# Вестник Московского университета

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**
Основан в ноябре 1946 г.

# Lomonosov Journalism Journal

*Серия 10* **ЖУРНАЛИСТИКА**
Издательство Московского университета

**№ 3 (48) • 2023 • МАЙ—ИЮНЬ**
*Выходит один раз в два месяца*


Содержание


**Социология журналистики**

*Казун А. Д.* «Они все равно меня находят»: медиапотребление людей, избегающих новостей ..... 3

*Кажберова В. В., Чхартишвили А. Г., Губанов Д. А., Козицин И. В., Белявский Е. В., Федянин Д. Н., Черкасов С. Н., Мешков Д. О.* Агрессия в общении медиапользователей: анализ особенностей поведения и взаимного влияния ..... 26

**Современная журналистика: тематика и проблематика**

*Коноплев Д. Э.* Тема импорта и поддержки отечественного производителя в экономических публикациях российских СМИ ..... 57

**История журналистики**

*Белоус Ю. М.* История еженедельника «Музыка» 1910–1916 гг.: документы и личности ..... 74

*Ромакина М. А.* Условия сотрудничества фотокорреспондентов с «Союзфото» (по материалам газеты «Фотокор» 1931–1933 гг.) .....92

*Видинеева Н. Ю.* Формат советского детского журнала «Костер» в контексте актуализации аксиологических установок .....117

*Байбатырова Н. М.* Эмигрантская оппозиционная мысль в журнале-газете «Трибуна» (1983–1984 гг.) .....134



**Все материалы журнала опубликованы на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License**

CONTENTS

**Sociology of Journalism**

*Anastasia D. Kazun*. "It Finds Me Anyway": Media Consumption of News Avoiders ..... 3

*Varvara V. Kazhberova, Alexander G. Chkhartishvili, Dmitry A. Gubanov, Ivan V. Kozitsyn, Evgeny V. Belyavsky, Denis N. Fedyanin, Sergey N. Cherkasov, Dmitry O. Meshkov.* Aggression in Media Users' Communication: an Analysis of Behavioral Features and Mutual Influence ..... 27

**Modern Journalism: Subjects and Issues**

*Dmitry E. Konoplev.* The Subject of Import and Support for a Domestic Manufacturer in Economic Publications of Russian Media ..... 57

**History of Journalism**

*Yuliya M. Belous.* History of the Muzyka Weekly in 1910–1916: Documents and Personalities ..... 74

*Maria A. Romakina*. Conditions for Cooperation of Photo Correspondents with Soyuzfoto (a Case Study of the Photocor Newspaper, 1931–1933) ..... 92

*Natalia Yu. Vidineeva*. The Format of the Soviet Children's Magazine Kostyor in the Context of Actualization of Axiological Attitudes ..... 117

*Nailya M. Baibatyrova*. Emigrants' Opposition Thought in the Journal-Newspaper Tribuna (1983–1984) ..... 134

**All the published materials are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License**

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2023

# СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Казун Анастасия Дмитриевна**, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ, старший преподаватель факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия; e-mail: adkazun@hse.ru

## «ОНИ ВСЕ РАВНО МЕНЯ НАХОДЯТ»: МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ ЛЮДЕЙ, ИЗБЕГАЮЩИХ НОВОСТЕЙ[1]

*В статье анализируется, как рассказывают об эффекте «новости-находят-меня» люди, избегающие новостей. Эмпирическим материалом послужили 44 интервью. Результаты исследования показывают, что люди, сокращающие потребление новостей или вовсе отказывающиеся от них, не чувствуют себя неосведомленными и выражают уверенность, что информация о наиболее важных событиях сама найдет их. Источником новостей для них становятся социальные контакты (офлайн или онлайн), ненамеренное потребление традиционных медиа, а также социальные сети и компьютерные алгоритмы. Оценивается эффект «новости-находят-меня» также поразному. Некоторые информанты отмечают, что этот эффект позволяет им оставаться в курсе основных событий, не прилагая к этому усилий и тем самым экономя временные, когнитивные и эмоциональные ресурсы. Ситуация, когда новости сами находят аудиторию, делает более легитимным игнорирование информационного контента и избавляет людей от чувства вины за неосведомленность в повестке дня. Вместе с тем другие информанты подчеркивают, что эффект «новости-находят-меня» вынуждает потреблять новости, которых они не хотели бы знать.*

***Ключевые слова**: избегание новостей, медиапотребление, медиасреда с большим выбором, новости-находят-меня, случайное потребление новостей.*

**Anastasia D. Kazun**, PhD in Sociology, Senior Researcher at the Laboratory for Studies in Economic Sociology, Senior Lecturer at the Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia; e-mail: adkazun@hse.ru

## "IT FINDS ME ANYWAY": MEDIA CONSUMPTION OF NEWS AVOIDERS

*The article discusses how news avoiders talk about the news-finds-me effect. The empirical materials consist of 44 interviews. The research shows that news avoiders do not feel uninformed. The interviewees express confidence that information about the most important events on the agenda will find them by itself.*

*The channels of receiving information for news avoiders are social contacts (offline or online), casual consumption of traditional media (for example, the radio in a taxi), as well as social networks and computer algorithms. The effect of news-finds-me can also be evaluated in different ways. Some subjects of the interviews note that this effect allows them to stay on top of major events without effort, thus saving time, cognitive and emotional resources. The situation, when information finds its audience, legitimizes news avoidance and relieves people of the feeling of guilt about their unwillingness to follow the agenda. However, other subjects emphasize that the news-find-me effect does not give them the opportunity to protect themselves from negative information, forcing them to consume news they would like to avoid.*

*Key words: news avoidance, media consumption, high-choice media environment, news-finds-me, casual news consumption.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.325*

**Введение**

Во всем мире наблюдается тенденция к избеганию новостей (*news avoidance*). Люди, которые сознательно ограничивают потребление информационного контента, представляют собой весьма многочисленную группу. Например, в 2022 г. в Бразилии таковых было 54% населения (Newman, Fletcher, Robertson et al., 2022). В других странах этот показатель тоже велик – 46% в Великобритании, 42% в США (Newman, Fletcher, Robertson et al., 2022), 41% в России[2] (Радаев (ред.), 2023).

Феномен избегания новостей был описан в ряде исследований, однако требует дальнейшей концептуализации и является очень неоднородным. Выделяют преднамеренное, предполагающее сознательный отказ от контента, и непреднамеренное избегание новостей (Skovsgaard, Andersen, 2020). В некоторых исследованиях к людям, избегающим новостей, относят только тех, кто делает это целенаправленно (Woodstock, 2014). В настоящей статье мы будем следовать этому подходу, оставляя за скобками тех, кто не потребляет новости, например, предпочитая развлекательный контент или из-за нехватки времени, т. е. людей, избегающих новостей непреднамеренно.

Распространение избегания новостей может быть объяснено возникновением медиасреды с большим выбором (*high-choice media environment*) (Karlsen, Beyer, Steen-Johnsen, 2020; Van Aelst, Strömbäck, Aalberg et al., 2017), предполагающей, что погружение в новостную ленту возможно практически в любом временном

и пространственном контексте (Boczkowski, Mitchelstein, Matassi, 2018; Hermida, 2020). Раньше потребление новостей требовало, например, нахождения перед телевизором в определенное время и было ограничено тем объемом контента, который транслировали традиционные медиа с весьма ограниченной пропускной способностью (число колонок в газете, время эфира) (Hilgartner, Bosk, 1988). Сейчас же пользователи сети Интернет имеют возможность взаимодействовать с бесконечным потоком контента, который доступен круглосуточно и может потребляться практически в любом месте. В результате возникает проблема информационной перегрузки (Benkler, 2007), когда объем получаемой информации превышает способность человека к ее обработке (Eppler, Mengis, 2004). Стремясь избежать этого неприятного состояния, люди начинают регулировать свое медиапотребление, порой принимая решение о (практически) полном отказе от новостей. Кроме того, феномен избегания новостей можно объяснить на индивидуальном уровне как отказ от контента, который вызывает негативные эмоции, и стремление поддержать свое эмоциональное благополучие (Mannell, Meese, 2022; Villi, Aharoni et al., 2022; Ytre-Arne, Moe, 2021).

Вместе с тем полностью изолировать себя от новостей в современном мире едва ли возможно. Распространение социальных сетей создало эффект «новости-находят-меня» (*news-finds-me*) (Fletcher, Nielsen, 2018; Gil de Zúñiga, Weeks, Ardèvol-Abreu, 2017). Не потребляя такой контент целенаправленно, человек тем не менее сталкивается с ним через репосты в социальных сетях, посты знакомых, посвященные актуальным проблемам, дискуссии в различных сообществах, заголовки в поисковых системах и т. д. Таким образом, у него не остается выхода за пределы информационного потока. Вероятно, это может вызывать чувство дискомфорта, ведь информационная среда в данном случае начинает препятствовать действиям по поддержанию эмоционального благополучия, которому угрожают новости с негативным уклоном (Leung, Lee, 2015; Soroka, 2006).

Распространение избегания новостей трактуется исследователями как угроза для демократии, поскольку потребление информационного контента связано с более высоким уровнем политической грамотности и вовлеченности (Eveland, Scheufele, 2000; Hayes, Lawless, 2018; Ksiazek, Malthouse, Webster, 2010). Предполагается, что отказ от новостей приводит к снижению осведомленности гра-

ждан и их политического участия. На первый взгляд эффект «новости-находят-меня» должен в некоторой степени смягчать негативные последствия отказа от информации. Тем не менее этого не происходит. Люди, получающие новости эпизодически, из различных неновостных интернет-ресурсов, все же имеют более низкий уровень политической грамотности (Gil de Zúñiga, Weeks, Ardèvol-Abreu et al., 2017), чем активные потребители, а новости в социальных сетях увеличивают предполагаемые, а не фактические знания (Schäfer, 2020). Таким образом, в результате эффекта «новости-находят-меня» люди могут чувствовать себя компетентными в вопросах политики и текущей повестки дня, при этом не обладая соответствующими знаниями в реальности. Похожие выводы были сделаны ранее в исследованиях роли новостей при формировании политических компетенций. В частности, было показано, что использование социальных сетей не компенсирует отказ от традиционных СМИ (Shehata, Strömbäck, 2021), а влияние цифровых медиа на политическую грамотность может быть положительным, но слабым (Dimitrova, Shehata et. al., 2014) или даже отрицательным (Van-Erkel, Van-Aelst, 2020).

Данное исследование основано на интервью с людьми, избегающими новостей. Анализируемые нарративы являются частью рассказа об опыте избегания экономических и политических новостей. Потребление других типов информационных сообщений (новости спорта, новости о знаменитостях и т. д.) в настоящем исследовании не рассматривается. В статье мы остановимся на следующих вопросах:

1) за счет чего происходит случайное столкновение людей, избегающих новостей, с таким контентом;

2) как люди, избегающие новостей, оценивают и воспринимают тот факт, что полностью изолировать себя от текущей повестки дня невозможно.

**Методология**

База данных настоящего исследования включает 44 полуструктурированных интервью с людьми, избегающими новостей. Данные были собраны в период с 20.11.2022 по 15.02.2023 г., большая часть интервью проведена в Москве (два интервью – в Санкт-Петербурге и два – с информантами, которые релоцировались из России). Поскольку избегание новостей связано с информационной перегруз-

кой, которая возникает в рамках медиасреды с большим выбором, логично, что оно будет более распространено среди активных пользователей сети Интернет. Поэтому наиболее ярко избегание новостей должно проявляться именно в крупных городах.

Выделить группу людей, избегающих новостей, можно различным образом – через вопросы, направленные на самооценку медиапотребления: «Вы ловите себя на том, что активно пытаетесь избегать новостей в эти дни?» (Newman, Fletcher, Robertson et al., 2022), «Я намеренно избегаю новостей о COVID-19» (Tandoc, Kim, 2022), или с опорой на пороговые значения: реже одного раза в месяц (Palmer, Toff, Nielsen и др., 2020) или двух раз в неделю (Shehata, 2016). При отборе информантов мы следовали первому подходу и отталкивались от намерений и установок людей, т. к. просмотр того или иного медиаресурса не обязательно означает его предпочтение, а непросмотр – избегание (Van den Bulck, 2006). Таким образом, избегающими новостей мы будем считать информантов, которые декларируют желание сократить потребление экономического и политического контента или полностью отказаться от него.

Поскольку предыдущие исследования показывают, что медиапотребление различается в зависимости от возраста (Poindexter, 2018; Toff, Kalogeropoulos, 2020), при формировании выборки мы варьируем этот параметр. Самому младшему информанту было 18 лет, самому старшему – 81 год. Поскольку избегание новостей более свойственно молодым людям и женщинам (Радаев (ред.), 2023), данные категории населения более представлены в выборке. Интервью были проведены с 33 женщинами и 11 мужчинами; 30 информантов были младше 40 лет, 14 – старше.

Информанты из старшей возрастной группы практически не высказывали тезисов, имеющих отношение к эффекту «новости-находят-меня». Вероятно, это объясняется тем, что для многих из них основным источником информации остается телевидение, которое в меньшей степени, чем Интернет, способствует случайному контакту с новостями. Эффект «новости-находят-меня» в первую очередь возникает в условиях, когда развлекательный и новостной контент смешивается и представлен на одних и тех же платформах, например в социальных сетях (Boczkowski, Mitchelstein, Matassi, 2018). Соответственно, молодые люди должны сталкиваться с ним чаще в силу специфики их медиапотребления (Черевко, Дунас, Толоконникова, 2018). Кроме того, для каждого из информантов мы

фиксировали уровень его политических знаний, опираясь при этом на разработанную для России шкалу (Климова, Артамонов, Чмель, 2021). Оценки политических знаний информантов меняются в интервале от 2 до 10, где 10 – наилучший возможный балл. Поскольку потребление новостей, в том числе случайное, часто рассматривается именно в контексте вовлеченности в политическую проблематику, было решено учесть данный параметр как дополнительную характеристику информантов.

Прямые вопросы о том, сталкиваются ли люди с ситуациями, когда новости сами находят их, информантам не задавались. Поэтому все выводы сделаны на основании ответов на вопросы о причинах и опыте отказа от новостей, его влиянии на социальные отношения, об оценке информантами своих знаний повестки дня и компетентности в политических и экономических вопросах, а также о причинах, позволяющих им чувствовать себя осведомленными. Решение отказаться от наводящих вопросов было связано с опасением повлиять на позицию информанта.

**Невозможность изолировать себя от новостей**

Люди, стремящиеся отказаться от новостей или сократить их потребление, отмечают невозможность такого рода изоляции. Новости представляются буквально витающими в воздухе: «Даже при условии, что я избегаю их, они все равно меня находят.» (И9, 20 лет, ПЗ – 5)[3]. Источники информации разнообразны – как следствие, не всякий контент можно заблокировать. Возникают ситуации вынужденного потребления новостей: услышать по радио, когда едешь в такси, случайно увидеть в ленте социальной сети, услышать от знакомых. Контролировать информационный поток в рамках одного типа медиа (не включать телевидение, удалить новостные приложения на телефоне и т. д.) кажется возможным, но даже в этом случае новости просачиваются в повседневность через другие каналы коммуникации. Таким образом, потребление новостей можно легко ограничить, используя различные практики (Vandenplas, Truyens, Vis et. al., 2021), однако его невозможно полностью избежать.

«Тебе приходят уведомления, ты постоянно слушаешь по телевизору, от знакомых, в Интернете, в любом случае, даже пытаясь себя ограничивать. В социальных сетях, в подборках всплывают все новости. К сожалению, это то, что нас окружает.» (И25, 24 года, ПЗ – 2)

**Как новости находят меня?**

Хотя концепция «новости-находят-меня» используется преимущественно для описания случайного потребления новостей в Интернете, в особенности в социальных сетях (Gil de Zúñiga, Cheng, 2021), в действительности возможности ненамеренно столкнуться с информацией намного разнообразнее. По итогам анализа интервью было выделено четыре основных канала, через которые все же получают новости люди, стремящиеся их избежать: социальные контакты офлайн, социальные контакты онлайн, вынужденное потребление традиционных медиа и алгоритмы рекомендаций.

*Социальные контакты офлайн*

Личное общение с социальным окружением является одним из каналов, через который люди, избегающие новостей, все же узнают о текущих событиях. Получение новостей от членов семьи, друзей, коллег и знакомых воспринимается информантами как неизбежность. Если от медиаконтента себя можно постараться изолировать, то уклонение от обсуждения событий повестки дня с близкими людьми интерпретируется как угроза отношениям. Отказ от сообщений СМИ трактуется как индивидуальный выбор, в то время как попытка не обсуждать политику или экономику, если кто-то из социального окружения инициирует такой разговор, представляется нарушением социальной нормы, сопряженным с риском обидеть человека. Стремление сохранить отношения с близкими людьми подталкивает к дискуссии о повестке дня, до некоторой степени погружая людей, избегающих новостей, в информационный поток.

«Когда ты сам не читаешь – ты не читаешь и все. Удаляешь этот Telegram-канал, не читаешь этот новостной портал, не заходишь на этот сайт и так далее. А если вопрос именно о том, что мне говорят друзья и близкие, что я слышу от малознакомых людей, то в этом вопросе тяжело сказать стоп. Этот поток идет отовсюду и что-то невозможно заблокировать, чтобы элементарно не потерять теплые отношения с близкими.» (И9, 20 лет, ПЗ – 5)

«Неудобно, конечно, сразу обрывать человека. Это неудобно, это неэтично. Но я в конце как не выдерживаю, говорю давайте не будем об этом (о политических новостях – автор). Давайте перейдем на другую тему.» (И32, 81 год, ПЗ – 6)

Помимо неизбежности, дискуссия о текущих событиях в социальном окружении воспринимается информантами как достаточный источник сведений. Межличностная коммуникация позволяет людям, избегающим новостей, получать основную информацию, за исключением каких-то деталей. Это делает менее актуальным возвращение к активному потреблению новостей.

«Я не читаю политические и экономические новости сейчас от слова «совсем». Но поскольку у меня достаточно большое количество социальных контактов и по работе, и в принципе общаюсь достаточно много, мне хватает той информации, которую я получаю просто из уст окружающих людей.» (И3, 44 года, ПЗ – 9)

«Все обсуждается с друзьями, с коллегами, с родственниками. В принципе в главных моментах они держат меня в курсе. Поэтому я не прямо в полном вакууме, но в каких-то деталях плаваю.» (И8, 21 год, ПЗ – 5)

*Социальные контакты онлайн*

В некоторых случаях взаимодействие с социальным окружением онлайн выстраивается практически так же, как в офлайне. Информация о событиях повестки дня может быть намеренно направлена именно этому получателю, т. е. речь идет не о трансляции того или иного контента на персональной странице, а об интенции информировать конкретного человека. Однако в отличие от коммуникации *face-to-face* переписка в социальных сетях позволяет игнорировать некоторые сообщения без опасения повредить социальным отношениям.

