The following semantic forms of trolling are identified: rudeness, mockery, sarcasm, or snickering, poking fun at the speaker, making play with ambiguities, uncertainty and absolute nonsense in someone's speech.

Key words: *trolling, provocation, mockery, media text, speech practice.*

Постановка проблемы

При распространении компьютеро-опосредованной коммуникации ее исследователи сразу обратили внимание на особый тип речевого поведения среди участников сетевого общения – троллинг. Уже в первых упоминаниях о нем подчеркивается его агрессивный характер, проявляющийся в стремлении утвердить себя грубостью, часто издевательским высмеиванием других. Подавляющее большинство исследователей обнаружили в троллинге нарушения сетевого этикета, агрессивное вмешательство в интернет-коммуникацию, нарушение этических норм (Baker, 2001; Donath, 1999; Shin, 2008). Агрессивная направленность этого вида общения подчеркивалась У. Филлипс: «Для троллей сильные негативные эмоции, такие как грусть, отчаяние или страдание (собирательно именуемые «баттхейрт»), – горящие яркими неоновыми огнями мишени. Тролли терзают и кусают своих жертв, пока не пойдет метафорическая кровь, а потом показывают на эту кровь как на доказательство своего превосходства и слабости жертв» (Phillips, 2015: 195).

Однако другие исследователи не ограничивают троллинг лишь деструктивными проявлениями и говорят о его игровом характере, заманивающем собеседников в продолжительное обсуждение какой-то темы (Herring, Job-Sluder, Scheckler and Barab, 2002) или вовлекающем в забаву, веселье (Buckels, Trapnell and Paulhus, 2014). В связи с этим некоторые исследователи обнаруживают в «троллинговом» вмешательстве в коммуникацию положительный эффект, если оно помогает поиску истины или направлено на оживление сетевого общения, на развлечение общением и не оскорбляет участников коммуникации (Семенов, Шушарина, 2011). Итак, основными интенциями троллинга считают две: гру-

бое самоутверждение, приводящее к разрушению коммуникации, или озорство, словесную забаву, приглашение развлечься.

В работах выделяются условия возникновения троллинга, среди которых важнейшее – сетевая среда, где действуют анонимность общения, мгновенность распространения информации и аудиторная диффузность (эти черты называются, например, в работах: Van Djik, 1999; Castells, 2006). Тролль в сети – это смутьян, провокатор (Binns, 2012), агрессор, подстрекатель, возмутитель спокойствия, созданный для того, чтобы «творить зло и причинять вред» (Ксенофонтова, 2009: 290).

В связи с троллингом часто говорят еще об одном негативном проявлении сетевого общения – флейминге: троллингом называют отдельное высказывание, речевое действие, флеймингом – полилогическое взаимодействие (Воронцова, 2016; Спиридонова, Третьякова, 2012). Есть работы, в которых троллинг и флейминг отождествляют (Семенов, Шушарина, 2011; Лутовинова, 2013). Нам представляется более продуктивным следующий подход к дифференциации этих понятий: «В интернет-дискурсе эти коммуникативные явления соотносятся друг с другом как причина и следствие: троллинг – причина, флейминг – следствие. <...> флейминг – это эффективный результат троллинга, достижение адресантом коммуникативной цели» (Воронцова, 2016: 111). Действительно, флейминг возникает в том случае, если провокации тролля достигают нужного ему результата, в общение вовлекаются другие участники, а внутри дискуссии разжигается скандал (‘flame’ с английского – ‘пламя’), при котором уже нет места взаимодействию смысловых позиций.

Троллинг, с его установкой на самопрезентацию, прерывание коммуникативного контакта, устранение в диалоге обмена смыслами, вызвал интерес, главным образом, психологов, социологов, коммуникативистов. В последнее время он привлек внимание медиалингвистов (Галичкина, 2012; Лутовинова, 2013), однако данное в этих статьях определение троллинга как особого речевого жанра интернет-дискурса вызывает у нас глубокие сомнения: жанр – это, по М.М. Бахтину, тип смыслового взаимодействия, а троллинг направлен на прерывание такого взаимодействия, поэтому статус жанра он может иметь отнюдь не во всех случаях.

Обобщая имеющийся опыт изучения троллинга, отметим, что в большинстве случаев исследователи сходятся на том, что троллинг – это присущая сетевому общению и не выходящая за его рамки анонимная речевая стратегия, целью которой является разрушение ком-

муникации посредством провокативных действий (Акулич, 2012; Внебрачных, 2012; Воронцова, 2016; Ксенофонтова, 2009; Семенов, Шушарина, 2011 и др.). Среди основных свойств речевого поведения при троллинге отмечают провокативность, агрессивность в опровержении общего мнения и переход на личности (Воронцова, 2016). Следовательно, как правило, троллинг рассматривается как некооперативная, деструктивная, направленная на эскалацию конфликта речевая стратегия, «нарушающая микроклимат диалогового (полилогового) пространства» (Немыка, Ушаков, 2012: 68). Если даже троллинг затевается не для агрессии, а для вовлечения участников в забаву, развлечение, и эта стратегия оказывается успешной, диалог, направленный на организацию взаимодействия смысловых позиций, конечно, прекращается: забавляясь, участники уходят в сторону от той темы, ради развития которой диалог начинался[2]. Значит, троллинг – это реплицирование, монологизирующее, прерывающее общение, уводящее его в сторону от основной темы.

Как показывает наш анализ медиаречи, троллинг распространился и вышел за рамки сетевого общения, вошел в языковую моду (см. о языковой моде: Костомаров, 1999). Ср.: некоторые исследователи тоже подметили проникновение различных черт троллинга за пределы сети, например в виде шуток и ироничных замечаний в бытовой сфере (Воронцова, 2016). «Троллинговое» речевое поведение взято на вооружение печатными и аудиовизуальными средствами массовой информации и встречается как в диалогической, так и в монологической медиаречи. В русском языке сначала в сетевом жаргоне, а затем и в телевизионной речи стал употребляться глагол *троллить*, в значении которого мы попытаемся разобраться в статье, характеризуя коммуникативные ситуации троллинга в СМИ. Так что для полного понимания лингвистической сущности феномена троллинга необходимо его дальнейшее осмысление.

Лингвистическая сущность троллинга в медиаречи

Троллинг – это особый тип речевого поведения в средствах массовой информации, возникший как реакция на изменения условий их функционирования. Предпосылками его распространения выступает существенный рост числа публикаций в СМИ, цель которых – не доносить аудитории новости об окружающем мире, а продолжать коммуникацию. Действительно, в огромном количестве журналистских сообщений речь идет не о том, что, где, когда

и как произошло, а что, где, когда и как кто-то сказал. Троллинг обращен не к отрицательным сторонам мира, а к нескончаемым актам коммуникации. В глобальном диалоге текстов СМИ троллинг выступает отдельным речевым действием, сопровождающим чей-то акт речи, и обнаруживается в информационном шуме в виде провокативно-стимулирующей реплики, которая может остаться без реакции, но иногда получает ответ.

Психологическими предпосылками для троллинга в устной речи выступают чье-то замешательство, неуверенность в сказанном или, наоборот, чрезмерная самоуверенность, коммуникативные ошибки. Семантические условия – многозначность, неопределенность, двусмысленность слова или высказывания, полистилизм языковых средств – создают «питательную среду» для «передергивания» слова, увода от темы разговора, алогизмов, стилистических контрастов. В устном общении к смещению смысловых акцентов приводят интонационные выделения или повторы в качестве ключевых таких слов в высказывании оппонента, которые сам оппонент не считает ключевыми. Обратимся к анализу материала.

Троллинг в устной диалогической речи

Троллинг встречается в ток-шоу, он добавляет диалогу остроты и снижает смысловую плотность, напряженность диалога. Частота использования этой коммуникативной практики говорит о формировании устойчивой модели ведения телепрограммы, когда, например, приглашают одновременно нескольких непримиримых противников, общение между которыми строится на грани фола. Ведущий поддерживает такой стиль общения, потакая участникам в их желании самоутвердиться. Проанализируем примеры.

Троллинг становится ведущей стратегией поведения у многих участников дискуссии в программе НТВ «Место встречи». Участники дискуссий прерывают и закрикивают друг друга, обвиняя своих оппонентов во лжи. В ходе передачи, пытаясь защититься от троллинга, ораторы то и дело призывают друг друга прекратить перебивать, перекрикивать оппонентов, искажать факты. Но к этим призывам никто не прислушивается. Такое поведение дискутанта, конечно, полностью лишает возможности коммуниканта сообщить какие-то факты, на которых зиждется его смысловая позиция. Никакого анализа проблемы в такой обстановке нет: покричали, каждый продемонстрировал свое присутствие, «выплеснув» на аудиторию свою

порцию эмоций, – разошлись, все остались при своем, но шоу утверждающихся в крике ораторов состоялось. Именно таково поведение участников программы от 11.10.2016 г., посвященной итогам встречи Эрдогана и Путина на Гоа: движение смыслов по всем тематическим векторам выпуска постепенно из-за активного троллинга всех участников останавливается, ведущие свое взаимодействие с участниками программы сводят только к игре по перебрасыванию права на высказывание, сами же участники свое участие видят в том, чтобы «пройтись по кому-нибудь», высказав свои сомнения в «диалогической дееспособности» оппонента. Приведем ту часть диалога, в которой троллем выступает то ведущий, то участники дискуссии:

Сергей Железняк: *Россия предлагает сотрудничество. Россия и не портила отношения с Турцией, инцидент был...*

Андрей Норкин в унисон с СЖ говорит одному из участников – А. Никонову*: Подождите, **сейчас ворвётесь**...*

С. Железняк: *Ещё раз, подождите, можно я закончу? <...>*

А. Норкин: (перебивая) *Подождите, **мы уже готовы сорваться в эмоции**. Подождите, **сейчас ворвётесь**...*

Ольга Белова: *Да, уже готовы. **Срываемся**!*

Из фрагмента видно, что ведущие троекратно «обыгрывают» вступление в диалог оппонента А. Никонова, подшучивая над ним. В первый раз ведущий напрямую обращается к нему, тем самым анонсируя предоставление ему слова с помощью метафорического глагола речи (*сейчас ворвётесь*). Во второй раз, уже обращаясь ко всем присутствующим, предупреждает о предоставлении слова этому дискутанту (*мы уже готовы сорваться в эмоции*). Тактику троллинга подхватывает О. Белова, в третий раз объявляя, как будто подает команду к началу забега: *Срываемся*! Игра ведущих с предоставлением слова оппоненту подспудно приводит аудиторию к мысли, что позиция дискутанта, с которым играют, не заслуживает того, чтобы ее принимать всерьез.

В русле обессмысливания всего произносимого продолжается разговор и далее. Не случайно в какой-то момент дискутанты «перебрасываются» уже словом *ахинея* (‘вздор, бессмыслица’), обвиняя партнера во вздорности говоримого:

Александр Никонов: ***Какую-то ахинею**...*

А. Норкин: *Так, и в чём же **ахинея**?*

С. Железняк: ***Для вас всегда всё ахинея**.*

А. Никонов: *Мудрейший из мудрейших сказал, что запускает, значит, в Россию теперь целую серию турецких товаров. Да! Поми-*

дорами не отделались. ***Целая группа теперь к нам придёт****. Значит, когда-то нам говорили...*

С. Железняк: ***Вы цитрусовые что ли рекламируете****?*

А. Никонов: *Мы закрываем...*

А. Норкин: *То есть вы, Александр Петрович, считаете, что* ***помидоры – это цитрусовые****?*

А. Никонов: *Мы закрываем наших сельхозпроизводителей, давайте сюда...*

С. Железняк: *Да цитрусовые разрешили! Где наши производители, где цитрусовые?*

А. Никонов: *А другие товары...*

О. Белова: *Я насколько читала,* ***там вопрос про цитрусовые и персики, которые у нас не растут****.*

С. Железняк: ***Цитрусовые – это не помидоры! Открою вам правду!***

А. Норкин: *Господа, подождите, Сергей Владимирович, Александр, Александр... Александр, подождите! Когда Вы* ***критикуете вашего оппонента за ахинею, Вы, наверно, сами не должны ахинею допускать в своей речи, правда?*** *Пока про помидоры... Подождите.*

А. Никонов*: Вы что не понимаете, что я светоч мысли?*

А. Норкин: *Да я, Господи Боже мой, если б вы не были светочем мысли, мы б вас не звали, это очевидно. Но, к сожалению,* ***даже светоч должен понимать разницу между цитрусовыми культурами и помидорами.*** *Помидоры любишь – кушай, да.*

Как видим, перед нами поток стимулирующего реплицирования, на который и нет реакции, и никто ее не ждет. Участники дискуссии лишь «троллят» друг друга, не обсуждая проблему. В перепалке участники для оценки речи противника в полемике употребляют слово «ахинея», которое означает в русском литературном языке `вздор, чепуха, чушь, нелепость, бессмыслица, глупости‘ и чаще используется во фразеологизмах с опорными глаголами, метафорически экспрессивно характеризующими речь: *нести* (*городить*, *пороть*, *молоть*, *плести*) *ахинею*. Когда каждый из участников спора в своего оппонента «запустил» этим словом, все говоримое обессмыслилось.

Ведущий А. Норкин подлавливает оппонента (А. Никонова) на неточности им сказанного: *Целая группа теперь к нам придёт*. В этой фразе дискутанта ощущается опасение, но причина опасений не ясна: обобщенное слово *группа* лишь затемняет смысл, а не проясняет сказанного. Такое неясное выражение мысли участника дискуссии становится поводом продолжить ведущему «троллить»

участника программы, с издевкой выражая недоумение вопросом (*помидоры – это цитрусовые*?), повода для которого сам дискутант не давал. Последующее возражение ведущего звучит или поучающе-насмешливо (*...даже светоч должен понимать разницу между цитрусовыми культурами и помидорами*), или грубо наставительно (... *сами не должны ахинею допускать в своей речи*).

Другой дискутант (С. Железняк) разворачивает бессмысленный спор: *Вы цитрусовые что ли рекламируете? Да цитрусовые разрешили! Где наши производители – где цитрусовые*?

К речевому взаимодействию снова подключается А. Никонов и пытается исключить из дискуссии тему Сирии, затевая разговор про содержимое холодильника у россиян:

Семен Багдасаров что-то продолжает говорить.

Перебивает А. Никонов: *Слушайте, вы столько много времени говорите про эту Сирию, хотя 99,9 процентов россиян интересует не Сирия, а холодильник*.

С. Багдасаров: *Идите на передачу...в другую студию.* ***У вас что, с головой вообще что ли? Идите про холодильник разговаривайте в соседний зал. Он что, сумасшедший что ли?***

А. Никонов: *И сразу в мире не будет никакой международной напряжённости*.

С. Багдасаров: *При чём здесь холодильник?*

А. Норкин: *Ну, просто* ***у кого-то разум находится в одном месте, у кого-то – в другом.*** *Семён Аркадьевич, окей. Правильно ли я вас понимаю, что глубинного смысла в высказываниях Эрдогана в отношении Америки, критических, искать не стоит?*

Третий активный участник (С. Багдасаров) воспринял попытку А. Никонова сменить тему как троллинг – и стал с обидой в ответ тоже троллить оппонента, оскорбляя его, грубо апеллируя при этом то к ведущим, то к залу: *У вас что,* ***с головой вообще что ли?*** *Идите про холодильник разговаривайте в соседний зал. Он что,* ***сумасшедший*** *что ли?*

Завершается эта часть диалога издевкой, высказанной А. Норкиным в адрес того же участника А. Никонова: ... *просто у кого-то разум находится в одном месте, у кого-то – в другом*. Утверждение о «неопределенности местонахождения разума» содержит грубый намек, издевку. Так все главные участники «заглушили» оппонента, свое место «расчистили», утвердив лишь себя в праве выступать на дискуссионной площадке.

Таким образом, в диалогической медиаречи троллинг выступает в виде закрикивания, оскорбления, насмешки, перевода темы раз-

говора в иное русло, издевки, намека, обвинения, которое оспорить невозможно и т. п. Задача троллинга в этих обстоятельствах – превратить речь другого в посторонний шум в двух целях: либо на фоне «умолкания» другого быть услышанным только самому, либо суметь выделить какую-то идею, кажущуюся важной. Структурно троллинг в диалогической речи предстает в виде «безответных» реплик, т.е. не получающих реакции стимулирующих реплик-провокаций. В качестве основных форм троллинга в СМИ выделяются: подшучивание, высмеивание и обессмысливание чужих высказываний, издевка над оппонентом, провокация его на грубое поведение, а важнейшими способами выражения этих форм являются эпатажные речевые игры, в основе которых – использование двусмысленности высказывания, тематический сдвиг, алогизм в изложении материала, снятие патетики и переакцентуация смыслов.

Троллинг в письменной монологической речи

В монологическом тексте троллинг используется, с одной стороны, для придания остроты информационному потоку, эпатажности (что активизирует использование тематических сдвигов и алогизмов), с другой – для прекращения бессмысленного диалога с целью разрежения информационного потока (для чего привлекаются различные средства создания комического эффекта). В первом случае можно говорить о деструктивном характере троллинга, который становится шумом в общем информационном потоке. Во втором же – разрушение взаимодействия имеет конструктивную основу, очищая информационный поток от лишней информации. Рассмотрим примеры.

Одним из наиболее грубых приемов троллинга, часто используемых СМИ, является переход на личности. Он представляет собой намеренный уход от предмета общения, подменяемого нападками на человека: «Когда же дело доходит до личности, то предмет уходит совершенно на задний план и нападение направляется на личность противника язвительно, злобно и грубо» (Шопенгауэр, 2017).

Переход на личности имеет целью уничтожение коммуникации не сильными аргументами, а через уничтожение собеседника как личности. Этот прием используется в тех случаях, когда носитель альтернативной троллю позиции выглядит в целом убедительно, а его аргументы изначально кажутся сильнее. Так, в тексте, озаглавленном «Запредельная наглость» (Life.ru. 29.10.2016), провокацион-

ный характер выражен уже грубым заголовком, дающим оценку не только сложившейся ситуации, но и человеку, высказавшему свою точку зрения. Основной задачей автору видится создание такой атмосферы, при которой аргументы участников предшествующей коммуникации К. Райкина и поддерживающего его точку зрения О. Табакова не имеют ни единого шанса быть услышанными, а их позиция превращается в информационный шум. Дело в том, что уже в начале текста чужой голос (К. Райкин) звучит в авторской модальной рамке возмущения: ***Даже не верится**, что всё это **взаправду. Руководитель театра «Сатирикон» Константин Райкин на полном серьёзе** говорит о цензуре и попрании свободы творчества в России. Причиной стали не **репрессии власти** в ответ на острую политическую сатиру или **хлёсткое обличение пороков** нашего общества. **А простое возмущение граждан** тому, что на их налоги на государственных площадках **систематически демонстрируются грязные акты педофилии и оскверняются религиозные святыни.***

Тезис К. Райкина подается как заведомо абсурдный: для этого использованы просторечная лексика (*взаправду, на полном серьезе*) в сочетании с развернутой номинацией оппонента, что способствует опрощению тезиса; антитеза (*хлесткое обличение пороков – простое возмущение*) в сочетании с противительным союзом *а* в сильной позиции добавляет высказыванию ироничности; а натуралистичные детали (*грязные акты педофилии*) полностью перечеркивают позицию противника. В дальнейшем натуралистичность текста в передаче происходящего на сцене только усиливается, а детали становятся все более неприглядными: *Кроме того, этот христианский священник **страстно целуется с мужчиной, хулит Святое причастие, занимается каннибализмом**, а также молится перед **«распятием», которое изображает обнажённая женщина, подвешенная над сценой.** В спектакле также **показываются сексуальные отношения с ребенком.*** Таким образом автор провоцирует волну возмущения аудитории, незаметно для нее подменяя изначальный тезис противника о необходимости цензуры обсуждением проблем освещения педофилии, что, в свою очередь, позволяет беспрепятственно перейти к обсуждению личности оппонента, окончательно оставив в стороне первоначально затронутую тему: *Протест против этой **мерзости** и называется **у Райкина покушением на свободу творчества.** Боюсь, что не за такую свободу был **расстрелян Гумилёв, похоронен в безымянной могиле Мандельштам** и **затравлена Ахматова***. Объединение в одном смысловом блоке стилистически окрашенного существительного

мерзость и фамилий известных русских поэтов (*Гумилев, Мандельштам, Ахматова*), безусловно, воспринимается саркастически и в очередной раз настраивает аудиторию против аргументов Райкина, как бы убедительны они не были. Сами аргументы, к слову, приводятся в очень усеченном виде.

Прямое низведение личности наблюдаем в следующем отрывке: *И после этого всего* ***Райкин умудряется требовать*** *у Минкульта* ***ещё*** *денег,* ***хотя*** *в этом году* ***театр уже получил примерно 235 млн рублей.*** *...Если вспомнить, что* ***Табакова два раза ловили за руку на воровстве бюджетных средств****, а* ***Райкин строит 19-этажный отель для своей труппы****, то зрелище вообще принимает сюрреалистические очертания.* Отбор неподтвержденной информации уже стилистически окрашен, отсутствие сильного аргумента подменяется обилием цифр, усиливающих отрицательные образы «ненасытного коммерсанта» (К. Райкин) и «вора-рецидивиста» (О. Табаков).

В завершение текста автор выводит читателей на обсуждение глобальной проблемы этики в искусстве, расширяя таким образом контекст первоначального высказывания и выдавая общепризнанное мнение за одну из точек зрения: ***Есть мнение***, *что тратить средства из наших карманов и против нашей воли на творческие эксперименты — это* ***аморально само по себе****.* ***Искусство должно стараться быть*** *независимым и востребованным. Тогда* ***зритель сам проголосует рублём****, что ему интересно, а что нет.*

Таким образом, используемый в троллинге прием перехода на личности представляет собой планомерную подмену обозначенных в начале тезисов, имеющую целью уход от изначально сильного аргумента и его последующее высмеивание через оскорбление оппонента. Это грубая форма троллинга, поэтому активизируются различные средства выражения отрицательно-оценочных значений.

Иногда в публикациях массовых интернет-изданий, в которых речь идет о трагической ситуации, языковой игрой создается не соответствующая ситуации комичная модальная рамка. Для примера обратимся к заметке из газеты «Фонтанка» под названием «На Шуваловском швея отбилась от насильника с помощью молотка» (Fontanka.ru. 7.09.2015). Текст начинается с абсурдной фразы: ***Неудачей*** *закончилась попытка сексуального нападения на швею в Приморском районе. Женщина* ***отбилась от обнаженного насильника молотком****.* Называя несостоявшееся изнасилование *неудачей*, автор встает на позицию обвиняемого, а не жертвы, для которой подобный исход можно назвать удачей, – такой перифраз делает изложе-

ние абсурдным. Более того, абсурдности изложению добавляет каламбур *отбилась молотком*. В сочетании с дополнительными деталями (*обнаженного насильника*) это способствует не эмпатии и сочувствию, а скорее скабрезности. Далее в тексте используется подмена объекта сочувствия, заявленного в заголовке: *Как стало известно «Фонтанке», **поздно вечером** 6 сентября **у 41-го дома** по Шуваловскому проспекту **прохожие** увидели **мужчину без одежды и с разбитой головой**. Он **просил о помощи**. **Медики госпитализировали** его, а сотрудники полиции **по обильным следам крови без труда пришли** к ателье по пошиву одежды. В нем находилась испуганная **31-летняя швея с телесными повреждениями***. Обратим внимание, что для описания правонарушителя использованы языковые средства, в совокупности формирующие образ жертвы: на это «работают» указание на время суток (*поздно вечером*), описание окружающей обстановки (*у 41-го дома, прохожие*), детализированное описание самого мужчины (*мужчину без одежды и с разбитой головой*), его действий (*просил о помощи*) и последовавших за ними действий окружения (*медики госпитализировали, сотрудники полиции по обильным следам крови без труда пришли*) и т. д. В то же время для описания потерпевшей использована канцелярская конструкция, характерная для текстов полицейского протокола (*31-летняя швея с телесными повреждениями*), которая неуместно представляет женщину не жертвой, а, скорее, субъектом гражданско-правовых отношений. Характерно, что в газетном сообщении отсутствует отрицательная оценка преступления, в то время как по отношению к жертве мы встречаем пренебрежительно звучащую разговорную номинацию *кредиторша*.

Ироничность концовке придает сочетание метафоры и вводного слова: *Как сообщили «Фонтанке» друзья женщины, она обратилась в Следственный комитет с заявлением о совершенном в отношении нее преступлении. Ее **активное сопротивление, впрочем,** пока **стоит на пути правосудия.** Вероятный насильник, оказавшийся 26-летним уроженцем города Когалым, получил серьезную травму головы и допросу пока не подлежит*.

Все обозначенные средства в совокупности лишают ситуацию трагичности, а герои предстают в ролях, не соответствующих их первоначальному положению. При отсутствии должной этической оценки описываемого ирония, направленная против жертвы, приобретает звучание троллинга-издевки именно против жертвы.

Иногда троллинг используется в случаях, когда другие способы полемики уже не работают, потому что противник не способен

внимать разумным доводам. Вот какова устная реакция официального представителя МИД РФ Марии Захаровой на сообщение о переименовании русского названия украинского города Днепропетровск в Днепр:

Официальный представитель МИД РФ Мария Захарова сказала на брифинге в Сочи: «После таких решений, которые абсолютно оторваны от исторических реалий, я, честно говоря, ***начала переживать за возможное сокращение и других названий*** *таких городов, как Херсон, Запорожье».*

Верховная рада Украины в четверг приняла постановление о переименовании города Днепропетровск в Днепр в рамках закона о декоммунизации (Захарова пошутила насчет переименования городов Украины. РИА Новости. 19.05.2016).

Грубую форму насмешка не принимает, потому что грубые слова не проговариваются и не прописываются, хотя восстановить недосказанное никому не составляет труда, – так нелепость поведения украинских законодателей обнажается до предела. Троллинг демонстрирует установку на прерывание обмена смыслами там, где перспектив у коммуникации нет.

В качестве еще одного конструктивного эффекта троллинга отметим высмеивание бессмысленности высказываний, действий, деятельности персоны. Примером является материал «Христос, Будда, Тутанхамон, Чингисхан – великие украинцы! И только Пушкин – еврей...» (Комсомольская правда. 13.03.2015). В заголовке, конечно же, можно уловить иронию, которая развивается далее по тексту: *Такое* ***всемирно-историческое открытие*** *сделал ученый с Незалежной Валерий Бебик.*

Бебик – ***не какой-то там*** *деревенский историк-самоучка.* ***Достойный ученый муж*** *– доктор политических наук, кандидат психологических наук, профессор, проректор Университета «Украина», председатель Всеукраинской ассоциации политических наук... Еще в 90-х работал главным консультантом в пресс-службе Администрации первых президентов Украины Кравчука и Кучмы. Ныне – руководитель рабочей группы по социальным коммуникациям Общественного гуманитарного совета при Президенте Украины. Ведущий радиопрограммы «Из глубины тысячелетий». Его научные статьи регулярно публикует официальный орган Верховной рады «Голос Украины».*

Перечисление всех званий ученого в одном тексте – уже троллинг, особенно на фоне первой ироничной номинации, передан-

ной с помощью отрицательной конструкции (*не какой-то там деревенский историк-самоучка*). Важную роль в создании иронической интонации играют, с одной стороны, компоновка фактов, в контексте которой перечисление открытий ученого становится бессмысленным, а с другой – стилистический контраст. Последний формируется сочетанием сниженной и патетической тональности (*Бебик – **не какой-то там** деревенский историк-самоучка. **Достойный ученый муж** – доктор политических наук, кандидат психологических наук, профессор, проректор Университета «Украина», председатель...*). Эти приемы помогают читателю ощутить неприкрытую издевку над исследованием ученого, открытия которого делаются под давлением политической конъюнктуры. Троллинг, достигаемый использованием комических приемов, направлен на очищение информационного пространства от лишнего «шума».

Заключение

Подводя итог, еще раз отметим, что троллинг из анонимного сетевого общения превратился в активно использующуюся традиционными СМИ речевую практику. Интенционально троллинг можно охарактеризовать по-разному: иногда как разрушающее коммуникацию самоутверждение, иногда как грубую корректировку полемистов, уводящих разговор в сторону от предмета полемики, а иногда это предложение позабавиться, снять напряжение, развлечься. Структурно троллинг представляет собой в диалогической речи – метатекстовую стимулирующую реплику, которая не предполагает ответа. В монологической письменной речи – это способ ведения авторской речевой партии. Смысловые и стилистические формы троллинга различны: издевка, даже сарказм, а иногда – подтрунивание, подшучивание над говорящим, обыгрывание содержащейся в чьей-то речи двусмысленности, неопределенности или откровенной глупости.

Примечания

[1] Исследование выполнено при поддержке гранта Президента Российской Федерации МК-5506.2016.6 «Личность творца в зеркале современной российской журналистики: модель ценностно-организующего речевого воздействия».

[2] Однако Т.А. Воронцова стремится разделить речевую агрессию и троллинг, утверждая, что «конечная цель агрессора – захват коммуникативного пространства и превращение диалога в монолог», а «игровая сущность троллинга определяется тем, что он имеет диаметрально противоположную цель – инициировать или активизировать коммуникативный процесс, коммуникативной неудачей троллинга будет отсутствие реакции на данные агрессивные действия» (2016: 113). Здесь требуется внести уточнение. Диалогом называется не только непосредственное реплицирование двух общающихся, но и взаимодействие их смысловых позиций. Точнее все-таки сказать, что тролль провоцирует продолжение коммуникации, но, поскольку он игнорирует общую тему разговора, диалог как обмен смыслами тролль, конечно, разрушает.

Библиография

Акулич М.М. Интернет-троллинг: понятие, содержание и формы // Вестн. Тюменск. ун-та. 2012. № 8. С. 47–54.

Внебрачных Р.А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестн. Удмуртск. ун-та. Сер. Философия. Социология. Психология. Педагогика. 2012. Вып. 1. С. 48–51.

Воронцова Т.А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестн. Удмуртск. ун-та. Сер. История и филология. 2016. № 2. С. 109–116.

Галичкина Е.Н. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2012.

Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб: Златоуст, 1999.

Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор. М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. С. 285–294.

Лутовинова О.В. Языковая личность в виртуальном дискурсе: автореф. дис. ... докт. филол. наук. Волгоград, 2013.

Немыка А.А., Ушаков А.А. Дискурсивное пространство текста: троллинг как элемент некооперативной речевой стратегии современной интернет-коммуникации // Вестн. Российск. ун-та дружбы народов. Сер. Вопросы образования: языки и специальность. 2012. № 4. С. 68–71.

Семенов Д.И., Шушарина Г.А. Сетевой троллинг как вид коммуникативной деятельности // Междунар. журнал экспериментального образования. 2011. № 8. С. 135–136.

Спиридонова В.А., Третьякова Е.А. К вопросу о неэтикетном речевом поведении в электронном дискурсе // Вестн. С.-Петербургск. ун-та. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2012. № 3. С. 168–171.

Шопенгауэр А. Наша личность – первое условие счастья: [философские трактаты: пер. с немецкого]. М.: Э, 2017.

Baker P. (2001) Moral panic and alternative identity construction in Usenet. *Journal of Computer-Mediated Communication* 7(1): 0. doi:10.1111/j.1083-6101.2001.tb00136.x

Binns A. (2012) Don't Feed the Trolls! Managing Troublemakers in Magazine's Online Communities. *Journalism Practice* 6(4): 547–562.

Buckels E., Trapnell D. & Paulhus D. (2014) Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*: https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016

Castells M. (2006) *The theory of the Network Society*. Cornwall, Great Britain: MGS Books Ltd.

Donath J.S. (2010) *Identity and Deception in the Virtual Community*. London.

Herring S.C., Job-Sluder K., Scheckler R., Barab S. (2002) Searching for safety online: Managing "trolling" in a feminist forum. *The Information Society* 18 (5): 371–383.

Phillips W. (2015) *This Is Why We Can't Have Nice Things. Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*. MIT Press.

Shin J. (2008) Morality and Internet Behavior: A study of the Internet Troll and its relation with morality on the Internet. In: McFerrin K. et al. (eds.) *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*. Las Vegas, Nevada, USA: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE): 2834–2840.

Van Djik T. (1999) *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage.

References

Akulich MM. (2012*)* Internet-trolling: ponyatie, soderzhanie i formy [Internet Trolling: Concept, Content and Forms]. *Vestnik Tyumenskogo universiteta* 8: 47–54.

Baker P. (2001) Moral Panic and Alternative Identity Construction in Usenet. *Journal of Computer-Mediated Communication* 7(1): 0. doi:10.1111/j.1083-6101.2001.tb00136.x

Binns A. (2012) Don't Feed the Trolls! Managing Troublemakers in Magazine's Online Communities. *Journalism Practice* 6(4): 547–562.

Buckels E., Trapnell D., Paulhus D. (2014) Trolls Just Want to Have Fun. *Personality and Individual Differences*: https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016

Castells M. (2006) *TheTheory of the Network Society*. Cornwall, Great Britain: MGS Books Ltd.

Donath J.S. (2010) *Identity and Deception in the Virtual Community*. London.

Galichkina E.N. (2012) *Kompyuternaya kommunikatsiya: lingvisticheskiy status, znakovyie sredstva, zhanrovoe prostranstvo* [Computer Communication: Linguistic Status, Semiotic Means, Genre Space: Extended abstract of Dr. philol. sci. diss.] Volgograd.

Herring S.C., Job-Sluder K., Scheckler R., Barab S. (2002) Searching for Safety Online: Managing "Trolling" in a Feminist Forum. *The Information Society* 18 (5): 371–383.

Kostomarov V.G. (1999) *Yazykovoy vkus epokhi: iz nablyudeniy nad rechevoy praktikoy mass-media* [Language Taste of the Epoch: from Observations on the Speech Practice of Mass Media]. St. Petersburg, Zlatoust.

Ksenofontova I.V. (2009) Spetsifika kommunikatsii v usloviyah anonimnosti: memetika, imidzhbordy, trolling [Specifics of Communication Under Anonymity: Memetics, Imageboards, Trolling]. In: *The Internet and folklore*. Moscow: 285–294.

Lutovinova O.V. (2013) *Yazyikovaya lichnost v virtualnom diskurse* [A Linguistic Persona in Virtual Discourse: Extended abstract of Dr. philol. sci. diss.] Volgograd.

Nemyka A.A., Ushakov A.A. (2012) Diskursivnoe prostranstvo teksta: trolling kak element nekooperativnoy rechevoy strategii sovremennoy internet-kommunikatsii [Discursive Space of the Text: Trolling as an Element of Non-Cooperative Speech Strategy of Modern Internet Communication]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhbyi narodov. Seriya: Voprosyi obrazovaniya: yazyiki i spetsialnost* 4: 68–71.

Phillips W. (2015) *This Is Why We Can't Have Nice Things. Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*. MIT Press.

Schopenhauer A. (2017) Our Personality is the First Condition of Happiness [philosophical tractates]. Moscow.

Semenov D.I., Shusharina G.A. (2011) Setevoy trolling kak vid kommunikativnoy deyatelnosti [Network Trolling as a Kind of Communication Activity]. *Mezhdunarodnyiy zhurnal eksperimentalnogo obrazovaniya* 8: 135–136.

Shin J. (2008) Morality and Internet Behavior: A Study of the Internet Troll and Its Relation with Morality on the Internet. In: McFerrin K. et al. (eds.) *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*. Las Vegas, Nevada, USA: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE): 2834–2840.

Spiridonova V.A., Tretyakova E.A. (2012) K voprosu o neetiketnom rechevom povedenii v elektronnom diskurse [Towards Non-Etiquette Verbal Behavior in Electronic Discourse]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika* 3: 168–171.

Van Dijk T. (1999) *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage.

Vnebrahnykh R.A. (2012) Trolling kak forma sotsialnoy agressii v virtualnyih soobschestvah [Trolling as a Form of Social Aggression in Virtual Communities]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Ser. Filosofiya. Sotsiologiya. Psihologiya. Pedagogika* 1: 48–51.

Vorontsova T.A. (2016) Trolling i fleyming: rechevaya agressiya v internet-kommunikatsii [Trolling and Flaming: Verbal Aggression in Online Communication]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Ser. «Istoriya i filologiya»* 2: 109–116.

Поступила в редакцию
29.08.2017

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ

Сурнина Ирина Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры истории русской литературы и журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: isurnina1983@mail.ru

«ПРОМЫШЛЕННАЯ ГАЗЕТА» В.Я. ШВИТТАУ В ПЕРВЫЙ ГОД ИЗДАНИЯ

В статье рассматривается история выхода «Промышленной газеты» В.Я. Швиттау в 1865 г. Автором детально проанализированы содержание и структура газеты, тематика и проблематика ключевых статей (свободная торговля, протекционизм, кредит, развитие отечественной промышленности и др.), подписная цена, авторский состав в первый год издания. Отмечена позиция газеты по ключевым проблемам 1860-х гг.

Ключевые слова: *газета, промышленность, торговля, народное хозяйство, промыслы, кредит.*

Irina A. Surnina, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of History of Russian Literature and Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: isurnina1983@mail.ru

V.YA. SWITTAU'S PROMYSHLENNAYA GAZETA IN THE FIRST YEAR OF ITS PUBLICATION

The paper discusses the publication history of V.Ya. Swittau's newspaper Promyshlennaya Gazeta in 1865. The author analyzes in detail the content and structure of the newspaper, focuses on the topics and subjects of the main articles (free trade, protectionism, credits, the development of domestic industries, etc.), the subscription price and the contributors in the first year of publication. Special attention is given to the newspaper's position on the key issues of the 1860s.

Key words: *newspaper, industry, trade, national economy, crafts, credit.*

До настоящего времени «Промышленная газета» не привлекала внимания исследователей и если и упоминалась в научных работах, то только с целью указания, что подобная газета существовала и выходила в период, когда в России активно развивались железные дороги, реформировалась торговая система, открывались банки и различные акционерные компании.

***

«Промышленная газета» начала выходить с 30 апреля 1865 г. в Петербурге. Она имела подзаголовок «Журнал промышленности, ремесел и торговли». Издателем-редактором ее был Василий Яковлевич Швиттау, член Императорского Вольного экономического общества.

Периодичность газеты – один раз в неделю. Однако по мере необходимости газета могла выходить два раза в неделю. Формат ее – четверть большого листа, т. е. по современным размерам – лист А4; объем – 8 страниц. Если номера печатались сдвоенными, например, как №№ 2–3, то объем увеличивался и составлял 16 страниц. В год должно было выйти 570 страниц.

Установленная подписная цена: на год без доставки – 5 рублей, с доставкой – 6 рублей, с пересылкой – 6,5 рубля; на полгода без доставки – 2,75 рубля, с доставкой – 3,25 рубля, с пересылкой – 3,5 рубля; на три месяца без доставки – 1,5 рубля, с доставкой – 1,75 рубля, с пересылкой – 1,85 рубля.

Указывалась и плата, которую брала редакция за опубликование объявлений: «1/7 к<опейки> с буквы и цифры мелкого шрифта, или 9 к<опеек> за строку»[1]. За рассылку вместе с газетой отдельных объявлений взималась плата три рубля за тысячу экземпляров[2].

Печаталась газета в типографии Министерства внутренних дел. Редакция располагалась по адресу: Большая Подьяческая, дом 21.

Многие материалы перепечатывались из различных русских и зарубежных периодических изданий: «Санкт-Петербургские ведомости», «Le Genie Industriel», «Mechanics' Magazine», «London Journal», «Иллюстрированная немецкая газета», «Динглер» (немецкий политехнический журнал) и других.

Авторский состав в первый год издания не был обширен – всего по подписанным материалам можно насчитать восемь человек, при этом фамилии не повторялись (за исключением П. Сергеева. – *И.С.*), т. е. сотрудники публиковали единичные материалы, – П. Сергеев, Анд. Реев, П. О-въ, А.-П., К.Ф.Б., Р. Комповский, Р. Ром-ский. Также в газете печаталось большое количество анонимных, неподписанных материалов. Вероятно, их автором являлся сам Швиттау.

Газета содержала несколько отделов:

1. Внутренний отдел;
2. Иностранный отдел;

3. Технический отдел;
4. Естественно-технический отдел;
5. Библиография (библиографический отдел);
6. Разные известия;
7. Объявления;
8. Промышленная политика.

***

Первый номер открывался материалом «От редакции». Практически это была программа будущего издания, где отмечалось, что «за пределами нашего государства и внутри России совершаются в настоящее время многозначительные явления, за которыми общество наше следит с напряженным вниманием»[3]. Ряд великих реформ, последовавших по самым разнообразным вопросам русской общественной жизни, как отмечено в статье, уже неоднократно разбирался на страницах периодических изданий. При этом «промышленная часть, преобразование и улучшение которой имеет несомненно огромное влияние на благосостояние целого государства, осталась по сие время как бы забытою и до сих пор мы не имеем ни одного органа для обсуждения, решения и распространения многообразных промышленно-социальных вопросов»[4], т. е. задача нового периодического органа – восполнить имеющийся пробел и тем самым принести общую пользу.

Так как в тесной связи с промышленной деятельностью находится внешняя торговая политика, она также стала предметом рассмотрения на страницах газеты. Указывалось, что успех внешней торговли зависит от развития, упрочения и улучшения внутреннего торгового рынка: «Чтобы отечественная промышленность не была отдана на произвол заграничным притязаниям, чтобы распространение внутреннего рынка не пришло в столкновение с неумеренным стремлением к заграничной торговле, должно существовать постоянное равновесие между государственными и народными интересами, для этого необходимо общее, дружное, содействие правительства и потребителей; а для совещаний по многообразным, рождающимся при этом вопросам нужен орган, нужна газета»[5], поэтому все вопросы относительно внутренней и внешней торговли и промышленности составят тематическую базу статей газеты.

Но только вопросами промышленности и торговли Швиттау не ограничил свое издание, он заявил, что особый отдел будет посвящен науке и технике и будет включать в себя описание отечественной и зарубежной промышленности, указание способов для извлечения наибольшей промышленной производительной силы, освещать полезные открытия, изобретения и нововведения. Также в нем планировалось печатать правительственные распоряжения и постановления. К сотрудничеству привлекались люди, неравнодушные к развитию отечественной промышленности и торговли. Гарантировалась оплата авторам в зависимости от объема и достоинства статьи.

В программе на 1866 г., опубликованной в № 34, подчеркнуто, что газета направления своего не изменит, в ней будет два главных отдела: 1) народная политика, «насколько она касается промышленности»; 2) технологическая часть, т. е. «сообщения новейших открытий, изобретений и усовершенствований в среде промысловой; с особенною подробностию будет излагаема техническая химия»[6].

Сказано в объявлении и о потребностях промышленников: «Произошел существенный переворот в области общественной и государственной жизни – стремление к улучшению народного быта выдвинуто на первый план, главное внимание правительства обращено на внутреннее государственное благоустройство; затем политические вопросы сделались второстепенными»[7]. Основная задача издания – «указывать на все существенные промысловые потребности, следить за всеми результатами науки и обращать постоянное внимание на их применение к промышленности»[8].

***

Действительно, Швиттау не лукавил. К 1865 г. большинство экономических периодических изданий было уже закрыто: «Промышленный листок» М.Я. Киттары прекратил существование в 1859 г., «Журнал для акционеров» К.В. Трубникова – в 1860 г., «Экономический указатель» И.В. Вернадского, «Вестник промышленности» Ф.В. Чижова и «Производитель и промышленник» Н.А. Лебедева – в 1861 г., «Посредник промышленности и торговли» и «Акционер» Ф.В. Чижова – в 1863 году. По сути осталось всего несколько специализированных изданий по вопросам промышленности и торговли: «Экономист» Вернадского, закрытый

после первого номера в 1865 г., «Биржевые ведомости» К.В. Трубникова и газета «Народное богатство» И.П. Балабина, для которой 1865 г. также стал последним. Поэтому, как отметил Швиттау, русский читатель и вправду нуждался в подобной газете.

***

Уже с первого номера газеты тема свободной торговли стала ключевой. «Внутренний отдел» открывало обозрение «Свободная торговля или система охранительных пошлин», в ней говорилось, что на протяжении XIX столетия учеными ведется борьба, какая из систем выгоднее и полезнее для экономики государства. Для доказательства плюсов и минусов обеих приводились примеры иностранных государств. Так, «Ирландия, в сравнении с Англиею, представляет плачевный пример следствий влияния свободной торговли»[9]. Природа всем наделила первую: почвой, минеральными богатствами, умеренным климатом, изобилием рыбы. И принципы свободной торговли «парализуют совершенно развитие ее промышленности»: «Если бы Ирландия могла избавиться от этого врага, то праздношатающаяся часть народонаселения нашла бы занятия и средства к пропитанию на заводах и в рудниках, между тем как теперь целые массы этого злосчастного народа, гонимые голодом и величайшими бедствиями, уничтожены или оклеймены пороками и злодеяниями»[10].

Следствием свободной торговли будет не общий союз государств, а «общее подчинение народов, отставших в образовании, народам, первенствующим в промышленной и торговой деятельности и морской силе»[11], так как общий союз народов, по мнению автора статьи, «возможен только для народов, стоящих на одинаковой степени развития промышленности, просвещения, политического образования, при этих условиях может только развиваться свобода торговли, как это замечается в Соединенных Штатах»[12]. Поэтому система самосохранения является «единственным средством для поддержания равновесия между народами, стоящими на различной степени образования». Статья весьма объемная, занимала три номера, в конце автор настаивал: «До тех пор, пока всякое государство старается подчинить общественный интерес человечества своему собственному, не может быть и слова о свободной или беспошлинной конкуренции с соседними народами, промышленное развитие которых находится в разной степени высоты»[13].

Положительное влияние охранной политики рассмотрено на примере Англии, которая «уже давно сознала этот принцип и соблюдала его в продолжение веков с устойчивостью и последовательностью, заслуживающими величайшего одобрения. Вот основание ее величия и силы и причина сохранения ее национальности»[14]. Автор статьи не делал утверждения голословно. Он проследил развитие экономики Англии, начиная с 1275 г., когда при Эдуарде I, «казна впервые создала себе из таможенной системы источник дохода»[15]: сначала пошлины взимались с вывозимых чисто английских товаров (шерсти, кожи и др.), потом перешли на систему ввозной пошлины. Даже развитию мощного торгового флота Англия обязана именно покровительственным мерам. Генрих III во время своего правления (1216–1272 гг.) запретил ввоз некоторых товаров, если они «не ввозились на английских судах с английским экипажем». В 1381 г. Ричард III издал закон, по которому ни один подданный не мог отправить товар ни внутрь страны, ни в иное государство «иначе как на английских судах». При Елизавете I, правившей в 1558–1603 гг., был принят закон, запрещавший иностранным судам принимать участие в английской рыбной ловле и кабатажной торговле (кабатаж – плавание коммерческого грузового или пассажирского судна между морскими портами одного и того же государства. – *И.С.*). В 1650 г. по акту о судоходстве «все произведения азиатской, африканской и американской почвы могли быть ввозимы в Англию и Ирландию и колонии не иначе как на английских судах»[16]. На рубеже XVIII и XIX вв. «в Англии существовала только одна руководящая торговая идея – устранить чужую промышленность, хотя бы к ущербу собственных потребителей; и доныне целый ряд товаров: чай, сахар, кофе, спиртуозные напитки, табак, сало и т. п. подлежат в Англии гораздо высшей пошлине, нежели у нас»[17].

Сейчас же в Англии применяются принципы свободной торговли, потому что она «находится в необходимости вывозить свои продукты; она открывает нам свои двери, зная, что никто не может войти в оные; отказывается от прошлого, клеймит систему, коей она обязана своим величием»[18].

Что касается Франции, Наполеон I придерживался сходных взглядов на свободную торговлю: «Страна, которая при существующих в мире обстоятельствах следует принципу свободной торговли, должна быть истерта в пыль»[19]. После падения Наполеона Франция с 1815 по 1827 г. пользовалась запретительной системой,

что, по словам Пьера-Шарля-Франсуа Дюпена, удвоило мануфактурную силу страны.

Но протекционизм во Франции использовался еще во времена Людовика XIV (1643–1715), когда министр финансов Жан-Батист Кольбер довел промышленность Франции «до высшей степени процветания», поощряя «туземные (т.е. местные. – *И.С.*) изделия таможенными пошлинами, привилегиями и премиями саморазличнейших родов», а иностранные – облагая пошлинами[20]. Такая политика получила название меркантилизма или кольбертизма.

Дальнейшие виды систем рассматривались в статье «Нынешняя народно-хозяйственная система, названная промышленною». За политикой меркантилизма последовала физиократическая система, которая имела начало во Франции[21]. Заключалась она в том, что природа составляла единственный источник богатства, а земледельческое сословие – единственное производительное, «все прочие занятия и именно промыслы и торговля бесплодны и непроизводительны, потому что вызывают только изменение в существующих уже предметах, не производя новых»[22].

Нынешняя промышленная система обязана своим существованием Адаму Смиту и его сочинению «Исследование свойства и причин богатства народов». Богатство, по его теории, «заключается ни в золоте, ни в почве, а во всех полезных предметах, могущих служить к удовлетворению человеческих потребностей. <...> все богатство есть следственно произведение труда и природы»[23]. Свободная конкуренция является неотъемлемым условием «доставить потребителю лучшие и дешевейшие товары». Само же государство должно «удерживаться от всякой производительности, потому что оно производит хуже и дороже, нежели частные лица: поэтому оно не должно владеть собственностию, но добывать все потребные для него средства налогами, которые должны на основании принципов равенства падать на различные отрасли чистого дохода»[24]. «Разве Испания, Голландия, Франция, Англия не достигли могущества, славы и богатства при господстве меркальтильной системы? – задавался вопросом автор статьи и продолжал – Почему же они все сейчас отвергают ее преимущества?».

Что касается России, при Екатерине II в ремеслах и фабриках заметны были некоторые успехи, которым они обязаны льготам и преимуществам, дарованным императрицей «иностранным художникам и мануфактуристам»[25]. Но войны, континентальная блокада и торговые мероприятия других народов привели к тому,

что Россия была стеснена в своих морских торговых сношениях, что повлекло разработку и производство собственного сырья. Неурожаи в Западной Европе в первой половине XIX в. вызвали значительный вывоз земледельческих продуктов, что «доставило России средство в продолжении некоторого времени покрывать платежи за ввезенные мануфактурные изделия»[26]. Но вскоре спрос на русские товары упал в связи с тем, что Англия «в пользу своей аристократии ограничила ввоз зернового хлеба, а в пользу Канады – леса», тогда и начали в России разоряться фабрики и мануфактуры и тогда осознали преимущества покровительственной системы. В 1821 г. граф К.В. Нессельроде, став членом Государственного Совета, выступил с речью: «Россия вынуждена обстоятельствами прибегнуть к независимой системе торговли, русские произведения не находят за границею сбыта, внутренние фабрики разорены или близки к разорению: русские деньги все уходят за границу и самые солидные дома близки к падению»[27]. И уже к середине XIX в. иностранная торговля возросла, благодаря контрактам, которые Россия заключила с Китаем и с другими соседними азиатскими странами (в 1855 г. Россия подписала соглашение о торговле с Японией; с 1861 г. Россия имела в Урге (прежнее название Улан-Батор. – *И.С.*) свое консульство и была в силу экономических и геополитических причин заинтересована в усилении своего влияния в этом регионе (Яскина, 2001: 18)).

Когда же промышленность достаточно развита, внутренняя конкуренция «умеряет цены до естественной степени»[28].

Тема свободной торговли рассмотрена и в статье «Табачная монополия». В странах, в которых не возделывается табак (как листовой, так и обработанный), его очень легко обложить пошлиной. В Англии, где выращивание табака запрещено, контрабанда достигла высших размеров.

Акцизным распоряжением 1812 г. в немецком Бадене установлено, что в каждом округе, где возделывается табак, должны находиться хотя бы одни весы для взвешивания табака, и с центнера следовало бы заплатить 25 крейцера акциза и 6 крейцеров весовых (крейцер – денежная единица Австро-Венгрии. – *И.С.*). Табак возделывается в Австрии и Венгрии лишь там, где для этой цели правительством специально выстроены деревни. Во Франции в 1797 г. ввели пошлину на фабричный табак, т. е. промышленники находились под строгим надзором, и покупая табак листовой, и продавая готовый товар. С 1804 г. эта мера принесла в государственную

казну до 16-ти миллионов франков. За контрабандой во Франции следят строго. В России, как и в некоторых других странах Европы до 1828 г., ввели учреждение со штемпельными бандеролями: «каждый фабрикант покупал необходимые ему бандероли в треть, но обязан был брать в течение года по крайней мере на 500 рублей»[29], но уставом об акцизе с табака от 4-го июня 1861 г. покупка бандеролей сильно возросла, особенно в Риге и Одессе – до 3 000 рублей. А за акцизные годовые свидетельства, дающие право приготовления и продажи табака, должны платить вплоть до 150 рублей. При таких пошлинах в среднем в доход идет только 54%.

В №№ 13 и 14 печатался материал под названием «Стремление к заключению торгового и таможенного договора между государствами, участвующими в немецком таможенном союзе с Россиею». Из статьи очевидно, что инициатива создания такого союза исходила от немецкой стороны и для заключения данного договора именно Россия должна была изменить свою таможенную систему, т. е. открыть ввоз товаров в Россию «в достаточной обширности». Таким образом, речь шла о принципах свободной торговли, на которых и должен основываться будущий договор.

Автор статьи выступал категорически против такого развития событий, говоря, что «торговые договоры будут целесообразны только тогда, если они возвышают силу и дух предприимчивости у промышленников, если они не подавляют мужество и дух взглядом на темную будущность и если не приносят в жертву, по каким бы то ни было причинам, находящиеся в природе развития мануфактурные силы народа»[30]. Т. е. при заключении любых торговых договоров должны непременно учитываться обстоятельства и особенности той или иной страны – участницы договора. В пример приводился немецко-французский торговый договор, по которому у французов был открыт германский рынок с умеренными пошлинами, а вот немцам не дозволялось доставлять свои изделия на французский рынок на столь же умеренных условиях. Таким образом свободная торговля в том или ином проявлении уже использовалась Англией, Францией, Германией. Производство различных товаров в этих странах достигло высоких уровней, поэтому они и отказались от протекционизма.

По-иному обстояло дело в России: «у нас промышленность в отношении к Англии, Германии и проч. находится в периоде развития»[31]; т. е. политика охранных пошлин у нас еще весьма необ-

ходима. Со времен Петра I в России, как отмечал автор, политика протекционизма приносила нашей стране только выгоды. Лишь в 1816 г. страна впервые попробовала свободную торговлю и, удрученная этим горьким опытом, вновь вернулась к покровительственным пошлинам.

Тема была продолжена в № 24 в статье «Железная промышленность в Штирии в видах торгового договора с Россиею». Австрия, а точнее ее регион Штирия, поставляла в Россию 0,8–0,7 от всех изделий, вырабатываемых в железной промышленности. Кроме этого в нашу страну ввозились кожи, стекло, галантерейные товары, в изготовлении которых мы еще не достигли значительных успехов. По мнению автора газеты, наиболее выгодно заключение торгового договора между Австрией и Россией, так как «в проект общего австрийского тарифа внесены значительные понижения именно на статьи, ввозимые в Австрию из России»[32].

В плане же развития торговых отношений России необходимо обратить свой взор на восточные земли Европы: Молдавию, Валахию, Сербию, Турцию. Это «именно те страны, где промышленные наши произведения могут найти сбыт и куда можно вывозить сталь, железо и, в особенности, железные изделия»[33]. В отношении же таможенного тарифа со странами-участниками таможенного немецкого союза высказывалось пожелание, «чтоб Россия продолжала действовать по системе, оказавшейся доныне для нее в столь высокой степени благодетельною»[34].

«Промышленная газета» выступала исключительно за протекционизм, видя в нем преимущества по отношению к фритредерству, говоря, что промышленность России именно благодаря такой политике сделала «исполинские успехи». У других периодических изданий по этому поводу было свое мнение, например, издания Чижова также выступали за протекционизм, не отвергая окончательно идей свободной торговли (Сурнина, 2011: 120–126), а вот Вернадский, основываясь на экономических учениях, поддерживал свободную торговлю, видя в ней непосредственный двигатель развития экономики (Сурнина, 2016: 52–61).

***

Кредит и его польза широко обсуждались в прессе в середине XIX в. Не прошла эта тема и мимо «Промышленной газеты».

В статье «Личный кредит» рассматривается польза кредитных учреждений, «которые доставляют народному хозяйству все выгоды совершеннейшего и дешевейшего средства оборота и в то же время чрезвычайно увеличивают производительную силу всех промышленных классов»[35]. В Англии и Швейцарии промышленность обязана процветающим состоянием именно кредиту. Так, в Цюрихе в 1859 г. обрабатывалось ежегодно шелку на сумму около 45 миллионов франков, причем большая часть промышленников начинала свое производство с кредитов: брала сырой шелк в долг на девятимесячный срок с условием платить 6% годовых. Польза кредита под разумный процент очевидна. При этом отмечалось, что в России пользоваться кредитом могут лишь обеспеченные слои населения, простой же человек не может взять его с такой легкостью. Искоренить проблему могут банки, которые «делаются страховыми учреждениями между богатыми и бедными»[36].

Рассматривалась в газете и польза ссудных учреждений, которые делились на два вида: «в одних ссужают под ручные заклады, а в других на кредит»[37]. Именно ссудные учреждения, как отмечено в статье, помогут обедневшим семействам опуститься до состояния нищеты. К первому типу относятся ломбарды, считалось, что они могли поощрять воровство, так как при закладе вещи не спрашивалось ни имя, ни фамилия закладываемого. Для пресечения злоупотреблений нужно данный процесс сделать официальным с ведением специальных книг, где бы описывался товар, сообщалось имя владельца и т. п.

По мнению автора, поземельный кредит в России необходим и землевладельцу[38], поэтому учреждение поземельно банка будет ему весьма «полезно»: «если должник может оплачивать свой долг, платя несколько лет сряду ежегодно по одному или по два процента с капитала, то он может легко сберечь занятую им сумму»[39]. Поземельный банк должен соединять в себе реальный кредит (под закладную запись) с сберегательною кассою; «дальнейший шаг будет соединение начала промышленных вспомогательных касс, основанных на личном вспоможении членов общества ежегодным взносом в общественную кассу известной суммы, с началом реального кредита»[40].

В статье «Ассоциация как продолжение к личному кредиту» рассматривался положительный опыт ассоциаций в европейских странах. Как и в большинстве случаев, материал анонимный, ав-

тор разъясняет читателю, что же понимается под ассоциацией: это не вспомогательная касса, а «соединение двух главных деятелей народного хозяйства, капитала и труда, воедино»[41]. Сначала обращено внимание на Германию и на проект Франца Германа Шульце, экономиста и политического деятеля, который стоял у истоков кооперации в Германии. По этому проекту учреждения должны устраиваться по типу вспомогательных и кредитных обществ «на принципах общего солидарного ручательства всех участников и взаимного составления капиталов посредством собственной помощи»[42]. Итак, по мнению ученого, рабочие и ремесленники могут сами помочь себе путем разумной экономии, бережливости и взаимопомощи. Даже самые небогатые люди, по его мнению, могли бы сделать взносы, которые, соединившись с другими взносами, образовали бы крупный капитал, который и стал бы могущественной силой и при умелом управлении и заинтересованности мог бы служить всем членам товарищества. Первое такое товарищество основано было в маленьком городке Делич с населением всего в 7 000 человек и уже к 1862 г. в Германии существовало около 550 подобных учреждений.

В Англии ассоциации также были распространены: в конце 1861 г. (т.е. спустя 15 лет после образования первых подобных организаций) их начитывалось более 400 с капиталом в 2 000 000 фунтов стерлингов и с 6 000 000 деловым оборотом. Одна из самых известных английских ассоциаций – товарищество Рочдэльских пионеров – начала свою деятельность в 1844 г. всего с 20 членов и с капиталом в 28 фунтов стерлингов. И уже через 16 лет капитал товарищества увеличился до 35 000, а число участников возросло до 3 000. У них есть собственные мастерские по пошиву одежды, прядильни, ткацкие, строительные организации: «Весь образ жизни членов улучшается вместе с преуспеванием дела, большая часть из них при вступлении в товарищество едва ли имела несколько шиллингов, а теперь пай их в товариществе простирается до 30–100 ф<унтов> ст<ерлингов>, приносящих 5%»[43].

То же и во Франции: ассоциация парижских каменщиков в 1848 г. начала свою работу с 16 членов и с долгов, а в 1856 г. она имела 200 человек и «произвела различных построек на 1 231 000 фр<анк>; при этом получено чистого барыша 130 000 фра<анков>»[44].

Приведенные статьи демонстрируют необходимость развития кредита в России в 60-х гг. XIX в., показывают его полезность в де-

лах промышленности. Автор материала сетовал, что подобный опыт еще не прижился в России.

***

В газете уделялось внимание и отдельным отраслям промышленности, тому, как они развиваются в России. Например, в статье «О пеньковом и льняном производстве» говорится о том, что в связи с прекращением поставок хлопка из Северной Америки его производство возросло в Англии и в России. Конкретные цифры в статье не приведены, но тем не менее отмечено, что они значительны, учитывая, что в России обработка льна и пеньки еще не была столь развита. В этой же статье вновь затронута тема свободной торговли: так, австрийские эксперты, находившиеся на промышленной выставке в Санкт-Петербурге, заметили, что «русская промышленность вследствие охранительной системы, которая способствовала к возвышению пошлины и запрета на ввозной товар, обратила на себя внимание всех государственных людей и специалистов в Германии, доказывая положительно, что подобные узаконения весьма благоприятны для промышленности»[45]. Отмечено, что подобный закон в прошлом веке принес немало пользы Англии и Франции. Отсталость же отечественной льняной промышленности вызвана, в первую очередь, тем, что наши производители, во-первых, не столь опытны в данном производстве, а, во-вторых, не следят за нововведениями и улучшениями, используемыми зарубежными коллегами.

Россия названа «самым главным производителем льна», его вывоз на английские и ирландские рынки в 1852 г. достигал одного миллиона центнеров. Для ускорения производства льна автор рекомендовал отделить «мочку льна» в отдельную отрасль промышленности, ее можно делать круглый год, что значительно ускорит процесс.

Для развития промышленности необходимы различные условия и факторы, например: сырьевой материал, капитал (орудия, машины и др.), пути сообщения, рабочие. Первое и второе решаемо: если нет сырья, оно закупается, если оно низкого качества, его можно улучшить при обработке; если не хватает капитала, проблему можно решить путем инвестиций. Что же касается рабочей силы, то вопрос ее квалификации можно решить путем «поощрения» со стороны правительства, так, в Германии созданы различные учреждения по содействию и улучшению профессионального образования. Цели их следующие:

1. Распространение технической литературы, обнародование новых методов выставками и назначением премий;
2. Обучение рабочих и поощрение их наградами;
3. Содействие от законодательной власти в реализации различных предложений.

Что касается последнего пункта, в правительственные учреждения должны входить представители от промышленных сословий и подведомственно оно Министерству внутренних дел. Подобное учреждение действует в Германии с 1848 г. и власти на содержание его выделяли около 28 000 рублей (или 44 000 гульденов, с учетом, что один гульден равен 64 копейкам). В здании данного учреждения действуют школа для рисования, ткацкая школа, химическая лаборатория, пробирная палата, библиотека с читальней, зала для публичных чтений, технический склад образцов, собранных с различных выставок. Кроме всего прочего, открыты: воскресная промышленная школа для учеников и помощников, промышленные и коммерческие развивательные школы для мужчин и женщин[46]. Только при содействии промышленного образования, при значительном поднятии его уровня возможны успехи промышленности. Газета пыталась привлечь внимание читателей и правительства к заимствованию опыта других стран и применению его на практике в России.

В № 11 появился материал «Реформа промышленного законодательства в России», где указывалось, что впервые статья с данным названием появилась в берлинском журнале народного хозяйства. В материале сообщалось, что «в России отменяются цехи и намерены установить промышленную свободу в соединении с промышленными ассоциациями и артелями»[47]. Действительно, отмена крепостного права – необходимый повод «к совершенному перевороту в промышленной сфере; старые порядки совершенно отменены, рабочая плата определяется ныне свободною конкуренциею и необходимо какое-либо устройство для промышленности и ее организации»[48]. Функции ассоциаций, состоящих из промышленников, занимающихся сходным родом деятельности, заключаются в установлении отношений между промышленниками, основании промышленных и ремесленных школ, устройстве учреждений для взаимопомощи, принятии мер для облегчения поиска заказчиками рабочих сил, а рабочим – занятия, ходатайстве перед правительством о потребностях промышленности и интересах промышленников. Реализация реформы по предложенному

проекту ассоциаций возможна лишь при введении свободы промысла, то есть в основе отвергались принципы протекционизма, что газета Швиттау категорически отрицала. Следовательно, и проект этот она не могла поддержать.

В отделах «Промышленная политика» и «Внутренний отдел» описывалось реальное состояние дел отечественной промышленности и рекомендовались способы по ее улучшению и развитию. Жаль только, что не всегда давались актуальные сведения, иногда, как, например, в вышеприведенной статье о льне и пеньке, они даже отставали более чем на десятилетие.

***

О ремеслах и промыслах, об их пользе также говорилось на страницах газеты. По положению о ремеслах, действовавшему в России, «закон запрещает только ремесленникам селиться в общинах, в которых находятся фабрики и горные заводы, за исключением кузнецов, каретников и бочарей»[49]. Несомненно, что промышленность выигрывает перед ремеслом. Фабриканты и заводчики обладают большими возможностями вследствие масштабов производства, образования, связей. Поэтому рано или поздно ремесло как таковое исчезнет и будет только два «сословия», участвующих в нем: богатые, т. е. промышленники, и бедные, т.е. рабочие. И тогда ремесленники, конечно, учитывая свой опыт, станут мастерами и подмастерьями[50]. Конечно, не все ремесла со временем перерастут в фабрики, промыслы для починки останутся, равно как и часовые и оружейные ремесленники в отдельных губерниях.

Земледельческий промысел, несмотря на развитие промышленности, по мнению газеты, был и остается в России ключевым. При этом естественно, что только земледельческой страной она не может оставаться, так как «земледельческое государство никогда не делалось богатым и могущественным и не могло держаться против государств мануфактурных и торговых»[51].

Рассмотрены и принципиальные отличия земледелия от мануфактурного производства: у земледельца свои интересы, он живет обособленно и зависит исключительно от собственного труда; промышленность же сближает участников процесса; успех деятельности, прибыль зависит от сплоченности и коллективного труда. Использование машин, развитые способы перевозки дают странам с высоким уровнем промышленности неоспоримые преи-

мущества перед теми, где промышленность еще не развита. Именно промышленность и обеспечивает усиленный рост путей сообщения, ведь производимые изделия нуждаются в скорейшем сбыте. Там, где есть промышленность, несомненно есть и образование, и благосостояние. Конечно же, от земледелия отказываться не стоит, ведь оно является неотъемлемой частью экономики государства, заключил автор статьи.

Что касается статистики, то в Англии в 1856 г. только на бумагопрядильнях работало около 2 000 паровых машин в 88 011 лошадиных сил, т. е. они заменяли 77 000 000 взрослых мужчин (а это почти все взрослое мужское население Европы)[52]. Преимущества использования машин очевидны: «для того же объема производства требуется менее рабочих»[53]. Кроме всего прочего, работа машин производится не прямым усилием человека, а также «машины исполняют работы, которые для рук человека были бы слишком громадны и трудны, а иногда даже слишком мелки»[54].

Но есть и «дурные стороны» использования механизмов. Например, рабочий перестает развиваться, ведь за него все делает машина, а он только управляет ей. А это, в свою очередь, приводит к невозможности увеличить «свое состояние». Кроме всего прочего, ухудшается и быт рабочего, так как многие женщины могут позволить себе работать наравне с мужчинами, т. е. тем самым, проводя большое количество времени на работе, они лишают дом уюта, заботы и тепла. Также машинное производство дает возможность эксплуатировать детей. Приводятся следующие цифры: на хлопчатобумажных фабриках в Ланкашайре на каждые 100 мужчин приходится 103 женщины, на шотландских шерстяных фабриках на 100 мужчин – 29 женщин[55]. Такая ситуация повсеместно распространена в Европе, например, в Каталонии на ткацких фабриках работало 44 000 человек, из них – более 12 000 женщины и около 15 000 детей обоего пола. Подобное состояние дел, конечно, не идет на пользу рабочим: теряется понятие морали и нравственности, появляется разврат, излишняя независимость женщин, увеличивается количество внебрачных детей. Посетителями питейных домов становятся уже не только мужчины, но и женщины и даже дети. Так, в Англии на 14 питейных домов приходится до 2 748 посетителей, среди них 1 453 – мужчины, 1 108 – женщины, 187 – дети. Статистика ужасает, конечно. Дети перестают слушаться родителей, начинают жить самостоятельно, сбегают из дома. В 1841 году

на улицах Манчестера было найдено и возвращено родителям до 2 730 детей.

Кроме этических и моральных аспектов указано и на жестокую эксплуатацию детей фабрикантами. Иногда их день длится по 30 часов, а «чтобы придать им бодрости, давали им табаку, заставляли их мочить голову холодною водою»[56]. Конечно, детский труд стал использоваться не с введением механизмов: еще во времена правления Карла II (1660–1685) детский труд применялся на заводах. Не нужно забывать о том, что это дети, поэтому необходимо в каждой стране ввести соответствующее законодательство, препятствующее эксплуатации детей. Так, по английским законам 1833 г. ребенок моложе 18 лет не имел права работать в ночное время; дети моложе 13 лет могли поступить на службу только на шелковые фабрики и некоторые другие, где им разрешено работать; дети от 9 до 13 лет не могли работать более 9 часов в день и 48 часов в неделю; от 13 до 18 – не более 12 и 69 часов соответственно; дети моложе 13 лет ежедневно на 2 часа должны отлучаться от работы для посещения школы (каждый отлучившийся с работы ребенок должен был принести свидетельство от учителя), на обед при этом отводилось по 1,5 часа[57].

Что касается женщин, газета не отрицает того, что женщина наравне с мужчиной имеет право работать и обеспечивать себя, но «только это не должно происходить на счет их нравственности»[58].

Также в газете поднимался и вопрос охраны здоровья: содержание кислорода в воздухе фабричных помещений минимально, тело при однообразной работе за станком ограничено в движении, происходят несчастные случаи при работе с машинами (в Манчестере, например, за 15 лет около 4 000 рабочих изувечены машинами).

В статье «Наша торговля с Европою и машины» рассмотрено преимущество использования машин в заводской, мануфактурной и фабричной промышленности. По сравнению с 1863 г. в 1864 г. в Россию ввезено на 1 216 852 рублей больше машин. Безусловно, машины ускоряют производство, поэтому они так широко и внедрены в промышленность за рубежом. Однако в России в полную мощь они использоваться не могут. Вызвано это несколькими причинами. Во-первых, из-за дороговизны машин. Даже если покупаться они будут по той же цене, что и в Европе, их доставка и установка увеличит стоимость вдвое. Во-вторых, невозможность в случае поломки обеспечить должный ремонт. В России нет нуж-

ных запчастей и знающих механиков, а выписывать последних из-за границы невыгодно экономически – работать так, как работали они на родине, они не могут: начинают бездельничать и просить повышения зарплаты, понимая, что незаменимы[59].

***

После отмены крепостного права изменился юридический статус домашней прислуги. При этом в большинстве случаев положение прислуги бывает несчастным «у тех господ, у коих преобладает необразованность и дикость нрава или же не достает чувства справедливости и участия к ближнему»[60]. Именно господа, нанимающие слуг, должны образовывать и обеспечивать их права. Но, дабы не возникло со стороны прислуги аморального поведения (например, пьянства), многие европейские государства зафиксировали их права и обязанности в особых положениях, по которым хозяева обязались кормить своих слуг, заботиться об их здоровье, не быть жестокими. Нравственное же поведение прислуги зафиксировано в особых книжках, которые выдавались при их найме на работу. Таким образом, законодательно выставлены «границы произволу» с обеих сторон[61].