«У меня мама – политолог, и она присылает мне (новости. – *А.К.*) примерно каждый день, поэтому невозможно не читать. Но сама я стараюсь ничего не добавлять к этому. И иногда не читаю, что она мне прислала.» (И23, 25 лет, ПЗ – 7)

*Традиционные медиа*

Хотя изначально исследователи не связывали эффект «новости-находят-меня» с вынужденным потреблением традиционных медиа, этот канал коммуникации также в некоторых случаях играет свою роль. Люди, избегающие новостей, могут случайно столкнуться с ними, когда кто-то из их социального окружения смотрит телевизор. Кроме того, местом контакта с информацией о текущих событиях иногда становится личный автомобиль или такси, где может быть включено радио. Таким образом, даже не являясь

намеренным потребителем традиционных медиа, человек имеет шанс столкнуться с ними в повседневной жизни, в том числе в силу социальных отношений.

«Я могу, допустим, не заходить в Интернет, не читать статьи, но, тем не менее, я могу попасть на новости по радио, я могу услышать что-то по телевизору. Мне всё равно в уши что-то прилетает, но глаза хотя бы я берегу.» (И3, 44 года, ПЗ – 9)

«Скажем так, я новости узнаю постольку-поскольку. Постольку-поскольку мама, предположим, включает телевизор, какие-то новостные каналы, ту же «Москва-24». Это её любимый фон. Ну что-то ещё такое. Говорят, предположим, по радио иногда. Я редко включаю в машине, но бывает. Либо же ну просто мама, дети что-то такое рассказывают, приносят или на работе какое-то обсуждение затевается, я во что-то такое тоже вникаю, даже что-то где-то иногда специально смотрю, если интересно.» (И22, 46 лет, ПЗ – 6)

*Алгоритмы рекомендаций и социальные сети*

Новости в лентах друзей игнорировать может быть затруднительно, поскольку нельзя заранее знать, какую информацию разместили близкие. Фильтры, позволяющие оградить себя от определенных тем и типов контента, в социальных сетях также не предлагаются. Это не позволяет избежать случайного контакта с новостями. Полный отказ от использования социальных сетей, вероятно, мог бы стать выходом. Однако такое решение слишком радикально: оно сильно меняет повседневную жизнь человека, кроме того, такой отказ не для всех возможен. Так, люди, у которых работа или учеба предполагают активную коммуникацию, могут не иметь возможности перестать использовать социальные сети.

Кроме того, в социальных сетях можно столкнуться не только с контентом, который размещают знакомые, но и с сообщениями блогеров, которые, по-видимому, выступают в этом случае лидерами мнений (Katz, Lazarsfeld, 1957), донося информацию до тех, кто изначально не являлся ее аудиторией.

«Я довольно активный потребитель информации в соцсетях. К примеру, Instagram*[4], у меня мало там подписок очень, я подписана в основном на людей, которые мои близкие, знакомые, либо какие-то медийные личности, которые мне интересны. Вот как раз таки эти медийные личности (они могут у себя опубликовать какую-то информацию) как-то меня неосознанно осведомляют.

Допустим, я даже не хочу получить (информацию. – *А.К.*) вроде, но захожу в историю к кому-то и вижу там такой-то пост или такую-то информацию. И это, в каком-то плане, позволяет мне остаться информированной.» (И20, 21 год, ПЗ – 9)

«В последний месяц я точно не следила за новостями специально, только если это были какие-то отдельные посты ВКонтакте, например. Обычно оттуда приходят новости, которые я специально не ищу, а они просто вот появляются.» (И6, 19 лет, ПЗ –6)

Также люди, избегающие новостей, могут невольно становиться их потребителями, когда заходят в браузеры для поиска интересующей их (и, вероятно, не относящейся к политическим и экономическим новостям) информации или входа в почту и сталкиваются с заголовками в агрегаторе новостей. В целом не обращать на них внимания вполне возможно, однако легкость доступа к контенту (он уже перед глазами, нужно только потратить пару минут и прочитать) может подтолкнуть к ознакомлению с ним.

«Ну либо же ещё как вариант – почту открываю, mail, там всегда новостные эти строчечки.» (И22, 46 лет, ПЗ – 6)

Следует отметить, что различные каналы, через которые люди, избегающие новостей, получают информацию о текущих событиях, не являются взаимоисключающими. С наиболее значимыми вопросами повестки дня информанты сталкиваются как в социальных сетях, так и в межличностном общении. Разнообразие каналов, через которые поступает новость, делает ознакомление с ней, хотя бы поверхностное, почти неизбежным.

«Какие-то ключевые моменты, самые яркие, даже в негативном плане яркие, я узнаю через социальные сети. Скорее всего кто-то из знакомых выложит что-то в историю и так далее и тому подобное. Плюс опять же, наверное, семья, которая тоже, скорее всего, захочет это обсудить внутри себя. Плюс, когда происходит что-то экстраординарное, то абсолютно все начинают об этом говорить, и уже из какого-то источника до тебя это точно дойдет.» (И16, 18 лет, ПЗ – 9)

### Как люди, избегающие новостей, оценивают эффект «новости-находят-меня»

Люди, избегающие новостей, неоднозначно высказывались о случаях, когда уклониться от потребления информационного контента было невозможно. С одной стороны, эффект «новости-

находят-меня» поддерживает и легитимирует отказ от новостей. При этом возможность ненамеренного получения информации не становится причиной избегания. Решение об отказе от новостей мотивируется преимущественно негативными эмоциями, которые вызывает такой контент.

«Это был какой-то пик нервозности. И когда ты один раз попробовал, что можешь не читать, и один день у тебя будет спокойный, потом проще следовать этому правилу. И еще проще следовать этому правилу, если ты понимаешь, что если будут какие-то супер-важные новости, от которых будет зависеть твоя жизнь или жизнь твоей семьи, или какие-то еще важные вещи, ты в любом случае их узнаешь от друзей, семьи или блогеров, на которых ты подписан, но которые не так часто распространяют политические новости.» (И14, 20 лет, ПЗ – 9)

Эффект «новости-находят-меня» делает отказ от информационного контента более комфортным, поскольку создает у человека ощущение, что он остается в курсе основных событий. Опасения пропустить что-то важное сильно снижаются, а раз новости всегда рядом, независимо от нашего намерения их увидеть, «нет необходимости ещё и догоняться самостоятельно» (И22, 46 лет, ПЗ – 6). Социальные контакты в этом случае начинают выполнять функцию привратника: «Три человека репостнули, на третьем я открою прочитаю» (И13, 21 год, ПЗ – 7). В результате контент, который находит человека в Интернете, воспринимается как наиболее значимый. Возникает чувство, что алгоритмы и подписки в социальных сетях изолируют нас, во-первых, от лишней информации (т. к. внимание привлекают только самые важные события), а во-вторых, от недостоверного контента (поскольку информацию транслирует кто-то из социального окружения человека). В частности, ранее отмечалось, что рекомендации в социальных сетях повышают доверие к новостным ресурсам (Turcotte, Chance, Irving et. al., 2015). Таким образом, люди, избегающие новостей, чувствуют, что они немного потеряли в информированности. При этом сокращение намеренного потребления новостей или отказ от него существенно экономит их ресурсы – эмоциональные (а избегание часто связано именно с их нехваткой), временные (позволяя переключиться на активности, которые воспринимаются как более полезные и приятные) и когнитивные (избавляя от необходимости отбирать и критически оценивать источники и сообщения). Кроме того, эффект «новости-находят-меня» легитимирует их избегание, снижая чувство вины за недо-

статочное отслеживание повестки дня и невыполнение гражданского долга по поддержанию информированности.

«Просто в ленте смотришь какие-то события, которые происходят, серьезные. Они, конечно же, будут людьми обсуждаемы. И хочешь не хочешь, ты это читаешь. Таким образом, все равно получается, что я в курсе событий каких-то серьезных. Вот как сейчас была беда в Турции, там и так далее. То есть такие вещи хочешь не хочешь – узнаешь. Ну и мне этого хватает в принципе. Потому что где-то, если я посчитаю нужным, я зайду в обсуждение, почитаю, что люди думают, а где-то – нет. Это уже от меня зависит. А если ты смотришь новости по телевизору, то ты все подряд и смотришь. В шок приходишь.» (И43, 51 год, ПЗ – 6)

Вместе с тем люди, избегающие новостей, сознают, что получают не полную информацию о событиях повестки дня, однако считают ее достаточной. Предполагается, что эффект «новости-находят-меня» обеспечивает хорошую фильтрацию контента, в результате которой до людей добираются наиболее важные сведения, а недостоверные и избыточно сенсационные отсеиваются.

«Основные события... Ты никак не избегнешь того, чтобы узнать о них, потому что, если что-то большое и важное происходит, до тебя это донесут в любом случае, это тебя коснется. А те детали и новости, которые преподносят как сенсации, на самом-то деле, фактически не меняют ничего. То есть, какую-то структуру миропорядка они никак не изменяют.» (И19, 20 лет, ПЗ – 10)

Помимо случайного потребления новостного контента в Интернете, избегание новостей поддерживается за счет уверенности, что информация доступна всегда (Toff, Nielsen, 2018). Следовательно, нет необходимости быть осведомленным о текущих событиях постоянно, ведь при появлении потребности в такого рода новостях, их можно оперативно обнаружить.

«Не возникает сложностей, что я что-то не знаю, потому что, Интернет – это то, что доступно 24/7, и информация – далеко не вся, но необходимая – в открытом или полуоткрытом доступе, в любом случае ей можно воспользоваться. Т. е. такой ограниченности в информации я не чувствую, что доставляло бы проблемы.» (И14, 20 лет, ПЗ – 9)

Таким образом, люди, избегающие новостей, не чувствуют себя находящимися в информационном вакууме за счет рассматриваемого эффекта. Именно это позволяет некоторым из них продолжать отказываться от новостного контента.

Вместе с тем встречаются и негативные оценки данного эффекта. Они связаны с невозможностью полностью изолировать себя от информации. В условиях, когда новости вызывают сильный стресс, люди могут принимать осознанное решение оставаться неинформированными. Ситуация, когда новости сами находят их, не позволяет успешно реализовать его, полностью избежав негативных новостей.

«Интернет — это такая глобальная паутина, из которой не выпутаться вообще никаким образом. Ты в любом случае повязан, если ты имеешь телефон, если ты зарегистрирован в различных аккаунтах. Соответственно, бывают такие истории, когда ты попадаешься на ненужную рекламу, когда тебя это начинает преследовать, когда тебе друзья или знакомые присылают определенные посты, какую-то информацию, ты не хочешь быть ее потребителем, но ты являешься им в любом случае. Вот это все пересылается, этим все делятся, это все обсуждают, даже учась в университете. Ты в любом случае не обходишь это мимо. Это в любом случае будет тебя преследовать. Тебе нужно об этом говорить, тебе нужно делиться своим мнением, любые твои диалоги со знакомыми этого касаются. Вот мы живем в таком мире, поэтому от этого не уйти. Конечно, возникают сложности, когда ты не хочешь быть потребителем этой информации, но эта информация тебя сама находит.» (И25, 24 года, ПЗ – 2)

Особенно негативно информанты высказываются о невозможности контролировать информационный поток. Отдельные социальные сети и информационные ресурсы позволяют управлять тем контентом, который человек получает. Люди, избегающие новостей, отписываются от информационных каналов в *Telegram*, удаляют новостные приложения и т. д. Однако алгоритмы рекомендаций и сети друзей оказываются не в их власти. Просмотр одной заинтересовавшей новости влечет за собой рекомендации большого количества аналогичного контента, который может быть не востребован, но продолжает преследовать пользователя.

«Эти<...>алгоритмы, которые пытаются пропихнуть тебе новость, которую ты не просил. Бывает такое, что смотришь случайно одну фигню, потом вторую и третью... И вот всё! Потом уже вся лента заполнена этими новостями.» (И21, 30 лет, ПЗ – 4)

«Сейчас этого стало меньше, например, в Инстаграме*, но одно время... Вот я не хотела это знать. Я не хотела это смотреть, потому что я уже не могла. А в Инстаграме, например, ты не можешь

этого не смотреть, потому что ты просто листаешь истории, и они (новости) появляются<...>И ты не можешь этого избежать.» (И26, 22 года, ПЗ – 5)

«Было сложно в основном потому, что не все мои знакомые и друзья, например в чатах, выбрали такой же путь. Много информации, которую я предпочла бы не видеть и не читать, приходило именно из групповых чатов. В этом плане было непросто.» (И19, 20 лет, ПЗ – 10)

Таким образом, роль эффекта «новости-находят-меня» амбивалентна. Некоторые люди, избегающие новостей, могут оценивать ее позитивно, поскольку случайное потребление информации позволяет им поддерживать определенный уровень осведомленности, не прилагая для этого усилий, и легитимирует отказ от намеренного просмотра новостей. Тогда как другие испытывают стресс из-за невозможности полностью обезопасить себя от травмирующего контента.

**Заключение**

Люди, избегающие новостей, осознают невозможность полностью изолировать себя от информации о текущих событиях. Они могут не ощущать себя неинформированными, поскольку верят, что наиболее важные новости найдут их сами. Отказ от новостей в этой связи может восприниматься как избегание лишних деталей, которые вызывают негативные эмоции, но не приносят особой пользы. Ранее было отмечено, что такое желание дистанцироваться от информационного контента преобладает в ситуации информационной перегрузки (Чумакова, 2017). При этом эффект «новости-находят-меня» не является причиной избегания сообщений СМИ. Это логично, поскольку он становится очевидным людям, которые уже отказались от информации такого рода, и его сложно заметить регулярным активным потребителям новостных ресурсов. Избегание информационного контента связано в первую очередь с его негативным уклоном (Mannell, Meese, 2022; Villi, Aharoni, Tenenboim-Weinblatt et al., 2022; Ytre-Arne, Moe, 2021), который неблагоприятно влияет на настроение и ментальное здоровье, вызывая «усталость сострадать» (Богомягкова, Попова, 2021), или с недоверием СМИ (Aharoni, Kligler-Vilenchik, Tenenboim-Weinblatt et. al., 2021) в целом. Впрочем, эффект «новости-находят-меня» может способствовать тому, чтобы люди, избегающие новостей, не

меняли своей модели медиапотребления, поскольку он позволяет не испытывать чувства вины из-за собственной неосведомленности. Таким образом, рассматриваемый эффект не становится причиной избегания новостей, но может способствовать его устойчивости, например формируя привычку пассивного потребления информации (Lee, Xenos, 2019).

Феномен «новости-находят-меня» менее однороден и более разнообразен, чем можно было бы ожидать исходя из предшествующих исследований, преимущественно обращавших внимание на социальные сети и компьютерные алгоритмы. Новости находят людей не только в цифровой среде, но и офлайн – в ходе межличностной коммуникации или ненамеренного потребления контента традиционных медиа. Причем недооценивать роль межличностной офлайн-коммуникации было бы неправильно, поскольку именно она обладает принудительной силой. Новости в социальных сетях человек может пролистывать, просматривая по диагонали, ссылки на сообщения СМИ – не открывать, но в разговорах с близкими вынужден участвовать, чтобы «не потерять теплые отношения» (И9, 20 лет, ПЗ – 5). Таким образом, предложенная П. Лазарсфельдом и Э. Катцем модель двухступенчатой коммуникации (Katz, Lazarsfeld, 1957) сохраняет свою актуальность в условиях медиасреды с большим выбором. Персональные контакты играют заметную роль в распространении информации в обществе.

Эффект «новости-находят-меня» неоднозначно оценивается людьми, избегающими сообщений о текущей повестке дня. С одной стороны, он может восприниматься позитивно, поскольку позволяет поддерживать некоторый уровень информированности без особенных усилий и расходования эмоциональных, когнитивных и временных ресурсов. Рассматриваемый эффект удобен для людей, которые не готовы существовать в информационном вакууме, но хотели бы сократить издержки потребления информационного контента. С другой стороны, некоторые люди воспринимают новостной поток как чрезвычайно травмирующий и хотели бы сократить его до минимума. Для них эффект «новости-находят-меня» будет негативным, поскольку вынуждает погружаться в повестку дня, от которой они предпочли бы дистанцироваться.

Наличие эффекта «новости-находят-меня», о котором активно рассказывают информанты, даже в ситуации, когда в исследовательский гайд не закладывалось специальных вопросов для его выявления, не означает, что не-потребители новостей хорошо

информированы. Исследователи, отмечавшие, что избегание информационного контента угрожает политической осведомленности граждан, а значит, и демократическим процессам, не могут быть успокоены тем, что люди эпизодически, случайно потребляют какие-то новости. Такая модель медиапотребления, во-первых, не предоставляет людям полной информации; во-вторых, может поставлять искаженные сведения (например, новости, полученные из кликбейтных заголовков, или слухи, распространяемые через межличностную коммуникацию); в-третьих, вероятно, не позволяет людям критически оценивать источник информации, способствуя большему доверию к фейковым новостям (Tandoc, Kim, 2022). Таким образом, ненамеренно получаемая информация о политических и экономических процессах, по-видимому, несовершенна. Однако вопрос об уровне политической грамотности и осведомленности потребителей новостей и людей, которые их избегают, нуждается в дополнительном изучении и количественной оценке.

## Примечания

[1] Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2023 г.

[2] Полное согласие с тезисом «Вы стараетесь реже слушать новости, чтобы избегать негативных эмоций» выражают 30,3%, частичное – еще 10,9%. Опрос проведен в октябре 2022 г. исследовательской группой ЦИРКОН по заказу ЛЭСИ НИУ ВШЭ. Данные опроса репрезентируют взрослое население России (18 лет и старше) по таким параметрам, как пол, возраст, тип населенного пункта и география. Выборка составляет 2 000 человек.

[3] Здесь и далее пояснения после цитат следует читать следующим образом: И9 – интервью 9, 20 лет – возраст информанта, ПЗ – оценка политических знаний, измеряемая в интервале от 0 до 10.

[4] Здесь и далее * обозначены ресурсы компании Meta, признанной в РФ экстремистской организацией.

## Библиография

*Богомягкова Е. С., Попова Е. Е.* «Усталость сострадать» в практиках медиапотребления (на примере отношения к проблематизации распространения COVID-19) // Социологические исследования. 2021. № 6. С. 46–56. DOI: 10.31857/S013216250012269-8

*Климова А. М., Артамонов Г. А., Чмель К. Ш.* Измерение политического знания: разработка и апробация шкалы в России. Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2021. № 52. С. 61–94.

Как россияне справляются с новым кризисом: социально-экономические практики населения // Научные доклады факультета социальных наук НИУ ВШЭ. Вып. 1 (1) / под ред. *В. В. Радаева*. Режим доступа: https://id.hse.ru/books/818258101.html (дата обращения: 14.06.2023). DOI: 10.17323/978-5-7598-2756-6

*Черевко Т. С., Дунас Д. В., Толоконникова А. В.* Новости в условиях интернетизации: анализ новостного потребления студентов. Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2018. № 1. С. 3–25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2018.325

*Чумакова В. П.* Представления современных российских студентов об информационной перегрузке в социальных медиа. Информационное Общество. 2017. № 4–5. С. 63–70.

Aharoni T., Kligler-Vilenchik N., Tenenboim-Weinblatt K. (2021) 'Be Less of a Slave to the News': A Texto-Material Perspective on News Avoidance among Young Adults. *Journalism Studies* 22 (1): 42–59. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1852885

Benkler Y. (2007) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, Conn: Yale University Press.