***

В «Иностранном отделе» сообщались различные новости. Например, читатель мог ознакомиться с экономическим состоянием отдельных стран. Газета не имела, как, например, журнал «Вестник промышленности» Чижова, собственных корреспондентов за рубежом, и поэтому такие обозрения перепечатывались из иностранных газет. Так, статья «Экономическое состояние Англии» переведена и перепечатана из «Economist» от 5 декабря 1863 г. Учитывая, что материал публиковался в майском номере за 1865 г., о какой-либо актуальности его говорить нельзя, но с точки зрения статистики он был весьма важен и полезен. В нем отмечалось, что по сравнению с сентябрем-октябрем 1862 г. внешняя торговля Англии значительно возросла: с 23 243 162 фунтов стерлингов до 29 625 191 фунтов стерлингов. Дороговизна бумажных товаров повлекла за собой развитие производства шерстяных и полотняных товаров. По распоряжению министра финансов в Англии отрыто печатались обозрения доходов и расходов сберегательных касс, как старых, так и Post Office Saving Banks (почтовый сберегатель-

ный банк. – *И.С.*). Только за месяц, в период с 31 декабря 1863 г. по 30 января 1864 г., прирост Английского банка составил более 150 тысяч фунтов стерлингов, а почтового банка – более 320 тысяч. Указан и размер государственного долга Англии – около 800 000 000 фунтов стерлингов.

В материале «Новый проект о мерах к улучшению быта несостоятельных должников в Америке» (материал взят из журнала Jahrbücher für Nationalönomie und Statistik. – *И.С.*) предлагались методы, ввод которых планировался в Америке по отношению к должникам. Если должник был уже не в состоянии платить своим кредиторам, вследствие причин, от него независящих, нужно распродать его имущество и пустить вырученные средства не на погашение долгов, а на благоприятное обустройство его быта, если же имущества не окажется, «назначить все-таки потребное количество для обеспечения его и семейства»[62]. Объяснена и причина введения данного закона: вследствие кризиса 1857 г., отголоски которого слышны и 8 лет спустя (в 1865 г.), многие разорились, революция на севере страны добавила убытку торговцам на 300 миллионов долларов, поэтому, чтобы как-то поддержать промышленников и торговцев, правительство шло на введение таких законов.

Позднее, в № 17, был опубликован материал «Североамериканские Соединенные Штаты». В нем приводились сведения из приложения к «Нью-Йоркской коммерческой газете» о доходе и расходе государства в 1864 г. Из приводимых цифр видно, что к 1 июля 1864 г. прибыль составила 18 842 558 долларов.

***

В «Техническом отделе» объяснялся процесс производства различных изделий, например помады из желатина[63], стеклянной наждачной бумаги[64], жирных кислот с помощью извести[65], бумаги[66], покрытия телеграфических проволок, которое предохраняло бы их от разрушительных действий атмосферы[67]; новый способ приготовления щелока при мыловаренном производстве[68], выделка серебряных зеркал[69], мясные сухари для дальнейшего приготовления бульонов[70], новая типографская краска[71], новый способ очищения газа от сернистого углерода[72], приготовление масла для часов[73]. С № 12 в отделе появилась рубрика «Новейшие изобретения».

В «Естественно-техническом отделе» описывались различные растения, которые «могут быть нам полезны, как в лекарственно-домашнем, так и в промышленном отношении»[74], например, касатик болотный или сабельник[75].

***

В отделе «Разные известия» сообщалось, например, что в Бразилии геологом Н. Плантом были открыты большие угольные копи. Информация эта перепечатана из Mechanic's Magazine от января 1864 года. Копи лежали по реке Рио-Гранде де Сют в провинции Сан Катарина. Обнаружение это весьма ценно для Бразилии, ведь в то время она ежегодно покупала у Англии «250 000 тонн угля на сумму 49 шиллингов за каждый, между тем как из ново открытых копий можно получить тонн (сколько тонн не указывалось, вероятно, столько же, то есть 250 000. – *И.С.*) со всеми издержками по 18 шиллингов»[76].

***

В отделе «Объявления» публиковались сведения о деятельности «Промышленной справочной конторы», которая была открыта ежедневно, за исключением воскресений и табельных дней с 9 утра до 4 вечера. В ней промышленники могли приобрести и продать орудия, машины, невыделанные материалы, продукты и даже заводы, фабрики и всякого рода ремесленные заведения. Указывались и места работы подмастерьям, ученикам и работникам[77]. Также печатались и иные объявления, например следующее: «112 000 квадр<атных> саж<еней> лугов желают продать для раздела наследства, приносящие верных 10% чист<ого> дохода 5 500 руб<лей> в год. Строения новые и инвентарь полный стоят на Выборгской за Арсеналом»[78]. Другой информации в отделе не предоставлялось на протяжении всего года.

***

Материалы, публикуемые в газете, были достаточно сложны для понимания неподготовленного читателя. Многие из них, относящиеся к темам свободной торговли, свободной промышленности, устройства банков и различных промышленных артелей и ассоциаций, походили на теоретические статьи, и без специальной подготовки (а сама газета отмечала неоднократно, что отечественные промышлен-

ники и торговцы образованы недостаточно), их трудно понять и впоследствии воплотить в жизнь. Во многих материалах приводились статистические сведения о промышленности различных стран, при этом многие цифры даже не объяснялись. Примечательно, что в полемику с другими изданиями «Промышленная газета» не вступала.

Каких-либо цензурных стеснений за время выхода газета не имела. В Российском государственном историческом архиве г. Санкт-Петербурга в фонде 777 в делах Санкт-Петербургского цензурного комитета нами было обнаружено лишь одно дело: прошение Швиттау об открытии газеты[78]. Поэтому, вероятно, закрытие газеты после двух с небольшим лет выхода, в 1867 г., связано с отсутствием необходимого числа подписчиков, которое могло бы обеспечить Швиттау доход. Подобные случаи с периодическими изданиями экономической тематики, к сожалению, были весьма нередки. С этим же столкнулись и Вернадский, и Чижов, и Киттары.

Примечания

[1] Промышленная газета. 1865. № 1. С. 1.
[2] См., например: Там же. № 11. С. 81.
[3] Там же. № 1. С. 1
[4] Там же.
[5] Там же.
[6] Там же. № 34. С. 265.
[7] Там же.
[8] Там же.
[9] Там же. С. 2.
[10] Там же.
[11] Там же. №2–3. С. 2.
[12] Там же.
[13] Там же. № 4–5. С. 25.
[14] Там же. № 6–7. С. 44.
[15] Там же. С. 43.
[16] Там же.
[17] Там же.
[18] Там же. № 9. С. 67.
[19] Там же. С. 45.
[20] Там же. № 27. С. 209.
[21] Там же. № 27. С. 210.
[22] Там же.
[23] Там же. С. 211.
[24] Там же.
[25] Там же. № 8. С. 57.
[26] Там же. С. 57.
[27] Там же. С. 58.
[28] Там же. № 9. С 65.

[29] Там же. С. 3–4.
[30] Там же. № 13. С. 99.
[31] Там же. № 24. С. 186.
[32] Там же. № 24. С. 185.
[33] Там же. № 24. С. 186.
[34] Там же. № 24. С. 187.
[35] Там же. № 6–7. С. 47.
[36] Там же.
[37] Там же. № 10. С. 78.
[38] Там же. № 32. С. 250.
[39] Там же. С. 251.
[40] Там же.
[41] Там же. № 15. С. 113.
[42] Там же.
[43] Там же. С. 115.
[44] Там же. С. 118.
[45] Там же. № 2–3. С. 3.
[46] Там же. № 4–5. С. 27–30.
[47] Там же. № 11. С. 81.
[48] Там же. С. 82.
[49] Там же. № 11. С. 83.
[50] Там же. С. 85.
[51] Там же. № 14. С 107.
[52] Там же. № 27. С. 213.
[53] Там же. № 28. С. 219.
[54] Там же. № 28. С. 217.
[55] Там же. № 29–30. С. 228.
[56] Там же. № 29–30. С. 229.
[57] Там же. № 32. С. 250.
[58] Там же. С. 230.
[59] Там же. № 19. С. 147.
[60] Там же. № 17. С. 129.
[61] Там же. С. 129–131.
[62] Там же. № 4–5. С. 30.
[63] Там же. № 2–3. С. 10.
[64] Там же.
[65] Там же. № 4–5. С. 33.
[66] Там же. С. 39.
[67] Там же. № 4–5. С. 53.
[68] Там же. № 9. С. 71.
[69] Там же. № 15. С. 119–120.
[70] Там же № 22. С. 174.
[71] Там же. № 25. С. 196.
[72] Там же. № 28. С. 223.
[73] Там же. № 29–30. С. 232.
[74] Там же. № 2–3. С. 11.
[75] Там же.
[76] Там же. № 2–3. С. 16.
[77] Там же. № 1. С. 8.
[78] Там же. № 1. С. 8.
[79] РГИА. Ф. 777. Оп. 2. Д. 110.

Библиография

Сурнина И.А. «Аскетическое служение промышленному миру...» (Ф.В. Чижов – редактор “Вестника промышленности” и “Акционера”»). М., 2011.

Сурнина И.А. «Экономический указатель» (1857–1861) – деловое издание И. В. Вернадского. М., 2016.

Яскина Г.С. История Монголии. XX век. М.: Институт востоковедения РАН, 2007.

Notes

Promyshlennaya gazeta. 1865.

RGIA [Russian State Historical Archive. Fund 777. Inv. 2. File 110].

References

Surnina I.A. (2011). *«Asketicheskoe sluzhenie promyshlennomu miru...» (F.V. Chizhov – redaktor “Vestnika promyshlennosti” i “Aktsionera* [“Ascetic Devotion to the World of Industry...” (F.V. Chizhov, editor of Vestnik Promyshlennosti and Aktsioner]. Moscow.

Surnina I.A. (2016) *«Ekonomicheskiy ukazatel’» (1857–1861) – delovoe izdanie I. V. Vernadskogo*. [Ekonomicheskiy Ukazatel (1857–1861), a business publication edited by I.V. Vernadsky]. Moscow.

Yaskina G.S. (2007*) Istoriya Mongolii. XX vek* [History of Mongolia. The 20th century]. Moscow: Institut vostokovedeniya RAN.

Поступила в редакцию
28.06.2017

Веселова Александра Юрьевна, кандидат филологических наук, научный сотрудник Института русской литературы (Пушкинский Дом) РАН, e-mail: aveselova@inbox.ru

ЖУРНАЛЫ А. Т. БОЛОТОВА «СЕЛЬСКИЙ ЖИТЕЛЬ» И «ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МАГАЗИН»: ИСТОРИЯ ИЗДАНИЯ

В статье рассматривается история возникновения и издания журналов «Сельский житель» (1779) и «Экономический магазин» (1780–1789), их программы, основные тематические направления, содержание, принципы взаимодействия с читателем и состав участников. Особое внимание уделено личности их редактора, агронома и писателя А.Т. Болотова, его участию в «Трудах Вольного экономического общества» и обстоятельствам создания собственных журналов, посвященных «сельской экономии».

Ключевые слова: *Болотов А.Т., русская журналистика XVIII века, «Сельский житель», «Экономический магазин».*

Alexandra Yu. Veselova, PhD in Philology, Researcher at the Institute of Russian Literature (Pushkin House), Russian Academy of Science, e-mail: aveselova@inbox.ru

A.T. BOLOTOV'S JOURNALS SELSKY ZHITEL AND ECONOMICHESKY MAGAZIN: THE HISTORY OF THEIR PUBLICATION

The article deals with the history of emergence and publication of the magazines Selsky Zhitel (1779) and Ekonomichesky Magazin (1780–1789), their programs, the main thematic areas, content, the principles of interaction with readers and the participants. Particular attention is paid to the personality of their editor, agronomist and writer A.T. Bolotov, to his contributions to the journal Trudy Volnogo Ekonomicheskogo Obstchestva and the circumstances under which his own journals about the rural economy were founded.

Key words: *Bolotov A.T., 18th century Russian journalism, Selsky Zhitel, Ekonomichesky Magazin.*

А. Т. Болотов и публицистика его времени

Андрей Тимофеевич Болотов (1738–1833) вошел в историю русской культуры, прежде всего, как автор обширнейших мемуаров, самая полная публикация которых была осуществлена в последней трети XIX столетия (Болотов, 1871–1873). В них Болотов очень подробно описал свои многочисленные интересы и сферы деятельности: он был автором философских и нравоучительных произведений,

переводил, сочинял стихи и пьесы, рисовал, изобретал различные механизмы и приспособления (о жизни и трудах Болотова см.: Андрей Тимофеевич Болотов, 1984; Андрей Тимофеевич Болотов, 1988; Бердышев, 1988; Лазарчук, 1988; Щеблыгина, 2003). Особый интерес Болотов всегда проявлял к агрономии и ведению домашнего хозяйства, или, как говорили в XVIII в., «сельской экономии» (взвешенную оценку экономических воззрений Болотова см.: Железнов, 2015). Имея опыт управления большими императорскими землями (в 1774 г. Болотов был назначен управляющим Киясовской императорской волостью, с 1776 по 1797 гг. управлял Богородицкой), он проводил многочисленные эксперименты по применению новых технологий в области полеводства, лесоводства, прудоводства и т. д., а также разбил в Богородицке большой пейзажный парк (описание этого парка см. Любченко, 1984).

Но Болотов не только занимался сельским хозяйством на практике, он в течение почти шестидесяти лет публиковал результаты своих наблюдений и экспериментов сначала в «Трудах Вольного экономического общества», затем в издаваемых им журналах «Сельский житель» и «Экономической магазин» и, наконец, в «Земледельческом журнале», который выпускало Московское сельскохозяйственное общество (МОСХ). Не случайно в конце своей долгой жизни Болотов был более известен как агроном, и именно МОСХ отмечало его 90-летний последний юбилей (к 100-летнему юбилею в этом же журнале была напечатана биография Болотова: Маслов, 1838). Сам он тоже считал своей главной заслугой перед отечеством именно агрономические и «экономические», т. е. связанные с домоводством и сельским хозяйством, сочинения.

Болотов оставил после себя огромное наследие, значительная часть которого по-прежнему остается неопубликованной. Это обстоятельство отчасти препятствует объективной оценке его вклада в развитие сельского хозяйства в России, хотя в этом отношении было много сделано в 1950–80-е гг., когда были изданы избранные сельскохозяйственные статьи Болотова и вышла упомянутая выше книга А.П. Бердышева (Болотов, 1952; Болотов, 1988; Бердышев, 1988).

Иная ситуация сложилась с оценкой роли Болотова в истории отечественной журналистики. Нельзя сказать, что эта роль осталась незамеченной: его одиннадцатилетний опыт издания журналов, посвященных сельскому домоводству, отмечается в некото-

рых обзорах русской журналистики XVIII столетия и иногда упоминается в учебниках и хрестоматиях (Лисовский, 1915: № 44, 48; Русская периодическая печать, 1959: 25, 58; История русской журналистики, 1963: 80). Но если содержание и основные направления болотовских журналов получили освещение в названных выше специальных трудах по истории сельского хозяйства, то история создания и публикации журналов Болотова «Сельский житель» и «Экономический магазин» в научной литературе до сих пор не освещена, они не учитываются в работах, посвященных журнальным полемикам XVIII столетия, и не привлекаются при изучении жанрового разнообразия и литературных приемов журнальных публикаций этого времени. Наконец, сам факт, что Болотов как редактор журнала продержался на рынке периодической печати одиннадцать лет, в то время как почти половина журналов едва выдерживали год, заслуживает особого рассмотрения. Данная статья призвана восполнить указанный пробел, тем более что подробные мемуары Болотова в сочетании с многочисленными архивными материалам содержат достаточно сведений для такой работы.

Прежде чем приступить непосредственно к рассмотрению истории создания и публикации журналов Болотова, необходимо уделить внимание важному для исследуемого периода вопросу о знакомстве Болотова с периодическими изданиями как явлением повседневной культурной жизни. Русский человек XVIII столетия, особенно первой его половины, и тем более живущий в провинции, не только обычно не имел привычки читать газеты или журналы, но даже не всегда обладал внятным представлением о том, что это такое. Болотов, с его стремлением фиксировать все, что его когда-то поразило и запомнилось как новинка, несколько раз пишет о своем первом знакомстве с периодикой во время военной службы в годы Семилетней войны. Это были журналы и газеты на немецком языке, которым Болотов к этому моменту (вторая половины 1750-х гг.) уже неплохо владел. Его, в частности, заинтересовал журнал «Известия новейшей государственной и военной истории» («Beyträge zur neuern Staats-Und Krieges-Geschichte»), печатавший военные новости: «...не мог я никак расстаться с попавшимся мне тогда на глаза новым ежемесячным немецким журналом, выдаваемым в Данциге под именем “Исторических известий”, о тогдашней войне нашей, со всеми реляциями, планами и описаниями баталий и всего прочего. <...> Я тотчас

купил все части, сколько их тогда вышло, и рад был тому так, как бы нашел какое великое сокровище...» (Болотов, 1871–1873: I, 652). Болотов даже начал переводить фрагменты из этого журнала и давал читать их своим товарищам по службе, но, не увидев интереса со стороны сослуживцев, разочаровался в затеянном предприятии и бросил переводы. Между тем сам журнал, а возможно и сделанные переводы, несомненно, послужили ему одним из источников сведений о Семилетней войне, истории которой посвящены 4–8 части болотовских мемуаров.

Более близко Болотов имел возможность познакомиться с периодическими изданиями в Кёнигсберге, во время службы переводчиком в канцелярии русского губернатора Восточной Пруссии. Служба предоставляла Болотову достаточно досуга не только для прогулок и осмотра достопримечательностей, но и для посещения лекций в университете, а также чтения книг, газет и журналов, которые он во множестве начал покупать и брать в библиотеке. Свое пребывание в Кёнигсберге Болотов впоследствии считал не просто очень полезным, но оказавшим решающее влияние на формирование его личности. В частности, он отмечал положительное воздействие на него немецких моралистических журналов: «Многие и разные еженедельные сочинения, издаванные в Германии в разные времена и в городах разных, попавшись мне также в руки, помогли не только усилиться во мне склонности к нравоучению, но познакомили меня и с эстетикою, положили основание хорошему вкусу и образовали во многих пунктах и ум мой, и сердце. Я не только все сии журналы с особливым усердием и удовольствием читал, но многие пьесы из них, которые мне наиболее нравились, даже испытывал переводить на наш язык и в труде сем с особливым удовольствием упражнялся. И сочинения сего рода мне столь много полюбились, что некогда и самого меня предприять нечто подобное тому и произвесть дело, которое едва ли кому-нибудь в свете произвесть с толиким успехом довелось, как мне...» (Болотов, 1871–1873: I, 959–960). В мемуарах ни разу не встречаются названия этих журналов, но некоторые образцы упомянутых переводов отдельных журнальных статей, выполненные Болотовым, сохранились в черновой тетради за 1760 г. (Болотов, 1760). О том, что это рабочие варианты, свидетельствуют многочисленные зачеркивания и варианты перевода немецких слов на полях. Не у всех статей указаны источники, но можно назвать несколько периодических изданий, из которых сделаны переводы.

Это, в частности, журнал, именуемый Болотовым «Гамбургским патриотом» («Der Patriot»), и английский «Смотритель» («The Spectator»), статьи из которого он переводил с немецких изданий. По находящимся в тетради фрагментам видно, что Болотова больше всего интересовали нравоучительные тексты, как в форме притчи, так и в виде прямого поучения, как, например «Аллегорическая повесть о человеческих страстях» из «Гамбургского патриота» (Болотов, 1760: л. 218–276 об.). Волновали молодого человека также и вопросы брака и семьи: некоторые из переведенных им статей посвящены проблеме «счастливого супружества» (Болотов, 1760: л. 136–139).

Сатирические журналы также привлекали внимание Болотова. В письме своему другу, лейтенанту флота Н.Е Тулубьеву, от 30 декабря 1760 г. Болотов сообщает о некоем сатирическом издании «под именем Каролины», объявление о выходе которого он недавно обнаружил, и пишет, что эти «сатирические листки» намерены «стараться исправлять женские обряды и обычаи, обещивая при том и некоторые сатиры и на нашу братью». Далее он обещает своему товарищу переводить и «сообщать» самые интересные фрагменты, надеясь, что «в них писаться станет хорошее нравоучение, как обыкновенно в таких сочинениях бывает» (Письма А.Т. Болотова: 331–332). Но уже вышедший первый «листок» разочаровал его, и в письме от 14 января 1761 г. он отказывается от намерения переводить «Каролинку», делая неутешительный вывод: «Надобно заключать, что много будет пустоши...» (Письма А.Т. Болотова: 352). Показательно, что и в сатире Болотов, прежде всего, искал нравоучения: именно в этот период он делал первые попытки писать собственные моралистические сочинения, что нашло отражение и в переписке с Тулубьевым, и в сохранившихся в архиве материалах (Болотов, 1761; Болотов, 1764).

Живя в Кёнигсберге и числясь по-прежнему на военной службе, Болотов старался ограничивать себя в приобретении книг и журналов, многие из которых действительно пропали при попытках отправить их в деревню. По-настоящему собирать библиотеку он начал только после выхода в отставку. По сведениями О.Е. Глаголевой, Болотов постоянно выписывал русские газеты и большинство журналов, выходящих на русский рынок периодической печати (Глаголева, 1987; Глаголева, 1988). На некоторые из них он даже составил небольшие критические отзывы, оставшиеся неопубликованными (Болотов, 1887). Со временем он стал выписы-

вать иностранные газеты. В мемуарах за 1777 г. Болотов писал, что постоянно получает «Гамбургские газеты» («Staats- und Gelehrte Zeitung des hamburgischen unparteyischen Correspondenten»), которые высоко ценит за информативность: «...и хотя оне мне во все сие время стоили многих денег, но о том нимало я не тужил, но удовольствие, доставляемое ими мне еженедельно, вознаграждало с лихвой сей убыток. Одно и то, что я посредством их получал еженедельно уведомления обо всем свете и во всех землях и государствах, и известия о том были полные, а не такие сокращенные, какие сообщались нам чрез русские газеты, стоило уже весьма многого, а особливо для такого любопытного человека, каков был я» (Болотов, 1871–1873: III, 651). В разные периоды жизни, а особенно в моменты политической напряженности в стране или в мире (в период Французской революции, в годы Отечественной войны 1812 г.) Болотов составлял своего рода дайджесты газетных новостей, распределяя информацию по странам и по разделам «из наших газет» и «из иностранных» (Болотов, 1792; Болотов, 1793; Болотов,1814–1826). По всей видимости, адресатом этих сборников, которые аккуратно переписывались и переплетались в маленькие томики по годам, были прежде всего ближайшие родственники и соседи, со многими из которых Болотов поддерживал дружеские отношения. Но, возможно, он также предназначал их, как и мемуары, для потомков, оставляя им своего рода летопись актуальных событий, лежавших за пределами его частной жизни и потому не попадавших в мемуары.

«Труды Вольного экономического общества» и первые публикации Болотова в журналах

Первый опыт собственной журнальной публикации был связан у Болотова с деятельностью Императорского Вольного экономического общества, созданного в России в 1765 г. Его отношения с Обществом, изучению которых следует посвятить отдельную работу, не всегда складывались гладко. Болотов часто бывал недоволен неповоротливостью ВЭО, его слабой активностью в области научного просвещения и пропаганды сельскохозяйственных знаний, нередко критиковал и публикуемые Обществом материалы, и предлагаемые задачи. Так, в мае 1774 г. он получил 22-ю часть «Трудов ВЭО» и не нашел там своих сочинений, что его до крайности возмутило: «Боже мой! Что такое будет! – воскликнул я с

нарочито огорченным духом: – вздор такой печатают и занимают им целые книги, а такие хорошие и прямо полезные для многих замечания и сочинения, каковы мои, лежат у них и преют или, что еще того хуже, может быть и совсем не напечатаются. В состоянии ли таковая медленность побуждать и наиусерднейшего человека к продолжению трудов своих и заохотить к дальнейшей и многокоштной пересылке к ним трудов своих? Как давно отправил я уже к ним все последние свои прекрасные и важные пьесы, и сколько времени жду и не могу дождаться видеть их напечатанными? И что ж это будет, и при такой удивительной медленности сколько лет к тому будет потребно, чтобы успеть им напечатать все то, что на уме и в намерении моем было сообщить им из всех бесчисленных и прямо полезных вещах, мне сделавшихся известными и достойных быть тиснению. Теперь не удивляюсь я тому, говорил я далее, что все наше Экономическое общество нимало никем не уважается, и что лишилось оно и от всех уважения, которое оным его еще удостоивали. При таком порядке лучшего и ожидать не можно» (Болотов, 1871–1873: III, 359–360).

В мемуарах Болотова неоднократно встречаются жалобы на непропорциональность затрачиваемых им трудов и получаемой отдачи: со временем, начав получать гонорары за свои публикации, Болотов был недоволен безвозмездным трудом на ВЭО, которое к тому же «мало заботилось» о распространении своих материалов. Тем не менее Болотов высоко ценил роль ВЭО в своей жизни, так как именно Общество подтолкнуло его на поприще «экономического писателя» и предоставило возможность почувствовать удовлетворение, видя «свое имя напечатанным» (Болотов, 1871–1873: II, 632). Кроме того, благодаря сотрудничеству с Обществом и личному, хотя и долго остававшемуся заочным, знакомству с секретарем ВЭО А.А. Нартовым, с которым Болотов много лет поддерживал частную переписку, он получил должности управляющего императорскими Киясовской и Богородицкой волостями, что дало ему и значительный доход, и бесценный опыт управления большим хозяйством.

О том, как он впервые увидел выпуск «Трудов ВЭО» и узнал о существовании в России Экономического общества, Болотов написал в мемуарах в свойственной ему интригующей манере, проводя далеко идущие параллели со многими событиями последующей жизни: «И мог ли я тогда думать и воображать, что возвращусь из поездки сей по-видимому хотя с одною только без-

делкою, но безделка сия послужит потом поводом и побуждением мне к такому предприятию, которое отдаленным образом положило первое основание не только всего поправления состояния и достатка моего, но и бесчисленным счастливым и благополучным дням в жизни моей, и не только доставила мне весьма выгодное место, но и сделала имя мое всему государству с доброй и такой стороны известным, что я имел потом лестное и приятное удовольствие видеть, что весьма многие и именитые люди желали и искали случая меня видеть и узнать лично; заочно же и по одному имени меня весьма многие знали и почитали» (Болотов, 1871–1873: II, 614). Речь идет о первом выпуске «Трудов ВЭО», который Болотов случайно купил в Москве у уличного разносчика в конце января 1766 г. По возвращении в деревню он немедленно призвал своего приказчика и с его помощью начал составлять ответы на предложенные в первом томе 65 вопросов. Переписанные, снабженные рисунками и сведениями о себе, ответы уже в марте были отправлены в Москву. Именно с этого момента Болотов стал пристально интересоваться сельским хозяйством не только в практическом смысле. В частности, он сообщает в мемуарах, что вел своего рода домашний «экономический журнал»: «Сии (занятия. – *А.В.*) состояли в сие время наиболее в писании некоторого рода экономического журнала или записок обо всем, что мне относительно до экономии нового чрез опыты узнать и в полезности чего удостовериться случилось. И как к запискам сим приобщал я всегда, где надобно было, и рисуночки, то и составились впоследствии времени из того три прекрасные книжки, которые целы у меня еще и поныне и хранятся в библиотеке моей под заглавием “Плоды праздного времени!“» (Болотов, 1871–1873: II, 150). К сожалению, эти рукописи не сохранились.

«Сельский житель»

Впервые о замысле издания собственного «экономического журнала» Болотов пишет в мемуарах за 1770 г.: «Мне пришла однажды мысль отведать сочинить некоторый род экономического журнала. Обстоятельство, что мне известно было множество экономических вещиц, о которых небесполезно было сообщить своим согражданам, и что не можно было никак сообщить все их в Экономическое общество, побуждало меня и в тогдашнее уже время испытать, не можно ли сообщить их соотечественникам моим

образом журнала, какие многие издаются в землях чуждых. И как мысль сия мне отменно полюбилась, то я того ж часа приступил к первому опыту и, занимаясь тем несколько часов, успел написать первые два листочка, и что всего страннее, то тогда ж еще придал сим листкам название «Сельского жителя», власно как предчувствуя, что некогда доведется мне в самом деле издавать журнал такой под сим именем, и чрез него сделаться всему отечеству своему известным и полезным» (Болотов, 1871–1873: II, 953). Очевидно, что публикации в «Трудах ВЭО» дали импульс этому замыслу: Болотов почувствовал уверенность в своих силах и желание более тесно взаимодействовать со своим читателем. К этому моменту он уже получил от ВЭО золотую медаль, которая, по его собственному выражению, «тешила его самолюбие». В то же время, нарастало и недовольство Обществом – в 1775 г. в письме Нартову он с горечью писал: «обо всех ваших трудах и стараниях знает только разве стотысячная часть из обитателей России...» (Болотов, 1871–1873: III, 524).

Возможности для реализации задуманного появились у Болотова только в конце 1770-х гг., когда он уже служил управляющим императорской Богородицкой волостью и занимался налаживанием большого хозяйства на почти неограниченные средства. Согласно мемуарному свидетельству, в 1777 г. он познакомился с книготорговцем И.Я. Вейтбрехтом (о Вейтбрехте см.: Мартынов, 1979; Фафурин, 2004), и вместе с ним они «затеяли было <...> нечто и важнейшее» (Болотов, 1871–1873: III, 692). Болотов пишет, что договорился с Вейтбрехтом об издании журнала и даже напечатал объявление об этом, но Вейтбрехт, по его словам, обанкротился и журнал не состоялся. В данном случае в мемуарах Болотова явно какая-то ошибка, потому что историю о знакомстве с Вейтбрехтом и его последующем исчезновении он повторяет дважды: при описании событий 1777 и 1779 гг., то есть до и после издания «Сельского жителя». 1777 г. кажется более вероятным, так как Вейтбрехт в этот момент действительно испытывал материальные затруднения. Но остается неясным, где и при каких обстоятельствах Болотов с ним познакомился и где собирался издавать журнал, так как Вейтбрехт был петербургским издателем, а в эти годы Болотов в Петербург не ездил, а постоянно находился в Богородицке, иногда наезжая в Москву.

Так или иначе, Болотов нашел другого издателя, которым стал Х. Ридигер, университетский книгоиздатель и торговец, бывший

сиделец в московской немецкой книжной лавке у Воскресенских ворот, с которым Болотов познакомился еще зимой 1774 г. В записках за 1778 г. Болотов писал: «...в бытность мою в сей раз в Москве положил почти ненарочным образом первое основание тому великому зданию, которое, против всякого чаяния, в последующие за сим годы воздвигнулось, сделалось славно и для меня по многим отношениям выгодно и полезно» (Болотов, 1871–1873: 754). Некоторая торжественность формулировки подчеркивает здесь то значение, которое Болотов впоследствии (мемуары писались уже в начале XIX в.) придавал своей журнальной деятельности.

Объявление о выходе журнала «Сельский житель» было напечатано на отдельном листе при 17 номере «Московских ведомостей» от 28 февраля 1778 г., а о продаже первого номера – в «Прибавлении» к 26 номеру «Московских ведомостей» от 31 марта. Таким образом, журнал начал выходить еженедельно с апреля 1778 г. и просуществовал год, до марта 1779 г. В мемуарах Болотов много рассуждает о мотивах к изданию собственного журнала: «Побудило меня к тому наиболее неутушимое желание, гнездящееся давно в моем сердце, к сообщению другим и всем моим соотечественникам всего того, что мне случилось как из собственной опытности своей, так и из иностранных экономических книг узнать нужного, замечания достойного и такого, что могло бы многим послужить и обратиться в пользу» (Болотов, 1871–1873: III, 754). Отчасти эта многословная рефлексия обусловлена некоторым смущением Болотова и опасениями быть обвиненным в тщеславии. Он также пишет, что сначала хотел издать сборник своих экономических записок отдельной книгой, но, во-первых, уже имел не самый приятный опыт издания своей книги «Детская философия» (Болотов, 1776) и не хотел сталкиваться с теми же трудностями, а во-вторых, опасался, что это вызовет неудовольствие ВЭО, мнение которого все же было для него очень важно. Интересно при этом, что ориентиром для него служили не экономические, а нравоучительные иностранные журналы, и главное опасение поэтому состояло в том, что экономический журнал не может быть достаточно увлекательным для чтения: «...кружилась давно уже в голове моей мысль, нельзя ли издавать их образом как бы еженедельного журнала, расположенного точно таким образом, каким располагаются и издаются разные моральные и нравоучительные журналы в землях чуждых. Но как дело сие было бы в сем случае новое и до того совсем не только у нас, но и в других землях

необыкновенное, то есть чтоб издавать журнал экономический, не могущий быть далеко столь любопытным и заманчивым, как иные журналы, то при мыслях о сем всегда встречался со мною вопрос: достаточно ли будет моих сил и знаний к тому, чтоб сделать его столь заманчивым и любопытным, чтоб мог он понравиться странной нашей и малограмотной еще публике и приобресть от ней благоволение» (Болотов, 1871–1873: III, 755).

Тем не менее Болотов охотно согласился на предложение «предприимчивого немца» Ридигера, который брался печатать журнал на «свой кошт» и обещал взять на себя все хлопоты по изданию. От Болотова требовалось лишь регулярно присылать материалы. Гонорар составил для него 200 рублей в год. Торопясь начать издание, Ридигер предложил не ждать января и печатать прямо с апреля. По замыслу издателя, это был еженедельный журнал, объемом в один лист «в большую октаву».

К 6 марта 1778 г. Болотов составил первые восемь листов (с запасом) и отправил их Ридигеру. Полное название было довольно скромное: «Сельский житель, экономическое в пользу деревенских жителей служащее издание». Журнал выходил анонимно, а свои статьи Болотов подписывал псевдонимом «Сельский житель». Подписка стоила 3 рубля 50 копеек на год или 4 рубля с пересылкой. Специфика журнала заключалась в том, что Болотов предложил, говоря современным языком, площадку для обмена мнениями по вопросам сельского хозяйства: он наполнил собственными сочинениями только первые несколько листов, а остальные составлял преимущественно из присылаемых ему материалов (видимо отчасти ориентируясь на опыт «Трудов ВЭО», формулировавших «задачи» для корреспондентов) и лишь примерно пятую часть писал сам. Уже в объявлении об издании желающим было предложено посылать свои статьи в Москву на имя Ридигера, и Болотов получил от него первые материалы 18 марта, то есть еще до выхода первых листов. Задачу свою Болотов объяснял так: «Впрочем, как наиглавнейшая цель сего сочинения состоит в восстановлении действительной экономической переписки, которая в самом деле некоторыми начата и продолжается, то сочинитель оного за удовольствие себе почтет, когда он от множайших домостроителей удостоен будет оною» (Болотов, 1766: л. 3). Отчасти это было правдой, и он действительно вел с некоторыми своими знакомыми переписку, в том числе и по вопросам хозяйства. Но согласно выдвинутому Болотовым условию, все корреспонденты,

как и он сам, в журнале были анонимны и выступали под разными псевдонимами, в основном отражавшими либо тематику присланных заметок (Гриболюбов, Простудин, Чересполосин), либо отношение корреспондента к самому журналу (Вопрошалин, Доброжелатель, Любопытов, Попечителев), а также род его занятий и интересов (Домостроитель, Садозаводин, Хлебопахарев) и иногда место проживания (Живущий при речке Наудоле).

Такой подход во многом был обусловлен большой неуверенностью Болотова в пользе начатого предприятия и в его успехе. Поэтому целых два первых листа были посвящены оправданиям и объяснениям разного рода. Так, в первом листе от 7 апреля 1778 г. был помещен рассказ о том, как в присутствии редактора «Сельского жителя», не раскрывшего своей анонимности, несколько человек, получивших объявление об издании его журнала, заспорили о пользе еженедельных изданий. «Ненавистник», в частности, говорил: «...что это за еженедельные сочинения... и будет ли когда конец оным? Нет такого года, в который бы публика не отягощены была ими, а иногда, когда мало одного, так двумя или тремя. Уж каких и каких мы в немногие сии годы не видали? И всякия-то всячины были, и поденщины-то, и то- и сьо, и ни то ни- сьо, и адския-то почты, и трутни-то, и живописцы-то, и кошельки-то, и Бог знает какие. В одних именах мы истинно уже запутались, а о материях и говорить нечего. Господа сочинители как ни умничают, и как по примеру хамелеонов ни переменяют наружного своего вида и колера, но как-то все худой успех имеют. Почему и не удивительно, что немногие из них могли труды свои года два продолжать, а большая часть сочинений их с нуждою год прожили, а иные в самом своем младенчестве погасли и об них ни слуху ни духу ни послушания уже нет. Уже деревенские жители вздумали нас городских учить!» (в журнале «Сельский житель» отсутствует пагинация и почти нет заголовков, поэтому номер листа и дата указываются в тексте статьи). «Ненавистник» также приводит в пример неуспех «Трудов ВЭО» и говорит, что среди деревенских жителей «у нас... более таких, кои о себе думают, что они совершенные экономы...». Вступивший с ним в полемику «Защититель» настаивал на «полезной особливости» «будущих листочков» и приводил в пример некий гамбургский медицинский еженедельник «под именем Врача»: «Когда Медицинская материя могла в приятную обращена быть, то в рассуждении экономическом нахожу я еще меньше затруднений. Многоразличность экономических

предметов довольно к тому удобна быть может, и нужно только сочинителю уметь мешать дело с бездельем, не углубляться в дальние тонкости и скучные разбирательства, писать коротко и просто, не всегда важничать, но временем уметь пошутить и читателя рассмеяться заставить: как не сомневаюсь я, что найдется довольно число охотников и читателей».