Boczkowski P. J., Mitchelstein E., Matassi M. (2018) 'News Comes across When I'm in a Moment of Leisure': Understanding the Practices of Incidental News Consumption on Social Media. *New Media & Society* 20 (10): 3523–3539. DOI: 10.1177/1461444817750396.

Dimitrova D., Shehata A., Strömbäck J., Nord L. W. (2014) The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence from Panel Data. *Communication Research* 41 (1): 95–118. DOI: 10.1177/0093650211426004

Eppler M. J., Mengis J. (2004) The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines. *The Information Society* 20 (5): 325–344. DOI: 10.1080/01972240490507974.

Eveland W. P., Scheufele D. A. 2000. Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation. *Political Communication* 17 (3): 215–237. DOI: 10.1080/105846000414250.

Fletcher R., Nielsen R. K. (2018) Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis. *New Media & Society* 20 (7): 2450–2468. DOI: 10.1177/1461444817724170.

Gil de Zúñiga H., Cheng Z. (2021) Origin and evolution of the News Finds Me perception: Review of theory and effects. *Profesional De La información* 30 (3). DOI: 10.3145/epi.2021.may.21

Gil de Zúñiga H., Weeks B., Ardèvol-Abreu A. (2017) Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-Mediated Communication* 22 (3): 105–123. DOI: 10.1111/jcc4.12185.

Hayes D., Lawless J. L. 2018. The Decline of Local News and Its Effects: New Evidence from Longitudinal Data. *The Journal of Politics* 80 (1): 332–336. DOI: 10.1086/694105.

Hermida A. (2020) Post-Publication Gatekeeping: The Interplay of Publics, Platforms, Paraphernalia, and Practices in the Circulation of News. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 97 (2): 469–491. DOI: 10.1177/10776 99020911882.

Hilgartner S., Bosk Ch. L. (1988) The Rise and Fall of Social Problems: a Public Arenas Model. *American Journal of Sociology* 94 (1): 53–78.

Karlsen R., Beyer A., Steen-Johnsen K. (2020) Do High-Choice Media Environments Facilitate News Avoidance? A Longitudinal Study 1997–2016. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 64 (5): 794–814. DOI: 10.1080/ 08838151.2020.1835428.

Katz E., Lazarsfeld P. (1957) *Personal Influence*. New York: Free Press.

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. DOI: 10.1080/08838151.2010.519808.

Lee S., Xenos M. (2019) Social distraction? Social media use and political knowledge in two US Presidential elections. *Computers in Human Behavior* 90: 18–25. DOI: 10.1016/j.chb.2018.08.006

Leung D., Lee F. (2015) How Journalists Value Positive News. *Journalism Studies* 16 (2): 289–304. DOI: 10.1080/1461670X.2013.869062

Mannell K., Meese J. (2022) From Doom-Scrolling to News Avoidance: Limiting News as a Wellbeing Strategy During COVID Lockdown. *Journalism Studies* 23 (3): 302–319. DOI: 10.1080/1461670X.2021.2021105.

Newman N., Fletcher R., Robertson C. T., Eddy K., Nielsen R. K. (2022) Reuters Institute Digital News Report. Available at: https://reutersinstitute. politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf (accessed: 14.06.2023).

Palmer R., Toff B., Nielsen R. K. (2020). "The Media Covers Up a Lot of Things": Watchdog Ideals Meet Folk Theories of Journalism. *Journalism Studies* 21 (14): 1973–1989. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1808516

Poindexter P. M. (2018) *Millennials, News, and Social Media: Is News Engagement a Thing of the Past? Revised and Updated 2nd Edition. New edition*. New York: Peter Lang Inc., International Academic Publishers.

Schäfer S. (2020) Illusion of knowledge through Facebook news? Effects of snack news in a news feed on perceived knowledge, attitude strength, and willingness for discussions. *Computers in Human Behavior* 103: 1–12. DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.031

Shehata A. (2016) News Habits Among Adolescents: The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use—Evidence From a Three-Wave Panel Study. *Mass Communication and Society* 19 (6): 758–781. DOI: https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1199705

Shehata A., Strömbäck J. (2021) Learning Political News From Social Media: Network Media Logic and Current Affairs News Learning in a High-Choice Media Environment. *Communication Research* 48 (1): 125–147. DOI: https://doi.org/10.1177/0093650217749354

Skovsgaard M., Andersen K. (2020) Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies* 21 (4): 459–476. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410

Soroka S. (2006) Good News and Bad News: Asymmetric Responses to Economic Information. *Journal of Politics* 68 (2): 372–385. DOI: 10.1111/j.1468-2508.2006.00413.x

Tandoc E. C., Kim H. K. (2022) Avoiding Real News, Believing in Fake News? Investigating Pathways from Information Overload to Misbelief. *Journalism* 24 (6): 1174–1192. DOI: 10.1177/14648849221090744

Toff B., Nielsen R. K. (2018) "I Just Google It": Folk Theories of Distributed Discovery. *Journal of Communication* 68 (3): 636–657. DOI: 10.1093/joc/jqy009.

Toff B., Kalogeropoulos A. (2020) All the News That's Fit to Ignore: How the Information Environment Does and Does Not Shape News Avoidance. *Public Opinion Quarterly* 84 (S1): 366–90. DOI: 10.1093/poq/nfaa016.

Turcotte J., Chance Y., Irving J.; Scholl R. M., Pingree R. J. (2015) News recommendations from social media opinion leaders: Effects on media trust and information seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication* 20 (5): 520–535. DOI: https://doi.org/10.1111/jcc4.12127

Van Aelst P., Strömbäck J., Aalberg T., Esser F., de Vreese C. et al. (2017) Political Communication in a High-Choice Media Environment: A Challenge for Democracy? *Annals of the International Communication Association* 41 (1): 3–27. DOI: 10.1080/23808985.2017.1288551

Van den Bulck J. (2006) Television News Avoidance: Exploratory Results From a One-Year Follow-Up Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50 (2): 231–252. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002_4

Vandenplas R., Truyens P., Vis S., Picone I. (2021) Tuning Out the News. A Cross-Media Perspective on News Avoidance Practices of Young News Users in Flanders During the COVID-19 Pandemic. *Journalism Studies* 22 (16): 2197–2217. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1990788.

Van-Erkel P. F. A., Van-Aelst P. (2020) Why Don't We Learn from Social Media? Studying Effects of and Mechanisms behind Social Media News Use on General Surveillance Political Knowledge. *Political Communication* 38 (4): 407–425. DOI: 10.1080/10584609.2020.1784328

Villi M., Aharoni T., Tenenboim-Weinblatt K., Boczkowski P. J., et. al. (2022) Taking a Break from News: A Five-Nation Study of News Avoidance in the Digital Era. *Digital Journalism* 10 (1): 148–164. DOI: 10.1080/21670811.2021.1904266.

Woodstock L. (2014) The News-Democracy Narrative and the Unexpected Benefits of Limited News Consumption: The Case of News Resisters. *Journalism* 15 (7): 834–849. https://doi.org/10.1177/1464884913504260

Ytre-Arne B., Moe H. (2021) Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown. *Journalism Studies* 22 (13): 1739–1755. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1952475

## Notes

The study was implemented in the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University) in 2023.

## References

Aharoni T., Kligler-Vilenchik N., Tenenboim-Weinblatt K. (2021) 'Be Less of a Slave to the News': A Texto-Material Perspective on News Avoidance among Young Adults. *Journalism Studies* 22 (1): 42–59. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1852885

Benkler Y. (2007) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, Conn: Yale University Press.

Boczkowski P. J., Mitchelstein E., Matassi M. (2018) 'News Comes across When I'm in a Moment of Leisure': Understanding the Practices of Incidental News Consumption on Social Media. *New Media & Society* 20 (10): 3523–3539. DOI: 10.1177/1461444817750396.

Bogomiagkova E. S., Popova E. E. (2021) «Ustalost› sostradat›» v praktikah mediapotrebleniya (na primere otnosheniya k problematizacii rasprostraneniya COVID-19) ["Compassion Fatigue" in Practices of Media Consumption (a Case Study of the Attitude to the COVID-19 Problematization of Dissemination)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 6: 46–56. DOI: 10.31857/S013216250012269-8 (In Russian)

Cherevko T.S., Dunas D.V., Tolokonnikova A.V. (2018) Novosti v usloviyah internetizacii: Analiz novostnogo potrebleniya studentov [News in the Networked Era: an Analysis of Students' News Consumption]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 3–25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2018.325 (In Russian)

Chumakova V. P. (2017) Predstavleniya sovremennyh rossijskih studentov ob informacionnoj peregruzke v social'nyh media [Contemporary Russian Students' Perceptions of Information Overload in Social Media]. *Information Society* 4-5: 63–70. (In Russian)

Dimitrova D., Shehata A., Str mb ck J., Nord L. W. (2014) The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence from Panel Data. *Communication Research* 41 (1): 95–118. DOI: 10.1177/0093650211426004

Eppler M. J., Mengis J. (2004) The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines. *The Information Society* 20 (5): 325–344. DOI: 10.1080/01972240490507974.

Eveland W. P., Scheufele D. A. 2000. Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation. *Political Communication* 17 (3): 215–237. DOI: 10.1080/105846000414250.

Fletcher R., Nielsen R. K. (2018) Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis. *New Media & Society* 20 (7): 2450–2468. DOI: 10.1177/1461444817724170.

Gil de Zúñiga H., Cheng Z. (2021) Origin and Evolution of the News-Finds-Me Perception: Review of Theory and Effects. *Profesional De La información* 30 (3). DOI: 10.3145/epi.2021.may.21

Gil de Zúñiga H., Weeks B., Ard vol-Abreu A. (2017) Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-Mediated Communication* 22 (3): 105–123. DOI: 10.1111/jcc4.12185.

Hayes D., Lawless J. L. 2018. The Decline of Local News and Its Effects: New Evidence from Longitudinal Data. *The Journal of Politics* 80 (1): 332–336. DOI: 10.1086/694105.

Hermida A. (2020) Post-Publication Gatekeeping: The Interplay of Publics, Platforms, Paraphernalia, and Practices in the Circulation of News. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 97 (2): 469–491. DOI: 10.1177/10776 99020911882.

Hilgartner S., Bosk Ch. L. (1988) The Rise and Fall of Social Problems: a Public Arenas Model. *American Journal of Sociology* 94 (1): 53–78.

Karlsen R., Beyer A., Steen-Johnsen K. (2020) Do High-Choice Media Environments Facilitate News Avoidance? A Longitudinal Study 1997–2016. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 64 (5): 794–814. DOI: 10.1080/ 08838151.2020.1835428.

Katz E., Lazarsfeld P. (1957) *Personal Influence*. New York: Free Press.

Klimova A. M., Artamonov G. A., Chmel K. S. (2021) Izmerenie politicheskogo znaniya: razrabotka i aprobaciya shkaly v Rossii [Measuring Political Knowledge: Developing and Testing the Scale in Russia]. *Sociologiya: Metodologiya, Metody, Matematicheskoe Modelirovanie* 52: 61–94. (In Russian)

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. DOI: 10.1080/08838151.2010.519808.

Lee S., Xenos M. (2019) Social Distraction? Social Media Use and Political Knowledge in Two US Presidential Elections. *Computers in Human Behavior* 90: 18–25. DOI: 10.1016/j.chb.2018.08.006

Leung D., Lee F. (2015) How Journalists Value Positive News. *Journalism Studies* 16 (2): 289–304. DOI: 10.1080/1461670X.2013.869062

Mannell K., Meese J. (2022) From Doomscrolling to News Avoidance: Limiting News as a Wellbeing Strategy During COVID Lockdown. *Journalism Studies* 23 (3): 302–319. DOI: 10.1080/1461670X.2021.2021105.

Newman N., Fletcher R., Robertson C. T., Eddy K., Nielsen R. K. (2022) Reuters Institute Digital News Report. Available at: https://reutersinstitute. politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf (accessed: 14.06.2023).

Palmer R., Toff B., Nielsen R. K. (2020). "The Media Covers Up a Lot of Things": Watchdog Ideals Meet Folk Theories of Journalism. *Journalism Studies* 21 (14): 1973–1989. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1808516

Poindexter P. M. (2018) *Millennials, News, and Social Media: Is News Engagement a Thing of the Past? Revised and Updated 2nd Edition. New edition*. New York: Peter Lang Inc., International Academic Publishers.

Radaev V. V. (ed.) (2023) Kak rossiyane spravlyayutsya s novym krizisom: Social'no-ekonomicheskie praktiki naseleniya [The Way Russians Cope with a New Crisis: Socio-Economic Practices of the Russian Population]. In *Nauchnye doklady fakul'teta sotsial'nykh nauk NIU VShE. Vyp. 1 (1)* [Research Reports of the HSE Faculty of Social Sciences. 1 (1)]. (In Russian). Available at: https://id.hse.ru/books/818258101.html (accessed: 14.06.2023). DOI: 10.17323/978-5-7598-2756-6

Schäfer S. (2020) Illusion of Knowledge Through Facebook News? Effects of Snack News in a News Feed on Perceived Knowledge, Attitude Strength, and Willingness for Discussions. *Computers in Human Behavior* 103: 1–12. DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.031

Shehata A. (2016) News Habits Among Adolescents: The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use—Evidence From a Three-Wave Panel Study. *Mass Communication and Society* 19 (6): 758–781. DOI: https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1199705

Shehata A., Strömbäck J. (2021) Learning Political News From Social Media: Network Media Logic and Current Affairs News Learning in a High-Choice Media Environment. *Communication Research* 48 (1): 125–147. DOI: https://doi.org/10.1177/0093650217749354

Skovsgaard M., Andersen K. (2020) Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies* 21 (4): 459–476. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410

Soroka S. (2006) Good News and Bad News: Asymmetric Responses to Economic Information. *Journal of Politics* 68 (2): 372–385. DOI: 10.1111/j.1468-2508.2006.00413.x

Tandoc E. C., Kim H. K. (2022) Avoiding Real News, Believing in Fake News? Investigating Pathways from Information Overload to Misbelief. *Journalism* 24 (6): 1174–1192. DOI: 10.1177/14648849221090744

Toff B., Nielsen R. K. (2018) "I Just Google It": Folk Theories of Distributed Discovery. *Journal of Communication* 68 (3): 636–657. DOI: 10.1093/joc/jqy009.

Toff B., Kalogeropoulos A. (2020) All the News That's Fit to Ignore: How the Information Environment Does and Does Not Shape News Avoidance. *Public Opinion Quarterly* 84 (S1): 366–90. DOI: 10.1093/poq/nfaa016.

Turcotte J., Chance Y., Irving J.; Scholl R. M., Pingree R. J. (2015) News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication* 20 (5): 520–535. DOI: https://doi.org/10.1111/jcc4.12127

Van Aelst P., Strömbäck J., Aalberg T., Esser F., de Vreese C. et al. (2017) Political Communication in a High-Choice Media Environment: A Challenge for Democracy? *Annals of the International Communication Association* 41 (1): 3–27. DOI: 10.1080/23808985.2017.1288551

Van den Bulck J. (2006) Television News Avoidance: Exploratory Results From a One-Year Follow-Up Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50 (2): 231–252. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002_4

Vandenplas R., Truyens P., Vis S., Picone I. (2021) Tuning Out the News. A Cross-Media Perspective on News Avoidance Practices of Young News Users in Flanders During the COVID-19 Pandemic. *Journalism Studies* 22 (16): 2197–2217. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1990788.

Van-Erkel P. F. A., Van-Aelst P. (2020) Why Don't We Learn from Social Media? Studying Effects of and Mechanisms behind Social Media News Use on General Surveillance Political Knowledge. *Political Communication* 38 (4): 407–425. DOI: 10.1080/10584609.2020.1784328

Villi M., Aharoni T., Tenenboim-Weinblatt K., Boczkowski P. J., et. al. (2022) Taking a Break from News: A Five-Nation Study of News Avoidance in the Digital Era. *Digital Journalism* 10 (1): 148–164. DOI: 10.1080/21670811.2021.1904266.

Woodstock L. (2014) The News-Democracy Narrative and the Unexpected Benefits of Limited News Consumption: The Case of News Resisters. *Journalism* 15 (7): 834–849. https://doi.org/10.1177/1464884913504260

Ytre-Arne B., Moe H. (2021) Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown. *Journalism Studies* 22 (13): 1739–1755. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1952475

Поступила в редакцию
02.02.2023

**Кажберова Варвара Валентиновна**, кандидат филологических наук, научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: kazhberovavv@gmail.com

**Чхартишвили Александр Гедеванович**, доктор физико-математических наук, главный научный сотрудник Института проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН, Москва, Россия; e-mail: sandro_ch@mail.ru

**Губанов Дмитрий Алексеевич**, доктор технических наук, ведущий научный сотрудник Института проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН, Москва, Россия; e-mail: dmitry.a.g@gmail.com

**Козицин Иван Владимирович**, кандидат физико-математических наук, старший научный сотрудник Института проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН, Москва, Россия; e-mail: kozitsin.ivan@mail.ru

**Белявский Евгений Васильевич**, аспирант Института проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН, Москва, Россия; e-mail: evgenetc@gmail.com

**Федянин Денис Николаевич**, научный сотрудник НИУ ВШЭ, научный сотрудник Института проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН, Москва, Россия; e-mail: dfedyanin@inbox.ru

**Черкасов Сергей Николаевич**, доктор медицинских наук, главный научный сотрудник Института проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН, Москва, Россия; e-mail: cherkasovsn@mail.ru

**Мешков Дмитрий Олегович**, доктор медицинских наук, главный научный сотрудник Института проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН, Москва, Россия; e-mail: dmitrymeshkov@mail.ru

# АГРЕССИЯ В ОБЩЕНИИ МЕДИАПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ: АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОВЕДЕНИЯ И ВЗАИМНОГО ВЛИЯНИЯ

*Статья основана на данных многоаспектного междисциплинарного исследования актуальной проблемы – возможности преодоления экстремальных ситуаций в конкретных условиях. Цель исследования – выявить степень влияния интернет-пользователей на поведение друг друга по отношению к вакцинации во время пандемии COVID–19. В ходе исследования обнаружилось, что взаимодействие пользователей в паблике одного из ведущих СМИ характеризуется высоким уровнем агрессии, проявляющемся в использовании «языка вражды» (в 53% комментариев), при этом пользователи способны заражать друг друга этими настроениями. Была создана математическая модель распространения агрессии в Сети и проведен анализ управляемости*

*ее уровня в рамках традиционных стратегий: модерирования комментариев пользователей и добавления комментариев редакции. Оказалось, что их применение не позволяет снизить уровень агрессии ниже определенного значения, что указывает на существенную проблему современной цифровой коммуникации, которая может набирать силу в дальнейшем.*

***Ключевые слова**: агрессия, язык вражды, новые медиа, социальные сети, пользователи Сети, комментарии, медиапотребители.*

**Varvara V. Kazhberova**, PhD in Philology, Researcher at the Problem Laboratory for Integrated Studies of Topical Issues of Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: kazhberovavv@gmail.com

**Alexander G. Chkhartishvili**, Doctor of Physics and Mathematics, Chief Researcher at the Trapeznikov Institute of Management Problems of RAS, Moscow, Russia; e-mail: sandro_ch@mail.ru

**Dmitry A. Gubanov**, Doctor of Engineering, Leading Researcher at the Trapeznikov Institute of Management Problems of RAS, Moscow, Russia; e-mail: dmitry.a.g@gmail.com

**Ivan V. Kozitsyn**, PhD in Physics and Mathematics, Senior Researcher at the Trapeznikov Institute of Management Problems of RAS, Moscow, Russia; e-mail: kozitsin.ivan@mail.ru

**Evgeny V. Belyavsky**, PhD student at the Trapeznikov Institute of Management Problems of RAS, Moscow, Russia; e-mail: evgenetc@gmail.com

**Denis N. Fedyanin**, Researcher at the National Research University Higher School of Economics, Researcher at the Trapeznikov Institute of Management Problems of RAS, Moscow, Russia; e-mail: dfedyanin@inbox.ru

**Sergey N. Cherkasov**, Doctor of Medicine, Chief Researcher at the Trapeznikov Institute of Management Problems of RAS, Moscow, Russia; e-mail: cherkasovsn@mail.ru

**Dmitry O. Meshkov**, Doctor of Medicine, Chief Researcher at the Trapeznikov Institute of Management Problems of RAS, Moscow, Russia; e-mail: dmitrymeshkov@mail.ru

## AGGRESSION IN MEDIA USERS' COMMUNICATION: AN ANALYSIS OF BEHAVIORAL FEATURES AND MUTUAL INFLUENCE

*Examining the possibilities of mutual influence of users in new media, the researchers found a high level of aggression and hate speech when discussing an urgent social problem — measures to fight the COVID-19 pandemic. This fact determined both the central topic of the proposed article and the pivotal aspect of the follow-up research. The first chapter of the article is devoted to the*

*characteristics of the prerequisites of the undertaken research and its main features. The subsequent chapters include methodological hallmarks of the study, theoretical substantiation of the concepts of "aggression" and "hate speech" and identification of systemic connections of these concepts with other characteristics of messages. As a consequence, a mathematical model of aggression growth was created and its manageability was analyzed using basic social media strategies. The results can be useful for developing media content in a modern digital environment.*

***Key words**: aggression, hate speech, new media, social networks, internet users, comments, media consumers.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.2656*

**Предпосылки и актуальность исследования**

Сегодня человечество переживает эпоху четвертой промышленной революции, когда главным ресурсом становятся информация и знания, компетенции, которые можно назвать также цифровым капиталом (Швабб, 2018: 12)[1]; технологии привнесли в мир медиа «разнообразие форм и доступность потенциальных источников, свободу от большинства видов контроля, интерактивность» (МакКуэйл, 2013:26).

Влияние социальных медиа на человека изучается с самого начала их широкого распространения – с 2000-х гг. Итоги исследования, продолжавшегося с 2003 по 2018 г., показывают, что наиболее травмирующими эмоциями пользователей соцсетей стали паника, раздражение, стресс, тревога, депрессия, чувства вины и одиночества (Boroon, Abedin, Erfani, 2021: 1–21).

В России в этот период также начали появляться системные исследования агрессии в Сети (Салимовский, Ермакова, 2011; Антропова, 2015; Курьянова, 2018), включая использование технологий математического и компьютерного анализа проявлений интолерантности (см., например: Потапова, Комалова, 2014; Гордеев, 2016; Уздяев, 2020; Babakov, Logacheva, Panchenko, 2022; Nugamanov, Loukachevitch, Dobrov, 2021; Grigoriev, Kuznetsova, Nikitina et al., 2022; Pronoza, Panicheva, Koltsova et al., 2021)[2].

В целом за последние 25 лет в России сложился устойчивый научный тренд на изучение агрессии и «языка вражды» (Сковородников, 1996; Быкова, 1999; Дзялошинский, 2006; 2019). В его рамках авторы статьи опирались на действующие определения, а также границы применения этих понятий:

– «язык вражды» – это выражение дихотомии «мы–они» через нетолерантные высказывания[3] в адрес какой-либо группы – этнической, расовой, национальной, религиозной, языковой;

– агрессия – специфическая форма речевого поведения (в том числе в письменной речи), которая мотивирована аффективным состоянием говорящего.

Эти понятия, их границы и особенности их проявлений в Сети в настоящее время описываются в том числе на стыке наук – например, медиакоммуникаций и психологии, социологии. Выявлено, например, что агрессия в Сети может быть обусловлена несправедливыми действиями государства, материальным положением пользователя, его коммуникативными навыками, навязанными социумом социальными ролями (Рябов, Боченкова, 2021: 170–178). Некоторые исследования изучают агрессию в соцсетях как часть сетевого насилия в целом: буллинга, хейтинга, призывов к убийству и самоубийству и т. д. (Малахаева, Потапов, 2018: 724–740; Солдатова, Рассказова, Чигарькова, 2020: 3–20).

Если говорить о современности, то в России по-прежнему высок уровень киберагрессии[4]: по данным исследования *Microsoft DCI*, 71% пользователей отметили, что были оскорблены в Интернете (в мире этот показатель ниже на 20%), при этом 60% россиян получили негативный комментарий от совершенно незнакомых людей (в мире этот показатель на уровне 36%)[5]. Согласно данным другого исследования, 49% респондентов испытывают негативные эмоции, пользуясь социальными медиа: 34% пользователей признались в зависимости от онлайн-платформ, 26% сообщили, что были расстроены агрессивными сообщениями в свой адрес[6]. Эти выводы дополнили качественные исследования, обозначившие риски обезличивания, анонимности, асоциальности, потери приватности, мошенничества при общении в Сети, что может травмировать человека (Ефимова, Зюбан, 2016; Аптикиева, 2020).

Нельзя утверждать, что причины этих «теневых» сторон соцсетей заключены только в особенностях медиаплатформы. Исследователи из разных областей знания констатируют, что в обществе происходит пересмотр ценностей, социальных ролей, вызванный как манифестацией традиций постмодернизма, так и феноменом, который был назван эрой постправды. Он тесно связан с распространением фейков, пранком и троллингом – все эти явления

объединяет сознательный отказ от достоверности, грубое вмешательство в информационное пространство медиапотребителя (Зиновьев, 2018; Воронцова, 2016: 109–115). Фейки, например, американские пользователи признали более опасным явлением, чем расизм и терроризм[7].

На фоне таких тенденций все острее встает вопрос о возможности минимизации подобных проявлений (например, путем модерации), учитывая возможные этические проблемы и коллизии (например, противоречие *hate speech vs. free speech*).

На первый план изучения выходят и риски роста агрессии, которые характеризуют состояние современного общества, уровень и структуру его ценностей, особенности межличностной и массовой коммуникации, опасности вмешательства в свободный сетевой дискурс[8]. Однако рост уровня агрессии и вражды при этом понимается как безусловно опасная для всего общества тенденция (Pronina, 2018; Галяшина, Никишин, 2021).

В настоящий момент очевидно, что изучение агрессии и «языка вражды» в социальных медиа может дать представление не только о влиянии пользователей друг на друга, но и о самом характере горизонтальных (по принципу «равный–равному») коммуникаций в современном социуме.

Вместе с тем в существующих в настоящее время исследованиях недостаточно представлено описание системных взаимосвязей внутри цифрового медиадискурса, способное в перспективе сформировать целостную картину сетевого взаимодействия. Далеко не полностью изучены механизмы влияния пользователей друг на друга, в частности в экстремальных ситуациях. Таким образом, задачами исследования стали уточнение базовых характеристик таких механизмов наряду с формированием «прозрачных» инструментов и методик для их оценки.

Отдельным исследовательским вопросом стала возможность влияния на сетевой дискурс «извне» – например, с помощью модерации и/или добавления редакционных комментариев. Все эти вопросы нуждаются в дальнейших системных междисциплинарных исследованиях, способных внести уточнения как в общие представления об экосистеме медиа, так и в актуальные коммуникационные стратегии редакций, блогеров, организаторов сообществ, медиакоммуникаторов, *PR*-специалистов.

Настоящее исследование является шагом к научному объяснению и систематизации процессов влияния друг на друга медиапо-

требителей и других акторов – представителей редакций, «лидеров мнений», блогеров и т. д. В качестве объекта исследования был выбран паблик СМИ в онлайновой социальной сети, где возможно как спонтанное выражение мнений, так и участие представителей редакции (например, в формате обращения к участникам дискуссии).

**Теоретическая база исследования и смежные направления**

Сама идея изучения взаимовлияния медиапотребителей основана на исследованиях того, как социальное влияние может изменять представления и действия людей, – это модели Френча-Харари-ДеГроота, Фридкина-Джонсона и др. (French, 1956; Harary, 1959; De Groot, 1974; Friedkin, Johnsen, 2011).

Существует несколько подходов к оценке влияния – например, структурный подход социально-сетевого анализа, а также подход на основе моделирования динамики (Губанов, Новиков, Чхартишвили, 2018). В данном исследовании влияние трактуется в рамках разработанной ранее акциональной модели (Губанов, Чхартишвили, 2016), основанной на отношениях причинности $a \rightarrow b$, где совершенное в социальной сети (и доступное для наблюдения) действие $a$ (например, написание поста) влечет за собой совершение действия $b$ (например, написание комментария к посту $a$, лайк, подписку). Этот подход выделяет из огромного множества влияющих на действия пользователей факторов (психологическое состояние, нюансы развития сетевой дискуссии, недоступная для наблюдения частная переписка) те, которые могут быть однозначно выявлены на основании формального анализа большого массива доступных данных. Подобные методы позволяют наблюдать поведение человека долговременно, в естественной для него коммуникационной среде (в отличие, например, от опросов). Однако практических исследований такого влияния пока недостаточно, что еще раз подчеркивает их актуальность.

Первоначальной идеей исследования стала систематизация и анализ сообщений пользователей в критической ситуации – в условиях пандемии *COVID–19*. Тема мер борьбы против *COVID–19*, в частности вакцинации населения, была выбрана не случайно: она оказалась социально значимой и потенциально конфликтной, поскольку сильно зависела от взглядов и ценностей человека,

а также отношений в социуме (Бузина, Бузин, Ланской, 2020). Даже ношение медицинских масок в период пандемии сильно коррелирует с политическими взглядами россиян (Chkhartishvili, Gubanov, Kozitsin, 2021).

Идея влияния пользователей друг на друга, в частности – на убеждения, относящиеся к охране здоровья, стала рабочей гипотезой. В качестве цели исследования было выбрано выявление системных взаимосвязей, позволяющих описать актуальную модель взаимодействия пользователей в социальных медиа.

При этом авторы учитывали, что социальные сети – часть медиасистемы, которая развивается согласно своим внутренним закономерностям, поэтому использовали данные актуальных исследований, описывающих роль современных медиа в освещении конфликтов (Смирнова, Шкондин, 2021; Демина, Шкондин, 2021), а также посвященных особенностям новой реальности, сформированной пандемией коронавируса (Смирнова, Шкондин, Денисова, Стебловская, 2022) и вызванной ею агрессией, поляризацией общества (Bodrunova, Litvinenko, Blekanov и др., 2021; Nigmatullina, Rodossky, 2022), стигматизацией (Choi, 2021).

При этом агрессия и «язык вражды» часто рассматриваются как составляющая социально-политических дискуссий и конфликтов: например, в России (Сычев, Коваль, Жадунова и др., 2018), Белоруссии (Kirdun, Andreeva, 2017; Vasilenko, 2021), Сербии (Dordevic, 2020), Греции (Georgalidou, Katerina, Giakoumakis, 2020), Македонии (Trajkova, Neshkovska, 2018); часть исследований посвящена кризисам, вызванным притоком мигрантов (Pejchal, 2018; Gover, Shannon, Langton, 2020)[9]. Таким образом, рост уровня агрессии пользователей связывается в том числе с недоверием к международным и национальным акторам разного рода, интолерантностью к определенным группам граждан, «теориями заговора». Эти тенденции, свободно проявляющиеся в Сети, приобрели особую актуальность и остроту во время *COVID–19*.

Анализ структуры «враждебного» сетевого дискурса в ряде исследований показал, что пользователи менее агрессивны, если обсуждение носит предметный логичный характер; однако ряд участников диалога стремятся найти решение ситуации вовне (например, через «теории заговора»). В этом контексте особенно интересны исследования, где описаны попытки научного прогнозирования и моделирования конфликтных онлайн-дискуссий (Mathew,

Dutt et al., 2018; Xiao-Kun, Tian-Fang et al., 2022; Охапкин, Охапкина и др., 2020).

Однако в основном до сих пор исследовались материалы именно гражданских медиааакторов (пабликов, сообществ, групп), но не представительств в социальных медиа крупных федеральных СМИ. У авторов исследования возникло предположение, что паблики СМИ более организованны, логичны, структурированны, а значит, позволят внести уточнения в механизмы влияния, в частности распространения агрессии и «языка вражды» в Сети. Поэтому эмпирическим материалом исследования стали публикации крупного российского СМИ – «РосБизнесКонсалтинг» (далее – РБК) в социальных медиа. Целевая аудитория издания – люди с высшим образованием, с доходами выше среднего уровня[10]. Авторы исследования предположили, что они также окажутся логичными, последовательными в своих взглядах, дисциплинированными в выражении эмоций, а значит, позволят создать наиболее полную модель сетевого взаимодействия пользователей.

**Методы исследования**

В качестве эмпирической базы исследования были использованы материалы РБК на платформе онлайновой социальной сети «ВКонтакте»[11], где пользователи активно обсуждали вопросы, связанные с пандемией *COVID–19* и ее последствиями, включая массовую вакцинацию.

Для анализа автоматизированными методами были выбраны все посты по тематике *COVID–19* (содержащие, в частности, ключевые слова «ковид», «коронавирус», *covid*, «пандемия», «самоизоляция»), опубликованные в паблике РБК за период с 19 января 2020 г. по 30 июня 2021 г. (5 тыс. постов), а также комментарии и лайки пользователей к этим постам (390 тыс. комментариев и 970 тыс. лайков). Затем из этого массива по ключевым словам «вакцина», «вакцинация», «Спутник V», «ЭпиВакКорона», «КовиВак» было отобрано 17 тыс. комментариев, релевантных теме вакцин и вакцинации. Для анализа использовались те из них, у которых были исходные, «родительские» сообщения (в ответ на которые размещался комментарий).

На первом этапе исследования экспертами проекта (В. В. Кажберова, С. Н. Черкасов, Д. О. Мешков) был вручную обработан

массив из 4,8 тыс. комментариев: эксперты маркировали комментарии, определяя их отношение к вакцинации (за/против/непонятно), а также предполагаемое влияние содержания комментария на других пользователей (положительное/отрицательное/нейтральное/непонятное).

Наличие агрессии и «языка вражды» в большом массиве комментариев позволило уточнить задачи исследования, переместив фокус внимания с влияния на убеждения пользователей в целом на их взаимодействие в конфликтных условиях. Перед исследователями встал вопрос, насколько агрессивные и враждебные настроения могут передаваться другим пользователям, создавая потенциально травмирующий контекст обсуждения. В качестве уточненной цели исследования было выбрано выявление системных взаимосвязей, позволяющих описать актуальную модель агрессии в социальных медиа.

Для второго этапа исследования из уже обработанной выборки был случайным образом выделен массив данных из 400 комментариев, релевантных теме вакцин и вакцинации, а также соответствующих им «родительских» сообщений (еще 220 комментариев). Для их вторичного анализа экспертами был разработан следующий кодировочный лист:

– отношение к вакцинации (0 – против вакцин и/или вакцинации, 1 – за вакцины и/или вакцинацию, 2 – непонятная/нейтральная позиция);

– наличие логического обоснования своей позиции (1 – наличие логики, 0 – ее отсутствие);

– упоминание личного опыта (позитивного, негативного) или опыта ближайшего окружения (1 – наличие упоминания, 0 – отсутствие);

– наличие «языка вражды» (1 – наличие, 0 – отсутствие);

– наличие агрессии по отношению к оппоненту/собеседнику (1 – наличие, 0 – отсутствие);

– наличие агрессии по отношению к другим субъектам или объектам (1 – наличие, 0 – отсутствие).

Поле «наличие логического обоснования своей позиции» и «упоминание личного опыта» было введено, поскольку у авторов исследования появилось предположение, что комментаторы, использующие такого рода аргументацию, менее эмоциональны и поэтому менее склонны к агрессии и использованию «языка враж-

ды». По этому параметру оценивалось, использует ли человек какую-либо аргументацию, приводит ли ссылки на публикации, в том числе научные.

Поле «наличие агрессии по отношению к другим субъектам или объектам» появилось как уточняющее, помогающее разделить сообщения с агрессией к собеседнику и сообщения, где объект вражды носит более абстрактный характер (страны, вакцины, политические акторы, компании и т. д.).

Главным фактором, определяющим наличие «языка вражды» в комментариях, было присутствие в них дискриминации по какому-либо признаку (полу, возрасту, отношению к вакцинации, национальности и т. д.), а также лексики и стилистики «свой–чужой». Часто в репликах можно быть отметить и наличие «языка вражды», и агрессии (к оппоненту, к другим субъектам и объектам). Такие высказывания маркировались сразу по двум этим пунктам кодировочного листа.

Таким же образом маркировались «родительские» комментарии. Для обозначения характеристики родительского комментария применялся индекс *p* (например, «мнение$_p$»).

В сложных случаях решение принималось на основе совместного экспертного обсуждения.

Для анализа комментариев применялись методы структурирования и обработки данных[12], для анализа взаимосвязей – метод факторных таблиц.

На основе собранных данных была разработана простая математическая модель распространения агрессии в социальной сети.

За основу была взята типичная ситуация, когда в ответ на актуальный пост пользователи пишут комментарии и/или публикуют посты, содержащие или не содержащие агрессию. На следующем шаге они могут снова спровоцировать ответные сообщения, также различные по своей тональности.

В качестве единицы времени были взяты одни сутки. Именно в этот период наблюдается наиболее значимый отклик на пост после его размещения (более 90% комментариев), позже активность реакции стремительно падает.

Выражение динамики агрессии оказалось следующим (использована формула полной вероятности):

$$x(t+1) = (1-\alpha)p_{\text{АП}} + \alpha\left[x(t)p_{\text{АА}} + \left(1-x(t)\right)p_{\text{АН}}\right],$$

где:

- $x(t) \in [0;1]$ — доля агрессивных комментариев в Сети на шаге $t = 1,2,\ldots$,
- $\alpha$ — вероятность того, что на шаге $t$ комментарий будет написан в ответ на другой комментарий (соответственно, с вероятностью $(1-\alpha)$ комментарий будет написан в ответ на пост),
- $p_{\text{АП}}$ — вероятность того, что комментарий будет агрессивным, если он пишется в ответ на пост,
- $p_{\text{АА}}$ — вероятность того, что комментарий будет агрессивным, если он пишется в ответ на агрессивный комментарий,
- $p_{\text{АН}}$ — вероятность того, что комментарий будет агрессивным, если он пишется в ответ на неагрессивный комментарий,

$N$ — количество комментариев, публикуемое на каждом шаге $t$.