В этом диалоге, не принимавшемся во внимание исследователями журнальной полемики середины XVIII в., отразились личные опасения Болотова, начинавшего новое для него дело. Но, в то же время, позиция его свидетельствует об отношении обычного провинциального помещика к чехарде сменяющих друг друга и малоразличимых по сути журналов. По всей видимости, именно эта усталость от бесконечных журнальных наставлений и заставила Болотова выбрать форму диалога с читателем и объявить приоритет публикаций присланных сведений перед собственными сочинениями.

Основными тематическими направлениями были заявлены следующие:

1) хлебопашество;
2) сенокосы, леса, пруды и проч.;
3) сады;
4) мелочи внутреннего домоводства для хозяек;
5) лекарства и травы;
6) способы сделать сельскую жизнь веселее и прогнать скуку.

В этом списке отражены актуальные интересы Болотова, отчасти определенные его тогдашними обстоятельствами. В частности, поставленное на первое место хлебопашество объясняется теми экспериментами по введению многопольной системы земледелия, которые он, опираясь на европейский опыт, вводил в Богородицке. Именно достижениями в этой области Болотов хотел поделиться в первую очередь. В то же время последний пункт перечня отражает активную жизненную и даже философскую позицию Болотова, наиболее полно изложенную в «Путеводителе к истинному человеческому счастию...» (Болотов, 1784) и состоящую в стремлении к полезной деятельности, приносящей удовлетворение.

По свидетельству Болотова, уже первые пришедшие письма выражали поддержку его начинанию. Особенно он обрадовался письму от Е.В. Татищева, ставшего впоследствии одним из подписчиков и, вероятно, корреспондентом обоих журналов: «...я радовался, что ничего еще не сделав, а одним предприятием своим

приобрел уже благоволение от такого ученого и знаменитого мужа» (Болотов, 1871–1873: III, 770).

В общей сложности число подписчиков «Сельского жителя» приблизилось к ста. Среди них были довольно известные люди: братья И.Г. и А.Г. Орловы, заводчики М.П. и П.П. Баташовы, Н.А. Демидов, М.М. Херасков и др., а также две воеводские канцелярии (вероятно это была коллективная подписка), четыре женщины и одно духовное лицо. Были среди подписчиков и личные друзья и знакомые Болотова. Очевидно, что он не скрывал свое авторство от близких, хотя получал определенное удовольствие от анонимности. Так, он рассказывает в мемуарах о том, как читал выдержки из своего журнала чиновникам Богородицкого суда: «Но смешно было, когда я читал его потом и вслух некоторым из судей наших, так, как бы новое и совсем мне незнакомое сочинение, и принужден был слушать о себе самом их мнения и суждения; но, по счастию, были они для меня непредосудительные, и я радовался духом, что листок сей имел счастие им понравиться» (Болотов, 1871–1873: III, 773).

В течение года Болотов периодически отвлекался на рефлексию по поводу успеха журнала и критики от читателей, типологизируя их и, как в 13-м листе, дивясь на «корреспондентов, благоволивших вместо предложения каких-нибудь вопросов, или вместо сообщения мне, по примеру господина Домостроителя, сего любезного моего корреспондента, каких-нибудь своих экономических примечаний, оказать мне в письмах своих только то, как хорошо умеют они на щот ближнего веселиться, как искусно критиковать, шпынять и поднимать на смех и тем, вместо желаемого поспешествования моему предприятию, оному преполагать препоны и меня приводить в расстройку и замешательство».

В 26-м листе от 29 сентября Болотов провел ревизию своих успехов и поступавшей критики и пообещал читателям, что теперь, когда он получает достаточно корреспонденции, все публикуемые письма будут только от реальных лиц, причем именно им, а также ответам на поступающие вопросы будет окончательно отдан приоритет, а свои собственные «сведения» он будет сообщать в последнюю очередь. С этого момента Болотов также начал снабжать все заметки заглавиями, тогда как ранее статьи шли без названий. Кроме того, он объявлял о введении практики личных ответов по запросу: с 27 листа в журнале публиковались перечни тем, которые Болотов считал «мелочами», недостойными публи-

кации, но могущими представлять интерес для отдельных читателей (например, принципы изготовления камеры обскуры или маленького настольного фонтана, средство от поноса, рецепт сохранения грибов на зиму и т.д.). Редактор обещал желающим сообщать перечисленные сведения в личных письмах по требованию. Там же Болотов перечислил темы, в которых считал себя в наибольшей степени специалистом:

1) садоводство;
2) придание рощам и лесам увеселительного вида и поправление натуры;
3) цветы;
4) домашняя экономия (заготовки, инструменты и т.д.);
5) лекарства;
6) рисование и прочие способы прогоняния скуки;
7) прочие художества.

Сопоставление списка основных направлений журнала со списком личных приоритетов показательно: имея большой личный интерес к садоводству и всему с ним связанному, Болотов действительно стал одним из крупнейших специалистов и пропагандистов садово-паркового искусства в России. В то же время более важным для российского читателя он считал хлебопашество, поле- и лесоводство, бывшие для русских помещиков насущной необходимостью.

В октябре 1778 г. Болотов получил от Вольного экономического общества письмо в поддержку журнала, подписанное президентом ВЭО К. Крузом и секретарями А.А. Нартовым и Я. Штелиным. Это письмо он поместил в 41-й лист, «в посрамление всех моих неблагонамеренных и глупыми своими письмами меня оскорбляющих читателей» (Болотов, 1871–1873: III, 806), а также в мемуары (в рукописи этой части мемуаров письмо выделено кавычками красными чернилами). Письмо адресовано «Господину издателю журнала под титулом Сельского жителя» и начинается словами: «Всякие сочинения, клонящиеся к пользе и просвещению сограждан своих, достойны похвал, уважения и ободрения. Таковыми почитает все наше общество благородные труды, в издании Журнала вашего употребляемые, и видя в вас достойного себе сотрудника, с великим удовольствием отдает вам ту искреннюю похвалу, которую полезные ваши сочинения от Российских патриотов заслуживать долженствуют....» (Болотов, 1871–1873: III, 826). Напечатав это письмо, Болотов объявил, что после получения такого

одобрения от ВЭО и, через него, от императрицы, он снимает требование подписывать письма вымышленными именами, хотя сам по-прежнему остался под псевдонимом.

Несмотря на определенный успех журнала у читателей, в начале 1779 г. Ридигер сообщил, что на следующий год продолжать издание не намерен по финансовым обстоятельствам. Последний, 52 лист «Сельского жителя» вышел 30 марта. В нем сообщалось, что с публикацией журнала издатель «претерпел чувствительной для себя убыток», а редактор, «не привыкнувший и не умеющий торговать книгами», не решается взять издание на свой кошт.

«Экономический магазин»

По своей склонности усматривать во многих событиях своей жизни предзнаменования, Болотов пишет, что досадовал на неудачу, в то время как «промыслом божьим <...> назначаем и приготовляем был к тому другой и несравненно надежнейший человек, долженствующий произвесть обще со мною то великое дело, которое впоследствии времени сделалось толико громко и для обоих нас важно и славно...» (Болотов, 1871–1873: III, 843). Речь идет о Н.И. Новикове, с которым Болотов познакомился 2 сентября 1779 г. и который, по его словам, стал «несравненно лучшим комиссионером и издавателем, нежели каков был немчура Ридигер» (Болотов, 1871–1873: III, 859). Новиков предложил следующие условия: издавать журнал с 1780 г. в качестве приложения к газете «Московские ведомости» при каждом ее номере, т. е. по два листа в неделю, за 400 рублей в год, с возможностью повышения гонорара (который впоследствии дошел до 600 рублей — суммы, равной годовому жалованью Болотова в должности управляющего Богородицкой волостью). Кроме того, Болотов получал 15 авторских экземпляров. Но особенно его радовало, что Новикову, в отличие от Ридигера, он мог присылать статьи по отдельности, а издатель сам брался располагать их по листам. Следует отметить, что Болотов вообще не очень заботился о технической стороне дела. В 1781 г., во время его приезда в Москву, Новиков давал ему читать корректуру. Болотов пишет, что эта «комиссия» чрезвычайно его тяготила, и он не знал, как от нее избавиться, но из приличия не решился возражать (Болотов, 1871–1873: III, 1021).

Название журналу Болотов придумал задолго до начала издания. В записках за 1766 г. он писал: «Я /.../ начал не только входить

во все части сельской экономии с наивозможнейшим вникновением и прилежностию, и для удостоверения себя во всем предпринимать многоразличные опыты, но и все узнанное и примеченное записывать для себя в особую книжку, назвав ее "Экономическим магазином" власно так, как бы предвидел, что некогда буду я и в печать издавать журнал под сим именем» (Болотов, 1871–1873: II, 618, рукопись см.: Болотов, 1766). Вероятно, Болотов уже тогда рассматривал возможность публикации этих заметок, потому что они снабжены пространным обращением «К читателю», в котором он, в частности, объясняет причины, побудившие его к созданию таких записок: «Что же наконец до того принадлежит, для какого намерения я сие делал, то натуральный закон, повелевающий нам не скрывать ничего, что знаем, но сообщать все своим ближним, был главным моим к тому побуждением. Я, следуя оному, хотя не в научение, но для ведения тем, кому сия книжка в руки попадется, а притом чтоб иного и самому не позабыть, предприял записывать все, что только касающегося до пользы нашей в рассуждении деревенской жизни нового, особливого, нужного и не всем известного, собственным ли своим опытом от времени до времени узнавать или от других слышать буду» (Болотов, 1766: л. 3). Многие материалы из этого раннего «Экономического магазина» были впоследствии взяты Болотовым для первых номеров обоих его журналов.

13 октября 1779 г. в «Московских ведомостях» было напечатано объявление, а 2 января 1780 г. Болотов получил от Новикова первый лист своего нового журнала. Со свойственным ему пафосом Болотов отметил в мемуарах: «Сим образом, не думав, не гадав, и прямо нечаянно и в несколько часов достиг я до желаемой давным-давно цели и положил первое основание издания моего “Экономического магазина”, который доставил мне впоследствии времени столько выгод и сделал меня навек в отчестве моем известным и именитейшим экономическим писателем» (Болотов, 1871–1873: III, 861).

Во вступлении к первому листу «Экономического магазина» Болотов, сохранивший свой псевдоним «Сельский житель», благодарил прошлых корреспондентов и подписчиков, многие из которых перешли к нему в новое издание (в частности, он называет Уединена, Чистосердцева, Доброжелателева, Сострадателева). Он также заявлял, что намерен сохранить многие правила, принятые в «Сельском жителе». Приоритет он по-прежнему отдавал пись-

мам от корреспондентов и ответам на их вопросы, а «формальным», т. е. собственным сочинениям и переводам, отводил второе место. Отдельно Болотов оговаривал свое намерение включать в журнал сочиняемые им диалоги, в том числе с детьми, которых он предлагал с малолетства постепенно приучать к хозяйству. Здесь, очевидно, сказывался опыт Болотова по изданию философско-нравоучительных книг, напечатанных, в том числе, и в типографии Новикова (Болотов, 1776, 1781, 1784).

В мемуарах Болотов писал, что Новиков «спроворил делом так хорошо, что число подписавшихся к получению моего журнала простиралось уже и при самом начале до 400 разных особ, и в том числе многие были князья, бояра, генералы и архиереи и прочие всякого звания люди...» (Болотов, 1871–1873: III, 865). Впоследствии число подписчиков возросло до тысячи: в «Описи книгам, имеющимся в Новиковском доме...» за 1788 г. в графе «Книги, приготовленные к продаже» указано 1 080 экземпляров «Экономического магазина» (Сводный каталог, 1966: 210–211). О востребованности «Экономического магазина» также свидетельствует перепечатка Новиковым первых 8 частей в 1786–1788 гг.

В листе подписчиков, часть которых перешла из «Сельского жителя», обращает на себя внимание значительное увеличение количества подписавшихся организаций: это больницы и госпитали, Дворцовые конюшни, Полицейская канцелярия, Московский банк для дворянства, Коллегия винокуренных заводов, Воспитательный дом, Академия наук и т. д. Выделяются богородицкие жители, которым Болотов, вероятно, сам рекламировал издание, больше стало духовных лиц и женщин, подписчиком также была теща Болотова, Марья Абрамовна Каверина, жившая с ним в одном доме. Умножению числа подписчиков способствовала и умеренная, по мнению Болотова, цена: 5 рублей за год или 4 рубля вместе с подпиской на «Московские ведомости». Впечатляет и география распространения «Экономического магазина»: только среди названных в журнале – Москва, Петербург, Тула, Орел, Кромы, Елец, Калуга, Смоленск, Новгород, Тверь, Ярославль, Переславль-Залесский, Владимир.

Тематика журнала также была обозначена в одном из первых листов и включала следующие направления:

1) садоводство;
2) цветоводство;
3) хлебопашество;

4) разведение скота и птицы;
5) сельскохозяйственные орудия;
6) домашние изобретения (лаки, краски, приспособления, фонтаны и т. д.);
7) хмелеводство;
8) прудоводство;
9) лесоводство;
10) домашние развлечения (игры);
11) лечение и травы.

Тематический диапазон «Экономического магазина» несколько расширился по сравнению с «Сельским жителем» благодаря обогащению сельскохозяйственного опыта самого Болотова. При этом садоводство наконец выходит на первый план: начав разводить в Богородицке сад и купив книгу немецкого садового теоретика К.Х.Л. Хиршфельда, он принялся публиковать серию переводов из этой книги, сопровождая их статьями собственного сочинения, содержавшими практические рекомендации по применению теории Хиршфельда. Появилось также хмелеводство, которым Болотов увлекся еще в 1771 г.

В целом, количество статей собственного сочинения постепенно увеличивалось, кроме последних номеров, которые явно заполнялись через силу и потому изобилуют газетными курьезами, мало имеющими отношения к сельской экономии (например, заметками о человеке с самой длинной бородой, о том, как слон спас своего хозяина и т. д.).

Многочисленные переводы были существенным отличием нового журнала. В основном Болотов переводил с немецкого и считал это совсем не трудной работой. Он часто использовал свои запасы иностранных книг, если не успевал заготовить другой материал, и в мемуарах писал об этом так: «Мне стоило только их с немецкого языка по-русски переписывать, и перевод их был для меня легок и нимало не затруднителен» (Болотов, 1871–1873: III, 886). О том, что статья переводная, Болотов обязательно сообщал, не столько из уважения к авторскому праву, сколько оговаривая, что в них могут содержаться ошибки, за которые он не несет ответственности, а предлагаемые приемы и методы могут быть не адаптированы для российских реалий и климата.

Обычно Болотов готовил материал загодя, особенно осенью и зимой, когда было меньше работы в саду и в полях. За неделю он мог запастись статьями на 6 недель и обычно писал рано утром.

Его усердие вызвало нарекания управляющего императорских волостей кн. С.В. Гагарина: в конце 1781 г. Болотов даже был готов отказаться от издания, но Новиков уговорил его продолжать. Защитником Болотова в этом случае, как и во многих других его начинаниях, выступил тульский наместник М.Н. Кречетников, подписчик «Экономического магазина».

Ни один из двух журналов не был иллюстрированным, и, вероятно, это было определено издателями, потому что свои статьи в «Трудах ВЭО» Болотов снабжал рисунками и вообще любил рисовать и считал себя неплохим рисовальщиком.

Издание «Экономического магазина» было завершено в 1789 г. К этому моменту у Новикова значительно ухудшились дела, и в итоге он остался должен Болотову за последний год. Этим отчасти объясняется охлаждение Болотова к журналу и стремление заполнить листы первыми попавшимися материалами. К тому же Болотов постепенно разочаровывался в своем читателе и все менее был доволен обратной связью: «...публика наша наполнена была еще невежеством, – писал он позднее, – и не умела и не привыкла еще ценить труды людей, и отечество совсем было неблагодарное, а лучшею наградою за весь подъятый толь великий труд было для меня собственное сознание, что я трудился не в пустом, а в полезном и в таком деле, которое некогда не только сынам нашим и внукам, но и правнукам обратится в пользу, и что я, со своей стороны, был полезным для своего отчества» (Болотов, 1871–1873: IV, 586). Не без кокетства Болотов сообщал в мемуарах, что прекратил издание журнала, «не принесшего мне никакой дальней пользы, кроме того, что сделало имя мое во всем государстве известным и славным» (Болотов, 1871–1873: IV, 586). Впрочем, в последнем 40-м номере «Экономического магазина» Болотов раскрыл свой псевдоним, чтобы не остаться публике неизвестным.

Итоги журнальной деятельности Болотова

Издание «Экономического магазина», безусловно, было беспрецедентным в истории русской журналистики того времени, и не только в сельскохозяйственной и экономической. В течение десяти лет Болотов выдавал в Москве по 2 листа в неделю, живя при этом постоянно в Тульской губернии, но материалы от корреспондентов получая тоже через Москву. Отдельно стоит отметить снабжение «Экономического магазина» предметным указателем, как к

отдельным номерам, так и сводным, который помогал составить сын Болотова, Павел. Это обстоятельство, безусловно облегчающее работу исследователя, позволило Н.В. Здобнову назвать Болотова «основоположником русской рекомендательной библиографии» (Здобнов, 72).

Несмотря на все разочарование и очевидную усталость, Болотов с удовлетворением отмечает в мемуарах за 1792 г., что он «имел удовольствие от одного постороннего русского учителя слышать, что "Экономический мой магазин" производит во всем нашем государстве великую пользу и многих людей заохочивает быть любопытными и делаться и артистами, и ботаниками» (Болотов, 1871–1873: IV, 1053–1054). Некоторые из подписчиков и корреспондентов Болотова со временем, раскрыв псевдоним, стали его личными друзьями, как, например, помещик А.А. Владыкин.

Среди тех, кто стал верным союзником Болотова в деле издания журналов, стоит также отметить две примечательные личности. В 39-м листе «Сельского жителя» помещено письмо о яблочных червях, подписанное «Не китаец, а русский дворянин». Позднее в мемуарах Болотов раскрыл этот псевдоним, за ним скрывался Н.А. Демидов, впоследствии пожелавший лично познакомиться с Болотовым. Болотов неоднократно бывал у него в гостях, осматривал его многочисленными коллекции и даже водил туда как в музей членов семьи. Несмотря на несколько презрительный отзыв о личности самого Демидова: «Самого простака и сущего богача-ахреяна, в котором и сквозь золото видима была еще вся грубость его подлой породы», Болотов восхищался его «прекрасным садом» и «богатыми ранжереями», в которых было «множество вещей, никогда прежде <...> до того невиданных ...» (Болотов, 1871–1873: 863).

Вторым соратником Болотова, достойным примечания, был белевский помещик и писатель В.А. Левшин (см.: Пухов, 1999), которого Болотов называет «такой же любопытный и трудолюбивый человек, как и я». Сравнивая себя и Левшина за упорство и трудолюбие с парой черкасских волов, Болотов говорит, что «оба мы были тогдашнего времени именитейшими литераторами и, помогая друг другу, трудились в пользу отечества» (Болотов, 1871–1873: IV, 108). Будучи еще корреспондентом «Сельского жителя», Левшин подключился к «Экономическому магазину» на 3-й части, сопроводив присланные опыты преамбулой, выражающей благодарность редактору журнала. Статьи Левшина были напечатаны

анонимно («В.Л. из Белева»), но о своем личном знакомстве с Левшиным Болотов пишет уже в 1787 г., и, возможно, деанонимизация произошла при посредничестве Новикова, публиковавшего труды обоих авторов. В своем масштабном четырехтомном труде «Садоводство полное, собранное с опытов и из лучших писателей о сем предмете», который начал выходить в 1805 г., Левшин с благодарностью упомянул Болотова и его журнал как один из немногих русских источников, на которые он опирался (Левшин, 1785: I, IV).

Несмотря на многочисленных корреспондентов, личные связи с некоторыми из них и активную работу самого Болотова, следует признать, что полноценного сообщества специалистов по «сельской экономии», о котором, видимо, мечтал Болотов, вокруг журнала «Экономический магазин» так и не сложилось. Тем не менее история издания экономических журналов Болотова, восстанавливаемая по его мемуарам, архивным данным и самим журналам, дает возможность увидеть «издательскую кухню» и практику издания периодических журналов в России второй половины XVIII в., а также восприятие этого явления в среде среднего русского дворянства.

Библиография

Андрей Тимофеевич Болотов (1738–1833). М., 1984.

Андрей Тимофеевич Болотов. Биобиблиографический указатель. Тула, 1988.

Бердышев А.П. Андрей Тимофеевич Болотов. М., 1988.

Болотов А.Т. Богородицкий вестник, или обозрительная история происшествий во всем свете в 1793 г. Ч. 1–2 // НИОР РГБ Ф. 475 А.Т. Болотов. Карт. 1. Ед. хр. 8–9.

Болотов А.Т. Детская философия, или Нравоучительные разговоры между одною госпожою и ея детьми, сочиненные для поспешествования истинной пользе молодых людей. Ч. 1–2. М., 1776.

Болотов А.Т. Жизнь и приключения Андрея Болотова, описанные самим им для своих потомков. СПб, 1871-1873. Т. I–IV // предисл. *М.П. Семевского*.

Болотов А.Т. Избранные сочинения по агрономии, плодоводству, лесоводству, ботанике // ред. ст. и комм. *И.М. Полякова, А.П. Бердышева*. М., 1952.

Болотов А. Т. Избранные труды // сост.: *А.П. Бердышев, В.Г. Позднякова*. М., 1988.

Болотов А.Т. Историческое обозрение всего происходившего в свете в течение минувшего 1792 г. // НИОР РГБ Ф. 475 А.Т. Болотов. Карт. 1. Ед. хр. 7.

Болотов А.Т. Несчастные сироты, драма в трех действиях. М., 1781.

Болотов А.Т. Отечественник, содержащий в себе современные записки и замечания о происшествиях в России. Ч. 1. 1814 окт.–дек.; Ч. 3. 1818; Ч. 4. 1820; Ч. 6. 1826 // НИОР РГБ Ф. 475 А.Т. Болотов. Карт. 3. Ед. хр. 1–4.

Болотов А.Т. Памятная книжка или собрание различных нравоучительных правил. 1761 // НИОР БАН Ф. 69. Ед. хр. 22; То же // РО РНБ. Ф. 89. Болотовы А.Т., П. А., М. П. Ед. хр. 55.

Болотов А.Т. Переводы сочинений различных авторов преимущественно из периодических изданий. 1760 // НИОР РГБ. Ф. 475. А.Т. Болотов. Карт. 6. Ед. хр. 2.

Болотов А.Т. Путеводитель к истинному человеческому счастию, или Опыт нравоучительных, отчасти философических рассуждений о благополучии человеческой жизни и средствах к приобретению онаго. Ч. I–III. М., 1784.

Болотов А.Т. Опыт нравоучительным сочинениям. 1764 // НИОР БАН. Ф. 69. Ед. хр. 13; То же // РО РНБ. Ф. 89. Болотовы А.Т., П.А., М.П. Ед. хр. 167.

Болотов А.Т. Современник, или записки для потомства // Губерти Н.В. Историко-литературные и библиографические материалы. СПб, 1887. С. 19–32.

Болотов А.Т. Чувствования христианина при начале и конце каждого дня в неделе, относящиеся к самому себе и к Богу. Сочинение одного Россиянина. М., 1781.

Болотов А.Т. Экономический магазин, или собрание всяких записок, примечаний, опытов, касающихся до земледелия и домостроительства и всей экономии. 1766 // НИОР РГБ Ф. 475 А.Т. Болотов. Карт. 3. Ед. хр. 5.

Глаголева О.Е. Библиотека А.Т. Болотова // Книга в России XVI – середины XIX века: книгораспространение, библиотеки, читатель. Л., 1987. С. 79–95.

Глаголева О.Е. А.Т. Болотов как читатель // Рукописная и печатная книга в России: Проблемы создания и распространения. Л., 1988. С. 140–158.

Железнов В.Я. Экономические воззрения первых русских агрономов (XVIII – начало XIX вв.). М., 2015.

Здобнов Н.В. История русской библиографии до начала XX века. М., 1955.

История русской журналистики XVIII–XIX веков // под. ред. *А.В. Западова*. М., 1963.

Лазарчук Р.М. Болотов Андрей Тимофеевич // Словарь русских писателей XVIII века. Л., 1988. Вып. 1. С. 114–117.

Левшин В.А. Садоводство полное... М., 1785. С. IV.

Лисовский Н.М. Библиография русской периодической печати: 1703–1900. Пг., 1915.

Любченко О.Н. Есть в Богородицке парк. Тула, 1984.

Мартынов И.Ф. Петербургский книготорговец и книгоиздатель XVIII века Иоганн Якоб Вейтбрехт // Книгопечатание и книжные собрания в России до середины XIX в. Л., 1979. С. 39–58.

Маслов А.С. Биография Андрея Тимофеевича Болотова // Земледельческий журнал. 1838. № 5. С. 183–197.

Пухов В.В. Левшин В.А. // Словарь русских писателей XVIII в. Вып 2 (К-П). СПб, 1999. С. 198–201.

Письма А.Т. Болотова к Н.Е. Тулубьеву (1760–1761). Публикация А.Ю. Веселовой // Ежегодник Рукописного отдела Пушкинского Дома. СПб, 2012.

Русская периодическая печать: 1702–1894. Справочник // под. ред. *А.Г. Дементьева, А.В. Западова, М.С. Черепахова*. М., 1959.

Сводный каталог русской книги гражданской печати XVIII века. 1725–1800. Т. IV. М., 1966.

Фафурин Г.А. Книгоиздательская и книготорговая деятельность Иоганна Якоба Вейтбрехта (1744–1803) (Из истории русско-немецких книжных связей второй половины XVIII века). Дис. ... канд. филол. наук. СПб, 2004.

Щеблыгина И.В. А.Т. Болотов: гармония мира и души. Ценностные ориентации и творческие интересы. М., 2003.

References

Andrei Timofeevich Bolotov (1738–1833) [Andrei Timofeevich Bolotov (1738–1833)] (1984). Moscow.

Andrei Timofeevich Bolotov. Biobibliograficheskii ukazatel' [Andrei Timofeevich Bolotov. A Bibliographic Index]. (1988). Tula.

Berdyshev A.P. (1988) *Andrei Timofeevich Bolotov*. [Andrei Timofeevich Bolotov]. Moscow.

Bolotov A.T. *Bogorodickii vestnik, ili obozritel'naya istoriya proisshestvii vo vsem svete v 1793 g. Ch. 1–2.* [Bogoroditskiy Vestnik, or a Review History of Incidents All Over the World in 1793. Parts 1–2. Research Department of Manuscripts, Russian State Library. F. 475. A.T. Bolotov. Cart. 1. Items 8–9].

Bolotov A.T. (1781) *Chuvstvovaniya hristianina pri nachale i konce kazhdogo dnya v nedele, otnosyashiesya k samomu sebe i k Bogu. Sochinenie odnogo Rossiyanina*. [A Christian's Feelings at the Onset and End of Each Day in a Week Towards Himself and God. Written by one Russian]. Moscow.

Bolotov A.T. (1776) *Detskaya filosofiya, ili Nravouchitel'nye razgovory mezhdu odnoyu gospozhoyu i eya det'mi, sochinennye dlya pospeshestvovaniya istinnoi pol'ze molodyh lyudei. Ch. 1–2.* [Children's Philosophy, or Didactic Conversations between a Woman and Her Children Designed for Young People's Benefit. Parts 1–2]. Moscow.

Bolotov A.T. *Ekonomicheskii magazin, ili sobranie vsyakih zapisok, primechanii opytov, kasayushihsya do zemledeliya i domostroitel'stva i vsei ekonomii. 1766.* [Economic Magazin, or a Collection of Various Notes, Comments, Experiences

Related to Agriculture and House Building and All Economy. 1766. Research Department of Manuscripts, Russian State Library. F. 475 A.T. Bolotov. Cart. 3. Item 5].

Bolotov A.T. *Istoricheskoe obozrenie vsego proishodivshego v svete v techenie minuvshego 1792 g.* [A Historical Review of What Happened All Over the World During the Past Year of 1792. Research Department of Manuscripts, Russian State Library. F. 475 A.T. Bolotov. Cart. 1. Item 7].

Bolotov A.T. (1952) *Izbrannye sochineniya po agronomii, plodovodstvu, lesovodstvu, botanike. Red. st. i komm. I.M. Polyakova, A.P. Berdysheva.* [Selected Works in Agronomy, Fruit Growing, Forestry and Botany. Editorial and comments by I.M. Polyakov and A.P. Berdyshev]. Moscow.

Bolotov A.T. (1988) *Izbrannye trudy. Sostaviteli A. P. Berdyshev, V.G. Pozdnyakov.* [Selected Works. Compiled by A.P. Berdyshev and V.G. Pozdnyakov]. Moscow.

Bolotov A.T. (1781) *Neschastnye siroty, drama v treh deistviyah.* [The Wretched Orphans, a drama in three acts]. Moscow.

Bolotov A.T. *Opyt nravouchitel'nym sochineniyam. 1764.* [The Experience of Didactic Writings. 1764. Research Department of Manuscripts, Library of the Russian Academy of Science. F. 69. Item 13; Idem // Department of Manuscripts, Russian Science Library. F. 89. The Bolotovs A.T., P. A., M. P. Item 167]

Bolotov A.T. *Otechestvennik, soderzhashii v sebe sovremennye zapiski i zamechaniya o proisshestviyah v Rossii. Ch. 1. 1814 okt.- dek.; Ch. 3. 1818; Ch. 4. 1820; Ch. 6. 1826.* [Otechestvennik, Containing Contemporary Notes and Remarks on the Incidents in Russia. Part 1. October – December 1814; Part 3. 1818; Part 4. 1820; Part 6. 1826. Research Department of Manuscripts, Russian State Library. F. 475. A. T. Bolotov. Cart. 3. Items 1–4]

Bolotov A.T. *Pamyatnaya knizhka ili sobranie razlichnyh nravouchitel'nyh pravil. 1761.* [A Memorable Book, or a Collection of Didactic Rules. 1761. Research Department of Manuscripts, Library of the Russian Academy of Science. F. 69. Item 22; Idem // Department of Manuscripts, Russian Science Library. F. 89. The Bolotovs A.T., P.A., M.P. Item 55].

Bolotov A.T. *Perevody sochinenii razlichnyh avtorov preimushestvenno iz periodicheskih izdanii. 1760.* [Translations of Works by Different Authors Mostly from Periodicals. 1760. Research Department of Manuscripts, Russian State Library. F. 475. A.T. Bolotov. Cart. 6. Item 2]

Bolotov A.T. (1784) *Putevoditel' k istinnomu chelovecheskomu schastiyu, ili Opyt nravouchitel'nyh, otchasti filosoficheskih rassuzhdenii o blagopoluchii chelovecheskoi zhizni i sredstvah k priobreteniyu onago. Ch. I-III.* [A Guide to True Human Happiness, or The Experience of Didactic and Partly Philosophical Reasoning About the Well-Being of Human Life and Ways to Obtain It. Parts 1-3]. Moscow.

Bolotov A.T. (1887) Sovremennik, ili zapiski dlya potomstva. In Guberti N.V. (ed.) *Istoriko-literaturnye i bibliograficheskie materialy.* [A Contemporary, or Some Notes for Descendants In Guberti N. V. (ed.) Historical and Literary Bibliographic Materials]. Saint Petersburg. Pp. 19–32.

Bolotov A.T. (1871–1873) *Zhizn' i priklyucheniya Andreya Bolotova, opisannye samim im dlya svoih potomkov. T. I–IV. Predislovie M.P. Semevskogo.* [Life and Adventures of Andrei Bolotov Described by Himself for his Offspring. Vol. 1–4. Foreword by M.P. Semevsky]. Saint Petersburg.

Dement'ev A.G.., Zapadov A.V., Cherepahov M.S. (eds.) (1959) *Russkaya periodicheskaya pechat': 1702–1894. Spravochnik*. [Russian Periodical Press: 1702-1894. Reference book]. Moscow.

Fafurin G.A. (2004) *Knigoizdatel'skaya i knigotorgovaya deyatel'nost' Ioganna Yakoba Veitbrehta (1744–1803) (Iz istorii russko-nemeckih knizhnyh svyazei vtoroi poloviny XVIII veka)*. Dis. ... kand. filol. nauk [Book Publishing and Book Selling Activities of Johann Jacob Weitbrecht (1744–1803) (From the history of Russian-German book ties of the second half of the 18th century). PhD philol. sci. diss.] Saint Petersburg.

Glagoleva O.E. (1988) A.T. Bolotov kak chitatel'. In *Rukopisnaya i pechatnaya kniga v Rossii: Problemy sozdaniya i rasprostraneniya*. [A.T. Bolotov as a Reader In The Manuscript and Printed Book in Russia: Production and Distribution Challenges]. Leningrad. Pp. 140–158.

Glagoleva O.E. (1987) Biblioteka A. T. Bolotova. In *Kniga v Rossii XVI – serediny XIX veka: knigorasprostranenie, biblioteki, chitatel'*. [A.T. Bolotov's Library In Books in Russia of the 16th – Mid 19th Century: Distribution, Libraries, Readers]. Leningrad. Pp. 79–95.

Lazarchuk R.M. (1988) Bolotov Andrei Timofeevich. In *Slovar' russkih pisatelei XVIII veka*. Vyp. 1. [Bolotov Andrei Timofeevich In Dictionary of the 18th Century Russian Writers, Issue 1]. Leningrad. Pp. 114–117.

Levshin V.A. (1785) *Sadovodstvo polnoe...* [Complete Gardening...] Moscow.

Lisovskii N.M. (1915) *Bibliografiya russkoi periodicheskoi pechati: 1703–1900.* [Bibliography of Russian Periodical Press: 1703–1900]. Petrograd.

Lyubchenko O.N. (1984) *Est' v Bogorodicke park*. [There is a Park in Bogoroditsk]. Tula.

Martynov I.F. (1979) Peterburgskii knigotorgovec i knigoizdatel' XVIII veka Iogann Yakob Veitbreht. In *Knigopechatanie i knizhnye sobraniya v Rossii dol serediny XIX v.* [St. Petersburg Book Seller and Book Publisher of the 18th Century Johann Jacob Weitbrecht In Book Printing and Book Collections in Russia before the Mid-19th Century] Leningrad. Pp. 39–58.

Maslov A.S. (1838) Biografiya Andreya Timofeevicha Bolotova. [Biography of Andrei Timofeevich Bolotov] *Zemledel'cheskii zhurnal №* 5. Pp. 183–197.

Pis'ma A.T. Bolotova k N.E. Tulub'evu (1760–1761). Publikaciya A. Yu. Veselovoi In *Ezhegodnik Rukopisnogo otdela pushkinskogo Doma*. [A. T. Bolotov's Letters to N.E. Tulubyev (1760–1761). Published by A.Yu. Veselova (2012). In Yearbook of the Manuscript Department of the Pushkin House]. Saint Petersburg.

Puhov V.V. (1999) Levshin V.A. Левшин В.А. In *Slovar' russkih pisatelei XVIII v. Vyp 2.* [Levshin V.A. In Dictionary of the 18th Century Russian Writers. Issue 2]. Saint Petersburg. Pp. 198–201.

Sheblygina I.V. (2003) *A.T. Bolotov: garmoniya mira i dushi. Cennostnye orientacii i tvorcheskie interesy.* [A.T. Bolotov: the Harmony of the World and the Soul. Value Orientations and Creative Interests]. Moscow.

Svodny katalog russkoj knigi grazhdanskoj pechati XVIII veka. 1725–1800. T. IV. T. IV. (1966). [Joint Catalogue of Russian Books of Civil Print of the 18th Century. 1725–1800. Vol. 4. (1966)]. Moscow.

Zapadov A.V. (ed.) (1963) *Istoriya russkoi zhurnalistiki XVIII–XIX vekov.* [History of Russian Journalism of the 18th-19th Century]. Moscow.