Рассмотрев предельный случай и обозначив

$$\lim_{t\to\infty} x(t) = x^*,$$

авторы получили предельный уровень агрессии (долю агрессивных комментариев):

$$x^* = \frac{(1-\alpha)p_{\text{АП}} + \alpha p_{\text{АН}}}{1-\alpha(p_{\text{АА}} - p_{\text{АН}})}.$$

Если в начальный момент уровень агрессии оказался равен $x^*$, то он не меняется со временем при стабильных значениях параметров, что дает основания называть этот показатель также равновесным уровнем агрессии. В рамках данной модели динамики $x^*$ является ограничением на уровень агрессии: если в некоторый момент уровень был ниже равновесного, то он и далее будет ниже равновесного.

**Результаты исследования**

*Итоги контент-анализа*

По итогам первого этапа исследования (экспертного анализа 4,8 тыс. комментариев) выяснилось, что значительная часть комментариев содержит сарказм, оскорбления, обесценивание чужих чувств и эмоций: они встретились в каждом втором комментарии. Это намного выше обычных значений: по данным *BrandAnalytics*, доля агрессии в социальных медиа в среднем составляет примерно 5,5% от всех сообщений[13]. Таким образом, первоначальная гипотеза о том, что сообщения в паблике СМИ могут выгодно отличать-

ся от комментариев акторов в гражданских группах, пабликах, сообществах, не подтвердилась.

Далее была выявлена структура отношения пользователей к вакцинации. Значительная часть из них связывала эту тему с политикой и острой социальной проблематикой, где комментаторы не всегда могли удержаться в морально-этических рамках. Доля сообщений «за» вакцинацию оказалась относительно небольшой (11%). В качестве аргументации пользователи часто приводили личный опыт или опыт близких («Родители боялись противопоказаний, но сделали прививку. В итоге все хорошо...»), рассуждали об общей логике развития пандемии («Коронавирус не закончится, если не привьемся») или же ограничивались оценочными суждениями («Спутник лучший!»). Наряду с признанием пользы вакцинации встречались грубые оскорбления оппонентов – упреки в непонимании ситуации, ангажированной позиции. Такие комментарии чаще всего маркировались как поддерживающие вакцинацию (графа «мнение»), но оказывающие негативное влияние на других пользователей (графа «влияние»).

Существенно чаще высказывалась позиция «против» вакцинации (24%). В этих комментариях присутствовало большое количество бездоказательных утверждений: «Вирус мутирует, граждане, и делать прививку бесполезно!»; «Не наводите панику! это обычное ОРВИ»; «Вакцины придумали, чтобы сократить население земли»; «После вакцины вы умрете еще быстрее!»; «Мы против опытов над людьми! А как же Нюрнбергский процесс?»; «Есть VIP-вакцина более высокой степени очистки, ею привилась элита». Многообещающая мифологема связи между появлением *COVID–19* и внедрением технологий *5G*, а также планами Билла Гейтса, Илона Маска и т. д. не носила, однако, массового характера.

Противники вакцинации часто бывали агрессивны: желали оппонентам болезни или смерти, размещали уничижительные, саркастические, оскорбительные замечания.

Примеры оскорбительных комментариев (орфография и пунктуация сохранены): «Ну, вот ты от естественного отбора и подохнешь. Что ты привился – молодец, в конце-концов, людям нужно испытать вакцину на биомусор... на добровольцах»; «Вот бот фей-

ковый – мозгов смотрю тебе для беседы не подвезли, оскорблять начала... Сама иди и что-то там отрабатывай, тупая курица».

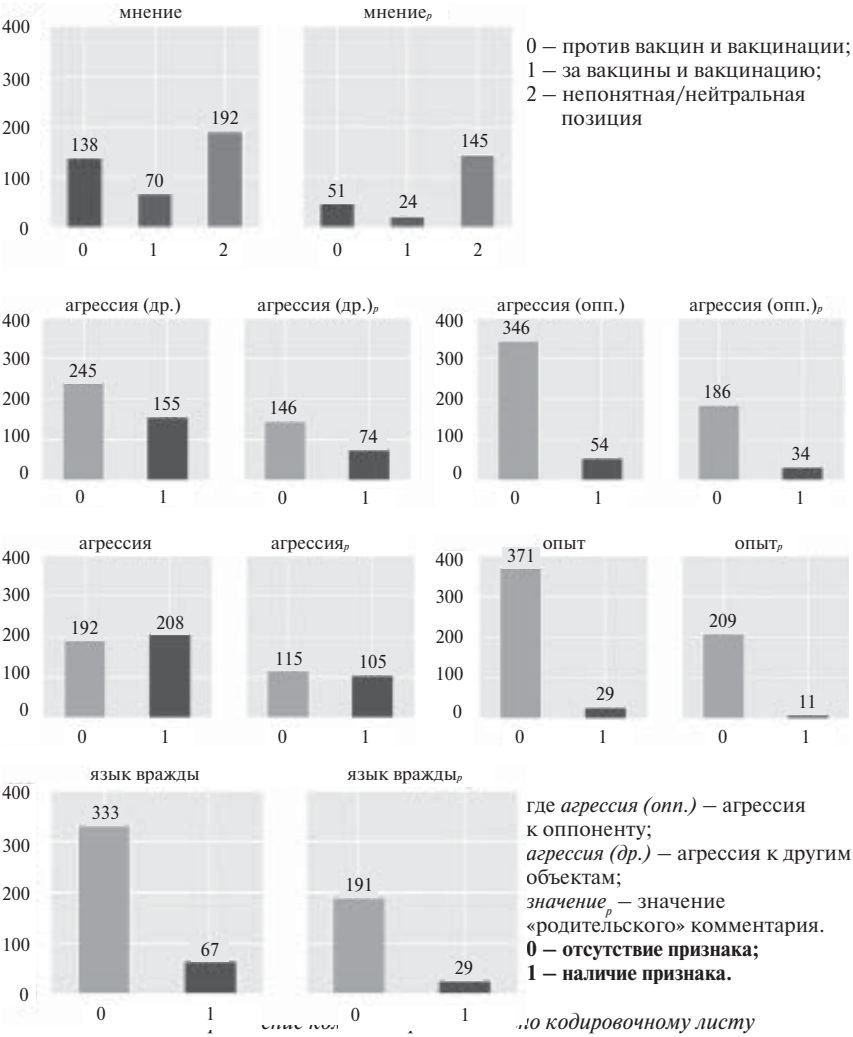
Больше всего оказалось сообщений, где позиция пользователя была маркирована как непонятная (нейтральная). Их доля составила 65%.

Некоторые пользователи выражали вполне обоснованное отношение к вакцинальной кампании, отмечая ее недостатки, например (орфография и пунктуация сохранены): «Вакцина политизирована... не участвуй политики, мы бы привились»; «Нужно больше реальных мнений экспертов. Сейчас мнения слишком полярны, выглядят заказными с обеих сторон»; «Не нужно было ругать западные вакцины, это подорвало идею вакцинации в целом»; «Работа с населением не качественная. И тут еще и речи про принудиловку только усугубляют ситуацию, ибо много параноиков развелось».

Таким образом, контент-анализ выявил особенности убеждений пользователей, разнообразие мнений и их политизированность, а также значительный уровень агрессии и «языка вражды».

*Анализ распределения комментариев по основным критериям и взаимосвязь между ними*

В рамках второго этапа исследования – анализа 620 комментариев – было проанализировано их распределение по кодировочному листу, описанному в части «Методика исследования». Авторы исследования предполагали, что на основании изучения взаимосвязей возможно будет создать и описать общую теоретическую модель распространения агрессии и вражды в Сети, однако не все характеристики продемонстрировали значимые связи между собой. Данные представлены на рисунке 1.




*...ло кодировочному листу*

На рис. 1 представлено распределение комментариев: отношение к вакцинации, логическое обоснование позиции, наличие личного опыта и т. д. По горизонтальной оси указано значение признака, по вертикальной – количество комментариев с этим значением.

Как показал анализ, пользователи в своих высказываниях редко прибегали к логическому обоснованию позиции (всего в 4% случаев), немного чаще ссылались на личный опыт или опыт

окружения (7%). Довольно много было обнаружено выражений агрессии в отношении оппонента (14%), много – в отношении других объектов и субъектов (39%). Общий уровень агрессии составил 53%. Доля сообщений с «языком вражды» – 17%.

Дальнейший анализ осуществлялся при помощи факторных таблиц, которые показали совместное распределение признаков (переменных), разделенных попарно. Обобщенные результаты представлены в виде «тепловой карты» (см. рис. 2).

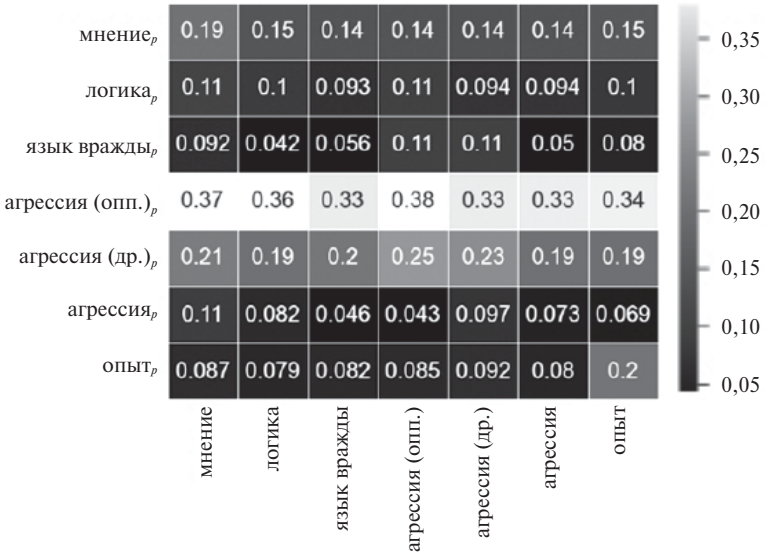



*Рис. 2. Итоги анализа силы связей между характеристиками*

Не все характеристики кодировочного листа, вопреки первоначальным ожиданиям, показали сильные связи между собой. Например, по параметру «отношение к вакцинации» явной детерминированности выявлено не было, что говорит о том, что мнения в ветках дискуссий чередуются: охотнее на пост/комментарий отвечают те, кто с ним не согласен, чем те, кто поддерживаепт высказанные в нем идеи. Этот факт отчасти характеризует особенности сетевого общения как свободного и спонтанного.

Более других оказались связаны между собой такие параметры, как «отношение к вакцинации» и «наличие агрессии», «отношение к вакцинации» и «наличие “языка вражды”», а также «отношение к вакцинации» и «наличие логики».

Так, для позиции «“против” вакцинации» характерен высокий уровень агрессии по отношению к другим объектам, уровень агрессии в целом, а также велика доля сообщений, содержащих «язык вражды». В таких сообщениях реже встречается логическое обоснование позиции, упоминание личного опыта и опыта близких. Это подтвердило предположение о том, что авторы негативистских, агрессивных сообщений чаще используют не логические, а эмоциональные аргументы (Пронина, 2001), хотя исследователи в целом не исключают возможности проявления агрессии и на рациональном уровне (Седов, 2005).

Действительно, в тех комментариях, где прослеживалась позиция, соотносимая с принципами доказательной медицины, чаще использовались логические аргументы и реже присутствовали бессодержательные агрессивные высказывания.

Было выявлено, что «агрессия в отношении оппонента» с большой вероятностью вызывала ответную агрессию, что является косвенным признаком поляризации общества. Агрессия к другим субъектам или объектам провоцировала такую же агрессию, «заражая» других пользователей подобным настроением. Сообщения с высоким уровнем «агрессии к другим объектам и субъектам» часто содержали еще и «язык вражды».

Таким образом, полностью подтвердилась рабочая гипотеза о том, что негативно окрашенные сообщения влияют на других пользователей, создают деструктивный и травмирующий контекст обсуждения.

### Итоги математического моделирования распространения агрессии и возможные стратегии управления

На основании анализа основных возможностей управления в Сети были выделены два типа стратегий, исходя из задачи снизить уровень агрессии:

– управление с помощью добавления комментариев (нейтральных, позитивно окрашенных[14]) представителями редакции, которые способны в ряде ситуаций вмешиваться в ход обсуждения, предлагая участникам дискуссии сохранять цивилизованный и конструктивный формат дискуссии;

– удаление агрессивных комментариев как вариант модерации[15]: в этом случае речь идет о тех сообщениях, которые нарушают права собеседника (оскорбительные, нетолерантные, уничижительные, с призывами к насилию и т. д.).

Проанализируем эффективность обоих типов стратегий на основе данных страницы РБК в социальной сети «ВКонтакте».

Оценим начальную долю агрессивных комментариев для модели, исходя из числа агрессивных и неагрессивных комментариев в рабочей выборке из 400 комментариев. На такой же выборке посчитаем условные вероятности.

Рассмотрим два случая динамики агрессии: агрессия по отношению к оппоненту и агрессия по отношению к другим субъектам или объектам.

*Агрессия по отношению к оппоненту*. Расчет равновесного уровня агрессии дает 16% комментариев, что соответствует результатам имитационного моделирования (график 1 на рис. 3).

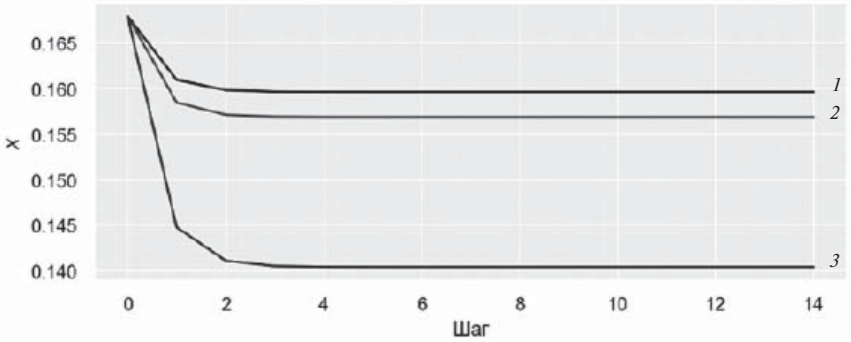



*Рис. 3. Динамика сообщений, содержащих агрессию к оппоненту*

Таким образом, уровень агрессии по отношению к оппонентам снижается даже без вмешательства «извне» в первые же сутки после публикации поста/комментария, что обусловлено снижением его актуальности. Этот процесс можно несколько ускорить при помощи управления: добавление 75 комментариев в день (10% от их общего числа) приводит к снижению доли агрессивных сообщений до 15,7% (график 2), а удаление 75 комментариев – до 14% (график 3).

В длительной перспективе применение обеих стратегий, раздельное или совместное, позволяет добиться одинакового эффекта – максимально возможного уменьшения уровня агрессии к оппоненту до 13,4%. В рамках действующей модели этот показатель снизить далее невозможно, поскольку некоторое количество агрессивных комментариев появляется на каждом шаге, даже если раньше тон обсуждения был нейтральным[16].

*Агрессия по отношению к другим субъектам или объектам.* Расчет равновесного уровня агрессии дает 37,3 % комментариев, имитационное моделирование приводит к такому же результату (см. рис. 4, график 1).

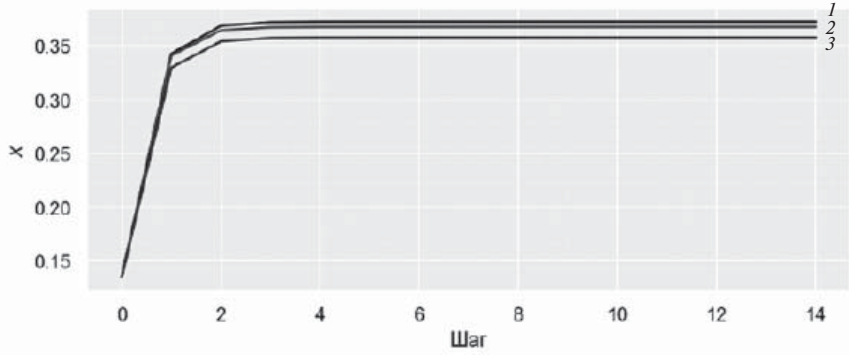



*Рис. 4. Динамика сообщений, содержащих агрессию к другим субъектам или объектам*

Уровень агрессии к другим субъектам или объектам, в отличие от уровня агрессии к собеседнику, сначала повышается, а затем остается на том же уровне, не снижаясь. Это связано с тем, что при таком типе высказываний пользователи склонны отвечать агрессивно даже на нейтральные сообщения.

Добавление 10% нейтральных/позитивных комментариев уменьшает уровень агрессии до 36,8% (график 2), а удаление такой же доли сообщений – до 35,8% (график 3). Разница в эффективности невелика, сопоставима и скорость достижения результата. Таким образом, сообщения этого рода мало поддаются воздействию, независимо от стратегии.

В долгосрочной перспективе также можно добиться максимального уменьшения равновесного уровня агрессии: он составляет 32,6%.

**Обсуждение и выводы**

Авторы статьи видели основную исследовательскую задачу, прежде всего, в описании механизмов влияния пользователей друг на друга (в частности, в экстремальных ситуациях) и особенностей таких воздействий. Существование обширного ряда работ, описывающих особенности распространения агрессии и «языка вражды» в современных медиа (Bodrunova, Litvinenko и др., 2021; Nigmatullina, Rodossky, 2022; Choi, 2021 и т. д.), подтверждает актуальность такого

исследования. В данной статье удалось на примере паблика СМИ в онлайновой социальной сети подтвердить связь убеждений с логическими характеристиками высказываний, построить матрицы отношений между мнениями, доказательствами (логика, опыт) и агрессией в комментариях.

Еще одной исследовательской задачей стала разработка и тестирование инструментария для оценки влияния медиапотребителей друг на друга. Как было отмечено выше, в современных работах активно используются технологии математического и компьютерного анализа проявлений интолерантности (см., например: Потапова, Комалова, 2014; Гордеев, 2016; Уздяев, 2020; Babakov, Logacheva, Panchenko, 2022; Nugamanov, Loukachevitch, Dobrov, 2021; Grigoriev, Kuznetsova et al., 2022; Pronoza, Panicheva et al., 2021), однако, как правило, их применение не универсально и не носит междисциплинарного характера, а значит, возможны «слепые зоны», нестыковки результатов разного рода исследований, проведенных согласно различным методикам. Те же работы, где описаны попытки научного прогнозирования и моделирования конфликтных онлайн-дискуссий (Mathew, Dutt и др., 2018; Xiao-Kun, Tian-Fang et al., 2022; Охапкин, Охапкина и др., 2020), пока носят «точечный» характер и не могут применяться для анализа широкого круга ситуаций. Авторы исследования надеются, что создание математических моделей распространения агрессии в цифровых коммуникациях может стать шагом к научной систематизации этих данных, стандартизации подходов, расширению эмпирической базы.

В настоящий момент были получены локальные результаты в рамках одного тематического обсуждения в одном из пабликов, однако в дальнейшем они могут быть существенно дополнены и расширены.

Так, в ходе исследования математической модели было выявлено, что на страницах СМИ в новых медиа при обсуждении острых социальных вопросов может присутствовать некий «базовый» уровень агрессии, который наблюдается в ветке обсуждения, даже если предшествующие сообщения были позитивными и/или нейтральными. Можно предположить, что это особенность социальных медиа, которую можно отнести к рискам их использования наряду с распространением фейков, буллингом, троллингом, мошенничеством, и ее важно учитывать.

В паблике РБК «ВКонтакте», например, при обсуждении тематики *COVID–19* доля сообщений с агрессией к собеседнику соста-

вила 16%, далее этот уровень снижался только до 13,4%. Доля комментариев с агрессией к другим объектам (стране, чиновникам, вакцинам и т. д.) составила 37,3%, и этот показатель также не опускался ниже 32,6%. При этом разные стратегии воздействия (удаление редакцией негативных сообщений или добавление позитивных/нейтральных комментариев) показали при моделировании приблизительно одинаковую эффективность.

Бесспорно, при помощи простой модели стало возможным показать лишь «усредненную» картину динамики агрессии в социальной сети. Поэтапное введение в модель различных факторов, влияющих на уровень агрессии в социальных медиа, потребует анализа очень больших массивов данных, однако это является перспективным направлением дальнейших исследований. От ответов на вопрос, какими могут быть подобные факторы, могут зависеть актуальные стратегии и тактики поведения сетевых редакций, модераторов форумов и сообществ, медиакоммуникаторов разного рода и уровня. В любом случае важно, чтобы они сохраняли этичный подход к медиапотребителю как к собеседнику, обладающему интеллектом и знаниями для активного освоения информации. Вполне вероятно, что поиск решений актуализирует такие функции СМИ, как просвещение, формирование культурного слоя, ценностное ориентирование, а со стороны общественных и политических акторов стимулирует запуск коммуникационных, информационных, социальных кампаний.

Таким образом, исследование распространения агрессии и «языка вражды» в новых медиа важно продолжать на стыке самых разных областей знания, включая социологию, медиапсихологию, коммуникативистику, культурологию, математическое и имитационное моделирование, информационные технологии.

**Примечания**

[1] *Рагнедда М.* Концептуализация и измерение цифрового капитала // МедиаТренды. 2019. № 8 (71).

[2] Исследования в области компьютерной лингвистики, посвященные вопросам автоматизированного выявления и классификации оценочных, а также деструктивных русскоязычных текстов не пересекаются с предметом исследования настоящей работы: в ней проводятся исследование и моделирование опубликованных в онлайновой социальной сети сообщений (комментариев), разметка которых была выполнена экспертами «вручную».

[3] См. также определение: «Язык вражды» – это выражения, подразумевающие отрицательную оценку всех представителей некоторой социальной группы, объединенной по признаку пола, расы, языка, этнического происхождения, религиозной принадлежности. *Менделеева Д.* «Колорады», «ватники», «укропы». Язык вражды и риторика ненависти. О лингвистическом феномене «hate speech» – филолог Алексей Шмелев. 2014. Окт., 23. Режим доступа: https://www.pravmir.ru/koloradyi-vatniki-ukropyi-yazyik-vrazhdyi-i-ritorika-nenavisti/ (дата обращения 15.05.2022).

[4] Киберагрессия – термин, обозначающий проявления девиантного поведения в Интернете. К нему относятся оскорбления, унижения, издевательства, разоблачения, агрессивные нападки, преследования посредством коммуникативных технологий, манипулирование. Введен в 2007 г. доктором философии Д. Шабро.

[5] *Радулова Н.* Страх и ненависть в рунете. Почему в российском сегменте Интернета столько агрессии // Огонек. 2020. № 32. С. 28.

[6] Исследование платформы *Perfluence*, сервиса психотерапии *Zigmund. Online* и агентства аналитики *ResearchMe*. Респондентами стали пользователи от 18 до 55 лет (более 5 тыс. чел.). 2021. Режим доступа: https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-perfluence-i-zigmund-online-52273.html (дата обращения 25.03.2022).

[7] Mitchell A., Gottfried J., Stocking G. et al. (2019) Many Americans Say Made-Up News Is a Critical Problem That Needs To Be Fixed. *Paw Research Center*, 5 June. Режим доступа: https://www.pewresearch.org/journalism/2019/06/05/many-americans-say-made-up-news-is-a-critical-problem-that-needs-to-be-fixed/ (дата обращения: 31.05.2023).

[8] Анализ этических аспектов применения подобных методов выходит за рамки настоящего исследования. Вместе с тем однозначно неэтичные методы (например, использование ботов, «троллей»; «вычислительная пропаганда» во время предвыборных и/или иных кампаний, преследование частных интересов) в массиве данных, исследованных авторами, представлены не были и, соответственно, не изучались. При анализе материалов паблика (постов, комментариев) РБК также не было замечено применения каких-либо масштабных информационных воздействий (кампаний), которые можно было бы отнести к рекламным, пропагандистским, манипулятивным или иным методикам подобного рода. Вопрос о том, когда и как, с какими целями подобные методы применяются в российской практике, требует дальнейшего изучения.

[9] При этом нужно учитывать, что в мировой практике в целом растет интерес к использованию социальных медиа в качестве инструмента для изменения поведенческих характеристик в определенных целях. В этом контексте используется термин «сетевые вмешательства», от англ. *network interventions* (Valente, 2012: 49–53; Kempe, Kleinberg, Tardos, 2003: 137–146). Они могут быть индивидуальными, групповыми, индукционными (т. е. вызывать целую серию поведенческих изменений, называемую «каскадом»), структурными. Часто их влияние ограничено определенной сферой применения, например здравоохранением (Cobb, Josee, 2014; Hunter, Haye et al., 2019; Kim, Hwong, Stafford, 2015). Но так или иначе технологические, мировоззренческие и этические особенности и границы применения этих технологий в русскоязычных социальных медиа находятся за пределами данного исследования.

[10] По данным *HeadMedia*. Режим доступа: https://head-media.ru/printed_editions/reklama-v-zhurnalah/rbk/ (дата обращения: 31.05.2023).

[11] Страница РБК «ВКонтакте». Режим доступа: https://vk.com/wall-25232578 (дата обращения: 25.05.2022).

[12] Применялись технологии: библиотека *Python Data Analysis Library*, методы численных вычислений (библиотека *Numerical Python*) и методы для выполнения научных и инженерных расчетов (библиотека *Scientific Library for Python*). Библиотека *Python Data Analysis Library*. Режим доступа: https://pandas.pydata.org

(дата обращения: 04.06.2022). Библиотека *Numerical Python*. Режим доступа: https://numpy.org (дата обращения: 04.06.2022). Библиотека *Scientific Library for Python*. Режим доступа: https://scipy.org (дата обращения: 04.06.2022).

[13] *Вебер В.* Агрессивность в социальных медиа, ноябрь 2021 // Brand Analytics. 2022. Режим доступа: https://br-analytics.ru/blog/social-aggressiveness-2021/ (дата обращения: 04.04.2022).

[14] При этом имеется в виду только тональность сообщений, а не отношение к чему-либо, например к вакцинации.

[15] Первый вариант применяется преимущественно организациями и компаниями на независимых сайтах отзывов, хостингах, форумах. Второй характерен для официальных пабликов сообществ, онлайн-представительств. В процессе анализа не исключалось, что оба типа стратегий могут применяться и одновременно. В рамках данного исследования авторы опирались на устойчивую практику использования ряда перечисленных методов (модерации, премодерации, добавления комментариев от лица редакции и т. д.), не ставя своей задачей анализировать правомерность их употребления с точки зрения этики массмедиа и медиапотребления. Действительно, проблема *hate speech vs. free speech* является в том числе этической, однако это тема отдельного исследования. В этом случае многое зависит от тем и ситуаций, в которых применяется та или иная стратегия, стандартов редакций; в большинстве случаев их применение оправдано нарушением пользователями законодательства (например, публикациями призывов к насилию, вражде, национальной розни, дискриминации и т. д.).

[16] Вопрос о том, насколько существенным является это снижение, выходит за рамки данного исследования. Для ответа на него требуется построение более общей модели информационного воздействия, учитывающей как общественную пользу от снижения уровня агрессии, так и затраты на это снижение. Эта задача может быть актуальна для дальнейших исследований.

## Библиография

*Антропова В. В.* Речевая агрессия в текстах социальных сетей: коммуникативный аспект // Вестн. ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. 2015. № 3. С. 123–127.

*Аптикиева Л. Р.* Последствия психологического насилия для разных возрастных категорий // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. 2020. №1 (224). С. 6–13. DOI: 10.25198/1814-6457-223-6 УДК 371.3

*Бузина Т. С., Бузин В. Н., Ланской И. Л.* Врач и пациент: межличностные коммуникации // Медицинская психология в России. 2020. Т. 12. № 4 (63): 1–21. DOI: 10.24412/2219-8245-2020-4-2

*Быкова О. Н.* Языковое манипулирование общественным сознанием // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999. С. 99–103.

*Воронцова Т. А.* Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестн. Удмурт. ун-та. Сер.: История и филология. 2016. Т. 26. Вып. 2. С. 109–115.

*Галяшина Е. И., Никишин В. Д.* Язык вражды как угроза информационной безопасности Интернет-коммуникации // Вестн. СПбГУ. Право. 2021. Т. 12. Вып. 3. С. 555–573. DOI: https://doi.org/10.21638/spbu14.2021.305

*Гордеев Д. И.* Современные методы анализа состояния «агрессия» в письменных текстах // Вестн. МГЛУ. 2016. Вып. 15 (754). С. 47–54.

*Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г.* Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. 3-е изд., перераб. и дополн. М.: МЦНМО, 2018.

*Губанов Д. А., Чхартишвили А. Г.* Влиятельность пользователей и метапользователей социальной сети // Проблемы управления. 2016. № 6. С. 12–17. DOI: https://doi.org/10.1134/S0005117918030128

*Демина И. Н., Шкондин М. В.* Журналистика в мире повседневности: слагаемые конвенциональной целостности как фактор преодоления конфликтов // Вестн. Волжск. ун-та им. В. Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 1 (34). С. 134–143. DOI: 10.51965/2076-7919_2021_1_1_134

*Дзялошинский И. М.* Российские медиа: проблемы вражды, агрессии, насилия: учеб. пособие. Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019.

*Дзялошинский И. М.* Язык вражды в российских СМИ: социальные, культурные, профессиональные факторы: учеб.-метод. пособие. М.: Гуманитарный институт, 2006.

*Ефимова Г. З., Зюбан Е. В.* Влияние социальных сетей на личность // Мир науки. 2016. Т. 4.

*Зиновьев И. В.* Постправда на телевизионных экранах: новости против достоверности // Журналистика и массовые коммуникации. 2018. Т. 24. № 1 (171). С. 41–48. Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/58289/1/iurp-2018-171-04.pdf (дата обращения: 25.05.2022).

*Кирдун А. А., Андреева А. В.* Язык вражды в современной массовой коммуникации Беларуси // Вестн. Минск. гос. лингв. ун-та. Сер. 1: Филология. 2017. № 6 (91). С. 100–110.

*Курьянова И. В.* Маркеры речевой агрессии в интернет-коммуникации при исследовании текстов экстремистской направленности // Вестн. МГЛУ. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 6 (797). С. 29–38.

*МакКуэйл Д.* Журналистика и общество. М.: МедиаМир: Фак. журн. МГУ, 2013.

*Малахаева С. К., Потапов Р. С.* Агрессивность и аутоагрессивность в сетевом тексте: контент-анализ страниц в социальной сети «ВКонтакте» // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 4. С. 724–740. DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(4).724-740

*Охапкин В. П., Охапкина Е. П., Исхакова А. О., Исхаков А. Ю.* Деструктивное информационно-психологическое воздействие в социальных сетях // Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2020. Вып. 8 (1). С. 1–14. DOI: 10.26102/2310-6018/2020.28.1.043

*Потапова Р. К., Комалова Л. Р.* База данных русскоязычных текстов, содержащая единицы семантического поля «агрессия» // Вестн. МГЛУ. Сер.: Языкознание. 2014. Вып. 19 (705). С. 112–121.

*Пронина Е. Е.* «Живой текст»: четыре стилевых признака Net-мышления // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2001. № 6. С. 74–80.

*Рябов М. А., Боченкова Н. А.* Социальные аспекты агрессивного сетевого поведения // Вест. Удмурт. ун-та. Социология. Политология. Между-

народные отношения. 2021. Т. 5. Вып. 2. С. 170–178. DOI: 10.35634/2587-9030-2021-5-2-170-178

*Салимовский В. А., Ермакова Л. М.* Экстремистский дискурс в массовой коммуникации Рунета // Вестн. Перм. ун-та. 2011. Вып. 3 (15). С. 71–80.

*Седов К. Ф.* Речевая агрессия в повседневной коммуникации // Речевая агрессия в современной культуре. Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2005. С. 32–41.

*Сковородников А. П.* Языковое насилие в современной российской прессе // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: научно метод. бюлл. Вып. 2. Красноярск-Ачинск, 1996. С. 10–15.

*Смирнова О. В., Шкондин М. В.* Исследования медиа и журналистики в контексте конфликтологии: системно-теоретические аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 5–21. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).5-21

*Смирнова О. В., Шкондин М. В., Денисова Г. В., Стебловская С. Б.* Индикаторы конфликтности в российском медиадискурсе: анализ интернет-мемов // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 1. С. 41–58. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(1).41-58

*Солдатова Г. У., Рассказова Е. И., Чигарькова С. В.* Виды киберагрессии: опыт подростков и молодежи // Национальный психологический журнал. 2020. № 2 (38). С. 3–20. DOI: 10.11621/npj.2020.0201

*Сычев А. А., Коваль Е. А., Жадунова Н. В.* Проблема классификации языка вражды в отношении мигрантов (на примере Республики Мордовия) // Регионология. 2018. Т. 26. № 4. С. 798–815. DOI: 10.15507/2413-1407.105.026.201804.798-815

*Уздяев М. Ю.* Нейросетевая модель многомодального распознавания человеческой агрессии // Вестн. КРАУНЦ. 2020. Т. 33. № 4. С. 132–149. DOI: 10.26117/2079-6641-2020-33-4-132-149

*Швабб К.* Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2016.

Babakov N., Logacheva V., Panchenko A. (2022) Beyond Plain Toxic: Detection of Inappropriate Statements on Flammable Topics for the Russian Language. *arXiv*: 2203.02392. DOI: https://doi.org/10.48550/arXiv.2203.02392

Bodrunova S. S., Litvinenko A., Blekanov I., Nepiyushchikh D. (2021) Constructive aggression? Multiple roles of aggressive content in political discourse on Russian YouTube. *Media and Communication* 9: 181–194. DOI: 10.17645/mac.v9i1.3469

Boroon L., Abedin B., Erfani E. (2021) The dark side of using online social networks: a review of individuals' negative experiences. *Journal of Global Information Management (JGIM)* 29 (6): 1–21. DOI: 10.4018/JGIM.20211101.oa34

Chkhartishvili A. G., Gubanov D. A., Kozitsin I. V. (2021) Face Mask Perception during the COVID-19 Pandemic: an Observational Study of Russian Online Social Network VKontakte. *Advances in Systems Science and Applications* 21 (3): 91–100. DOI: https://doi.org/10.25728/assa.2021.21.3.1124

Choi S. (2021) «People look at me like I AM the virus»: Fear, stigma, and discrimination during the COVID-19 pandemic. *Qualitative Social Work* 20 (1–2): 233–239. DOI: https://doi.org/10.1177/1473325020973333

Cobb N. K., Josée P. J. (2014) Effectiveness of a multimodal online well-being intervention. A randomized controlled trial. *Am J Prev Med* 46: 41–48. DOI: 10.1016/j.amepre.2013.08.018

De Groot M. H. (1974) Reaching a Consensus. *Journal of American Statistical Association* 69: 118–121.

Dordevic J. P. (2020) The sociocognitive dimension of hate speech in readers' comments on Serbian news websites. *Discourse, Context & Media* 33: 1–9. DOI: 10.1016/j.dcm.2019.100366

French J. R. (1956) A formal theory of social power. *The Psychological Review* 63: 181–194. DOI: https://doi.org/10.1037/h0046123

Friedkin N. E., Johnsen E. C. (2011) *Social Influence Network Theory: A Sociological Examination of Small Group Dynamics*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511976735

Georgalidou M., Katerina T. F., Giakoumakis G. (2020) Aggression in media-sharing websites in the context of Greek political/parliamentary discourse in the years of the economic crisis. *Journal of Language Aggression and Conflict* 8 (2): 321–350. DOI: https://doi.org/10.1075/jlac.00039.geo

Gover A. R., Shannon B. H., Langton L. (2020) Anti-Asian Hate Crime During the COVID-19 Pandemic: Exploring the Reproduction of Inequality. *American Journal of Criminal Justice* 45 (4): 647–667. DOI: 10.1007/s12103-020-09545-1

Grigoriev O. G., Kuznetsova Y. M., Nikitina E. N., Smirnov I. V., Chudova N. V. (2022) Causative-Emotive Analysis. Part I. Emotional Reactions of Social Networks Users Research. *Psikhologicheskii zhurnal* 3 (43): 114–121. DOI: 10.31857/S020595920020501-7

Harary F. (1959) A criterion for Unanimity in French's Theory of Social Power. In *Studies in Social Power*. Michigan: Institute of Sociological Research. Pp. 168–182.

Hunter R. F., Haye de la K., Murray J. M. et al. (2019) Social network interventions for health behaviours and outcomes: A systematic review and meta-analysis. *PLoS medicine* 16 (9): e1002890. DOI: 10.1371/journal.pmed.1002890

Kempe D., Kleinberg J., Tardos E. (2003) Maximizing the spread of influence through a social network. In *Proceedings of the ninth ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining*. Pp. 137–146.

Kim D. A., Hwong A. R., Stafford D., Hughes D. A., O'Malley A. J., Fowler J. H. et al. (2015) Social network targeting to maximise population behaviour change: a cluster randomised controlled trial. *Lancet* 386: 145–153. DOI: 10.1016/s0140-6736(15)60095-2

Mathew B., Dutt R., Goyal P., Mukherjee P. (2019) Spread of hate speech in online social media. In *ACM Conference on Web Science (WebSci '19). Boston, MA, USA.* Available at: https://cse.iitkgp.ac.in/~animeshm/websci19.pdf (accessed:15.10.2022).

Nigmatullina K., Rodossky N. (2022) Social Media Engagement Anxiety: Triggers in News Agenda. In *International Conference on Human-Computer Interaction*. Cham: Springer. Pp. 345–357. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-05061-9_25

Nugamanov E., Loukachevitch N., Dobrov B. (2021) Extracting Sentiments towards COVID-19 Aspects. In *CEUR Workshop Proceedings*. Moscow. Pp. 299–312.

Pejchal V. (2018) Hate speech regulation in post-communist countries: Migrant crises in the Czech and Slovak republics. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy* 7 (2): 58–74. DOI: 10.5204/ijcjsd.v7i2.500.