Zdobnov N.V. (1955) *Istoriya russkoi bibliografii do nachala XX veka*. [History of Russian Bibliography until the Early 20th Century]. Moscow.

Zheleznov V.Ya. (2015) *Ekonomicheskie vozzreniya pervyh russkih agronomov (XVIII-nachalo XIX vv.)*. [Economic Views of the First Russian Agronomists (the 18th – the Early 19th Century)]. Moscow.

Поступила в редакцию
28.06.2017

Максимов Борис Александрович, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник кафедры зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова; e-mail: esprit25@rambler.ru

«DIE VOLLKOMMENSTE STIMMUNG»: НОВАЛИС О ЦЕЛЯХ И МЕТОДАХ ФИЛОСОФСТВОВАНИЯ

В отличие от многих выдающихся философов XVII и XVIII столетия, Новалис не был озабочен поиском объективной «истины». Скорее, философия служила ему средством достичь «совершенного расположения духа», которое мы можем в общих чертах реконструировать, опираясь на его многозначные и лишь изредка рубрицированные записи. В статье рассматриваются существенные характеристики этого эталонного состояния, а именно: разнообразие внутреннего мира, связность, пластичность и продуктивность духа, неослабное самосознание, сбалансированность организма. Также уделено внимание методам, которые использует Новалис, чтобы приблизиться к заветной цели. Особо подчеркиваются новые, романтические черты в мышлении Новалиса, не свойственные философской традиции Просвещения.

Ключевые слова: *Новалис, философия, связность, оживление, укрепляющие средства.*

Boris A. Maximov, PhD in Philology, Senior Researcher at the Chair of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: esprit25@rambler.ru

"DIE VOLLKOMMENSTE STIMMUNG": NOVALIS ON THE TASKS AND METHODS OF PHILOSOPHIZING

Unlike many outstanding thinkers of the 17th and 18th centuries, Novalis was not preoccupied with a search for "objective truth". Rather, he used philosophy as a means to achieve the "most excellent mood", which can be basically depicted drawing on his ambiguous and mostly unclassified notes. In this paper, the author examines some essential features of this ideal condition such as inner diversity, integrity of mind, mental flexibility, constant self-awareness, procreative capacities (in the broadest sense of the word) and, finally, inner body balance. Additionally, attention is paid to the methodical approaches used by Novalis in order to achieve his cherished goal, with particular focus on the new, romantic tendencies in his philosophical writings that were alien to the intellectual tradition of the Enlightenment.

Key words: *Novalis, philosophy, integrity, animation, strengthening procedures.*

С философским наследием Новалиса, одного из самых фундаментальных, разносторонних и продуктивных – в исторической перспективе – мыслителей европейского романтизма, российский массовый читатель по-настоящему познакомился относительно недавно: первый репрезентативный сборник его заметок на русском языке издан был три года назад[1] (к слову, полный перевод «Всеобщего черновика» на английский вышел немногим раньше, в 2007 году[2], с характерным заголовком вступительной статьи: «Неизвестный Новалис»). Если в Германии научный интерес к философским штудиям Гарденберга рос, начиная с семидесятых годов прошлого века, можно сказать, в геометрической прогрессии, то в отечественной критике до сих пор наблюдается дефицит аналитических и обзорных работ, посвященных целям и методам его философии[3]. Не претендуя на полноту картины, хотелось бы охарактеризовать в настоящей статье то состояние духа, к которому, по мысли Новалиса, приближают искателя занятия философией[4]. Попутно речь зайдет и о методических установках Новалиса. В обоих случаях мне представляется важным акцентировать те аспекты, в которых философ-романтик отклоняется от классической традиции.

Философы Нового времени, чьи труды послужили питательной почвой для молодого Гарденберга – прежде всего, Спиноза, Лейбниц, Гемстергейс, Кант, и даже Фихте, – полагали целью философии поиск объективной, непреложной основы достоверного знания о человеке и мире. Сравнительно с ними[5], Новалис возвращается к традиционному, по сути античному, пониманию философии, от которого отдалился Запад и которое долгое время бытовало на Востоке[6]. В его глазах, познавательные акты вливаются в «философию жизни», в «науку об искусстве жить» (Lebenskunstlehre T24, тж. B5)[7], соответственно, жизнь для Новалиса – это «реальная (т. е. воплощенная. – *Б.М.*) философия», а философия – это «живая теория жизни» (L19). Последняя не ограничена умозрительным объективированным «знанием». Смысл и назначение философии Новалис видит, по аналогии с поэзией, в достижении и поддержании «трансцендентального здоровья»: на определенной стадии развития духа «каждый станет сам себе врачом» (247). Вопрос о том, насколько мыслительные процессы соотносятся с «объективной реальностью», для Новалиса вторичен: о качестве «философствования» он судит, прежде всего, по его субъективному терапевтическому эффекту, трактованному в медицинских категориях: к примеру, размышление возбуждает интеллект и, следовательно, «относится к

разряду антиастенических средств» (211), а рассеяние, напротив, успокаивает и потому «бывает полезным при случаях стении» (T93). Иными словами, Новалис интериоризировал смысл познавательного процесса: теперь его результаты не требуют сверки с чем-либо, внеположенным сознанию. Правда самодостаточна, заявляет он в «Цветочной пыльце» (B8), единственным критерием истинности теперь становится самоощущение субъекта. Если идея, или методика, или, наконец, философская система привела исследователя в «подобающее расположение духа» (rechte Stimmung, T77), значит, она успешно прошла верификацию.

Какие возможности заключает в себе «трансцендентальное здоровье» («совершенная конституция», «совершенное расположение духа»)? Главным образом, Новалис описывает его как состояние абсолютной субъектности, когда «мысли претворяются в законы, мечты воплощаются» (B22), когда, в отсутствии препон (*wenn das Hindernis gehoben wird*), все «удается само собой» (T77), когда человек сделался «всемогущим» и способен «полностью реализовывать свою волю» (256). Сразу хотелось бы предупредить возможные ошибки в истолковании этой программы. Неограниченные возможности, которыми Новалис наделял человеческий дух, более чем на столетие закрепили за Гарденбергом славу экстатичного визионера[8]. В европейской критике этот стереотип впервые пошатнулся лишь в двадцатые годы прошлого века, благодаря исследованиям Вальтера Беньямина, Кэте Гамбургер, Рихарда Самуэля[9]. Для читательской же публики, особенно за пределами Германии, Новалис до последнего времени оставался прекраснодушным мечтателем, певцом «голубого цветка». Действительно, при желании в эскизах «магического идеализма» можно найти немало деклараций, которые этот миф, казалось бы, оправдывают. «Каким я полагаю объект, таков он и есть для меня» (P167), «Каждое слово – это изреченное заклинание. Какой дух воззвал – такой и явился» (L6), «Все превратности нашей жизни суть материалы, из которых мы вольны делать все, что пожелаем» (B66), «Человек должен повиноваться лишь собственным законам» (PA64), «Мир – это универсальный троп духа» (T30), «Явления – это дифференциалы идей» (309) – подобными формулами постулируется всемогущество сознания и бессилие внешнего мира. Рассматривая их вне контекста, легко заподозрить молодого философа в том, что он выдавал желаемое за действительное.

Между тем Новалис не объявлял всемогущество индивидуальной воли данностью – он говорит лишь о *потенциальных* возможностях

человеческого духа, который веками оставался косным, вялым (248) и проявлял себя до сей поры разве что спорадически (B38). Едва ли не в каждой формуле Новалис, наряду с императивом, оговаривает необходимое *условие* действенности. В его глазах «постулировать», «заклинать», «именовать» и даже «верить» и «желать» – это не самоочевидные акты, а процедуры, которые требуют определенного навыка[10]. Так, разлад между желаемым и «действительным» может быть вызван дефектами самого воления – например, в случае, когда человек обманывался насчет своих подлинных запросов (P124); сходным образом обстоит дело и с убеждениями: «Многие полагают, что убеждены в чем-либо, не будучи таковыми» (P106). Смысл известного афоризма «одна лишь слабость наших органов не позволяет нам узреть себя в сказочном мире» (P182) не сводится к тому, что мир воистину чудесен, – скорее, Новалис констатирует, что для исполнения желаний необходимо развить до известных пределов сам человеческий организм. Вновь и вновь он напоминает нам о целенаправленной внутренней работе, которая активизирует потенциал, заложенный в нас природой: «стать человеком – искусство» (P153), – в противном случае, без методичного самосовершенствования, мы остались бы «божественными зародышами» (P115)[11].

Вероятно, «визионерский» миф о Новалисе долгое время не выветривался оттого, что исследователи вплоть до конца прошлого века не проявляли особого интереса к методическим, инструментальным аспектам его философии. При этом сам он всегда ставил методику выше объективированного «результата». По мысли Новалиса, наибольший интерес для зрелого сознания представляет «метод – ход работы – процесс». Даже в случае, если результат «оказался убогим», «разработка» занимает его больше, чем «изобретательство» (P64), в поэтической форме та же идея выражена в эпиграфе к «Цветочной пыльце». Подлинно художественным он называет такой процесс, в котором «средство поставлено во главу угла, а результат вторичен» (P170)[12]. Неудивительно, что своего ближайшего предшественника и учителя, Фихте, Новалис ценит не только за содержательную новизну «наукоучения», но и за методику[13]: Фихте продемонстрировал новаторский способ мышления, и хотя сам он, как все первопроходцы, не владеет собственным открытием в совершенстве, его последователи со временем научатся мастерски «фихтезировать» (L11). Когда Новалис сводит философию к «философствованию» (L22) или, в знаменитом «Монологе», призывает нас меньше думать о трансляции заготовленных «смыслов» и подчи-

ниться речевой стихии, – он возвышает не процесс как таковой, но именно метод, который ученик осваивает на протяжении процесса. Отсюда – особый интерес автора «Монолога» к «аппликатуре» (т. е. порядку расположения и чередования элементов) и «такту» в речи, наметившийся уже в «Цветочной пыльце» (B7). Вполне закономерно, что Новалис объявляет философию «искусством» (234), призванным «генерировать мысли согласно правилам» (P147).

Если труд философа состоит в непрерывном самосовершенствовании, то и познавательный процесс рассматривается прежде всего как тренировка, формирующая разнообразные навыки. (Оттачивать их – это знает и художник, и ремесленник, и атлет – можно до бесконечности.) Все прочие локальные достижения, результаты, выводы, с точки зрения Новалиса, вторичны, ибо концентрация внимания на «выводах» поневоле отвлекает ученика от процедуры, с ее регулярным «ритмом, метром, тактом» (T89). Подобно тому, как неопытный спортсмен в погоне за рекордами сбивает дыхание, – так и в философии кристаллизация выводов подчас вредит учебному процессу. По Новалису, «те, кто действительно любит размышлять, а не просто выстраивать ту или иную мысль, будут совершенствоваться». У других же наклонность к размышлению «весьма часто ослабевает... после выведения системы, которая требовалась им для того лишь, чтобы впредь освободить себя от напряженных раздумий» (392). Поэтому, говоря о составляющих «трансцендентального здоровья», нельзя будет не упомянуть и о методических принципах философа, для которого методика значила не меньше, чем целеполагание.

В описаниях «совершенной конституции», оптимального «настроения», «трансцендентального здоровья» у Новалиса повторяются в различных сочетаниях несколько основополагающих характеристик. Все они, разумеется, связаны между собой, однако задача данной статьи ограничивается тем, чтобы выделить из многочисленных, в основном не рубрицированных, «фрагментов» и развернуто отобразить устойчивые компоненты, из которых в дальнейшем (уже за рамками настоящей статьи) может быть воссоздана целостная картина. (1) Итак, «совершенное настроение», прежде всего, характеризуется внутренним разнообразием, «*полнотой*» сил, потенциальных возможностей, «идей»; на широкий внутренний диапазон и разность (дифференциацию) слагаемых указывают, в частности, любимые Новалисом определения *vielfaeltig, mannigfaltig, gemischt, bunt, unterschiedlichst.* (2) Разнородные части-

цы пронизаны множественными и разнообразными *связями*, которые, собственно, и делают душу «органичной» (P71). (3) В связной системе возрастает *мобильность* – способность без напряжения переходить из одной формы в другую, перестраиваться, перевоплощаться. (4) В любых обстоятельствах, даже в момент трансформации, философ не утрачивает *сознательного самоконтроля* над своим организмом. (5) Он всегда преисполнен действенной энергии, *производительной силы*, без труда «оживляет» сам себя и анимирует окружающую среду. (6) Наконец, «совершенная конституция» поддерживает баланс сил в организме, не допуская болезней, т.е. опасных диспропорций. Ниже эти целевые установки будут рассмотрены более подробно.

(1) Характерной приметой «гения», неотъемлемым признаком «совершенного», «высшего» состояния Новалис объявляет «полноту» – возможностей (B54), сил (K17), мыслительных структур: «в совершенном расположении духа все идеи присутствуют одновременно» (T77). Это же требование он применяет и к отдельным слагаемым целого: так, каждая «идея», в свою очередь, «тем основательней и индивидуальней, чем более разнообразные мысли, миры, эмоции скрещиваются, соприкасаются в ней» (T82). Подпитывать внутреннее разнообразие позволила бы «всеядность» философа, и, следовательно, универсальность познаваемого материала. Безусловно, этим задачам отвечал равномерный интерес Новалиса к широчайшему спектру наук. Заслуживает восхищения беспристрастность философа, который, вопреки ложному представлению о романтиках, не абсолютизировал предмет, язык и метод гуманитарных наук в ущерб точным и естественным. Напротив, во многих случаях именно математический или естественнонаучный (медицинская психология, химия и минералогия) дискурс и инструментарий позволяли ему выразить «идею» оптимальным образом. В общем правиле, Новалис отказывается ранжировать объекты или предметные области познания: стимулятором (“Incitament”) и материалом для познавательного процесса может послужить любой случайный раздражитель. Как гласит один из самых известных афоризмов «Цветочной пыльцы», «все превратности нашей жизни – материал, из которого мы вольны лепить, что пожелаем. (...) Всякое знакомство, всякое происшествие для человека, чей дух вполне развился, явилось бы начальным звеном бесконечной последовательности, зачином бесконечного романа» (B66). Отступая от философской традиции Ренессанса и Нового времени, Новалис не считает нужным

фаворизировать «возвышенное» – экстраординарное в барочном смысле или образцовое в классицистическом[14]. В его «фрагментах» мы наблюдаем последовательную эвристическую реабилитацию заурядного, повседневного, рутинного, массового, самоочевидного, ведь «высшее – самое понятное, самое близкое, самое насущное» (B11). Эта перемена отразилась в проекте «заметок о повседневной жизни» (T8), в повышенном внимании к рутинной, доходящей до автоматизма трудовой деятельности (579, T91). Если в эпоху барокко и классицизма по преимуществу ценились сложно – искусно – организованные и масштабные объекты, то для романтиков общепринятость, универсальность объекта является достаточной причиной для его изучения. Быть может, не случайно один из самых любимых терминов немецкой философии начала XIX в. – allgemein – восходит к общеупотребительному gemein – обыденному, простонародному, заурядному.

(2) К стремлению накапливать «знания» (т. е. умозрительный, уже абстрагированный чужой опыт) Новалис относится скептически. Для него было очевидно, что «не знание делает нас счастливыми, а его качество – его субъективная характеристика» (689), и Гиацинт, герой известной сказки из «Учеников в Саисе», не без оснований швырнул книгу в огонь. Под «качеством», «субъективной характеристикой» Гарденберг подразумевал степень усвоения философом чуждого материала, причем усвоение (Zueignung) здесь трактуется в буквальном, химико-биологическом смысле: «претворение чужого в свое» – это «ассимиляция», «абсорбция» (468). Инородный материал необходимо расщепить, переварить, подобно пище, чтобы он катализировал новые реакции. «Что может смыслить человек в материях, зародыш которых он не носит в себе? – вопрошает Новалис. – То, что я намерен постигнуть, должно органически прорасти во мне; а номинальный предмет моего обучения – это всего лишь пища, стимулятор для организма» (B18). Итак, первоочередная задача философа – переплавить «чужое» в «свое», связав его разнообразными нитями с индивидуальным опытом. По этой причине «великим преимуществом» обладает, несмотря на пробелы в образовании, «автодидакт» – самоучка, который до всего доходит своим умом: всякое новое знание вплетается у него в наличную систему координат и образует в ней новые сочетания (239).

Претворять «иное» в «свое» помогает механизм аналогии, которую Новалис признает наилучшим способом познания целого (P118). Для него «всякое узнавание, знание, вероятно, сводится к

сравнению» (P108) – не случайно диспуты «Учеников в Саисе» предваряет вдохновенный призыв искать аналогии в разноплановых явлениях, где обнародуют себя универсальные законы бытия. Конечно, триумф аналогии в романтизме опирался на пантеистическую картину мира с ее идеей всеобщего изоморфизма. На практике Новалис сопрягает, впрочем, не только разномасштабные категории – микро- и макрокосм («моя любимая – это сжатая вселенная» (K4), но и явления, которые традиционно причисляются к различным, обособленным друг от друга, специализированным отраслям. Так, в «Цветочной пыльце» он трактует революции в медицинских категориях (B105), в «Короле и королеве» описывает их как химические процессы (K21), там же распределение богатств в государстве уподобляется кровообращению, т. е. экономика сопрягается с физиологией (K10), любовная связь уподоблена математическому отношению (K4), в «Логологических фрагментах» образное (L28) и логическое (L4) мышление представлены как химическая реакция, заметки Новалиса изобилуют подобными сопоставлениями.

Главным образом, Новалис стремится сблизить между собой в одном высказывании предметные области и языки гуманитарных, естественных и точных наук и вненаучной сферы бытования. В такого рода «связках» дальнее поясняется ближним: умозрительное – физическим, узкоспециальное – общепринятым, комплексное – конкретным, неприметное – ярким. Точнее говоря, Новалис совершает акт экстраполяции, который сам он именовал «переводом». Большинство его аналогий сводятся к формуле: X (У) ~ A (B) или, другими словами, (далекое) X так же относится к (области) У, как (близкое) A относится к (области) B[15]. Многие его максимы построены по этому образцу: «повседневная жизнь – это богослужение» (T74), «брак – это политическая эпиграмма» (271), «остроумие – это духовное электричество» (ET8), «скульптура, музыка и поэзия соотносятся меж собой так же, как эпос, лирика и драма» (197), «у древних религия уже была в некотором смысле тем, чем ей суждено стать у нас – практической поэзией» (P55) и т. д. Во всех случаях, как видим, постулируется не сходство (т. е. частичное подобие) признаков, а полное тождество реляций: то, что в сфере сознания проявляется как остроумие, в физическом мире (природы) обнародует себя как электричество; революция в политической сфере, переведенная на язык физиологии, соответствует кризисной стадии полового созревания (B105); частая – в те времена – гибель

капитана с матросами при кораблекрушении на символическом уровне предстает как яркий триумф дружбы (T67). С идеологической точки зрения Новалис совершил подлинный прорыв: он замещает метафизическую картину мира, в которой связи устанавливались между заданными объектами, – функциональной, в которой связи формируют объект[16]: последний становится узлом, точкой пересечения разнообразных реляций[17]. В его мире все, в буквальном смысле слова, познается в сравнении, начиная с человека: «Лишь сравнив себя, как представителей человеческого рода, с другими разумными существами, мы узнали бы, что мы в действительности из себя представляем, какое занимаем место» (231).

(3) Как следствие, широта внутренней палитры и многообразие связей позволяют развитому духу с легкостью перестраиваться, изменять текущий модус, вступать в новые связи. По убеждению Новалиса, мы тем лучше знаем предмет, чем более разнообразными способами можем его изложить, выразить (267). Это – основополагающее – требование он предъявляет к любой сфере деятельности: актеру следует выходить из привычного амплуа, «усердно штудировать и с легкостью изображать также и глубоко чуждый, совершенно не интересный ему объект» (B25); подлинный оратор должен произвольно менять строй речи, разыгрывая все мыслимые роли, перевоплощаясь в самых различных персонажей (547). Предельно изменчивой (hoechst abwechselnd) Новалис мыслит романтическую прозу в целом: она предполагает «резкие скачки», чередование «диалога, речи, повествования, размышления, описания образов и т. д.») (576, 580) – коротко говоря, в идеале от писателя требуется владение всем арсеналом жанров и выразительных средств (265). Правила эти действуют и на социальном уровне. Чем более универсален круг интересов философа, чем разносторонней его личность, тем легче ему адаптироваться к окружающей его среде, «настроить себя соответственно ее укладу» (T50). По Новалису, совершенный характер отличает особая пластичность, контактность и совместимость даже с непривычной средой, со стороны он видится «проницаемым – понятным без слов – несказанно легким и естественным, насквозь знакомым (...) и эластичным» (T33). К слову, подобными же качествами обладают самые возвышенные идеи или книги – благодаря своему имманентному многообразию они могут встраиваться в любой контекст (T82). С этой точки зрения, нас не должны удивлять рассуждения Новалиса о «счастливом инстинкте посредственности» (T99) и его апо-

логия «обыкновенного человека, которого в наши дни третируют почем зря», с ее финальным риторическим вопросом: надо ли индивиду быть чем-то большим, нежели «человек из народа»? (B46)[18]. В самом деле, «упорная посредственность» заслуживает внимания хотя бы своей чуткостью к общему состоянию среды и умением согласовываться с ее переменами. Вероятно, отсюда же проистекал интерес Новалиса к непритязательной массовой литературе (D1, T21).

(4) Сравнительно со многими своими современниками, философами классической школы, Новалис ограничил роль умопостижения, интеллектуального освоения «реальности» в познавательном процессе[19]. Уже в «Цветочной пыльце» мы встречаем характерную, трудно переводимую на русский оппозицию: «...нам никогда не постичь себя до конца, но мы в силах и мы сумеем куда больше, нежели постигнуть себя» (B6). Скорее всего, речь идет о самоощущении[20], которое Новалис ставит выше голого «осознания» – это подтверждает его сенсуалистский лексикон («Selbstberuehrung», «Selbstdurchdringung», «Selbstbelebung») и вся концепция «магического идеализма». Новалис никогда не удовлетворялся «схоластическим, дискурсивным мышлением» (L13), для него важно было стимулировать оживляющую (*belebend*), продуктивную способность духа. Чтобы знание стало действенной силой, прежде всего требуется перевод всего умозрительного – в чувственное: необходимо претворить формулу в «реальность», «ощутить идею и закон» (300), «сделать мысль осязаемой» (P162). Стремление ощутить (и, следовательно, овеществить) умозрительный материал не только декларируется Новалисом, но и отображается в самом дискурсе. Его философская манера апеллирует к чувственности, как в широком, так и в узком смысле слова. Молодой интеллектуал, мечтавший о философии, началом которой послужил бы первый поцелуй (P74, P81), сознательно насыщает философские термины эротическими обертонами[21]: «возбуждение», «влечение», «проникновение», «удовлетворение», «объятие», «соприкосновение», «семя», «зачатие», «плод» (сходным образом окрашивал религиозные категории в своих «Речах» его друг и единомышленник Шлейермахер, тенденция эта заметна и в рассуждениях Вакенродера об искусстве и религии, и в натурфилософских трудах Ф.Шлегеля или Баадера).

Эротические коннотации – это лишь частный пример стратегии, направленной на овеществление предмета философии и фи-

лософского дискурса. Новалис употребляет научные (в первую очередь – естественнонаучные) категории так, чтобы задействовать в них, помимо основного значения, коннотации, оживив тем самым в слове «внутреннюю форму», сквозящий за стертым понятием прообраз[22]. Последний у Новалиса не опровергает, но, скорее, корректирует, дополняет понятийную формулу[23]. Если в классической философии (как в античности, так и в Новое время) образ традиционно декорировал мысль, служил, по известному выражению Лукреция, сладкой оболочкой для серьезных, «горьких» истин, то Новалис отказывается подчинять чувственно-наглядную «форму» рациональному «смыслу». Их равноправное взаимодействие становится отныне конструктивным принципом: образный шлейф обогащает идею новыми связями и тем самым корректирует «голую» мысль.

Как уже говорилось, знание обретает действенную силу, пройдя сквозь горнило чувственности. В терминах Новалиса оно делается «совершенным» – претворяется в «убеждение» или «веру» (689). Очевидно, что под убежденностью, из которой мы черпаем деятельную силу (P107), Новалис подразумевал никак не умозрительное согласие с тем или иным постулатом, – из-за этой терминологической подмены люди часто заблуждаются, думая, будто убеждены в чем-либо (P106). Напротив, подлинное «ощущение непосредственной уверенности» мы переживаем чувственно, как полнокровный образ, как результат любимой романтиками синэстезии: это «не (просто) зрительное, акустическое, тактильное восприятие, оно (убеждение. – *Б.М.*) сводит воедино все три чувства и превосходит их сумму» (B22). Именно такого рода убеждение, запечатленное в наглядном, самоочевидном, глубоко укоренившемся образе, «делает нас счастливыми» (689). По мысли Новалиса, преобразовывать мир нам позволяет не эрудиция и не «истинность» наших знаний, но их «субъективное качество» – глубина убеждения, степень веры: она претворяет «мысли в законы, воплощает желания» (B22), в ней – залог успеха всякой деятельности (T25), она же предопределяет воздействие научной теории (P107), наконец, сам Господь жив среди нас и силен одной лишь верой людской (B34).

Итак, «вера», т. е. полностью ассимилированное, чувственно воплощенное знание, сообщает философу «живительную силу». Новалис высоко ценил эту динамическую способность. «Оживлять все вокруг – таково предназначение жизни» (P165), фило-

софствовать – значит «оживлять» (vivificiren (L15), совершенный человек способен «наполнить всякую форму разнообразнейшей жизнью и привести ее в движение» (P161) – подобные формулы мы многократно встречаем в его заметках. Больше того, оживляющую энергию он делает едва ли не ключевой характеристикой Иисуса в «Духовных песнях»: в его трактовке, Спаситель повсюду «пробудил зародыши небесного», влил «новую кровь и жизнь в омертвелый прах», протянул нам «чашу юной жизни», разжег в душах людей «всеоживляющий огонь» и, наконец, возвестил на земле «праздник омоложения». Речь идет не просто об импульсе, приводящем в движение косный материал: у Новалиса «оживлением» именуется запуск регенеративных процессов. Уже первое печатное философское сочинение Гарденберга, «Цветочная пыльца», подписанное «родовым именем» Novalis (возделыватель целины), изобилует метафорами оплодотворения и зачатия[24]; в этих категориях он трактовал и литературное творчество: «сочинять значит зачинать» (P36). Конечно, имея за плечами немецкую цеховую традицию и философию Фихте, с ее активизмом (Tathandlung), Новалис высоко ценил «делание», производительный акт (Hervorbringen), прорывающий границы чисто спекулятивной философии. Для него «продуцировать» – это важная компонента образовательного цикла (295), а также необходимая предпосылка всякой спекулятивной критики: так, чтобы достоверно судить о поэзии, надобно самому иметь опыт стихотворства (P35). И все же приоритетной задачей философии он видит не изготовление единичного, конечного продукта, а стимуляцию автономных процессов воспроизводства[25], – по аналогии с творчеством художника, который «оживил в своих органах зародыш самостоятельно формирующейся жизни... и, в результате, ...может произвольно, без внешнего понуждения, изливать через них наружу идеи» (226).

Примеры оживляющей деятельности мы обнаруживаем в самых различных сферах – например, в интимной, когда первый поцелуй, первое признание в любви, подобно «прикосновению волшебной палочки», порождает целую череду трансформаций (такое воздействие Новалис, собственно, и называет «чудесным») (201), или в социальной, где «предметы светской беседы» оказываются «живительными средствами», поддерживающими ток «общественной жизни» (B44). Стоит заметить, что и в математике Новалиса, в первую очередь, восхищает не лаконизм формулировок и не определенность терминов, а возможность заложить бесконечный ряд,

прогрессию, запустить своего рода автономный Perpetuum Mobile[26]. Исследователи долгое время противопоставляли классическому идеалу завершенного единичного продукта некую смутную «незавершенность» романтических творений, однако, правильнее было бы говорить о свойстве, которое Фридрих Шлегель именовал «прогрессивностью», Новалис – «перфектибельностью», а современный менеджер назвал бы продуктивностью или перспективностью[27]. Разумеется, эти предпочтения отразились и в самом философском дискурсе. Новалис не стремится к лапидарности формулировок, к семантической однозначности и строгому различению терминов (вспомним его претензию к Лессингу, «слишком резко» различавшему предметы (P53)), он избегает развернутой аргументации, ибо «аналитическая разработка темы требуется лишь ленивым и неумелым» школярам – и предпочитает использовать такие вербальные средства, «сущность которых состоит в возбуждении определенной последовательности мыслей» (L3). Отсюда – вполне осознанное стремление подавать материал в эллиптических формах, с частыми лакунами[28] (например, «тайнами»): ведь «неведомое служит раздражителем для познавательных способностей» (278). Курс на анимацию проявляется в любви Новалиса к «загадкам» (K1) и «задачам», т. е. «вопросам, допускающим множественный ответ» (P66), – подобного рода «философемы» не дают адресату покоя, принуждают его искать решение[29] (P66); в этом же заключается ценность парадоксальных формулировок: парадоксы «непрестанно возбуждают нашу деятельность» (L9).

(5) Как воспитанник эпохи Просвещения и знаток классической философии, Новалис непременным условием «счастья» полагает сознательный самоконтроль. Даже в высшей точке экстаза, в вихре трансформаций, необходимо, по его словам, сохранять ясность сознания (*Besonnenheit, Sichselbstfindung*), не впадать окончательно в забытье, пусть это и потребует «немалых трудов» (B22). Знаменательно, что романтик Новалис одобрял советы, выдержанные в манере пятидесятилетнего Гёте: в «Офтердингене» он устами Клингзора ратует за «присутствие духа» у поэтов и заявляет, что «безрассудный восторг бесполезен и опасен, и поэт мало сотворит чудес, коли сам он дивится чудесному»[30]. Как примирить эту трезвость с романтическим культом непреднамеренного, самопроизвольного, органического бытия, отчетливо выраженным, например, в «Гимнах к ночи», «Духовных песнях» и «Монологе»?

Как известно, романтики не считали разум творящим, продуктивным началом; даже Клингзор признает, что в поэтическом произведении «хаос (т. е. продуктивная стихия. – *Б.М.*) должен просвечивать сквозь покровы» упорядоченных форм; сходным образом, в «Гимнах к ночи» день лишь оформлял и распределял то, что родилось в дремотном забытьи. Бодрствующему сознанию Новалис отводит, прежде всего, регулятивную, структурирующую роль[31]: дух (*Geist* – так у Новалиса обозначается, как правило, сознательная, контролируемая грань психики, в противоположность эмоциональной сфере – *Seele*, *Gemuet*[32]*)* связывает друг с другом частицы «внешнего мира», которым изначально присущ центробежный заряд (242), он же отвечает за координацию и специализацию органов человеческого тела (243). В одной из программных деклараций «магического идеализма» Новалис перечисляет основные регулятивные возможности бодрствующего сознания: придавать форму, эксплицировать (например, в слове, действии, жесте), приводить в движение и приостанавливать, сцеплять и разъединять (247).

Без «духа», дифференцирующего материю и координирующего части целого, человек и мир оставались бы рыхлыми и аморфными. Сколь бы ни манила Гарденберга природная, всецело органическая жизнь с ее дорефлексивной нерасчлененностью, он ни в своих философских «фрагментах», ни в «Офтердингене», ни в «Учениках» не призывал вернуться в ее лоно ценой регрессии, а именно – поступившись сознательным саморегулированием[33]. В этом отношении он отличается от сентименталистов (включая и штюрмеров), которые поэтизировали «наивность» и, по крайней мере, декларативно готовы были довериться «природе» и забыть о «предрассудках» цивилизации. Здесь же пролегает граница между романтической «философией жизни» и восточными мистическими учениями, живо интересовавшими Новалиса, Вакенродера, Фридриха Шлегеля, а впоследствии – Шопенгауэра и Ницше: по Новалису, «все непроизвольное надо обратить в произвольное» (273), иначе говоря, основной его посыл заключается в том, что сознание должно восстановить полный контроль над телом, а через него – над окружающим миром. Даже в своих панегириках эластичному духу, адаптирующемуся к любой окружающей среде, Новалис рассуждает на западный манер: «Мне достаточно будет пассивного намерения отдаваться, позволять другим лакомиться мною... овладеть (обществом), возбуждать его разнообразными

способами и обходиться с ним согласно намеченному плану» (T50). Его, как и Клейста, не удовлетворило бы пассивное, самозабвенное растворение в природе, полагаемое как самоцель: путь к новому Золотому веку ведет не через редукцию, не через возврат к состоянию «невинности» (в «Театре марионеток» его олицетворяли ребенок, марионетка и зверь), а, напротив, через рост самосознания, через усложнение личностной структуры, которая должна стать более связной, не утратив уже достигнутой дифференциации. Так, рассеянные частицы древнего хаоса со временем воссоединятся, «однако этот союз будет свободным объединением самостоятельных, самочинно действующих единиц. Из массы возникло общество, хаос был преобразован в разноликий мир» (B95). В противном случае мы вернулись бы к примитивной «монотонии», которая одновременно с расщеплением упраздняет и самого субъекта. По сути своей трехчастные схемы, господствующие в немецкой романтической философии – у Баадера, Шеллинга, Фридриха Шлегеля, Новалиса, Гёрреса, Зольгера, – предполагали, что раскол, который неминуемо порождает рефлексия, может быть преодолен только новым актом сознания, призванным нейтрализовать оппозицию на более высоком уровне[34]. Важно помнить, что в романтической системе координат трезвое сознание (Geist) не только очерчивает границы, но и пересматривает их по мере обновления связей между элементами.

(6) Магистральная функция сознания – сцеплять и разъединять элементы – играет значимую роль в процессах саморегуляции, которые Новалис трактовал в терминах популярной на рубеже веков теории Джона Брауна. В ней мерой здоровья, как известно, выступало соотношение между внешним воздействием (Reiz) и воспринимающей способностью органов (Reizbarkeit): болезнь понималась как дисбаланс – избыток или недостаток возбуждения. Если говорить более точно, Новалис, как и Шеллинг, опирался на германскую версию «браунианства», дополненную Рёшлаубом[35] и Эшенмайером. Немецкие физиологи интериоризировали учение Брауна в романтическом ключе: они придавали значение не только внешним, но и внутренним импульсам, таким как мысль, воление, образ. Следуя этой традиции, Новалис разделял прямые (direct), т. е. внутренние, и косвенные (indirect), т.е. внешние воздействия (P171). Поскольку «совершенное здоровье» существует лишь в теории (637), на деле чувствительность организма к раздражающему фактору, как правило, оказывается либо

недостаточной, либо чрезмерной, склоняясь, таким образом, либо к астении, либо к стении. В первом случае из-за слабой раздражимости снижается приток энергии, что ведет к анемии и, в дальнейшем, к параличу (220). Напротив, организм стенического типа слишком бурно откликается на воздействия, он аккумулирует большую массу энергии, которая не находит выхода, что чревато воспалением, взрывом (Entzuendung).

Новаторство Брауна заключалось в том, что рецепты его рассчитаны были, в первую очередь, на астеников, ибо, как отмечал и Новалис, в наши дни господствует «нежная» астеническая конституция (T46). В переводе с медицинского на философский язык это значило, что все современные болезни проистекают от слабости – наших душевных сил или способностей. Здесь симптоматична, на мой взгляд, сама тенденция трактовать *любое* расстройство как результат недоразвитости или недостачи (в этой связи Новалис ссылался даже на буквальный смысл вопроса о самочувствии Was fehlt dir? – Чего тебе недостает?). По мысли Новалиса, в основе всякой аномалии, болезни (и шире – всякого зла) лежит не «порок», а всего лишь пробел, дефицит. К примеру, «чересчур острая нетерпимость к несовершенству свидетельствует о слабости» (305), ожесточенная полемика в научном труде выдает неуверенность автора в собственных взглядах (L5), «(чрезмерно) возбудимый рассудок выказывает (свою) слабость, субтильность» (T42), «чем слабее элемент, тем более он предрасположен к беспорядкам и воспалительным процессам» (PA49). Заметим, что во всех названных случаях Новалис подчеркивает взаимозависимость стении и астении, точнее говоря, он напоминает нам, что даже стенические припадки являются оборотной стороной слабости, неразработанности отдельных органов[35] (весьма характерно, что он уподобляет «султанов» рабам, т. е. «вконец ослабленным, выжатым людям», видя и в тех, и в других образец «крайне слабой конституции» (PA50)).