Pronina E. (2018) The new media and the evolution of the human psyche. *Psyhology in Russia* 11 (2): 148–160. DOI: 10.11621/PIR.2018.02011

Pronoza E., Panicheva P., Koltsova O., Rosso P. (2021) Detecting ethnicity-targeted hate speech in Russian social media texts. *Information Processing and Management* 58 (6): Article 102674. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102674

Trajkova Z., Neshkovska S. (2018) Online hate propaganda during election period: The case of Macedonia. *Lodz Papers in Pragmatics* 14 (2): 309–334. DOI: 10.1515/lpp-2018-0015

Valente T. W. (2012) Network interventions. *Science* 337 (6090): 49–53. DOI: 10.1126/science.1217330

Vasilenko E. (2021) Online Hate Speech in Belarus: Highlighting the Topical Issues. *Zeitschrift f r Slawistik* 66 (4): 558–577. DOI: https://doi.org/10.1515/slaw-2021-0026

Xiao-Kun W., Tian-Fang Z., Lu L., Wei-Neng C. (2022) Predicting the hate: a GSTM model based on COVID-19 hate speech datasets. *Information Processing & Management* 59 (4): 102998.

## Notes

Available at: https://head-media.ru/printed_editions/reklama-v-zhurnalah/rbk/ (accessed: 31.05.2023).

Mendeleeva D. (2014) «Kolorady», «vatniki», «ukropy». *Yazyk vrazhdy i ritorika nenavisti. O lingvisticheskom fenomene "hate speech" - filolog Aleksey Shemelev*. 23 October. . Available at: https://www.pravmir.ru/koloradyi-vatniki-ukropyi-yazyik-vrazhdyi-i-ritorika-nenavisti/ (accessed: 15.05.2022).

Mitchell A., Gottfried J., Stocking G. et al. (2019) Many Americans Say Made-Up News Is a Critical Problem That Needs To Be Fixed. *Paw Research Center*, 5 June. Available at: https://www.pewresearch.org/journalism/2019/06/05/many-americans-say-made-up-news-is-a-critical-problem-that-needs-to-be-fixed/ (accessed: 31.05.2023).

*Numerical Python*. Available at: https://numpy.org (accessed: 04.06.2022).

*Python Data Analysis Library*. Available at: https://pandas.pydata.org (accessed: 04.06.2022).

Radulova N. (2020) Strah i nenavist' v runete. Pochemu v rossijskom segmente Interneta stol'ko agressii [Fear and hatred in Runet. Why is there so much aggression in the Russian segment of the Internet]. *Ogonek* 32: 28.

Ragnedda M. (2019) Konceptualizacija i izmerenie cifrovogo kapitala [Conceptualization and measurement of digital capital]. *MediaTrendy* 8 (71). Available at: http://www.journ.msu.ru/downloads/2019/MediaTrendi_71.pdf (accessed: 15.05.2022).

*Scientific Library for Python*. Available at: https://scipy.org (accessed: 04.06.2022).

*Stranitsa RBK VKontakte*. Available at: https://vk.com/wall-25232578 (accessed: 25.05.2022).

Veber V. (2022) Agressivnost' v sotsial'nykh media, noyabr' 2021 [Aggressiveness in social media, November 2021]. *Brand Analytics*. Available at: https://br-analytics.ru/blog/social-aggressiveness-2021/ (accessed: 04.04.2022).

## References

Antropova V. V. (2015) Rechevaya agressiya v tekstakh sotsial'nykh setey: kommunikativnyy aspekt [Speech Aggression in Texts of Social Networks: the Communicative Aspect]. *Vestn. VGU. Ser.: Filologiya. Zhurnalistika* 3: 123–127. (In Russian)

Aptikieva L. R. (2020) Posledstviya psikhologicheskogo nasiliya dlya raznykh vozrastnykh kategoriy [The Consequences of Psychological Violence for Different Age Groups]. *Vestn. Orenburg. gos. un-ta* 1 (224): 6–13. DOI: 10.25198/1814-6457-223-6 UDK 371.3 (In Russian)

Babakov N., Logacheva V., Panchenko A. (2022) Beyond Plain Toxic: Detection of Inappropriate Statements on Flammable Topics for the Russian Language. *ArXiv*: 2203.02392. DOI: https://doi.org/10.48550/arXiv.2203.02392

Bodrunova S. S., Litvinenko A., Blekanov I., Nepiyushchikh D. (2021) Constructive Aggression? Multiple Roles of Aggressive Content in the Political Discourse on Russian YouTube. *Media and Communication* 9: 181–194. DOI: 10.17645/mac.v9i1.3469

Boroon L., Abedin B., Erfani E. (2021) The Dark Side of Using Online Social Networks: a Review of Individuals' Negative Experiences. *Journal of Global Information Management (JGIM)* 29 (6): 1–21. DOI: 10.4018/JGIM.20211101.oa34

Buzina T. S., Buzin V. N., Lanskoy I. L. (2020) Vrach i patsient: mezhlichnostnye kommunikatsii [Doctor and Patient: Interpersonal Communications]. *Meditsinskaya psikhologiya v Rossii* 12 (4 (63)): 1–21. DOI: 10.24412/2219-8245-2020-4-2 (In Russian)

Bykova O. N. (1999) Yazykovoe manipulirovanie obshchestvennym soznaniem [Linguistic Manipulation of Public Consciousness]. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty rechevogo obshcheniya* 1 (8): 99–103. (In Russian)

Chkhartishvili A. G., Gubanov D. A., Kozitsin I. V. (2021) Face Mask Perception during the COVID-19 Pandemic: an Observational Study of Russian Online Social Network VKontakte. *Advances in Systems Science and Applications* 21 (3): 91–100. DOI: https://doi.org/10.25728/assa.2021.21.3.1124

Choi S. (2021) "People Look at Me like I Am the Virus": Fear, Stigma, and Discrimination During the COVID-19 Pandemic. *Qualitative Social Work* 20 (1–2): 233–239. DOI: https://doi.org/10.1177/1473325020973333

Cobb N. K., Jos e P. J. (2014) Effectiveness of a Multimodal Online Well-Being Intervention. A Randomized Controlled Trial. *Am J Prev Med* 46: 41–48. DOI: 10.1016/j.amepre.2013.08.018

De Groot M. H. (1974) Reaching a Consensus. *Journal of American Statistical Association* 69: 118–121.

Demina I. N., Shkondin M. V. (2021) Zhurnalistika v mire povsednevnosti: slagaemye konventsional'noy tselostnosti kak faktor preodoleniya konfliktov [Journalism in the World of Everyday Life: Components of Conventional Integrity as a Factor in Overcoming Conflicts]. *Vestn. Volzhsk. un-ta im. V. N. Tatishcheva* 1 (1 (34)): 134–143. DOI: 10.51965/2076-7919_2021_1_1_134 (In Russian)

Dordevic J. P. (2020) The Socio-Cognitive Dimension of Hate Speech in Readers' Comments on Serbian News Websites. *Discourse, Context & Media* 33: 1–9. DOI: 10.1016/j.dcm.2019.100366

Dzyaloshinskiy I. M. (2006) *Yazyk vrazhdy v rossiyskikh SMI: sotsial'nye, kul'turnye, professional'nye factory: ucheb.-metod. posobie*. [Hate Speech in Russian Media: Social, Cultural, Professional Factors. A Study Guide]. Moscow: "Gumanitarnyy institute" Publ. (In Russian)

Dzyaloshinskiy I. M. (2019) *Rossiyskie media: problemy vrazhdy, agressii, nasiliya: ucheb. posobie* [Russian Media: Problems of Hate, Aggression, Violence. A Study Guide]. Saratov: APJ Media Publ. (In Russian)

Efimova G. Z., Zyuban E. V. (2016) Vliyanie sotsial'nykh setey na lichnost' [The Influence of Social Networks on Personality]. *Mir nauki* 4. (In Russian)

French J. R. (1956) A Formal Theory of Social Power. *The Psychological Review* 63: 181–194. DOI: https://doi.org/10.1037/h0046123

Friedkin N. E., Johnsen E. C. (2011) *Social Influence Network Theory: A Sociological Examination of Small Group Dynamics*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511976735

Galyashina E. I., Nikishin V. D. (2021) Yazyk vrazhdy kak ugroza informatsionnoy bezopasnosti Internet-kommunikatsii [Hate Speech as a Threat to the Information Security of Internet Communication]. *Vestn. SPbGU. Pravo* 12 (3): 555–573. DOI: https://doi.org/10.21638/spbu14.2021.305 (In Russian)

Georgalidou M., Katerina T. F., Giakoumakis G. (2020) Aggression in Media-Sharing Websites in the Context of Greek Political/Parliamentary Discourse in the Years of the Economic Crisis. *Journal of Language Aggression and Conflict* 8 (2): 321–350. DOI: https://doi.org/10.1075/jlac.00039.geo

Gordeev D. I. (2016) Sovremennye metody analiza sostoyaniya «agressiya» v pis'mennykh tekstakh [Modern Methods of Analyzing the State of "Aggression" in Written Texts]. *Vestn. GLU* 15 (754): 47–54. (In Russian)

Gover A. R., Shannon B. H., Langton L. (2020) Anti-Asian Hate Crime During the COVID-19 Pandemic: Exploring the Reproduction of Inequality. *American Journal of Criminal Justice* 45 (4): 647–667. DOI: 10.1007/s12103-020-09545-1

Grigoriev O. G., Kuznetsova Y. M., Nikitina E. N., Smirnov I. V., Chudova N. V. (2022) Causative-Emotive Analysis. Part I. Emotional Reactions of Social Networks Users Research. *Psikhologicheskii zhurnal* 3 (43): 114–121. DOI: 10.31857/S020595920020501-7

Gubanov D. A., Chkhartishvili A. G. (2016) Vliyatel'nost' pol'zovateley i metapol'zovateley sotsial'noy seti [Decisiveness of Users and Meta-Users of

Social Networks]. *Problemy upravleniya* 6: 12–17. DOI: https://doi.org/10.1134/S0005117918030128 (In Russian)

Gubanov D. A., Novikov D. A., Chkhartishvili A. G. (2018) *Sotsial'nye seti: modeli informatsionnogo vliyaniya, upravleniya i protivoborstva. 3-e izd., pererab. i dopoln*. [Social Networks: Models of Information Influence, Control and Confrontation. 3d ed., revised and enlarged]. Moscow: MTsNMO Publ. (In Russian)

Harary F. (1959) A Criterion for Unanimity in French's Theory of Social Power. In *Studies in Social Power*. Michigan: Institute of Sociological Research. Pp. 168–182.

Hunter R. F., Haye de la K., Murray J. M. et al. (2019) Social Network Interventions for Health Behaviours and Outcomes: A Systematic Review and Meta-Analysis. *PLoS medicine* 16 (9): e1002890. DOI: 10.1371/journal.pmed.1002890

Kempe D., Kleinberg J., Tardos E. (2003) Maximizing the spread of influence through a social network. In *Proceedings of the ninth ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining*. Pp. 137–146.

Kim D. A., Hwong A. R., Stafford D., Hughes D. A., O'Malley A. J., Fowler J. H. et al. (2015) Social Network Targeting to Maximise Population Behaviour Change: a Cluster Randomised Controlled Trial. *Lancet* 386: 145–153. DOI: 10.1016/s0140-6736(15)60095-2

Kirdun A. A., Andreeva A. V. (2017) Yazyk vrazhdy v sovremennoy massovoy kommunikatsii Belarusi [Hate Speech in Modern Mass Communication of Belarus]. *Vestn. Minsk. gos. lingvist. un-ta. Ser. 1: Filologiya* 6 (91): 100–110. (In Russian)

Kur'yanova I. V. (2018) Markery rechevoy agressii v Internet-kommunikatsii pri issledovanii tekstov ekstremistskoy napravlennosti [Markers of Speech Aggression in Internet Communication in the Study of Extremist Texts]. *Vestn. GLU* 6 (797): 29–38. (In Russian)

Malakhaeva S. K., Potapov R. S. (2018) Agressivnost' i autoagressivnost' v setevom tekste: kontent-analiz stranic v social'noj seti «VKontakte» [Aggressiveness and Auto-Aggressiveness in an Online Text: Content Analysis of Pages in the VKontakte Social Network.]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism* 7 (4): 724–740. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).724-740 (In Russian)

Mathew B., Dutt R., Goyal P., Mukherjee P. (2019) Spread of Hate Speech in Online Social Media. In *ACM Conference on Web Science (WebSci '19). Boston, MA, USA*. Available at: https://cse.iitkgp.ac.in/~animeshm/websci19.pdf (accessed: 15.10.2022).

McQuail D. (2013) *Zhurnalistika i obshhestvo* [Journalism and Society]. Moscow: MediaMir Publ.; Moscow St. Univ., Faculty of Journalism Publ. (In Russian)

Nigmatullina K., Rodossky N. (2022) Social Media Engagement Anxiety: Triggers in News Agenda. In *International Conference on Human-Computer Interaction*. Cham: Springer. Pp. 345–357. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-05061-9_25

Nugamanov E., Loukachevitch N., Dobrov B. (2021) Extracting Sentiments Towards COVID-19 Aspects. In *CEUR Workshop Proceedings*. Moscow. Pp. 299–312.

Okhapkin V. P., Okhapkina E. P., Iskhakova A. O., Iskhakov A. Yu. (2020) Destruktivnoe informatsionno-psikhologicheskoe vozdeystvie v sotsial'nykh setyakh [Destructive Information and Psychological Impact on Social Networks]. *Modelirovanie, optimizatsiya i informatsionnye tekhnologii* 8 (1): 1–14. DOI: 10.26102/2310-6018/2020.28.1.043 (In Russian)

Pejchal V. (2018) Hate Speech Regulation in Post-Communist Countries: Migrant Crises in the Czech and Slovak Republics. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy* 7 (2): 58–74. DOI: 10.5204/ijcjsd.v7i2.500.

Potapova R. K., Komalova L. R. (2014) Baza dannykh russkoyazychnykh tekstov, soderzhashchaya edinitsy semanticheskogo polya «agressiya» [Database of Russian-Language Texts Containing Units of the Semantic Field "Aggression"]. *Vestn. GLU. Ser.: Yazykoznanie* 19 (705): 112–121. (In Russian)

Pronina E. E. (2001) «Zhivoy tekst»: chetyre stilevykh priznaka Net-myshleniya ["Live Text": Four Stylistic Signs of Net Thinking]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 74–80. (In Russian)

Pronina E. (2018) The New Media and the Evolution of the Human Psyche . *Psyhology in Russia* 11 (2): 148–160. DOI: 10.11621/PIR.2018.02011

Pronoza E., Panicheva P., Koltsova O., Rosso P. (2021) Detecting Ethnicity-Targeted Hate Speech in Russian Social Media Texts. *Information Processing and Management* 58 (6): Article 102674. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102674

Ryabov M. A., Bochenkova N. A. (2021) Sotsial'nye aspekty agressivnogo setevogo povedeniya [Social Aspects of Aggressive Online Behavior]. *Vestn. Udm. un-ta. Sotsiologiya. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya* 5 (2): 170–178. DOI: 10.35634/2587-9030-2021-5-2-170-178 (In Russian)

Salimovskiy V. A., Ermakova L. M. (2011) Ekstremistskiy diskurs v massovoy kommunikatsii Runeta [The Extremist Discourse in Mass Communication of Runet]. *Vestn. Permsk. un-ta* 3 (15): 71–80. (In Russian)

Schwab K. (2016) *Chetvertaya promyshlennaya revolyutsiya* [The Fourth Industrial Revolution]. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian)

Sedov K. F. (2005) Rechevaya agressiya v povsednevnoy kommunikatsii [Speech Aggression in Everyday Communication]. In *Rechevaya agressiya v sovremennoy kul'ture* [Speech Aggression in Modern Culture]. Chelyabinsk: ChelSU Publ. Pp. 32–41. (In Russian)

Skovorodnikov A. P. (1996) Yazykovoe nasilie v sovremennoy rossiyskoy presse [Linguistic Violence in the Modern Russian Press]. In *Teoreticheskie i prikladnye aspekty rechevogo obshcheniya: Nauchno-metod. byull. Vyp. 2* [Theoretical and Applied Aspects of Speech Communication: Scientific and Methodological Bulletin. Issue 2]. Krasnoyarsk-Achinsk. (In Russian)

Smirnova O. V., Shkondin M. V. (2021) Issledovaniya media i zhurnalistiki v kontekste konfliktologii: sistemno-teoreticheskie aspekty [Media and Journalism Studies in the Context of Conflictology: Systemic and Theoretical Aspects].

*Theoretical and Practical Issues of Journalism* 10 (1): 5–21. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).5-21 (In Russian)

Smirnova O. V., Shkondin M. V., Denisova G. V., Steblovskaya S. B. (2022) Indikatory konfliktnosti v rossiyskom mediadiskurse: analiz Internet-memov [Indicators of Conflict in the Russian Media Discourse: an Analysis of Internet Memes]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism* 11 (1): 41–58. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(1).41-58 (In Russian)

Soldatova G. U., Rasskazova E. I., Chigar'kova S. V. (2020) Vidy kiberagressii: opyt podrostkov i molodezhi [Kinds of Cyber Aggression: the Experience of Teenagers and Young People]. *Natsional'nyy psikhologicheskiy zhurnal* 2 (38): 3–20. DOI: 10.11621/npj.2020.0201 (In Russian)

Sychev A. A., Koval' E. A., Zhadunova N. V. (2018) Problema klassifikatsii yazyka vrazhdy v otnoshenii migrantov (na primere Respubliki Mordoviya) [The Problem of Classification of Hate Speech Towards Migrants (a case study of the Republic of Mordovia)]. *Regionologiya* 26 (4): 798–815. DOI: 10.15507/2413-1407.105.026.201804.798-815 (In Russian)

Trajkova Z., Neshkovska S. (2018) Online Hate Propaganda During Election Period: the case of Macedonia. *Lodz Papers in Pragmatics* 14 (2): 309–334. DOI: 10.1515/lpp-2018-0015

Uzdyaev M. Yu. (2020) Neyrosetevaya model' mnogomodal'nogo raspoznavaniya chelovecheskoy agressii [Neural Network Model of Multimodal Recognition of Human Aggression]. *Vestn. KRAUNTs* 33 (4): 132–149. DOI: 10.26117/2079-6641-2020-33-4-132-149 (In Russian)

Valente T. W. (2012) Network Interventions. *Science* 337 (6090): 49–53. DOI: 10.1126/science.1217330

Vasilenko E. (2021) Online Hate Speech in Belarus: Highlighting the Topical Issues. *Zeitschrift für Slawistik* 66 (4): 558–577. DOI: https://doi.org/10.1515/slaw-2021-0026

Vorontsova T. A. (2016) Trolling i fleyming: rechevaya agressiya v Internet-kommunikatsii [Trolling and Flaming: Speech Aggression in Internet Communication]. *Vestn. Udmurtsk. un-ta. Ser.: Istoriya i Filologiya* 26 (2):109-115. (In Russian)

Xiao-Kun W., Tian-Fang Z., Lu L., Wei-Neng C. (2022) Predicting the Hate: a GSTM Model Based on COVID-19 Hate Speech Datasets. *Information Processing & Management* 59 (4): 102998.

Zinov'ev I. V. (2018) Postpravda na televizionnyh jekranah: novosti protiv dostovernosti [Post-Truth on TV Screens: News Versus Authenticity]. *Zhurnalistika i massovye kommunikatsii* 24 (1(171)): 41–48. (In Russian) Available at: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/58289/1/iurp-2018-171-04.pdf (accessed: 25.05.2022).