Уточненный диагноз заставляет философа пересмотреть привычные методы лечения. Новалис скептически отзывается о «системе ослабления и подавления жизни», которая господствовала в современной ему медицине (T41). Он осуждает репрессивные стратегии саморегулирования, например подавление внешней (стоики, дикари) и внутренней восприимчивости (светские интеллектуалы), или обеих разом (монахи, факиры, отшельники, самоистязатели), отрешение от чувственного мира в пользу знаковых

систем (книжники) или, напротив, презрение ко всему умозрительному с позиций чувственного опыта (грубые эмпирики) – все это, по Новалису, проявления «вялого» и неразвитого («варварского», «холопского») духа (P117). Грубые, примитивные натуры разрешают диссонанс регрессивным возвратом к единообразию, к монотонии, которая не имеет с гармонизацией ничего общего (P111). Последователи Брауна, – и, в частности, Новалис, – движутся в противоположном направлении: они ищут способы «укрепить» ослабленный организм (T41), (T103), не подрывая при этом ни энергетическую мощь (Capazitaet), ни восприимчивость индивида. Идеальным Новалису видится душевный склад, сочетающий в себе «наивысшую возбудимость и наивысшую энергию» (235).

Какие механизмы поддержания баланса может противопоставить «брауновская укрепляющая система» репрессивным методам «ортодоксальных моралистов и аскетов» (T41)? Не углубляясь в физиологию, я хотел бы выделить две взаимосвязанные операции, которым в заметках Новалиса придается особый вес. Каждый из нас, – полагает философ, – способен «произвольно регулировать возбудимость» (235, тж. 233). Это наблюдение в равной мере относится и к внешним, и ко внутренним воздействиям, т. е. к собственно «возбудимости» (Reizbarkeit) и к тому, что следовало бы назвать (само)внушением (Incitacion). Самым наглядным примером здесь будет концентрация внимания на внешнем раздражителе, кратно усиливающая его напор (235). И наоборот, ослабить чрезмерно сильный внешний импульс можно путем рассеяния, т. е. беглого или растянутого во времени восприятия (233). Как уже упоминалось, логику эту Новалис применяет и ко внутренним воздействиям: так, направив мысли на возбуждающие тот или иной регистр образы, мы повышаем восприимчивость соответствующих органов (T103). Ровно противоположную задачу выполняет абстрагирование (235, P143).

Трудно не заметить, что Новалис в своих рекомендациях обходится без «категорического императива», любимого «аскетами и моралистами», – в его релятивистской системе рецепт целиком зависит от сиюминутного диагноза, его методы чутко откликаются на перемену состояния. К примеру, воспоминания, экскурсы в прошлое будут полезны при избытке энергии, и напротив, прожекты, представления о грядущем, помогут взбодрить тех, кто страдает анемией (P58). В «большом свете» шутка, полезная сама по себе как укрепляющее средство при любовной горячке, нередко усугубляет

внутренний дисбаланс, ибо в этой среде «стоит меньше опасаться размягчения, нежели отвердения» (P154). О самом себе, человеке нежного, астенического склада, Новалис пишет: «Рассеяние мне противопоказано, ибо оно лишает меня сил. – Польза от него есть при стенических состояниях. – Его можно с толком использовать при лечении от ригоризма и страсти» (T93). Скептически относясь к силовому подавлению воспалительных процессов, Новалис предпочитает при стении, также как и при астении, развивать и укреплять естественные, заложенные природой противовесы. Поэтому его рекомендации в основе своей диалектичны. Приведу в заключение два характерных примера: «Умерьте чересчур буйное излияние силы в минуты радости – раздумьем, подстегните вялый прогресс – регулярной деятельностью» (D3); «чем более спокойным хочет быть дух – и чем более деятельным – тем сильнее должен он стараться единовременно занять тело всякими мелкими делами» (241). И абстрагирование, и «мелкие дела», будь то разглядывание красивых картин, еда, массаж, прогулки (241), строго говоря, относятся к категории рассеивающих, слабительных средств. Вместе с тем, замедляя одни процессы, они активизируют другие, поэтому в обоих названных случаях Новалис отказывается считать эти меры только «разрежающими» (D3) и даже именует их «возбуждающими средствами» (241). Он вовсе не отвергал отдельных методов традиционной медицины, практиковавшихся на рубеже веков – лечения теплом и холодом, ядами и тем более наркотиками, кровопусканиями, но целебной полагал прежде всего их мобилизующую, а не угнетающую функцию. Отсюда – характерный вывод: «У многих слабительных средств укрепляющий или возбуждающий эффект, как мне кажется, значительно превосходит их ослабляющее воздействие» (317). Иными словами, чтобы исцелиться от болезни, т. е. устранить дисбаланс, по мысли Новалиса, необходимо укрепить органы и способности, слабость которых, собственно, и позволила развиться диспропорции.

В одной из своих поздних заметок Новалис определил философию – «недосягаемую», «образцовую» (kat exoxin) науку – как «идеальный ... метод наблюдать, систематизировать внутренний мир» (694). Его собственное философское наследие привлекает и одновременно обескураживает исследователей не столько пресловутой «незавершенностью», сколько отсутствием в изложении прозрачной системы. Правильнее будет сказать, что Новалис оставляет читателю или критику как продолжателю авторского

дела («der erweiterte Autor») не одну, а множество возможностей структурировать свое учение – в содержательном плане зрелое, целостное, последовательное. Внося свою лепту в широкий поток исследований, призванных систематизировать взгляды Новалиса, я, в свою очередь, надеюсь, что эти результаты послужат материалом для построения более обобщенной картины.

Примечания

[1] «Фрагменты» Новалиса в переводе А.Л. Вольского (Вольский 2014). Ранее – Г.Н. Петниковым (1914/1995), Т.И. Сильман (1934), коллективом авторов под ред. А.С. Дмитриева (1980), Н.Ф. Болдыревым (1998) – переводились лишь отдельные, не систематизированные и немногочисленные «фрагменты»; в последнее время вышли высококачественные переводы отдельных нехудожественных сочинений Новалиса – трактата «Христианский мир или Европа» (И.Н. Лагутина, 1994) и сборника «Король и королева» (А.В. Михайлов, 2006).

[2] *Novalis. Notes for a Romantic Encyclopaedia: Das Allgemeine Broullion*. Translated, edited, and with an introduction by David W.Wood. (2007). Albany: State University of New York Press.

[3] В трудах наиболее известных советских германистов – Н.Я. Берковского (1973), С.В.Тураева (1983, 1989), А.С. Дмитриева (1975, 1991), А.В. Карельского (1990/2007), А.Б. Ботниковой (2005) – основное внимание традиционно уделялось «Офтердингену» и «Гимнам к ночи», иногда в общих чертах рассматривались историко-политические воззрения Новалиса (на примере «Христианства» и «Короля и королевы»), и практически без освещения оставались антропология и натурфилософия Новалиса, а также его методические установки. Круг фундаментальных русскоязычных работ, посвященных философским сочинениям Новалиса, ограничивается исследованиями О.Б. Вайнштейн (1994) и В.И. Грешных (1991, 2001) (главным образом, они анализируют стилистику и риторику «фрагментов»), а также солидной обзорной статьей А.Л. Вольского (2014).

[4] Постольку, поскольку сам Новалис разделяет философию и поэзию, – в данной работе не рассматриваются принципы «магического идеализма». Традиционно под этим термином подразумевают способы *поэтического пересоздания (внешнего) мира* (см. напр. трактовку Вальтера Янке (Janke, 1993: 141, 320), а также Барбели Ваннинг (Schrader (Hrsg.), 1997: 162–163). Концентрированной программой «магического идеализма» принято считать знаменитый фрагмент о «романтизации» («Мир надобно романтизировать...Придавая заурядному высший смысл, обыденному – таинственный ореол...» (P105), который не случайно помещают среди «поэтицизмов». Не пытаясь объять необъятное, я ограничил содержание статьи ее заявленной темой – непосредственными целями и методами *философствования,* призванного, по Новалису, «систематизировать внутренний мир» (694), и не затрагиваю вопросы *поэтики*, которые образуют ядро «магического идеализма».

[5] Как полагает Делия Нассар, Новалис считал поиски безусловных первопричин ошибочной задачей (Nassar, 2014: 72).

[6] В этом отношении немецкие романтики, включая Новалиса, следуют за Шиллером, который одним из первых противопоставил античное («наивное») мышление, растворяющее дух в плоти, последовательно индуктивное – христианскому («сентиментальному»), где мысль отрывается от эмпирической основы и преобла-

дают дедуктивные построения. Август Шлегель в своих лекциях и Фридрих Шлегель также подчеркивают, что в Греции работа сознания «непосредственно примыка(ла) к ближайшим, самым жизненным элементам чувственного мира и образ(овывалась) в соответствии с ними» (Шлегель, 1983: 387), и характерно, что сократовские диалоги для Фридриха являются оплотом «жизненной мудрости», отвергающей «школьную мудрость» (Там же, с. 281). Новалис разделял эти взгляды, ему импонировала укорененность греческой мысли – философской, религиозной, поэтической – в бытовой, эмпирической сфере (579, P55), «инстинктивность» греческого «возвышенного идеализма» (673). Подобный синтез теоретического мышления и житейской практики он ассоциировал и с условным, идеализированным Востоком, как мы видим в «Учениках в Саисе» и «Офтердингене».

[7] В общем правиле указывается «сборник» и порядковый номер «фрагмента» согласно общепринятой рубрикации: B – Цветочная пыльца, K – Король и королева, PA – Политические афоризмы, P – Поэзия и Поэтицизмы, L – Логологические фрагменты, T – Теплицкие фрагменты, ET – дополнения к Теплицким фрагментам, A – Анекдоты, M – Монолог, D (1–5) – Диалоги. В остальных случаях (когда не сложилось единого мнения о рубрикации «фрагмента») указывается его порядковый номер по изданию (Novalis 1975).

[8] Об искаженной, мифологизированной рецепции Новалиса подробно пишут, в частности, Герберт Урлингс (Uerlings, 1991: 150–151) и Ганс-Иоахим Мэль (Wiese B.v. (Hrsg.), 1983: 226–227).

[9] Подробнее о преодолении псевдо-романтического мифа о Новалисе см. (Bomski, 2014: 1–10).

[10] По выражению Г.-И. Мэля, даже в самом знаменитом фрагменте Новалиса («Die Welt muss romantisiert werden...») «речь идет не о романтическом чувстве, но об «операциях»... которые могут быть выражены в математических категориях» (Wiese B.v. (Hrsg.), 1983: 234).

[11] Андреас Кубик полагает, что в творческой сфере характерный для Новалиса упор на методику, на пошаговое изготовление произведения искусства, ведет к «релятивации гениального, своевольного автора» (Kubik, 2006: 395), которого – добавлю от себя – поэтизировали «штюрмеры».

[12] Поэтому, как замечает Г.Урлингс, Новалис добивался единства своей «энциклопедистики» не на уровне содержания, но на уровне метода, способа конструирования (Uerlings (Hrsg.), 1997: 8–9).

[13] Вопрос о степени влияния Фихте на Новалиса уже более полувека является предметом бурной дискуссии в немецкой критике. По большому счету, на этом примере решается проблема более общего порядка – можно ли считать немецкую романтическую философию продолжением или вариацией немецкого классического идеализма. Спектр мнений очень широк: в качестве крайних флангов назову точку зрения Бернвальда Лохайде, считающего Новалиса подлинным учеником Фихте, и Герберта Урлингса, заявляющего: «Сегодня никто не возьмется всерьез утверждать, что Гарденберг был фихтеанцем» (Uerlings, 1991: 136). Детальный исторический обзор противоположных позиций дает в своей монографии Лохайде (Loheide, 2000: 154–180). Мне ближе точка зрения, ограничивающая влияние Фихте на Новалиса общей установкой на союз чистого умозрения с «волей» («практическим разумом») и на эмансипацию сознания, а также диалектическим методом мышления, который у Фихте «состоит в последовательном процессе опосредования противоположностей» (Гайденко, 1990: 32). Хотя Новалис именует Фихте «президентом философской директории» (L25) и признает его предтечей «магического идеализма» (T56), прямые ссылки на Фихте в его зрелых «фрагментах» почти всегда либо относятся к «воле» как двигателю познания, либо касаются методологии («О способе изложения Фихте» (A228), Фихте – «изобретатель

совершенно нового способа мыслить» (LF11), «Нельзя ли обучиться фихтеанской философии? Наукоучение = системный подход» (P91). При этом у них существенно различается отношение к чувственности/телесности/ «природе». Фихте можно считать в каком-то смысле наследником гностической традиции, для него «природа, чувственный мир в целом, в том числе и телесное, чувственное начало в человеке лишено всякого самостоятельного значения» (Гайденко, 1990: 98). Физическая природа является лишь необходимой преградой, сопротивление которой формирует и укрепляет «дух» (там же, 46), отсюда – характерное для Фихте «стремление к аскетическому преодолению в себе чувственно-телесного начала» (там же, 90), этот же негативизм Фихте в отношении физической природы противопоставляет трактовке природы у Новалиса Барбели Ваннинг (Schrader (Hrsg.), 1997: 162). Для Новалиса человеческое тело – это «храм», чувственность – важнейший инструмент личностного развития. Признавая, что Фихте учит нас управлять мышлением, он всякий раз добавляет, что так же необходима и регуляция тела, прежде всего – органов чувств («подчинить себе органы ощущений так же, как и мыслительный орган» (249), «подчинить себе тело так же, как и душу» (256), Фихте проповедовал «действенное использование органа мышления. Открыл ли он законы действенного использования органов как таковых»? (247). По выражению И.Н.Лагутиной, считающей Новалиса фихтеанцем, он переносит ментальные принципы Фихте «в сферу чувств», реализуя фихтеанский принцип свободы «не только в сознании – «мире мысли», но и всей сущностью человека как такового» (Вишневская (ред.) 2002, с. 239–240). Еще более важно, что Новалис, в отличие от Фихте, не склонен был абсолютизировать «свободу» (волевую активность) человека: он ограничивает возможности сознания модификацией *уже существующей* материи (вместо фихтеанского сотворения мира «из себя») (см. напр. (Loheide 2000: 164). Физическая природа для него – не «продукт», а *аналог* сознания («мы и мир – интегральные половинки целого» (P115), «человек – это источник аналогий для мироздания» (T82)). В критике это принято называть концепцией «взаимного уподобления», «взаимоотражения» (Wechselrepraesentation). Новалис не «преодолевает» физические барьеры, чтобы сотворить «новый мир», но стремится согласовать «Я» и «Ты», сознательное и природное через *коммуникацию*, которая предполагает также и приспособление, встраивание, «добровольную пассивность», незнакомую Фихте (P150). Последний едва ли уподобил бы человека «цветочной почке» на «древе природы» (299). Установка на диалог, на согласование двух *равно активных* сторон через коммуникацию проявляется, в частности, в эротизации философского дискурса у романтиков (Баадера, Ф. Шлегеля, Шлейермахера, Гёрреса) – ведь любовь, по Новалису, это «продукт двустороннего раздражения» (Wechselreizung) (P130); эта черта также не свойственна немецкому классическому идеализму (Кант, Фихте, Гегель).

[14] У Новалиса, – пишет в этой связи О.Б.Вайнштейн, – «идея тотального родства и гармонии духовных и физических элементов универсума ... получает сугубо романтические обертоны: теряется принцип иерархии, столь существенный для средневековья, высшее уравнивается в правах с низшим – вместо пирамиды возникает круговорот». (Вайнштейн, 1994: 49).

[15] Мне кажется убедительным предположение Джона Нойбауэра о том, что принцип аналогий в «Черновике» берет начало не из органической сферы, а из математической комбинаторики (Uerlings (Hrsg.), 1997: 55).

[16] Отсюда, полагает Г.Урлингс, проистекал интерес Новалиса к математике: в ней предметы имеют функциональный характер, первичны отношения (а не объекты), именно они генерируют единицы (Uerlings (Hrsg.), 1997: 6–7), в конечном итоге Новалис «упраздняет онтологическую категорию субстанции» (Uerlings,

1991: 182). К тем же выводам приходит Ульрих Штадлер: Новалис заменил субстанциальную классификацию – функциональной (Uerlings (Hrsg.), 1997: 103).

[17] В этом видят заслугу и новаторство Новалиса многие его исследователи. «В органической системе Новалиса каждое живое существо определяется лишь через взаимосвязи со всеми остальными живыми существами (Beiser, 2002: 428), констатирует Фредерик Бейсер, – здесь «идентичность каждого предмета... зависит от всех прочих» (Beiser, 2002: 433). По мнению Вальтера Йешке и Андреаса Арндта, Новалис уже в «фихтеанский период» убедился, что «знание или сознание (а следовательно, и самосознание) непременно опираются на реляции, иначе говоря, они по необходимости соотносятся с чем-то иным» (Jaeschke/Arndt, 2012: 196) О взаимозависимости части и целого в философской системе Новалиса, при котором каждая сторона обретает содержание и конкретизируется благодаря взаимодействию и сопоставлению с другой, пишет Делия Нассар (Nassar, 2014: 74).

[18] Декларации у Новалиса и в этом, и в других случаях не расходились с житейской «практикой». По свидетельству Тика, «скуки он не ведал даже в самом заурядном обществе, среди посредственностей, потому что он, разумеется, находил какого-нибудь человека, который сообщал ему новые сведения... его виртуозность в обхождении с людьми так велика, что посредственности и не догадываются, насколько он их превосходит» (Шульц, 1998: 196) Позволю себе скорректировать эту оценку: обыкновенные люди интересовали Новалиса не только как источники новых сведений, и его «виртуозность» объяснялась не только вежливостью, но и живым интересом (отсюда – поэтизация горняков, купцов, воинов в «Офтердингене»).

[19] Этим Новалис отличается от Спинозы, Лейбница и Канта, которым он был многим обязан, а также от своего младшего современника Гегеля и от своего университетского наставника Фихте. Кристиан Ибер пишет в этой связи, что романтическая философия (Новалиса), в отличие от идеалистических систем (Фихте) «отказывается от претензии достичь абсолюта посредством мышления». (Schrader (Hrsg.), 1997: 112).

[20] Так трактует это высказывание Г.Урлингс (Uerlings (Hrsg.), 2004: 26, 33).

[21] «Термины «внимание», «возбуждение», «прикосновение», «проникновение»... обращены к жизни, антропологичны, их очень легко перевести с уровня абстракции на уровень жизненного опыта, – пишет О.Б. Вайнштейн. – Эта черта программная, отличающая романтическую философию от современных ей систем. Легко заметить, например, что перечисленные понятия эротичны и составляют своего рода азбуку любви и в телесном, и в духовном смысле, что совершенно естественно для Новалиса» (Вайнштейн, 1994: 34). Об эротизации философского лексикона у Новалиса см. также (Вольский 2014: 21–22).

[22] Перенос акцента на тропику, побуждавший Новалиса отказываться от строгих терминов, отмечает, в частности, Герхард Нойман (Neumann, 1976: 396). О метафоризации его слога подробно пишет О.Б. Вайнштейн: «Новалис расшатывает застывшие выражения, заставляет их вспомнить через родство свои истоки, родословную. Создается возбужденная языковая ткань, в которой сама собой актуализируется внутренняя форма слов. (Вайнштейн, 1994: 19) По мысли Новалиса, «язык философии должен, как и поэзия, оживлять этимологические смыслы и метафоры, скрытые в слове... (для него) образность и символичность философского стиля – не украшение, а иронический путь к истине» (Там же: 32).

[23] Рахель Филлингер говорит в этой связи об «ассоциативном сгущении», которое – в совокупности с ритмическими и мелодическими акцентами - отменяет однозначность логических связей (Villinger, 2012: 561, 567–568).

[24] Подробнее о роли категорий воспроизводства и размножения в заметках Новалиса см. (Holland, 2009: 66 ff.).

[25] По выражению Д. Нассар, «художник/ученый должен быть таким же креативным и продуктивным как природа, чтобы понять продуктивность природы». (Nassar, 2014: 72).

[26] Ряд исследователей, в частности, Джойс Уолкер (Walker, 1993), Деннис Махони (Mahoney, 1997) и Франциска Бомски полагают, что математические (бесконечные) ряды послужили образцом и для художественной комбинаторики Новалиса, а именно – для дифференциации персонажей в «Офтердингене» (Bomski, 2014: 22, 25).

[27] Г.Нойман сформулировал эту оппозицию следующим образом: Новалис «ставит то, что опосредует и приводит в движение, на место завершенного, покоящегося в себе классического произведения искусства» (Neumann, 1976: 328). О.Б. Вайнштейн также противопоставляет «готовности» классического афоризма – перспективность романтического фрагмента: «В нем привлекает не сосредоточенная завершенность красоты, а интенсивность духовного напора» (Вайнштейн, 1994: 35): «в то время как афоризм ориентирован на ретроспективное обобщение, фрагмент призван катализировать духовные реакции» (Там же: 43). Самую лаконичную формулировку предлагает, применительно к стилю Новалиса, Г. Урлингс: «Прогрессия – да, завершенность – нет» (Uerlings, 1991: 623).

[28] Рахель Филлингер выявляет у Новалиса несколько характерных эллиптических приемов: собственно, эллиптическое сокращение (пропуск), тире, резкий переход от одного понятия к другому («скачок») (Villinger, 2012: 562) Г. Урлингс также отмечал, что Новалис, устанавливая аналогии, как правило, опускает общее звено или же обосновывает связь не-верифицируемой гипотезой (Uerlings (Hrsg.), 1997: 12–13).

[29] О том, что отказ от аналитической разработки темы, преднамеренный пропуск звеньев, мистификация и предпочтение тезисам – задач/загадок призваны стимулировать мышление читателя или собеседника, обстоятельно пишут Г.-И. Мэль (Wiese B.v., 1983: 245–246) и Г. Урлингс (Uerlings, 1991: 222).

[30] По наблюдению Г.-И. Мэля, ясность сознания (Besonnenheit) – это постоянный корректив к бесконечно возбудимой фантазии и один из любимых терминов Новалиса (Wiese B.v. (Hrsg.), 1983: 227).

[31] Такого мнения придерживается, в частности, Фредерик Бэйсер: материя у Новалиса являет собой порождающее, продуктивное начало, сознание – организующая и развивающая сила (Beiser, 2002: 428).

[32] Барбара Зенкель в данном случае различала рефлексирующую или «теоретическую» сторону души (Geist) и ее ощущающую, практическую половину (Seele), с оговоркой, что Новалис не всегда придерживается строгого разделения этих аспектов (Senckel, 1983: 79, 82).

[33] Поэтому, как совершенно справедливо отмечает Г. Урлингс, идеал Новалиса – это дрёма, сон наяву, а не беспробудный сон (Uerlings (Hrsg.), 2004: 43). Впрочем, надо признать, что отношение Новалиса к бессознательному состоянию было неоднозначным: спорадически – в «Гимнах к ночи», «Духовных песнях» и «Христианстве» (то есть в сочинениях религиозного характера, но не в натурфилософских штудиях и не в художественной прозе!) – он выказывал готовность раствориться в природе. Советские германисты, например, Н.Я. Берковский (1973) и А.В. Карельский (2007) объясняли эти регрессивные тенденции усталостью или эмоциональным срывом и сетовали, что Новалис в названных произведениях отступает от собственных принципов.

[34] Говоря словами Фридмара Апеля, «потери, учиненные рассудком, могут быть возмещены лишь при помощи рассудка» (Uerlings (Hrsg.), 2004: 148): для достижения более высокого единства требуется новое расщепление (ebenda: 147).

[35] Романтиков (например, Шеллинга) не устраивало механистическое представление Брауна о пассивности человека, который откликается на внешние импульсы. Рёшлауб наделил человека внутренней активностью: для него внешние раздражения служат скорее стимулятором, чем двигателем. Кроме того, Рёшлауб сместил акцент с «избыточности» или «недостаточности» внешних импульсов на соотношение последних с воспринимающей способностью, т.е. на диспропорцию между активными и воспринимающими компонентами. Подробнее см. (Tsouyopoulos, 1988: 67).

Библиография

Вайнштейн О.Б. Язык романтической мысли: О философском стиле Новалиса и Фридриха Шлегеля. М.: РГГУ, 1994.

Вишневская Н.А. и др. (ред.) Темница и свобода в художественном мире романтизма. М.: ИМЛИ РАН, 2002.

Вольский А.Л. «Фрагменты» Новалиса: поэтическое познание универсума // Новалис (Харденберг) Ф. Фрагменты / пер. с нем. *А.Л. Вольского*. СПб: Владимир Даль, 2014. С. 5–52.

Гайденко П.П. Парадоксы свободы в учении Фихте. М.: Наука, 1990.

Шлегель Ф. Эстетика. Философия. Критика: в 2 т. Т. 1. М.: Искусство, 1983.

Шульц, Г. Новалис, сам свидетельствующий о себе и своей жизни. Пер. с нем. М. Бента. Челябинск: Урал LTD, 1998.

Beiser F.C. (2002) *German idealism: the struggle against subjectivism, 1781–1801.* Cambridge, Massachusetts, London, England: Harvard University Press.

Bomski F. (2014) *Die Mathematik im Denken und Dichten von Novalis. Zum Verhaeltnis von Literatur und Wissen um 1800.* Berlin: De Gruyter.

Hamburger K. (1966) *Philosophie der Dichter: Novalis, Schiller, Rielke*. Stuttgart: W. Kohlhammer.

Holland J. (2009) *German romanticism and science: the procreative poetics of Goethe, Novalis and Ritter.* N.Y.: Routledge, 2009.

Jaeschke W. Arndt A. (2012) *Die Klassische Deutsche Philosophie nach Kant. Systeme der reinen Vernunft und ihre Kritik 1785–1845.* Muenchen: C.H. Beck.

Janke W. (1993) *Vom Bilde des Absoluten. Grundzuege der Phaenomenologie Fichtes.* Berlin; New York: Walter de Gruyter.

Kubik A. (2006) *Die Symboltheorie bei Novalis: eine ideengeschichtliche Studie in aesthetischer und theologischer Sicht*. Tuebingen: Mohr Siebeck.

Loheide B. (2000) *Fichte und Novalis: transzendentalphilosophisches Denken im romantisierenden Diskurs.* Amsterdam – Atlanta: Rodopi.

Nassar D. (2014) *The romantic absolute: being and knowing in early German romantic philosophy, 1795–1804.* Chicago and London. The University of Chicago Press.

Neumann G. (1976) *Ideenparadiese: Untersuchungen zur Aphoristik von Lichenberg, Novalis, Friedrich Schlegel und Goethe*. Muenchen: Fink.

Novalis (1975) *Dichtungen und Prosa*. Leipzig: Reclam.

Schrader W.H. (Hrsg.) (1997) *Fichte und die Romantik: Hoelderlin, Schelling, Hegel und die spaete Wissenschaftslehre*. Amsterdam u.a.: Rodopi.

Senckel B. (1983) *Individualität* und Totalität: Aspekte zu einer Anthropologie des Novalis. Tuebingen: Niemeyer.

Tsouyopoulos N. (1988) The influence of John Brown's ideas in Germany. In W. F. Bynum, R. Porter (eds.). *Brunonianism, Medical History Volume 32, January:* 63–74.

Uerlings H. (1991) *Friedrich von Hardenberg, genannt Novalis. Werk und Forschung.* Stuttgart: Metzler.

Uerlings H. (Hrsg.) (1997) *Novalis und die Wissenschaten*. Tuebingen: Niemeyer.

Uerlings H. (Hrsg.) (2004) *Novalis. Poesie und Poetik*. Tuebingen: Niemeyer.

Villinger R. (2012) Gedankenstriche. Theorie und Poesie bei Novalis. *Deutsche Vierteljahrsschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte* 86(4): 547–577.

Wiese B.v. (Hrsg.). (1983) *Deutsche Dichter der Romantik: Ihr Leben und Werk*. Berlin: E.Schmidt.

References

Beiser F.C. (2002) *German idealism: the struggle against subjectivism, 1781–1801.* Cambridge, Massachusetts, London, England: Harvard University Press.

Bomski F. (2014) *Die Mathematik im Denken und Dichten von Novalis. Zum Verhaeltnis von Literatur und Wissen um 1800.* [Mathematics in Novalis's Thinking and Poetry. On the Connection between Literature and Knowledge around 1800]. Berlin: De Gruyter.

Gaydenko P.P. (1990) *Paradoksy svobody v uchenii Fikhte*. [Paradoxes of Freedom in Fichte's Doctrine] Moscow: Nauka Publ.

Hamburger K. (1966) *Philosophie der Dichter: Novalis, Schiller, Rielke*. [Poets' Philosophy: Novalis, Sciller, Rilke] Stuttgart: W. Kohlhammer.

Holland J. (2009) *German Romanticism and Science: the Procreative Poetics of Goethe, Novalis and Ritter.* N.Y.: Routledge.

Jaeschke W. Arndt A. (2012) *Die Klassische Deutsche Philosophie nach Kant. Systeme der reinen Vernunft und ihre Kritik 1785–1845.* [Classical German Philosophy in the time after Kant. Systems of Pure Reason and Their Critique of 1785–1845] Muenchen: C.H. Beck.

Janke W. (1993) *Vom Bilde des Absoluten. Grundzuege der Phaenomenologie Fichtes.* [On the Image of the Absolute. Fichte's Principles of Phenomenology]. Berlin; New York: Walter de Gruyter.

Kubik A. (2006) *Die Symboltheorie bei Novalis: eine ideengeschichtliche Studie in aesthetischer und theologischer Sicht*. [Novalis's Theory of Symbols: a Study of Ideology History from the aesthetical and theological point of view]. Tuebingen: Mohr Siebeck.

Loheide B. (2000) Fichte und Novalis: transzendentalphilosophisches Denken im romantisierenden Diskurs. [Fichte and Novalis. Transcendentalphilosophical Thinking in Romantic Discourse]. Amsterdam – Atlanta: Rodopi.

Nassar D. (2014) *The Romantic Absolute: Being and Knowing in Early German Romantic Philosophy, 1795–1804.* Chicago and London. The University of Chicago Press.

Neumann G. (1976) *Ideenparadiese: Untersuchungen zur Aphoristik von Lichenberg, Novalis, Friedrich Schlegel und Goethe*. [The Paradise of Thought: Studies on aphorisms by Lichenberg, Novalis, Friedrich Schlegel and Goethe]. Muenchen: Fink.

Novalis (1975) *Dichtungen und Prosa*. [Poetry and Prose]. Leipzig: Reclam.

Schrader W.H. (Hrsg.) (1997) *Fichte und die Romantik: Hoelderlin, Schelling, Hegel und die spaete Wissenschaftslehre*. [Fichte and Romanticism: Hoelderlin, Schelling, Hegel and the Late Scientific Doctrine]. Amsterdam u.a.: Rodopi.

Senckel B. (1983) *Individualitaet* und Totalitaet: Aspekte zu einer Anthropologie des Novalis. [Individuality and Totality: the Aspects of Novalis's Anthropology]. Tuebingen: Niemeyer.

Shlegel' F. (1983) *Estetika. Filosofiya. Kritika. V 2-kh t. T. 1.* [Aesthetics. Philosophy. Criticism. In 2 volumes. Vol. 1]. Moscow: Iskusstvo Publ.

Shul'ts G. (1998) *Novalis, sam svidetel'stvuyushchiy o sebe i svoey zhizni. Per. s nem. M. Benta*. [Novalis Testifying about Himself and His Life. Transl. from German by M. Bent]. Chelyabinsk: Ural LTD.

Tsouyopoulos N. (1988) The Influence of John Brown's Ideas in Germany. In W.F. Bynum, R. Porter (eds.). *Brunonianism, Medical History Volume 32, January*. Pp. 63–74.

Uerlings H. (1991) *Friedrich von Hardenberg, genannt Novalis. Werk und Forschung*. [Friedrich Hardenberg Called Novalis. Work and Research]. Stuttgart: Metzler.

Uerlings H. (Hrsg.) (1997) *Novalis und die Wissenschaten*. [Novalis and Science]. Tuebingen: Niemeyer.

Uerlings H. (Hrsg.) (2004) *Novalis. Poesie und Poetik*. [Novalis. Poetry and Poetics]. Tuebingen: Niemeyer.

Vaynshteyn O.B. (1994) *Yazyk romanticheskoy mysli: O filosofskom stile Novalisa i Fridrikha Shlegelya*. [The Language of Romantic Thought: On the Philosophical Style of Novalis and Friedrich Schlegel]. Moscow: RGGU.

Villinger R. (2012) Gedankenstriche. Theorie und Poesie bei Novalis. [Lines of Thought. Theory and Poetry in Novalis's Works] // *Deutsche Vierteljahrsschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte* 86(4): 547–577.

Vishnevskaya N.A. et al (eds.) (2002) *Temnitsa i svoboda v khudozhestvennom mire romantizma*. [Prison and Freedom in the Romantic Fiction]. Moscow: IMLI RAN.

Vol'skiy A.L. (2014) «Fragmenty» Novalisa: poeticheskoe poznanie universuma. In *Novalis (Khardenberg) F. Fragmenty. Per. s nem. A.L. Vol'skogo*. [Novalis's "Fragments": the Poetic Exploring of the Universum // Novalis (Hardenberg) F. "Fragments". Transl. from German by A.L. Volsky]. Saint Petersburg: Vladimir Dal': 5–52.

Wiese B.v. (Hrsg.). (1983) *Deutsche Dichter der Romantik: Ihr Leben und Werk*. [German Romantic Poets Their Life and Work]. Berlin: E.Schmidt.

Поступила в редакцию
12.05.2017

ЭССЕ

Пирожкова Татьяна Федоровна, доктор филологических наук, профессор кафедры истории русской литературы и журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: ruslit.msu@yandex.ru

СЕМЕЙСТВО АКСАКОВЫХ ДО И ПОСЛЕ КРЕСТЬЯНСКОЙ РЕФОРМЫ

В статье воссоздана хозяйственная жизнь семьи писателя С.Т. Аксакова в дореформенное и послереформенное время. Окружающие считали Аксаковых людьми благополучными в материальном отношении, даже богатыми, что не соответствовало действительности и что подтверждено в нашей статье семейной перепиской. Трудные обстоятельства жизни приучили всех членов семейства к бережливости, к уважительному отношению к деньгам, добытым трудом крепостных крестьян. Все Аксаковы были сторонниками отмены крепостного права, хотя реформа принесла им сокращение доходов наполовину и в конце концов привела к продаже купленного в 1843 г. имения под Москвой – Абрамцева, приобретенного купцом С.И. Мамонтовым. Переход дворянской собственности в руки представителей «третьего сословия» – типичная ситуация для послереформенной России

Ключевые слова: *хозяйство, имение, доход, освобождение крестьян, Аксаковы.*

Tatiana F. Pirozhkova, Doctor of Philology, Professor at the Chair of History of Russian Literature and Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: ruslit.msu@yandex.ru

THE AKSAKOV FAMILY BEFORE AND AFTER THE PEASANT REFORM

The article recreates the economic life of writer S.T. Aksakov's family in the pre-reform and post-reform time. The people around them considered the Aksakovs to be a well-to-do and even rich family, which was not true and which is confirmed in our article by family correspondence. Difficult life circumstances taught all family members to be thrifty and respectful to the money earned with the labor of serfs. All the Aksakovs were supporters of the abolition of serfdom, although the reform brought them a reduction in income by half and eventually led to the sale of the estate near Moscow that had been bought in 1843 – Abramtsevo, acquired by merchant S.I. Mamontov. The transfer of the noble property to the representatives of the "third estate" is a typical situation for post-reform Russia.

Key words: *household, estate, income, liberation of peasants, the Aksakovs.*

1861 г. – год отмены крепостного права – резко изменил жизнь России на «до реформы» и «после реформы». Уже в следующем году в письме к Ю.Ф. Самарину И.С. Аксаков сообщал, что как на дрожжах «из-под земли растет какая-то новая Россия» – буржуазная, с которой он впервые тесно познакомился во время своей командировки в Ярославль (1849–1851). Связи с тамошними купцами были такими крепкими, что они предлагали Аксакову бумагу для издания «Московского сборника» 1852 г., а он приглашал их к сотрудничеству. Газета «Москва» (1867–1868), редактируемая Аксаковым, издавалась на деньги московских купцов. Крестьянская реформа привела к финансовому банкротству дворян среднего достатка, доходы которых сократились вдвое. Но были и существенные причины – неумение и нежелание вести хозяйство, как в случае с Аксаковыми. Неизбежным следствием такого положения явилась продажа в 1870 г. аксаковского имения Абрамцево купцу С.И. Морозову.

Семья Аксаковых в 1840–1850-е гг. XIX в. была центром притяжения для многих москвичей: хозяин дома С.Т. Аксаков славился радушием и хлебосольством, и многочисленным гостям, навещавшим семейство в предреформенное время (писатель умер в 1859 г.), казалось, что Сергей Тимофеевич очень богат, живет на широкую ногу. И.И. Панаев в своих «Литературных воспоминаниях» с удивлением писал о большом столе в доме Аксаковых, накрываемом на двадцать кувертов[1]. Родственник Аксаковых художник К.А. Трутовский вспоминал, что гостеприимство семьи было «беспредельное», «чуть ли не каждой дочери готовились особенные кушанья»[2]. Неискушенный читатель может подумать, что члены семьи – люди изысканные, капризные, прихотливые. Вероятно, отзывы современников впечатлили и некоторых исследователей, посчитавших Аксаковых «состоятельной помещичьей семьей» (Елизаветина, 1983: 7).

Однако подобное мнение грешит очень большим преувеличением. Двадцать приборов на столе, поразившие Панаева, легко объяснимы: семья большая, тринадцать детей, из которых до взрослого возраста дожили четыре сына и шесть дочерей. Кроме того, с 1840 г. после смерти матери у Аксаковых воспитывалась племянница хозяйки Ольги Семеновны – С.А. Самбурская. Зиму в Москве обыкновенно проводили два брата писателя – Николай и Аркадий, последний тоже имел немалое потомство. Добавьте к этому очень широкий круг общения Сергея Тимофеевича — театрально-писа-

тельский (М.Н. Загоскин, Н.В. Гоголь, И.С. Тургенев, Н.Ф. Павлов) и профессорский (Н.И. Надеждин, М.П. Погодин, С.П. Шевырев, Т.Н. Грановский, А.О. Армфельд), а также славянофильское окружение его старшего сына Константина (А.С. Хомяков, Ю.Ф. Самарин, Иван и Петр Киреевские, В.А. Панов, Д.А. Валуев, Свербеевы) — и получится стол, сервированный ежедневно на двадцать персон. Даже сорок приборов на столе не вызовут удивления, если вспомнить, что после публичных лекций Грановского и Шевырева в Московском университете (зима 1844 и 1845 гг.) знакомые имели обыкновение ехать на обед не к кому-нибудь, а к С.Т. Аксакову.

И с кушаньями для дочерей тоже нет ничего загадочного. Дочь Ольга с 22-летнего возраста страдала тяжелым нервным заболеванием, лечивший ее знаменитый доктор А.И. Овер разрешал ее кормить только виноградом и мороженым (даже вода вызывала неимоверные муки); старшая дочь Вера, будучи религиозной до экзальтации, строго соблюдала посты, для тех дочерей, которые пост не держали, готовилась скоромная еда. Так, не будучи гурманами, сидевшие за столом ели разное.

И впечатление о полной материальной обеспеченности семьи, сложившееся у современников, тоже ложное, далекое от истины. Аксаков не был богат — семьсот душ в Симбирской и Оренбургской губерниях. По тогдашним меркам это помещик среднего достатка, но чуть-чуть выше среднего уровня. Для безбедной жизни надо было иметь несколько тысяч крестьян. Славянофил Кошелёв имел, к примеру, около шести тысяч душ. Труд крепостных — единственный источник доходов семьи, в 1838 г. Сергей Тимофеевич оставил службу; со второй половины 1840-х годов достаток несколько увеличился за счет продажи книг писателя.

Но с 1840-х гг. имения Сергея Тимофеевича заложены в Опекунском совете, и стесненные денежные обстоятельства, поиски денег для взносов — одна из важнейших тем семейной переписки. Так, зимой 1851–1852 гг. сын Иван искал деньги для Опекунского совета и огорченно сообщал родным из Москвы в Абрамцево: «Павлов (Н.Ф. Павлов. — *Т.П.*) не дал денег... у него точно сгорела фабрика, он думает строить новую...»; знакомые семьи сестры Занден «пришли в ужас», услышав о просьбе дать взаймы 1 000 рублей серебром — могут дать только 100 рублей и на короткий срок — Иван оскорблено отказался от такой «малости». Только друг Сергея Тимофеевича Н.П. Годеин (Годейн) выдал 800 рублей серебром[3]. Спас Аксаковых в то время А.И. Кошелёв, дав 3 тысячи

рублей серебром. Деньги для Опекунского совета — дело чрезвычайно серьезное, все время на горизонте маячила фигура станового пристава, который за невыплаченный долг опишет то или другое имение.

Посетители дома Аксаковых об этих материальных обстоятельствах семейства даже не догадывались, но были и те, кто ссужал деньги, выручал Сергея Тимофеевича из нужды.

Гостей впечатляла внушительная дворня Аксаковых — помещичий быт, как бы перенесенный в городские условия. Но многочисленные дворовые нужны для обслуживания немалой семьи. И это для хозяина тоже было внушительной статьей расходов. Если дворовые привезены в город, помещик должен обеспечить их жильем, зимней одеждой (тулуп, шапка, валенки, рукавицы), орудиями труда, выплатить, хоть и небольшое, жалованье повару, прачке, дворнику, кучеру, садовнику и т. д.

Из-за постоянной нехватки денег С.Т. Аксаков не мог приобрести собственный дом в Москве. Все его московские адреса — адреса наемных домов. Для домашних была мука — найти жилище, которое сдавалось бы не на целый год, а на несколько зимних месяцев: семья экономила, летом врач Овер уедет на дачу, значит необходимо для больной Ольги и для остальных снять жилье поблизости. Ольга дожила до сорока лет, и все время на грани жизни и смерти, врачи не давали никакой надежды на выздоровление. Деньги требовались на ее лечение, затем на лечение заболевшей в 1844 г. Веры, потом и самого Сергея Тимофеевича.

Гоголь осенью 1851 г. уговаривал жену Аксакова Ольгу Семеновну снять на зиму большой дом в Москве, чтобы провести зиму вместе, но семья не могла себе позволить не только большой, но и небольшой дом. «Хоть еще бы одну только зиму вы провели в Москве»[4], — просил он, и как больно было вспоминать эти слова после его кончины...

Ведение хозяйства в имениях не вызывало у Сергея Тимофеевича никакого энтузиазма, и хозяйство его образцовым назвать было нельзя. К тому же в деревнях всегда происходило что-то чрезвычайное: то засуха, то дожди, то град побил посевы... И все начинания помещика, как правило, заканчивались неудачно, как, к примеру, продажа хлеба из аксаковских деревень осенью 1849 г. В то время Иван Аксаков, чиновник по особым поручениям Министерства внутренних дел, находился в Ярославской губернии, решено было воспользоваться его пребыванием там — ему и пору-

чили продажу. Хлеб из Надёжина Белебеевского уезда Оренбургской губернии доставили по Волге в Ярославскую, в город Рыбинск, в надежде на выгодную сделку, хотя Иван с самого начала предчувствовал неуспех: цены в Ярославской губернии не поднимались, торговля шла вяло, о чем и сообщил родным: «Конечно, посылать в Рыбинск хлеб, когда можно было на месте получить по рублю за куль, расчет очень плохой»; «...здесь цены гораздо ниже, нежели у нас на месте»; «Мука наша вовсе не лучшая, а потому и ценилась невысоко»[5].

Предпринятое дело оказалось проигрышным, вдобавок при разгрузке оказалось, что в 472 кулях мука «села», т. е. отсырела, и покупщик ее не взял, пришлось отдать хлеб поставщику за подвоз чуть не даром[6].

Рассчитывали за хлеб получить 40 тысяч, Иван продал его за 32 тысячи. А с вычетом издержек за доставку и хранение осталось 27 тысяч[7]. Отсюда и горестный итог, выраженный продавцом с предельной ясностью: «Нам, видно, уж особенное несчастие: надо же было сплавить хлеб в Рыбинск, когда дома не только по расчету, но и за всеми расчетами цены выше»; «Нам в торговых оборотах судьба решительно не благоприятствует»[8].

Чтобы успешно вести хозяйство, надо иметь и желание, и умение – ни тем ни другим Сергей Тимофеевич не обладал. Он любил сельскую жизнь, увлекался охотой, рыбной ловлей, но к постоянной практической деятельности склонности не обнаруживал. Четыре года самостоятельного управления убедили его, что «хорошего хозяина», по его собственным словам, из него не получится. Уехав в 1826 г. на постоянное жительство в Москву, ведение хозяйства доверил управляющему Ивану Семеновичу, который, к счастью семьи, был честным человеком, а не мошенником, складывающим помещичьи деньги в собственный карман.

Помещик появлялся в деревнях изредка: в июне–сентябре 1839 г. посетил Новое Аксаково и Надёжино, летом 1840 г. ездил в деревни с сыном Григорием, летом 1844 г. – один, летом 1851 г. — с сыновьями Константином и Иваном.

Рачительного хозяина из Сергея Тимофеевича не получилось и не могло получиться — он был писателем. Случаются, разумеется, исключения, когда человек может хорошо делать и то и другое («попашет землю, попишет стихи»), как, например, А.С. Хомяков, или А.А. Фет, или Л.Н. Толстой, но это редкие исключения.

Было бы наивностью думать, что все помещики — бездельники, лежащие в халате на диване. Славянофилы Хомяков, Кошелёв, князь Черкасский — очень богатые люди — были в полном смысле тружениками, хозяйство вели сами. Приехав летом 1853 г. в имение Кошелёва Песочню Сапожковского уезда Рязанской губернии, Иван Аксаков удивился тому, что хозяин почти «целый день» отсутствует: в Песочне находились три завода (винокуренный, сахарный, кирпичный), две мельницы, мастерские по ремонту сельскохозяйственных машин (Горнов, 2004: 730).

И друг Кошелёва Хомяков все летнее время делил между своими тульскими и смоленскими имениями. Больше всего разъездов было по Тульской губернии, где он имел несколько сел, где в Обидимо создал — неслыханное дело! — угольные копи, а в Волоти винокуренный завод. В Данкове находился сахарный завод. «Похвалюсь тем, — сообщал он родственникам, – что самые лучшие сахаровары признали превосходство выдуманного мною производства и говорят, что никогда не видали ни таких сиропов, ни такого сахара»[9]. В истории с неудачной продажей хлеба виноват был не Иван, а Сергей Тимофеевич, сделавший неправильные расчеты и отказавшийся признать свою ошибку.

По письмам Хомякова видно, что он не знает покоя: то занят сушилкой для свекловицы, то выращивает искусственный луг; вникает во все тонкости сельских работ — в уборку сена и хлеба, в цены на хлеб, в поставки по винным заводам — одним словом, «забот бездна»[10]. На месте не сидит: «Меня дела заставляют беспрестанно сновать из Рязани в Тулу, из Тулы в Рязань...»; «...я ездил в Донков и Ефремов по делам хозяйственным и провел 12 дней в своей поездке»; «...еду в разные уезды дней на десять. Незабавная поездка при теперешней погоде и дорогах» (на дворе октябрь. — *Т.П.*), но необходимая...»[11]. И умер Хомяков в сентябре 1860 г. в пути — в селе Ивановском Рязанской губернии.

А Самарин вести хозяйство не любил и доверил управление самарскими имениями младшему брату Дмитрию.

Во время своей совместной с отцом и Константином поездки по деревням в 1851 г. Иван Аксаков познакомился с симбирской помещицей Варварой Александровной Блюм, «хозяйкой такой, каких мало», как сообщал в Москву: «Не быть нам никогда такими хозяевами! Она иногда проводит весь день в поле, с 4-х часов утра до 8 вечера...»[12].

А если достаток помещика средний и особых усилий к увеличению состояния он не предпринимает, то и материальные возможности такого землевладельца невелики. Сергей Тимофеевич никогда не был за границей. После его смерти, в 1860 г., заняв деньги в долг, Ольга Семеновна с дочерьми Верой и Любовью отправилась за границу спасать заболевшего Константина — все трое поехали в Европу впервые. Сын Сергея Тимофеевича Михаил учился в Пажеском корпусе на казенном содержании, Григорий и Иван получили превосходное образование в петербургском Училище правоведения (высшее учебное заведение), но тоже на казенный счет. Финансовое положение семьи было настолько неудовлетворительным, что для его поправления Вера однажды собралась в гувернантки, чему решительно воспротивились братья.

Современники, многие из которых считали Сергея Тимофеевича очень обеспеченным человеком, не знали и не могли знать изнанки его домашней жизни, которую приоткрывает, в первую очередь, семейная переписка и семейные документы, вроде Дневника В.С. Аксаковой, который она вела в 1854–1855 и в 1860 гг., — из них мы узнаем много бытовых подробностей жизни семейства.

Вот Иван, находясь на службе в провинции, сообщает родным, что у него износились шейные платочки, которые в те времена носили под сюртуком. Мать семейства, вынужденная беречь деньги, отправляется не в магазин мужских принадлежностей, где эти платочки продаются готовыми, а на распродажу, покупает нужную материю и шьет платочки сама.

Иван, бывший в курсе испытываемых семьей денежных затруднений, живет в провинции на собственное жалованье, но, приученный в семье к бережливости, расходует деньги осмотрительно и родителям в письмах дает обстоятельные отчеты в произведенных тратах.

Письма родным он пишет обычно два раза в неделю, подробнейшие, поэтому очень экономен в расходовании писчей бумаги, пишет убористо, почти без абзацев, заполняя все свободное пространство многочисленными дополнениями, приписками, которые в аксаковской семье называли «бордюрчиками», и чтобы не брать новый чистый лист, иногда по написанному крупными буквами поперек дописывает то, что вспомнилось.

В 1844 г. Иван из Астрахани прислал домой кусок тармаламы, плотной шелковой материи, пригодной, как он полагал, для обив-

ки дивана. В доме долго обсуждали, как ее использовать: ткань дорогая, персидская, обновки в семье редки, – наконец, решили из нее сшить халаты Сергею Тимофеевичу и Константину.

В конце 1840-х гг. из-за нехватки денег Сергей Тимофеевич принял решение: именины и дни рождения в Абрамцеве отмечать без шампанского, с хересом, что очень огорчило Константина. Но на день его рождения, например, 29 марта 1851 г. приехали 22 гостя.

Мелкие бытовые детали, но между тем характеризующие уровень материальной обеспеченности семьи.

Дороговизна московской жизни и наплыв посетителей, отрывавших писателя от литературной работы, явились причиной покупки Аксаковыми в 1843 г. деревеньки Абрамцево в пятидесяти верстах от Москвы.

Быт семьи стал очень походить на народный: хозяин и сын Константин удили в реке Воре рыбу не только для своего удовольствия, но и для прокормления домашних и гостей, с той же целью вся семья собирала в окрестностях грибы, и Сергей Тимофеевич в письмах к Ивану жаловался, что абрамцевские бабы, вставшие, естественно, раньше господ, обижают их — спозаранку выбирают грибы в дубовой роще.

Летом 1854 г. Иван побывал в гостях у Г.П. Галагана, близкого к славянофильскому кругу, друга Ф.В. Чижова — он жил в имении Сокиренцы на Украине. В письме к родным Иван описал и «великолепный замок» с колоннами, и парк в 140 десятин, и чудесный сад («Таких высоких, таких могучих дубов я нигде не видал»; «Есть клен, под которым может поместиться целый батальон»). Сергей Тимофеевич, прочитав этюд об изумительной усадьбе, отвечал, что не желал бы иметь такую, поскольку это слишком величественно и роскошно для него[13]. Писатель не имел никаких барских замашек (как и члены его семьи), в своих привычках был умерен и прост. А его жена совсем неприхотлива: после ранней смерти матери ее воспитывал отец, суворовский генерал, совершенно поспартански.

Братья писателя — Николай и Аркадий — жили в Москве с размахом. Николай Тимофеевич купил собственный особняк, Аркадий Тимофеевич в 1850-е гг. нанял дом из двадцати семи комнат, любил устраивать званые вечера. Но, в отличие от Сергея Тимофеевича, широкого, радушного и нерасчетливого, были людьми прижимистыми, с деньгами расставались неохотно, в долг не давали. Когда в конце 1851 г. Иван искал деньги для взноса в Опекунский

совет, Аркадий Тимофеевич не спешил помочь семье брата: «Арк<адий> Тим<офеевич> о деньгах ни гугу, даже не спрашивает, достал ли я денег»[14].

Цели, которые имел Сергей Тимофеевич при покупке деревеньки, не оправдались. Материальное положение семьи не улучшилось — жить пришлось на два дома: в Москве при Ольге обязательно находился кто-нибудь из членов семьи, и это увеличивало расходы.

Очень скоро выяснилось, что Абрамцево находится «даже слишком близко от Москвы»[15], и пятьдесят верст не препятствие для друзей, знакомых и родственников, которые нескончаемым потоком ехали в деревеньку на берегу Вори.

Ольга Семеновна была душой аксаковского дома — добросердечная, открытая, она как мудрая женщина не стремилась отделить друзей от мужа, придавая еще больше тепла и привлекательности их встречам, но ее радушие, по мнению Сергея Тимофеевича, превышало разумную меру. Вот что писал он Ивану о жене и Константине: «Целый век сердят они меня неуместным и приторным гостеприимством»[16].

Именно он занимался материальной стороной жизни, знал, какой доход и расход у семьи, поэтому и недовольство обилием посетителей встречается в его письмах. Гости прежде всего его отвлекали от литературных занятий, их он именовал «врагами собственного спокойствия» — с 1847 г. писатель активно печатался. Кроме того, в Москве гости приезжали и уезжали, а, добравшись до Абрамцева, оставались на ночлег, некоторые жили по нескольку дней, неделе, даже по две недели, как П.А. Кулиш. Чтобы не скучать в пути, ехали не поодиночке, что видно по дневнику В.С. Аксаковой за 1854–1855 гг.: Погодин с М.С. Щепкиным, А.Ф. Гильфердинг со своим отцом, А.М. Княжевич с женой или с другом А.И. Казначеевым, Ф.И. Васьков с женой, Юрий и Андрей Оболенские и др. «Гости нас одолели... <...> Куда деваться от друзей», — жаловался Сергей Тимофеевич Ивану[17].

Даже приезд родственников порою не радовал. В марте–мае 1850 г. в Абрамцеве гостила жена Григория Софья с дочерью Олей, любимой внучкой Сергея Тимофеевича, затем ожидался приезд отца семейства. Сергей Тимофеевич не скрывал раздражения — нарушался не только ритм его литературной деятельности, но и ритм жизни домашних: «Ты знаешь наше помещение в доме, — писал он Ивану, — знаешь, что мать и теперь не имеет себе угла, и

потому легко себе вообразишь, каково будет стеснение всем во время столь долгого пребывания Сонички. При самых искренних отношениях это было бы тяжело»[18].

Бремя ежедневных хозяйственных хлопот, заботы по приему гостей ложились, в первую очередь, на Ольгу Семеновну (и на старшую дочь Веру), уже пожилую и не очень здоровую женщину. Она уставала: увидев, что в декабре 1854 г. Кулиш приехал к ним один, без жены, незнакомой Аксаковым женщины, которой вдруг захотелось познакомиться с семьей, хозяйка облегчено вздохнула.

Надо сказать, что к московским гостям в Абрамцеве добавились местные: деревня находилась в десяти верстах от Троице-Сергиевой лавры и рядом с Хотьковым монастырем. Поэтому к Аксаковым зачастил Н.П. Гиляров-Платонов, преподаватель Духовной академии в Троице, приезжавший то один, то с женой, очень капризной, которая Аксаковым не нравилась, троицкий доктор Брызгалов с женой и малолетним сыном, священник с женой, соседи Пальчиковы, монахини из Хотькова (несколько человек).

Одним словом, с утра до вечера в доме толпились люди, всем необходимо уделить внимание, накормить, устроить на ночлег.

На зиму 1855–1856 гг. семья сняла дом в Левшинском переулке в Москве, и здесь не было отбоя от посетителей, все повторилось, как и до отъезда в деревню. «Всякий день перебывает у меня человек десять, а сегодня вдруг сошлась дюжина», — сообщал С.Т. Аксаков Погодину; а Вера сделала важное признание в письме к Ивану: в доме «еще суматошнее, нежели бывало прежде», помещение тесное, нет комнаты, где можно было бы отдохнуть домашним[19].

От гостей нет спасения ни в Москве, ни в Абрамцеве, но все любимы, все близкие люди, все не чужие — нельзя сказать, что дом открыт для «званых и не званых», как дом Хомякова, чужих у Аксаковых вообще не принимали: хозяева были строги в выборе знакомых, и двери не раскрывались всем и каждому. Когда весной 1855 г. приехавший из Петербурга А.Н. Майков пожелал познакомиться с Константином и побывать в Абрамцеве, вся семья взволновалась[20] — Аксаковы не желали принимать у себя автора верноподданнических стихотворений, написанных во время Крымской войны. Хомякову пришлось отговаривать Майкова от его намерения, намекнув на способность Константина к неожиданным поступкам: вдруг при появлении незваного гостя войдет «в раж», а вода в Воре очень холодна (дело происходило в апреле).

Не будучи славянофилом, С.Т. Аксаков жил в славянофильской среде, а славянофилы были самыми первыми, самыми усердными поборниками крестьянского освобождения, раньше других осознали вред крепостнических отношений, препятствовавших передовым формам ведения хозяйства, — где брать работников, когда крестьянин буквально «привязан» к собственному помещику?

Именно из славянофильского круга вышли первые ревнители освобождения и первые авторы проектов освобождения крестьян. В 1847 г. Кошелёв предложил министру внутренних дел создать в губерниях комитеты для улучшения быта крестьян — частное лицо предлагает то, что впоследствии сделает правительство, но в 1847 г. министр счел заявление неудобным. В конце 1840-х гг. в речи перед дворянами Рязанской губернии Кошелёв убеждал их не откладывать с освобождением, которое «столько неудобно, сколько и опасно», крестьяне могут выхватить свободу силою — снова опережение государственных мер, поскольку до 1858 г. проблема отмены крепостного права даже не обсуждалась. В 1858 г. он отправил царю и министру внутренних дел собственный проект освобождения крестьян посредством выкупа и с наделением землей – самый смелый среди славянофильских проектов, ответа на который, к сожалению, не получил.

Д.Н. Свербеев в 1846 г. начал работать над «Проектом об упорядочении положения крепостных крестьян и их отношений к помещику» (закончил в 1859 г.).

Князь В.А. Черкасский является автором записки «О лучших средствах к постепенному исходу из крепостного состояния», которая была направлена в правительство в 1857 г.

Повторим, что только в 1858 г. правительство разрешило в печати обсуждать крестьянский вопрос. «При всей безграничности своей власти, — писал историк Б.Н. Чичерин, — Николай не умел провести даже той реформы, которая ближе всего лежала у него к сердцу, — освобождение крестьян. Он чувствовал, что Россия не может оставаться при том необузданном помещичьем праве, которое в то время господствовало у нас»[21]. Основная причина бездействия царя, по мнению историка, это боязнь русского дворянства, которую он испытывал с самого начала своего царствования, совпавшего с восстанием декабристов (1825), и до конца (1855)[22].

Но кое-какие указы все-таки были выпущены, во многом несовершенные, оставшиеся почти без применения, например указ

1842 г. об «обязанных крестьянах», разрешавший помещикам переводить крестьян в вольные хлебопашцы, или указ 1844 г. об освобождении дворовых, поэтому тот, кто хотел освободить крестьян, это сделал. Кошелёв до 1857 г. отпустил на волю более двухсот человек. И Хомяков до реформы стал решать вопросы отмены крепостной зависимости с помощью добровольных сделок с крестьянами. Считая крепостное право «наглым нарушением всех прав», он облегчил участь своих крестьян, переводя их на оброк, а кое-где в деревнях начал обработку земли с помощью наемных рабочих. Когда он в 1860 г. внезапно умер, крестьяне навзрыд оплакивали помещика.

В 1851 г. Кошелёв побывал в Лондоне на Всемирной выставке — на «мирном состязании по делу промышленности» всех народов мира, о которой он рассказал в статье «Поездка русского земледельца в Англию и на Всемирную выставку»[23] (с рисунками выставленных там сельскохозяйственных машин). Кошелёв — первый в России! — ввез жатвенные машины из Европы (Гарретову жнею, Маккормикову жнею), купил плуг Смаля, грабли Смита и др. (всего 13 машин), собирал знакомых и соседних помещиков, чтобы продемонстрировать, как механизмы работают.

Кошелев сам признавался, что «четырнадцать лет носился с освобождением крестьян» и что Хомяков всегда над ним смеялся: «У Кошелева всегда есть конек, которого он до устали заезжает»[24].

Чуткие к последним социальным веяниям, славянофилы опережали время, смотрели в будущее, жили ожиданием грядущих перемен. В такой среде жил Сергей Тимофеевич, очень хорошо знавший, что такое крепостное право. В «Семейной хронике», написанной на основе устных домашних преданий, он мастерски выписал фигуры Степана Михайловича Багрова и Михайлы Максимовича Куролесова, помещиков-крепостников, деспотов, жертвой которых являются и безгласные крестьяне, и домашние — тирания в обществе неизбежно порождает тиранию в семейной жизни.

Дом Аксакова был не только ареной обсуждения назревших общественных вопросов, здесь впервые можно было услышать документы, направляемые в правительство, например проект Кошелёва, а 6 января 1855 г. в Абрамцеве Самарин читал собственный проект крестьянского освобождения (окончил его в следующем году). Вера Аксакова записала в дневнике: «Это еще не кончено, но написано очень умно, местами прекрасно выражено, но приме-

нения к делу кажутся вовсе неудобоисполнимы. — Это самый затруднительный вопрос и вряд ли можно его разрешить на бумаге, но необходимо приготовить к этому неизбежному перевороту, а главное, убедить помещиков добровольно на него согласиться. В настоящую минуту это самый главный и важный вопрос. Теперь ясно становится, что покуда народ не получит глаз и ушей, чтобы понимать, что около него и с ним делается, то никакого возрождения Россия ждать не может, а уши и глаза откроются только тогда, когда будет он освобожден от рабства, парализующего его способности, его жизнь и участие»[25].

Вот к каким выводам приходили слушатели проекта Самарина. Но к этим заключениям Вера пришла и в результате чтения получаемых от Ивана писем. В 1855 г. он квартирмейстер Серпуховской дружины Московского ополчения и не скрывает от семьи народные настроения на юге, очень опасные для общественного спокойствия: «Хоть бы англичанин скорее пришел! ...нам пуще турок свои»[26]. Иван видел прямую связь между поражением России в Крымской войне и остатками ее феодального прошлого; крестьянскую реформу считал «единственным средством» спасения страны.

В 1856 г., побуждая отца к действиям, Иван писал: «Знаете что, милый отесинька, я думаю, право, пора подумать Вам серьезно о наших крестьянах, пора сделать все приуготовительные расчеты, чтобы событие не застало врасплох»[27].

Сергей Тимофеевич, понимая правоту сына, отвечал, что действительно «пора обратить внимание на отношения наши к крестьянам», но резонно приводил свои доводы: «Это надо делать помещику, живущему в деревне, под личным своим надзором, а не заочно»[28].

Староста в Вишенках в Симбирской губернии Федор Шабаев конфликтовал с крестьянами, и надо было кому-то из Аксаковых ехать туда, Сергей Тимофеевич собирался сам, но дряхлел с годами: «Вы с Константином оба не годитесь, ты опаснее даже Константина, что и доказывается твоими словами, что Степ<ан> Мих<айлович> (Багров в «Семейной хронике» С.Т. Аксакова. — *Т.П.*) теперь бы не годился»[29]. А не годился он потому, что нынешние крестьяне, по наблюдениям Ивана, не такие покорные, как в прежние времена, и Степанов Михайловичей не боятся.

«Опаснее» он был и потому, что с девятнадцати лет служил и жил на получаемое жалованье, самостоятельно, неоднократно за-

являл, что не будет существовать за счет крепостных[30] и их у него никогда не будет (и сдержал слово), хорошо видел, что помещики должны «понести правомерный убыток при эмансипации», поскольку не один век угнетали крестьян, очень удивлялся тому, что брат Григорий в 1849 г. покупает имение, когда впереди коренная перестройка крепостных отношений.

Сергей Тимофеевич присматривался к своим сыновьям, Константину и Ивану, во время их совместной поездки в заволжские деревни летом 1851 г. — она была вызвана безжалостным отношением управляющего Ивана Семеновича к крестьянам, их жалобами на то, что они «беднеют», «им тяжело»[31], и Иван в письме к родным в Москву подтверждал, что это чистая правда. Сергей Тимофеевич дал замечательную характеристику своему ставленнику: «...Он как управитель человек бесценный, но как человек бездушная паровая машина»[32].

Письменное положение из двенадцати пунктов, которое Сергей Тимофеевич оставил в конторе и которое было направлено к ограничению власти управляющего, крестьян, как заметил Иван, совсем не обрадовало: помещик приехал и уехал, а Иван Семенович остался, «пункты» существуют на бумаге, поэтому крестьянами «все милости и решения были приняты довольно сухо»[33].

Сергей Тимофеевич хорошо сознавал, что кратковременные наезды в деревни мало что давали, отказаться от услуг управляющего, старающегося «доставить выгоды помещику»[34], не мог, а впереди ожидались глобальные социальные перемены, и у писателя были основания с тревогой смотреть в будущее: как обеспечить сносную жизнь незамужним дочерям, из которых две (Ольга и Вера) серьезно больны, а остальные тоже крепким здоровьем не отличаются. Сыновья Григорий и Иван стояли на ногах, служили, содержали себя сами, что касается Константина, то Сергей Тимофеевич не надеялся, что он переживет его смерть.

Писатель не дожил до нового устройства крестьянской и помещичьей жизни — умер в апреле 1859 г. С его смертью кончилась жизнь семьи как целого, она распалась, потому что отец являлся в ней главной фигурой. За короткое время ушли из жизни пять его детей: в 1860 г. Константин, в 1861 – Ольга, в 1864 – Вера, в 1867 – Любовь, в 1869 – Надежда.

В его любимом Абрамцеве никому не хотелось жить — слишком свежи были воспоминания о счастливых днях.

Константин, как и отец, не дождался освобождения крестьян (скончался накануне реформы, 7 декабря 1860 г.). Но он дожил до создания Редакционных комиссий по крестьянскому делу, в которых трудились трое славянофилов: Ю.Ф. Самарин, В.А. Черкасский, А.Н. Попов. Четыре опубликованных исследователем М.Ф. Маливановым письма К.С. Аксакова к Черкасскому относятся к периоду работы комиссий (1859–1860) и проникнуты его заботой о сохранении общины: «Я же понимаю общину основным жизненным началом, душою народа, и готов отстаивать ее душу от всех врагов, всеми силами, какие у меня есть» (Маливанов, 1995: 212).

К.С. Аксаков, как Хомяков и Кошелёв, опасались излишней регламентации крестьянской жизни, беспокоились, чтобы грядущая реформа не нарушила внутренней жизни крестьянского мира.

И хотя князь Черкасский не принадлежал к числу сторонников общины, но освобождение крестьян произошло так, как того хотели славянофилы и вообще либеральное крыло Редакционных комиссий (Н.А. Милютин, Я.И. Ростовцев и др.) — с сохранением общины и земельного надела. «Крестьянин без земли, что рыба без воды», — говорил Кошелёв.

Однако высказанное в предуведомлении к публикации писем суждение Маливанова — «Своих крестьян Аксаков (К.С. Аксаков. — *Т.П.*) отпустил на волю еще до реформы 1861 г.»[35] — является ошибочным, потому что никаких «своих» крестьян у Константина не было, раздела недвижимости Сергей Тимофеевич не производил, и Константин, ни одного дня нигде не служивший, жил за счет этих крепостных крестьян. Даже невозможно предположить в Константине способности совершать какие-либо практические шаги. Трутовский вспоминал, что он не имел денег и даже не имел о них понятия, оставаясь в обычной жизни «совершенным ребенком»[36].

А между тем деньги требовались: весной 1860 г. Константин заболел (чахотка), возникла необходимость заграничного лечения. И, как обычно, денег у Аксаковых не было. Три тысячи рублей серебром на поездку Константина семья одолжила у А.М. Княжевича, друга Сергея Тимофеевича со времен учения в Казанской гимназии и в Казанском университете.

Гордость не позволяла Ольге Семеновне просить помощи у богатых братьев покойного мужа, а они не предлагали: «...Н<иколай> Тим<офеевич> помнит только свое отчаяние о болезни

Конст<антина> и знает, что надо ехать за границу, и не спросит, есть ли у нас деньги — а ему короче других известно наше положение. Но Бог с ним! я не сержусь...»[37].

Константина очень беспокоило, что его болезнь ввела семью в непомерные расходы. Мать знала, что за границей он будет экономить, и умоляла его не отказывать себе во всем, не жалеть денег на носильщиков, когда нет сил нести чемодан самому: «...умоляю тебя, мой дражайший Конста, не рассчитывать и не лишать себя ничего, знаю и без того, что ты не размотаешь; помни, что ты поехал с тем, чтобы беречь свое здоровье, а не деньги; деньги всегда придут и должны придти, прошу тебя, друг мой, не думай об их сбережении...»[38].

Деньги на поездку к Константину за границу матери и сестер семья собирала, как говорится, «с миру по нитке».

Из родственников помощь предложила сестра Сергея Тимофеевича Н.Т. Карташевская, вдова, как и Ольга Семеновна, тоже оставшаяся с многочисленными детьми, и Ольга Семеновна благородно отказалась: «...она сама в крайности, но взяла с меня слово, что я стану обращаться сама к ней в крайности, и она делиться будет со мной...»[39].

Помогли снова не богатые братья, а друзья. Об этом — в письмах Ольги Семеновны: «Самарин вчера привез 500 р<ублей>, не так, как Николай Т<имофеевич>, который ждет унизительных просьб»[40]. Е.А. Свербеева предложила тысячу рублей: «Это очень деликатно с ее стороны, без всякого с моей стороны виду или просьбы насчет денег...»[41].

Григорий осенью 1860 г. торопился продать пшеницу, чтобы были деньги на поездку, Ольга Семеновна спешно распродала лошадей, оставив только пару для выезда[42]. Экономили каждую копейку, за границу отправились со своими чаем и кофе[43]. Переживали, что забыли какао в доме Карташевских в Петербурге.

Но Константина спасти не удалось — возвращались в Россию с гробом...

Все Аксаковы, кроме Сергея Тимофеевича и Константина, дожили до великого исторического дня освобождения крестьян. Иван 6 марта 1861 г. присутствовал на оглашении царского манифеста в Успенском соборе в Москве: «Минута была торжественная, у всех захватило дыхание, у многих навернулись на глаза слезы. Я живо вызвал в воображении образы умерших и как будто слушал вместе с ними»[44]. Подробно свои чувства он описал в письме к Самарину[45].

После службы славянофилы (Иван Аксаков, Чижов) отправились обедать к Кошелёву, выпили за освобождение. После кончины Николая I они тоже (но в бóльшем составе) собирались в доме Кошелёва, пили за здоровье нового императора и желали, чтобы освобождение произошло в его царствование[46]. И вот — свершилось!

Сергей Тимофеевич справедливо полагал, что реформа не будет безобидной и безболезненной для помещиков: она «ударила», в первую очередь, по помещикам среднего достатка, к которым он относился, сократив их доходы наполовину.

После реформы аксаковскими имениями распоряжался Григорий, а не Иван: «...я не пользуюсь ни у маменьки, ни у сестер ни малейшим авторитетом в вопросах хозяйственных, и потому вовсе не путаюсь в хозяйство»[47]. Однако иногда приходилось «путаться»: так, летом 1872 г. ездил на месяц за Волгу, о чем сообщил княгине Е.А. Черкасской: «Хозяйничал я недолго, убедился собственными глазами, что управляющий не обманывает и что у нас за Волгой точно засуха, точно неурожай яровых и трав, — и с таким утешительным выводом поплыл на пароходе в обратный путь чрез Саратов»[48]. Но это были единичные выезды, как в свое время у Сергея Тимофеевича.

Хозяйничал Григорий аккуратно и бережливо. Он не унаследовал литературного дара отца, но был личностью замечательной: самарский и оренбургский губернатор, дослужился до тайного советника, свыше девяти лет самарский губернский предводитель дворянства, в 1870-е во время голода в Самарской губернии организовал раздачу хлеба. Когда он в 1891 г. умер, его гроб окрестные крестьяне несли 20 верст на руках (от железной дороги до Языкова, где он был похоронен). Он являлся реальным воплощением того земского человека, о котором мечтал его брат Константин.

Но при всех своих достоинствах Григорий не мог уберечь семейство отца от серьезных финансовых трудностей: имения, приносившие до отмены крепостного права до пятнадцати тысяч, после реформы давали только половину.

Иван, живший в Москве, сразу ощутил исторический слом времени, и в газете «День», издаваемой с осени 1861 г., развивал идею самоупразднения дворянства как господствующего сословия, писал о его финансовом банкротстве, а в письмах — особенно находившемуся в Самаре Самарину — об изменении московской общественной атмосферы (общество «просто разрушается, исчезает, тает, как снег весною»[49]), о росте «из-под земли» какой-то «новой Рос-

сии»[50] — буржуазной, которую Иван хорошо знал и по своей ярославской командировке, и во время сбора материалов по украинским ярмаркам и которая угнетала его отсутствием умственных интересов, ибо купцам нет дела до книг, литературы, прессы, в голове только «интересы экономические — банки, дороги, акции, облигации...»[51].

Он затевал газету в надежде получить материальное подспорье. Финансовый успех был ему необходим — других средств к существованию, кроме доходов от собственной интеллектуальной деятельности, он не имел.

Но его денежные дела от издательства расстроились совершенно: доход от «Дня» составлял 17 тысяч рублей, а расход превосходил эту сумму, газету он выпускал себе в убыток, накопил значительный долг.

Расставание в 1865 г. с «Днем» станет для него одновременно и желанным и болезненным — отдав изданию четыре года жизни, не просто поставить точку и «свернуть знамя».

Необходимость закрытия «Дня» диктовалась, кроме того, и обстоятельствами личного характера — женитьбой на старшей дочери поэта Ф.И. Тютчева Анне. До свадьбы необходимо было произвести раздел с Григорием, который для этого в декабре 1865 г. прибыл в Москву. До раздела доходы делились между братьями поровну, Иван из этих денег, по собственному признанию, не брал «ни копейки», все отдавая семье.

Теперь братья договорились, что Вишенки остаются за Иваном, а Надёжино Белебеевского уезда Оренбургской губернии переходит к Григорию. Иван брал на себя обязательство выплачивать сестрам проценты. Оставалась на крайний случай возможность продать Вишенки и выплатить каждой из сестер по пятнадцать тысяч рублей (о чем, умирая, просил Сергей Тимофеевич).

Абрамцево переходило во владение сестер. После смерти писателя в 1859 г. в течение шести лет там не жил никто, и только лето 1864 г. Ольга Семеновна с дочерьми провела в родной деревне, а Иван наезжал к ним каждую неделю — «отдыхать и запасаться силами — на кладбище, потому что таков характер, таково впечатление Абрамцева»[52]. В целях экономии средств летом следующего 1865 г. Ольга Семеновна осталась в Москве (Иван с Софьей отправились в плавание по Волге, в Крым), а Абрамцево «отдали внаймы»[53].

Но Абрамцеву было суждено стать центром еще одной семьи — Иван после закрытия «Дня» и венчания (12 января 1866 г.) увез жену в имение; Ольгу Семеновну очень обрадовало это решение. Княгине Черкасской Иван писал, что с газетой разоряется, поэтому после свадьбы на год или два исчезает с московского горизонта в деревню «исправлять свои расстроенные хозяйственные дела»[54].

Невесте Иван так описывал ее будущее место жительства: дом выглядит как «сгорбившийся старик, покосившийся и с той и с другой стороны», «облезла снаружи краска», «нет ни одной комнаты, где бы пол не был покат к какому-нибудь боку»[55]. Снаружи его отремонтировать в зимнее время не было никакой возможности, но внутренний ремонт Иван сделал, и жизнь новой семьи началась там, где «витают тени отца и брата»[56], вообще дух прежней жизни.

И хотя Анне Федоровне здесь очень понравилось, и старый абрамцевский дом она, фрейлина, предпочитала всем дворцам, в которых прежде жила, но Ивана одолевали мысли о материальной неустроенности, скучна была жизнь без деятельности (чувствовал себя «стертым пятиалтынником»), и предложение московских купцов взяться за редактирование ежедневной газеты показалось ему привлекательным. Осенью 1866 г. семья Ивана покинула Абрамцево, и он с 1867 г. стал редактором газеты «Москва».

Сестры мечтали продать Абрамцево: «лесистая и вечно сырая сторона», по отзыву Ивана[57], была причиной нездоровья сестер, болеющих чахоткой (страдали не только члены семейства, но и слуги). Когда летом 1859 г. Аксаковы сняли дачу в Троекурове, сухом месте, «все ожили» – «Абрамцево они все считают местом вредным»[58]. В другом письме Ивана тому же адресату читаем: «Сестры не любят Абрамцева»[59].

В конце 1860-х годов братья похоронили двух сестер — Любовь и Надежду. Иван и раньше склонялся к мысли продать Вишенки, доходом от которых пользовались сестры, и выдать им их капитал[60].

В 1869 г. из незамужних сестер в живых осталась одна Софья. Она и продала в 1870 г. Абрамцево Савве Ивановичу Мамонтову за 15 тысяч рублей. Посредником был Ф. В. Чижов, который посоветовал Савве Ивановичу посмотреть имение, и оно ему понравилось. Переход дворянских усадеб в руки купцов – обычное явление после крестьянской эмансипации. Ефим, бывший камердинер Сергея Тимофеевича, остался жить в доме новых владельцев. Для Абрамцева опять наступила новая жизнь, но уже с другим семейством.

Примечания

[1] *Панаев И.И.* Литературные воспоминания. М., 1950. С. 151.

[2] *Трутовский К.А.* Воспоминания о Сергее Тимофеевиче Аксакове // Русский художественный архив. 1892. Вып. II. С. 51.

[3] Письмо от 3.XII.1851 г. // *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1844–1849. М., 1988. С. 323.

[4] Из заметок В.С. Аксаковой о Гоголе // *Аксаков С.Т.* История моего знакомства с Гоголем. М., 1960. С. 217.

[5] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1844–1849. М., 1988. С. 28, 35.

[6] Там же. С.42.

[7] Там же. С. 44.

[8] Там же. С. 37, 41.

[9] Хомяковский сборник. Томск, 1998. Т. I. С. 120.

[10] Там же. С. 90, 121.

[11] Там же. С. 99, 140, 152.

[12] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1849–1856. М., 1994. С. 212.

[13] Там же. С. 585.

[14] Там же. С. 223.

[15] *Аксакова Вера.* Дневники. Письма. СПб, 2013. С. 66.

[16] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1849–1856. М., 1994. С. 556.

[17] *Аксакова Вера.* Дневники. Письма. СПб, 2013. С. 67. Ср. с письмом О.С. Аксаковой к И.С. Аксакову от 4.III.1844 г.: «...у нас беспрестанная смена лиц» (РО РГБ. Ф. 3 (ГАИС/III). Карт. IV. № 7б. Л. 9 об.).

[18] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1849–1856. М., 1994. С. 530. С.Т. Аксаков недаром в письме к Ивану упомянул о тяжести пребывания невестки даже «при самых искренних отношениях» — он относился к С.А. Аксаковой сдержанно, но не вмешивался в семейную жизнь Григория, чтобы не нарушать его душевное спокойствие. Те из друзей семьи, которые были свидетелями визитов невестки, например, Хомяков, замечали, что она в семье мужа «просто живет баловнем» (Хомяковский сборник. Томск, 1998. Т. I. С. 120).

[19] *Барсуков Н.П.* Жизнь и труды М.П. Погодина. СПб, 1900. Кн. 14. С. 296; письмо В.С. Аксаковой от декабря 1855 г. // РГАЛИ. Ф. 10. Оп. 4. № 141. Л. 15.

[20] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1849–1856. М., 1994. С. 336.

[21] *Чичерин Б.Н.* Москва сороковых годов. М., 1997. С. 142.

[22] Там же.

[23] Московский сборник. М., 1852. Т. I. С. 145–243.

[24] Письмо к В.А. Черкасскому от 20.III.1862 г. // РО РГБ. Ф. 265. К. 33. № 2. Л. 88 об.

[25] *Аксакова Вера.* Дневники. Письма. СПб, 2013. С. 112.

[26] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1849–1856. М., 1994. С. 365, 386, 442.

[27] Там же. С. 455.

[28] Там же. С. 587.

[29] Там же. С. 589.

[30] Для И.С. Аксакова это была нравственная невозможность. 6.X.1852 г. из Москвы он писал Н.А. Милютину о неприятном положении, в котором находится, оставив службу — приходится жить «на чужой счет, т.е. на счет своих крестьян» (ЦИА СПб. Ф. 869. Оп. 1. № 818. Л. 30). Весной 1854 г. он отправится по заданию Русского географического общества описывать украинские ярмарки.

[31] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1849–1856. М., 1994. С. 213.

[32] Письмо к Г.С. и С.А. Аксаковым от 17.VIII.1856 г. // РГАЛИ. Ф. 10. Оп. 3. № 5. Л. 59 об.

[33] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1849–1856. М., 1994. С. 214.
[34] Там же.
[35] Там же. С. 205.
[36] *Трутовский К.А.* Воспоминания о Сергее Тимофеевиче Аксакове // Русский художественный архив. 1892. Вып. II. С. 51.
[37] *Аксакова Вера*. Дневники. Письма. СПб, 2013. С. 308.
[38] Там же. С. 312.
[39] Там же. С. 308.
[40] Там же. С. 326.
[41] Там же. С. 323. Этот долг Аксаковы смогут вернуть только осенью 1864 г. (см. письмо И.С. Аксакова к Е.А. Свербеевой от 11.X.1864 г. // РГАЛИ. Ф. 472. Оп. 1. № 620. Л. 7).
[42] *Аксакова Вера*. Дневники. Письма. СПб, 2013. С. 311.
[43] Там же. С. 337, 338, 346.
[44] Переписка И.С. Аксакова и Ю.Ф. Самарина (1848–1876). СПб, 2016. С. 85.
[45] Там же. С. 83–88. О полемике между адресатами см.: Там же. С. 12–20, 385–387, 392–398, 403.
[46] Записки Александра Ивановича Кошелева (1812–1883 годы). М., 2002. С. 58.
[47] Переписка И.С. Аксакова и Ю.Ф. Самарина (1848–1876). СПб, 2016. С. 170.
[48] Письмо от 15.VII.1872 г. // РО РГБ. Ф. 327/II. К. 4. № 14. Л. 3.
[49] Переписка И.С. Аксакова и Ю.Ф. Самарина (1848–1876). СПб, 2016. С. 164.
[50] Там же. С. 161.
[51] Там же. С. 281.
[52] Там же. С. 199.
53 Письмо Е.А. Свербеевой к А.П. Елагиной от 4.VI.1865 г. // РО РГБ. Ф. 99. К. 9. № 90. Л. 8 об.
[54] Письмо от 4.X.1865 г. // Там же. Ф. 327/II. К. 4. № 13. Л. 1 об.
[55] Аксаков Иван Сергеевич. Материалы для летописи жизни и творчества. Уфа, 2012. Вып. 4. Ч. 2. С. 203.
[56] Переписка И.С. Аксакова и Ю.Ф. Самарина (1848–1876). СПб, 2016. С. 233.
[57] *Аксаков И.С.* Письма к родным. 1849–1856. М., 1994. С. 307.
[58] Письмо И.С. Аксакова к Г.С. Аксакову от 12.VIII.<1859 г.> // ИРЛИ. Ф. 3. Оп. 16. № 16. Л. 6.
[59] Письмо от 11.V.1865 г. // Там же. Л. 30 об.
[60] Переписка И.С. Аксакова и Ю.Ф. Самарина (1848–1876). СПб, 2016. С. 268.

Библиография

Горнов В.А. Александр Иванович Кошелёв... // Российский либерализм: идеи и люди. М., 2004.

Елизаветина Г.Г. Н.В. Станкевич и его духовное наследие // Станкевич Н.В. Избранное. М., 1982.

Маливанов М.Ф. Письма К.С. Аксакова князю В.А. Черкасскому // Записки отдела рукописей РГБ. Вып. 50. М., 1995.

Notes

Aksakov I.S. (1988) *Pis'ma k rodnym. 1844–1849.* [Letters to Family Members]. 1844–1849. Moscow.

Aksakov I.S. (1994) *Pis'ma k rodnym. 1849–1856.* [Letters to Family Members]. 1849–1856. Moscow.

Aksakov Ivan Sergeevich. Materialy dlya letopisi zhizni i tvorchestva. Vyp. 4. Ch. 2. [Aksakov Ivan Sergeevich. Materials for the Chronicle of Life and Work. Issue 4. Part 2]. (2012). Ufa.

Aksakova V. (2013) *Dnevniki. Pis'ma*. [Diaries. Letters]. Saint Petersburg.

Aksakov S.T. (1960) *Istoriya moego znakomstva s Gogolem*. [History of My Acquaintance with Gogol]. Moscow.

Barsukov N.P. (1900) *Zhizn' i trudy M.P. Pogodina. Kn. 14.* [M.P. Pogodin's Life and Works. Book 14]. Saint Petersburg.

Chicherin B.N. (1997) *Moskva sorokovykh godov.* [The Moscow of the 40s]. Moscow. P. 142

Khomyakovskiy sbornik T. I. [Khomyakov's Collection. Vol. 1] (1988). Tomsk.

Moskovskiy sbornik. T. I. [Moscow Collection. Vol. 1] (1852). Moscow.

Panaev I.I. (1950) *Literaturnye vospominaniya*. [Literary Reminiscences]. Moscow.

Perepiska I.S. Aksakova i Yu.F. Samarina (1848–1876) [Correspondence of I.S. Aksakov and Yu.F. Samarin (1848-1876)]. (2016). Saint Petersburg.

RGALI [Russian State Archive of Literature and Arts]

RO RGB [Russian State Library, Manuscript Department]

Trutovskiy K.A. (1892) Vospominaniya o Sergee Timofeeviche Aksakove. [Reminiscences about Sergei Timofeevich Aksakov] In: *Russkiy khudozhestvennyy arkhiv. Vyp. II.*. [Russian Art Archive. Issue 2].

TsGIA SPb. [Central State History Archive of St. Petersburg]

Zapiski Aleksandra Ivanovicha Kosheleva (1812–1883 gody). [Alexander Ivanovich Koshelev's Notes (1812-1883)] (2002). Moscow.

References

Elizavetina G.G. (1982) N.V. Stankevich i ego dukhovnoe nasledie. [N.V. Stankevich and His Spiritual Legacy] In: Stankevich N.V. *Izbrannoe*. [Selected Works]. Moscow.

Gornov V.A. (2004) Aleksandr Ivanovich Koshelev... [Alexander Ivanovich Koshelev ...] In *Rossiyskiy liberalizm: idei i lyudi*. [Russian Liberalism: Ideas and People]. Moscow.

Malivanov M.F. (1995) Pis'ma K.S. Aksakova knyazyu V.A. Cherkasskomu. [K.S. Aksakov's Letters to Prince V.A. Cherkassky]. In: *Zapiski otdela rukopisey RGB. Vyp. 50.* [Notes of the Manuscript Department of the Russian State Library. Issue 50]. Moscow.

Поступила в редакцию
28.06.2017

КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ

Панкеев Иван Алексеевич, доктор филологических наук, профессор кафедры истории и правового регулирования отечественных средств массовой информации, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: iap2007@mail.ru

ЖУРНАЛИСТ И ЖУРНАЛИСТИКА: ЕДИНСТВО ПРОТИВОПОЛОЖНОСТЕЙ?

Рецензия на книгу: Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. Комитет гражданских инициатив, 2017. – 145 с. (http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf).

Ivan A. Pankeev, Doctor of Philology, Professor at the Chair of History and Legal Regulation of Domestic Media, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: iap2007@mail.ru

JOURNALISTS AND JOURNALISM: THE UNITY OF OPPOSITES?

A review of the book: Journalists' Ideas of the Profession and Professional Community. Overall Analytical Report on the Results of Research Works. Civic Initiatives Committee, 2017. – 145 p. (http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf).

То, что журналистика остается одним из важнейших социальных институтов, подтверждают неутихающие дискуссии о ее настоящем и будущем. Одни видят жесткий вызов журналистике в блогерстве и социальных сетях, другие считают, что журналисты сами губят себя, становясь ангажированными и уходя от профессиональных этических стандартов, третьи обвиняют массмедиа в целом в грехе пропагандизма. Власть хочет от СМИ сервильности, учредители – послушности, а аудитория по-прежнему – правдивости, достоверности и беспристрастности. Какими в этой ситуации видят себя и свою профессию сами журналисты? Попытка создать такое «зеркало» была предпринята Фондом медиаис-

следований и развития стандартов журналистики (фонд «Медиастандарт»), созданным по инициативе Комитета гражданских инициатив. Председатель Комитета гражданских инициатив А.Л. Кудрин считает, что «институт СМИ сейчас переживает, наверное, самые трудные времена уже в новой России. Мы изучаем состояние СМИ в регионах, независимых СМИ в регионах становится все меньше и меньше. То же самое я могу сказать по федеральному уровню — крупные корпорации, государственные институты больше на сегодня оказывают влияние на СМИ»[1].

На сайте «Медиастандарта»[2] говорится, что деятельность фонда «направлена на поддержку качественной журналистики и средств массовой информации в России. Он призван повысить авторитет и привлекательность профессии, содействовать формированию позитивного общественного мнения о журналистской деятельности. Фонд считает своей миссией развитие профессиональных стандартов и создание условий для функционирования независимых средств массовой информации».

В соответствии с заявленными целями фонд заказал исследовательской группе «Циркон»[3] социологическое изучение, на основе которого и был создан рецензируемый аналитический отчет.

Указать на эти три организации необходимо потому, что социологических опросов проводится много, но далеко не каждый из них, как в данном случае, является исследованием, сопровождается анализом, содержит выводы. Мы имеем дело с работой, проделанной специалистами, знающими и понимающими особенности объекта исследования (профессиональное сообщество журналистов России) и расширенной формулы предмета (профессиональная идентичность журналиста, социально-экономическое и профессиональное самочувствие журналиста, базовые (универсальные) ценностные ориентации журналиста и т. д.) Следовательно, и доверие к результату выше. Результату не как абстрактной цифре, а как осмысленному, доказательному выводу. Это особенно важно, когда речь идет о такой сфере деятельности, как журналистика, где большую роль играют не только объективные, но и субъективные факторы.

Авторы аналитического отчета, пояснив методологию исследования, термины, категории, описав выборку, в десятках таблиц и диаграмм обнародовали выявленные представления журналистов о профессии, профессиональной деятельности, структуре профессионального сообщества; социальном и материальном самочувст-

вии, удовлетворенности трудом, представлениях о свободе деятельности; об универсальных и профессиональных ценностных ориентациях журналиста; о взаимосвязи и взаимовлиянии различных аспектов профессиональной идентичности. Безусловную ценность представляют резюме, рекомендации и выводы.

Было опрошено 413 респондентов (175 представляли печатные СМИ, 92 – ТВ и радио, 166 – Интернет (цифровой ресурс), 102 – интегрированные СМИ, сочетающие несколько типов). Кроме этого, на анкеты ответили и 79 студентов факультетов журналистики; итого – 492 человека. Пол респондентов: 60% женский, 40% – мужской. Возрастных групп четыре: самая многочисленная – 25–34 года (33%), затем – 45 лет и старше (30%), 35–44 года (22%) и 18–24 года (15%). Высшее образование имеют 88% опрошенных (из них более половины – журналистское или филологическое, четверть – гуманитарную специализацию и 10% – техническую). В частных СМИ работают 65% опрошенных, в государственных – 25. Треть респондентов трудится в региональных СМИ, по четверти – в федеральных и местных, 8% – в межрегиональных. Такого разнообразного состава достаточно для того, чтобы ознакомиться с суждениями разных представителей – от студентов до главных редакторов, от блогеров до штатных обозревателей, от начинающих до опытных. Здесь мы не можем однозначно согласиться с тем, что «Медиастандарт» вычислил «среднего» журналиста, как пишет в «Журналисте» В. Левочкина[4]. Как не можем безоговорочно принять высказанное там же мнение, что «зачастую журналисты не понимают и сути своей профессии. Отчасти это понятно — большинство живет под гнетом бизнеса, власти, запредельной самоцензуры». На наш взгляд, не в том была цель опроса, чтобы выявить «среднего», а если даже и так, что вряд ли этот «средний» не понимает сути своей профессии; не та сфера деятельности, где можно десятилетиями трудиться под гнетом «запредельной самоцензуры». Но с одним из наблюдений В. Левочкиной мы полностью согласны, а именно с тем, что результаты опроса дают основания поразмышлять о «когнитивных механизмах».

В то же время, что и в «Журналисте», на отчет фонда «Медиастандарт» и исследовательской группы «Циркон» появилась рецензия В. Хамраева в «Коммерсанте»; ее название точно отражает один из основных выводов: «Журналисты не высоко ценят сегод-

няшние СМИ. Но ценят себя в этой профессии»[5]. Это тоже, как можно предположить, о когнитивном диссонансе.

В начале этого года, когда был обнародован рецензируемый отчет, подобная тема активно обсуждалась и на заседании секции «Современная журналистика в свете деонтологии», которая состоялась в рамках ежегодной международной научно-практической конференции «Журналистика в 2016 г.: творчество, профессия, индустрия». Снова сошлись на том, что единый для всех журналистов этос на практике невозможен. Остается понять – почему, если теоретически все ясно: от «Рассуждения об обязанностях журналиста...» М.В. Ломоносова до этических норм газеты «Вашингтон пост» и «Догмы» газеты «Ведомости», где четко и ясно сказано о независимости и объективности, источниках и фактах, беспристрастности и столкновении интересов.

В научной литературе можно найти десяток определений, в которых когнитивный диссонанс будет поясняться как отсутствие гармонии. Все они – в русле предложенных в 1957 г. Леоном Фестингером гипотез о причинах психологического дискомфорта личности и о возможных путях выхода индивида из этой ситуации. Но можно предположить, что в определенные периоды теория когнитивного диссонанса применима не только к индивиду, но и к сообществам индивидов, объединенных чем-либо принципиально значимым для них (например, такой сферой деятельности, как журналистика). Не один, а сразу многие начинают задавать себе одинаковые вопросы: при декларируемой свободе слова насколько я на самом деле свободен? каковы пределы независимости от учредителя? допустимо ли нарушение этических норм? достойно ли оценивается (и не только материально) мой труд? И здесь нам близко определение когнитивного диссонанса не как состояния «переживания дискомфорта», а, в соответствии с трактовкой, содержащейся в «Философской энциклопедии» – как «интеллектуального конфликта, возникающего, когда имеющимся мнениям и представлениям противоречит новая информация». А то, что представленная «Медиастандартом» и «Цирконом» информация именно новая, сомнений не вызывает.

Эта информация позволяет еще раз убедиться в том, что основное противоречие, присущее современной журналистике, – это конфликт «должного» и «сущего». Например, свободными и самостоятельными в своей деятельности считают себя 15% современных журналистов, в то время как 81% отмечает, что они «скорее не

являются свободными и самостоятельными». Подобная ситуация и с «ограничителями свободы». 60% опрошенных согласны с тем, что владелец СМИ очень влияет на профессиональную самостоятельность журналиста, и лишь 3% считают, что это влияние не слишком значительно. При этом давление общественного мнения (аудитории) очень влиятельным считают 5% опрошенных, в то время как совсем не влиятельным – 19%. К очень влиятельным ограничителям свободы отнесены также: вышестоящая структура, к которой принадлежит владелец СМИ (63%); законодательная база РФ (38%); «внутренний редактор», этические установки (36%); недостаточный уровень собственной профессиональной компетентности (33%); руководители редакций (21%) и т.д.

В то же время в том, что в работе много свободы и самостоятельности, в той или иной степени (в оценках от 1 до 5) уверены 73% респондентов, недостаток такой свободы и самостоятельности испытывают 18%. И психологический климат в коллективе очень комфортным считают в целом 7% журналистов, в то время как обратные ощущения – у 12%.

Как видим, оценивая не профессию в целом, а свое профессиональное самочувствие, большая часть опрошенных уверена в том, что их работа является интересной, творческой, престижной, что в ней много свободы и самостоятельности. Очень интересной и творческой свою работу называют 87% респондентов, в то время как обратной точки зрения придерживается лишь 6 процентов. Похожее соотношение наблюдается и при оценке престижности своей работы. Кстати, даже в материальном отношении свою работу привлекательной считают 51%, а непривлекательной – 37% журналистов.

Тогда, казалось бы, откуда вывод 77% опрошенных о том, что «в современной России профессия журналиста дискредитирована и недооценена, журналисты не пользуются доверием со стороны общества» (обратного мнения придерживают 15%)? Это – одно из проявлений того самого когнитивного диссонанса? Подтверждение конфликта «должного» и «сущего»? И еще один аспект: а что заставило респондентов думать об этом, кроме прямо поставленных вопросов, и волновали ли их эти проблемы до опроса? Может, никакого «дискомфорта» и нет? Может, у нового поколения сформировались свои представления о профессии, во многом основанные на требованиях, выдвигаемых конкретными СМИ? И не кроется ли одна из разгадок в ответах на вопрос: «перед кем *должен* нести ответственность профессиональный журналист и перед кем

он *в действительности* несет ответственность?» На наш взгляд, эти ответы – основание для самостоятельного исследования в области этики и психологии. По мнению респондентов, перед самим собой: должен – 79%, в действительности – 20; перед обществом: 79 и 16; перед аудиторией СМИ: 71 и 25; перед профессиональным сообществом: 19 и 6% соответственно.

И совершенно иная, противоположная картина, когда в действие вступают механизмы принуждения. Должен ли журналист нести ответственность перед владельцами СМИ? «Да» – считает 7% опрошенных, «несет эту ответственность в действительности» – 72%. Перед властью: 3 и 67. Перед главным редактором: 16 и 53; ни перед кем: 1 и 3%.

Результаты опроса показали, в частности, что журналистское сообщество склонно оценивать деятельность властных структур более критически, чем остальное население страны. Деятельность правительства одобряет 53% населения и лишь 22% журналистов; по отношению к правоохранительным органам это – 54 и 33%; по отношению к судебной системе – 41 и 18%. Это распространяется и на оценку деятельности СМИ, которую одобряет 61% населения и всего 32% журналистов.

Большая часть вопросов разработана исследователями таким образом, что ответы, полученные почти на каждый из них, дают основания для последующего анализа. Являя собой преходящий промежуточный результат, эти данные станут незаменимым материалом при дальнейшем сопоставлении, при выявлении новых трендов, при выработке рекомендаций и т. д. Например, чрезвычайно интересный и очень важный как знак времени опрос на тему: «какими характеристиками обязательно, а какими не обязательно должен обладать профессиональный журналист?». Если вчитываться в ответы медленно и с раздумьями, то получится уникальный портрет (в данном случае – не зеркало, а именно портрет профессионала, создаваемый профессионалом – как представление о должном, близком к идеалу). Итак, опрошенные считают, что журналисту в обязательном порядке должны быть присущи такие черты: знание этических норм и правил поведения, действующих в журналистском сообществе (71%); соблюдение этих норм и правил (66%); наличие таланта, грамотность (66%); получение знаний от опытных журналистов (64%); наличие навыков работы с информацией (47%); работа в штате СМИ (28%); наличие журналистского образования (8%).

Странно, конечно, что опрошенные ратуют за знание профессиональных этических норм, при этом ставя почти на последнее место требование профильного образования. Но сама по себе постановка вопроса (требование знания правил выше требования соблюдать их) очень интересна. Тем более что в ответе на другой вопрос 79% респондентов утверждают, что нельзя считать журналистом человека, пренебрегающего профессиональной этикой. А при ответе на вопрос: «что может быть для вас барьером при выборе партнера-журналиста для совместного проекта?» – подавляющее большинство опрошенных (47%) ответили: «отличное от моего отношение к соблюдению этических норм»; и только потом – иные идеологические установки и иное отношение к журналистике и ее миссии (по 26%), членство в политических партиях (21%) и т. д.

Положительное отношение к этике, деонтологии журналистики как объединяющем ядре выявило удивительное единство мнений. На наш взгляд, этот феномен требует дополнительного научного изучения именно в аспекте когнитивного диссонанса. Потому что не смогли бы стать препятствием при выборе партнера ни большая разница в возрасте (это смутило всего 7% респондентов, но не озадачило 54%); ни отсутствие профессионального образования (10% считает его обязательным условием, в то время как 59% его отсутствие не считают барьером). Но практика показывает, что этические нарушения встречаются все чаще – достаточно изучить решения Общественной коллегии по жалобам на прессу. Не потому ли, что 53% респондентов убеждены, что «журналист не может отступать от профессиональных этических правил ни при каких обстоятельствах, поэтому у него могут быть ограничения при сборе информации», а 37% считают, что «главным в работе журналиста является максимально полный сбор информации, поэтому в отдельных случаях для достижения этой цели журналист может отступать от норм профессиональной этики».

Кстати, подобное противоречие наблюдается и в результатах ответа на один из волнующих сообщество вопросов: «какими правилами нельзя пренебрегать, а какими иногда можно и пренебречь?». Почти все (97%) уверены, что нельзя намеренно искажать факты; 79% – что при сборе информации надо учитывать интересы источника и проявлять максимальную тактичность; и в то же время 80% тех же опрошенных считают, что иногда можно пренебречь легальными способами получения информации.

Одна из возможных причин такого положения, на наш взгляд, может быть в самих мотивах профессиональной деятельности, о чем авторы отчета пишут, что «в рамках исследования был зафиксирован конфликт между инструментальным определением журналистики как профессии («прагматикой») и наличием в ней компонента миссии». При этом подчеркивается, что «мнение о коммерческой основе деятельности СМИ поддерживает почти половина респондентов, тогда как треть респондентов относят журналистику к деятельности, важной с социальной точки зрения. Вместе с тем, на уровне деклараций, фиксирующих некоторые «идеальные» представления респондентов о наиболее важных, с их точки зрения, профессиональных ролях журналистов, ответы респондентов явно склоняются к «миссии», а не «прагматике».

Это доказывает, что значимость рецензируемого труда, помимо прочего, и в том, что в нем четко показано, как часто в журналистском сообществе декларируемое расходится с действительным. Полезные данные для сферы профильного образования.

Не разработав реальные механизмы борьбы со столь явными противоречиями, журналистское сообщество, вероятно, не скоро примет давнюю, со времен Бентама обсуждаемую идею, что «должное» – это некий категорический императив, который остается неизменным независимо от внешнего воздействия. В медицине эту проблему решили еще при Гиппократе: врач должен одинаково профессионально (ответственно) лечить больного, независимо от того, богат тот или беден, стар или молод, верующий или атеист. Менялись эпохи, а вместе с ними и текст знаменитой клятвы, но принцип остался незыблемым. Печально, но в журналистике пока слишком велика пропасть между нормативно установленным и реально применяемым. Авторы отчета приводят некоторые расширенные ответы по поводу профессиональной этики: «большое количество людей, которые называют себя журналистами, вообще не слышали о каких-либо правилах. Достижение сиюминутного успеха – это некая мораль, которая сегодня торжествует в России во многих кругах, в том числе и в журналистике»; «в реальных условиях это все не работает, потому что рынка нет, потому что нет экономической самостоятельности, потому что большинство СМИ зависимо от учредителя, потому что нет профессиональных навыков, контент довольно слабого качества и редактор, и журналисты, и издатель склонны совершенно не думать об этике, а ду-

мать об элементарном выживании, а выживание с этикой слабо совместимо» и т. д.

Подобные ответы не просто оживляют текст отчета и делают его наглядным и достоверным, они также дают более полное представление о респондентах – их эрудированности, грамотности, эмоциональности и т. д. Эти «стилистические портреты» не менее важны и интересны, чем цифры и графики.

Завершая отчет, авторы пишут, что «интересным объектом для будущих исследований является изучение выявленных в рамках проекта противоречий в самооценках собственного поведения и положения во всей сфере в целом». Хотя в некоторых случаях часть противоречий осмыслена и пояснена самими авторами. Но, как отмечалось выше, в том и заключается ценность проделанного «Медиастандартом» и «Цирконом» труда, что освоен путь, по которому исследователи обязаны идти дальше, поскольку выявленное диалектическое противоречие («единство противоположностей») может привести не только журналистов, но и профессию в целом к дополнительному знанию о себе.

Примечания

[1] https://rns.online/it-and-media/Kudrin-v-Rossii-slishkom-mnogo-gosudarstvennih-SMI--2017-01-13/
[2] http://www.msindex.ru/sample-page/
[3] http://www.zircon.ru/about/
[4] http://journalist-virt.ru/content/mediastandart-vychislil-srednego
[5] https://www.kommersant.ru/doc/3189442

Notes

http://journalist-virt.ru
https://rns.online
https://www.kommersant.ru
http://www.msindex.ru
http://www.zircon.ru

Поступила в редакцию
05.07.2017

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — рецензируемое научное издание с периодичностью выхода 6 раз в год. Публикуемые в нем материалы посвящены проблемам журналистики, СМИ, массовой коммуникации. Журнал ориентирован на публикацию статей, представляющих собой результаты самостоятельного исследования, организованного и проведенного в рамках научного подхода. Авторы — ведущие российские и зарубежные ученые и исследователи.

Журнал имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете (для подписчиков), включен в систему Российского индекса научного цитирования, оформляется в соответствии с требованиями ВАКа. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов не взимается.

Статьи в журнале публикуются только после получения положительной рецензии. Рецензентами могут выступать все кандидаты и доктора наук факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, а также сотрудники иных образовательных учреждений Российской Федерации и зарубежных стран, имеющие достаточную квалификацию в соответствующей научной области, получившие ученую степень и обладающие авторитетом в научной среде. Редакционная коллегия принимает на себя обязательства по поиску рецензентов и организации процесса рецензирования.

По решению редакционной коллегии рукопись принимается, отвергается или возвращается автору на доработку. Авторы обязаны учесть замечания рецензента и внести в статью соответствующие исправления. В случае отклонения статьи редакционная коллегия направляет автору мотивированный отказ. Рецензии хранятся в редакции, копии их предоставляются по требованию авторам рукописей.

Статьи авторам необходимо отправлять на электронную почту журнала vestnik_journ@mail.ru. Материалы размещаются в номерах по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.

Все присылаемые статьи должны содержать следующие обязательные элементы:

1) Сведения об авторе на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактная информация автора (телефон и электронный адрес).

2) Аннотация (abstracts) и ключевые слова (key words) на русском и английском языках. Аннотация должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде концевых сносок (если есть). Через концевые сноски также оформляются библиографические ссылки на периодику (газеты, журналы общего интереса); интернет-источники; художественную, деловую, научно-популярную литературу; словари, справочники, отраслевые доклады; учебники и учебные пособия; архивные данные.

4) Пристатейные библиографические списки (Библиография) у всех статей – в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования.

В список литературы включаются: монографии; сборники научных статей; научные статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках. В список литературы вносятся только источники, на которые есть внутритекстовые библиографические ссылки.

Ссылки в тексте приводят в круглых скобках – в них указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием. Например: (Иванов, 1998: 125). При повторном цитировании: (там же: 128) для русскоязычных источников или (Ibid: 123) для иностранных источников.

Объем рукописи не должен превышать один печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами). Оптимальный размер статьи – 20–30 тыс. знаков с пробелами. Текст статьи должен создаваться в формате doc (docx, rtf), шрифтом Times New Roman, 12 кеглем, с полуторным межстрочным интервалом.

Статья должна начинаться с введения (обоснование актуальности и научной значимости исследования, теоретические подходы к проблеме, поставленная автором задача, корпус имеющих отношение к проблеме текстов). Введение может быть дополнено отдельным разделом, в котором предоставляется обзор литературы по проблеме и теоретические выкладки. В этом разделе (разделах) должна быть представлена большая часть отсылок к предыдущим работам по теме материала.

Если в статье есть компонент эмпирического исследования, в ней должны быть отдельные разделы, описывающие методологию и результаты исследования. Основная часть статьи заканчивается выводами.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических данных и иных сведений.

Редакционная коллегия журнала:

- непредвзято, взвешенно и объективно оценивает все поступающие материалы;
- при работе с материалами руководствуется лишь критериями оригинальности, научной значимости и актуальности текстов;
- до публикации обеспечивает конфиденциальность всех рассматриваемых текстов;
- гарантирует отсутствие личных интересов в работе с материалами сторонних авторов;
- не принимает от авторов вознаграждений в явной или неявной форме;
- борется с плагиатом всеми доступными способами;
- строго следует нормам законодательства, установленным правилам и процедурам.