Поступила в редакцию
30.06.2022

# СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

**Коноплев Дмитрий Эдуардович**, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиапроизводства, Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия; e-mail: dmitrijkonoplev@yandex.ru

## ТЕМА ИМПОРТА И ПОДДЕРЖКИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПУБЛИКАЦИЯХ РОССИЙСКИХ СМИ

*В статье рассматривается изменение отношения в материалах СМИ к теме покупки импортных товаров и поддержке отечественного производителя на протяжении всего постсоветского периода – с 1991 по 2022 г. Наблюдается взаимосвязь между экономическими кризисами и продвижением в периодических изданиях, пишущих на экономическую тематику, идей поддержки отечественного производителя, а также заметное изменение экономической аргументации по данной теме во второй половине 2010-х гг. В работе отдельно прослеживаются характерные черты журналистских публикаций, освещающих темы импорта и поддержки отечественного производителя, в каждом из четырех выделяемых автором периодов.*

***Ключевые слова**: журналистика, импорт, информационный дискурс, информационный паттерн, отечественный производитель, экономическое мышление.*

**Dmitry E. Konoplev**, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Production, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia; e-mail: dmitrijkonoplev @yandex.ru

## THE SUBJECT OF IMPORT AND SUPPORT FOR A DOMESTIC MANUFACTURER IN ECONOMIC PUBLICATIONS OF RUSSIAN MEDIA

*The article examines the change in attitude in the information discourse of Russian media towards the subject of buying imported goods and supporting domestic producers over the period from 1991 to 2022. Using the tools of qualitative and quantitative content analysis and an array of 8 311 publications, the author considers four bigrams and the specifics of their use in journalistic texts. The article fixes the correlation between economic crises and the promotion of ideas supporting domestic producers in periodicals, traced throughout the entire post-Soviet period of the existence of Russian media writing on economic subjects, as well as a noticeable change in the economic argumentation in this area in the second half of the 2010s. The author identifies four information periods and defines the information pattern*

*characteristic of each of them. Every pattern is described through the typical features of journalistic publications related to it. The article concludes that there are four periods in post-Soviet media, within which there are publications on the subjects under consideration. When one moves from the first period to the second and then further, it becomes obvious that the level of economic argumentation in journalistic publications is decreasing.*

***Key words**: journalism, import, information discourse, information pattern, domestic producer, economic thinking.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.5773*

## Введение

Проблема освещения в массмедиа тем импорта и поддержки отечественного производителя вошла в российский научный дискурс после 2014 г., став выражением активно обсуждавшегося тренда импортозамещения, с которым и была первоначально связана. Наиболее значимый тематический пласт исследований в данной области представлен работами, затрагивающими специфику освещения в периодических изданиях темы санкций и антисанкций. Так, А. Д. Казун и О. Е. Дорофеева рассматривают особенности концептуализации импортозамещения в СМИ на уровне смысловых фреймов, среди которых они выделяют антизападный, патриотичный, ностальгический, сентиментальный, эгоистичный, демонстративный, фрейм последствий, а также фрейм индивидуальных интересов (2019: 133). К общему контексту вхождения термина импортозамещения в общественный и информационный дискурс обращаются С. Д. Бодрунов (2015) и М. С. Тарасова (2018: 77), в то время как Т. Б. Кусимова и М. А. Шмидт подходят к теме информационного освещения поддержки отечественного производства с точки зрения феномена, называемого ими «коммерциализацией ностальгии» (2016: 120).

В контексте зарубежных медиаисследований рассматриваемая проблема вписывается как в рамки теории установления повестки дня, неотъемлемой частью которой являются и инфоповоды, связанные с импортом и поддержкой отечественной продукции, так и в рамки теории медиафрейминга, представляющей журналистский текст как результат работы алгоритмов по упаковке информационных поводов в готовый шаблон. Такие шаблоны мы будем встречать неоднократно на протяжении нашего исследования и называть информационными паттернами. Медийный аспект теории установления повестки дня наиболее полно представлен,

например, в исследованиях М. Маккомбса и Д. Шоу (McCombs, Shaw, 1972), Г. Голана (Golan, 2006), а также С. Альтхауса и Д. Тьюксбери (Althaus, Tewksbury, 2002), изучающих актуальную новостную тематику в сетевых медиа. В связи с теорией медийных фреймов необходимо упомянуть работы Д. Канемана и А. Тверски (Kahneman, Tversky, 1984), М. Какчаторе и соавторов, обращающихся к проблеме изменения журналистских шаблонов в информационном дискурсе (Cacciatore, Scheufele, Iyengar, 2016: 8), статью К. Карраджи и В. Рофса, увязывающую построение фреймов с широким пластом политических и социальных процессов (Carragee, Roefs, 2004), исследование А. Уильямс, выявляющее влияние метафоричного языка периодики на принятие экономических решений (Williams, 2013) и Й. Маттеса и М. Коринга, обращающихся к методологическим проблемам фреймов в информационном пространстве (Matthes, Kohring, 2008: 258).

Собственно экономический аспект развития отечественного производства и замещения импорта российскими товарами ставится в ряде работ, обращающихся как к ситуации в конкретных отраслях, так и к динамике промышленного производства в целом. Так О. И. Алаухова на материале актуальной статистики указывает на неудовлетворительные показатели промышленного производства и высокую зависимость российской экономики от импорта (2022), к тем же выводам в период менее жестких санкционных ограничений приходит О. С. Суртаева, отмечающая важность реиндустриализации для развития отечественных предприятий (2020: 205). А. Е. Батяева на обширной выборке по 969 промышленным предприятиям показывает, что около 40% производств испытывают серьезные финансовые проблемы (2017), о связи таких проблем с величиной основных фондов предприятий говорит С. Е. Афонин (2022: 20). Все авторы в той или иной степени отмечают труднопреодолимые ограничения развития отечественных производств, указывая на требования к капиталоемкости и инвестиционной привлекательности последних, соблюсти которые в российских условиях становится все сложнее. Наиболее масштабно данная проблема представлена, например, в работе П. Б. Болдыревского, А. К. Игошева и Л. А. Кистановой, прослеживающих периоды экономического подъема и спада в промышленности с 2000 по 2017 г. (2019) и указывающих, что в отсутствие инвестиций развитие отечественного производства и реализация программы импортозамещения невозможны. Отдельным вопро-

сом в данном блоке исследований выступает экономическая координация, предполагающая реакцию одних предприятий на действия других (например, на сокращение производства, поиск новых поставщиков и так далее) и последствия такой координации для развития производств и закупки импортных товаров. Данный аспект затрагивается, например, в работе С. И. Паринова, детально рассматривающего основные сценарии рыночного поведения (2023: 131). И, наконец, способность экономики к развитию ряд исследователей соотносят с институциональными вопросами, определяющими в том числе промышленный потенциал. Среди новейших исследований данного направления необходимо отметить статью Л. М. Григорьева и М. Я. Майхрович, представляющую наиболее полный обзор сопутствующих экономике социокультурных кодов (2023). Резюмируя представленный домен экономических исследований, необходимо отметить, что в большинстве трудов отечественное промышленное производство воспринимается авторами как проблемное, а все возможные перспективы напрямую связываются с обеспечением прав собственности и привлечением инвестиций.

Отталкиваясь от обозначенных выше работ, мы рассмотрим более широкий, чем это принято в практике отечественных исследований, пласт публикаций в российских СМИ, охватывающий весь постсоветский период, и выясним, каким образом информационные паттерны формируют подходы к теме импорта и поддержки отечественных производителей.

**Методика**

В нашем исследовании мы рассматривали журналистские тексты экономической тематики, опубликованные в российских СМИ, регулярно обращающихся к финансовым вопросам, за период с 28 октября 1991 по 31 декабря 2022 г. За стартовую точку отсчета был принят момент объявления Б. Н. Ельциным на V съезде народных депутатов РСФСР в 1992 г. перехода к рыночному ценообразованию, что фактически послужило отправным моментом для начала периода свободной торговли в экономике и обсуждения темы импорта и поддержки отечественного производства в периодических изданиях. В качестве основного метода в работе использовался качественно-количественный контент-анализ, осуществлявшийся с помощью программной среды *QDA Miner* и *Orange Biolab Si*.

В качестве основных единиц контент-анализа, замеряемых по выборке исследования, использовались две биграммы: «покупать+импортное» (с вариацией «покупать+импорт») и «покупать+отечественное». Также мы использовали две дополнительные биграммы: «отечественный+самолет» и «отечественный+смартфон» для расширения массива данных по основным единицам контент-анализа через рассмотрение конкретных примеров.

Процедура извлечения в качественно-количественном контент-анализе предполагала оценку сопутствующего рассматриваемым биграммам контекста. В данном случае оценивались: суждения авторов, выражающие оценку журналистами ключевых слов в публикациях (1), общая тематика публикаций (2), представленная в тексте идея публикации, соотносимая с рассматриваемыми биграммами (3). На основании перечисленных параметров определялся доминирующий в тексте информационный паттерн. Специфика употребления предложенных биграмм изучалась непосредственно в связи с соответствующими ей контекстными единицами (слово с суждением, суждение с общей темой публикации). В результате мы установили не только частотное распределение ключевых слов, но и те авторские акценты, которые журналисты делают при использовании соответствующих биграмм.

Для соотнесения данных контент-анализа с экономическими показателями использовались официальные данные об объемах импорта, ввозимого в РФ по годам. Важно отметить, что мы не преследовали цели найти взаимозависимость между рассматриваемым сегментом новостного контента и динамикой импорта, данные показатели использовались лишь для того, чтобы зафиксировать динамику освещения соответствующей тематики в СМИ на фоне объективно измеряемого экономического индикатора.

Выборку исследования составили материалы, опубликованные в следующих источниках: «Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Ведомости», «Известия», «Интерфакс», «Коммерсантъ», «Коммерсантъ-Власть» (до 2017 г.), «Коммерсантъ-Деньги» (до 2017 г.), «Комсомольская правда», «Мегаполис экспресс» (до 2005 г.), «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новые известия», «Огонек» (до 2020 г.), РИА «Новости», РБК, «Российская газета», «Слово», «Собеседник», «Совершенно секретно», «ТАСС», «Труд», «Финансовая газета», «Эксперт», *BFM.ru*, *Dni.ru*, *Dp.ru*, *Finam.ru*, *Fontanka.ru, Forbes, Gazeta.ru, Lenta.ru, M24.ru, Profinance.ru, Svpressa.ru*. Все замеры проводились по базам электронных библио-

тек *East View Information Services* (http://online.eastview.com/) и *Polpred* (https://polpred.com/). Общее число проанализированных материалов в указанных 35 изданиях и информагентствах составляет 8 311 статей.

**Импорт как стандарт качества (1991–1997)**

Первый пласт публикаций российских СМИ, фиксирующий разграничение темы поддержки отечественного производителя и выгод, связанных с приобретением импортных товаров, необходимо связывать с ранними постсоветскими журналистскими материалами, появившимися в медиа с конца 1991 г. Изначально тематически довольно узкий, этот тематический блок охватывал четыре основных подхода к теме импорта в периодических изданиях: новости с описанием новинок импорта, появлявшихся на российском рынке (1), новости с описанием заключаемых контрактов с поставщиками иностранных товаров (2), обзорные материалы, делающие акцент на качестве иностранных товаров прежде всего высокого ценового сегмента: домашняя техника, электроника, автомобили (3) и отраслевые новости, касающиеся развития соответствующих сегментов экономики импорта, например посвященные закупке иностранных лекарств (4). Пика своей упоминаемости данные темы достигают в 1993 г., после чего в течение трех лет внимание к ним в периодических изданиях ослабевает на треть. С 1994 г. и вплоть до экономического кризиса 1998 г. число журналистских материалов, содержащих призывы покупать качественные иностранные товары, не увеличивается, что, на наш взгляд, свидетельствует о закреплении в журналистском дискурсе представления об иностранных товарах как об эталоне качества, не требующем специального продвижения через СМИ. Фактически публикационная активность, связанная с темой импорта, почти полностью сводится ко второму и четвертому из вышеописанных сценариев. В то же время тема поддержки отечественного производителя, впервые фиксируемая в постсоветской периодике в конце 1991 г., показывает положительную динамику вплоть до деноминации рубля в 1997 г., отмеченной небольшим спадом соответствующих публикаций. И основным мотивом поддержки отечественного производителя, о котором упоминают СМИ, выступает более низкая цена на российскую продукцию. Особенно очевидна такая взаимосвязь

в период гиперинфляции 1992 г. и банковских кризисов 1994–1995 гг. Чем сильнее растут цены на импортные товары, тем чаще со страниц периодических изданий журналисты рекомендуют покупать отечественную продукцию, пусть и менее качественную, но зато более дешевую. Так, например, в публикации журнала «Коммерсантъ-Власть» от 31 августа 1992 г., рассказывающей о росте цен на табачную продукцию, посыл автора считывается уже на уровне заголовка: «Торговля сигаретами: дешевле будет курить бамбук».

Второй подход к описанию темы поддержки отечественной продукции в это время адресован не потребителю, а исполнительной власти: СМИ активно пишут о необходимости льгот, субсидий и прочих мер поддержки, без которых отечественные производители не выживут. Если оценивать соотношение долей указанных публикаций, то число материалов, призывающих потребителей покупать отечественную продукцию, составляет примерно треть от общего объема текстов, посвященных данной теме, в то время как проблема льгот и субсидий фигурирует в 2/3 материалов. Такой баланс сохраняется до августовского кризиса 1998 г., когда у призыва покупать отечественную продукцию появляется новый экономический стимул.

### Кризис – время покупать отечественное (1998–2000)

Финансовый кризис 1998 г., результатом которого стало резкое ослабление рубля и столь же стремительное подорожание импортных товаров, многократно усилил в публикациях периодических изданий аргумент, активно использовавшийся в первой половине 1990-х гг.: покупайте отечественное, оно дешевле. Указанная аргументация в ходе кризиса 1998 г. сформировала полноценный информационный паттерн – универсальную объяснительную конструкцию, которую журналисты как деловых, так и общественно-политических медиа использовали в значительном числе публикаций. Для множества журналистских текстов, содержащих такого рода подход, характерна трехчастная структура обозначенного паттерна: краткое описание экономического кризиса (рост инфляции, ослабление рубля, проблема долгов по зарплате и так далее), рассказ об отечественном производителе, который выпускает конкурентоспособную и недорогую продукцию, а также непосредственная или опосредованная (неявная)

рекомендация этой продукции. После 2004 г., с появлением русской версии журнала *Forbes*, данный сценарий будет активно использоваться в рамках формата «история успеха» – повествования о деятельности российских предпринимателей, хотя прообразы публикаций данного типа мы предлагаем связывать именно с кризисом 1998 г. Рассмотренный выше информационный паттерн найдет свое применение и в период экономического кризиса 2008 г., хотя в дальнейшем он будет вытеснен другими информационными конструктами.

Еще одно важное явление, характерное для журналистики в данный период, стоит связывать с активным вытеснением темы импорта из тематических приоритетов российских СМИ в целом. Начиная с осени 1998 г. периодические издания все реже уделяют внимание мотивирующим материалам с призывами приобретать импортную продукцию. Примечательно, что к пиковым показателям упоминаемости 1993 г. данная тема вернется только в период активного роста нефтяных цен в 2006 г., когда медиа будут широко освещать проблему нехватки в стране промышленных мощностей и разного рода оборудования (от эскалаторов до вышек сотовой связи), которые необходимо закупать за рубежом. До указанного же времени тема приобретения отечественных товаров в периодических изданиях явным образом будет доминировать над материалами, посвященными приобретению импорта.

### Покупаем импортное, потому что нет отечественного (2001–2013)

Журналистские материалы 2000-х гг. разворачивают концепцию подачи тем импорта и поддержки отечественного производителя в обратную сторону. Если на протяжении большей части 1990-х гг. импорт как тема публикаций имел важное значение для СМИ, а приобретение отечественной продукции освещалось журналистами в основном в связи с невозможностью покупки иностранной продукции (например, из-за отсутствия денег у покупателя или ослабления курса рубля), то уже с середины 2003 г. заметен качественный переход: периодические издания все чаще начинают писать о поддержке отечественного производителя как о первоочередной задаче, а необходимость приобретения импорта объяснять сложившимися непростыми обстоятельствами. К числу последних в период с 2000 по 2013 г. СМИ чаще всего относили:

отсутствие российских аналогов зарубежной продукции, недостаточный объем производства или узкий ассортимент отечественных товаров, если аналоги все же были, а также сложности с организацией отечественных производств в той ситуации, если находились предприниматели, желающие такие предприятия создать. В последнем случае даже появился определенный пласт текстов с характерной ламентацией, в которых потенциальные инвесторы жаловались на сложности с открытием бизнеса в российских условиях, ссылаясь на высокую налоговую нагрузку, бюрократические и административные барьеры, нехватку квалифицированных кадров и прочие причины. Другими словами, тема покупки импортной продукции и тема поддержки отечественного производителя в данный период сосуществуют в рамках одного контекста. Вместе они образуют новый информационный паттерн, на этот раз двухчастный.

Первая часть предполагает описание вынужденного приобретения иностранной продукции, вторая – характеристику ситуации с развитием отечественных предприятий и выпуском товаров, заменяющих импортные, либо выражение пожеланий о замене импорта российскими товарами. Такие пожелания обычно облекаются в форму прогнозов, характерным примером которых может быть фрагмент публикации «Безопасная еда» (газета «Ведомости», 1 декабря 2008 г.): «К 2020 году в рационе россиян должно быть в достатке мяса, рыбы и молока, обещает Минсельхоз. Эти продукты должны быть произведены в России».

Между тем проблема отсутствия отечественной продукции, замещающей импорт, будет успешно решена в материалах СМИ довольно быстро – сразу после 2014 г., что, впрочем, не означает решения этой проблемы на собственно экономическом уровне.

### Пишем «российское», подразумеваем «импорт» (2014–2022)

Как и в ранее обсуждавшейся ситуации с финансовым кризисом 1998 г., ракурс подачи журналистских материалов, посвященных импорту и поддержке отечественного производителя, вновь изменили экономические потрясения, в данном случае «санкционные кризисы» 2014 и 2022 гг. И если результат последнего, имея недостаточное количество данных, оценить в настоящий момент довольно сложно, то общий тренд в журналистских публикациях экономической тематики данного периода вполне поддается опи-

санию. Активное проникновение в них темы санкций и последовавших за ними антисанкций привело к возникновению на рубеже 2014 и 2015 гг. нового информационного паттерна, заметно отличающегося от предыдущих. И этот паттерн не столько описывает обязательные элементы журналистских текстов, сколько представляет готовую объяснительную модель. Такая модель предлагает не проводить четкую границу между импортом и отечественной продукцией, как это было ранее, а оценивать степень локализации того или иного товара на российском рынке. Так, например, зерновые культуры, высаженные на российских полях, но из голландских семян, описываются как отечественные, равно как и телевизоры, собираемые на российском предприятии из корейских деталей. Все это встраивается в более широкий контекст, выходящий за рамки собственно экономических публикаций и часто описываемый с помощью термина «импортозамещение».

Именно импортозамещение и балансирует в публикациях СМИ темы импорта и отечественного производства в рамках одних и тех же журналистских текстов. При этом тема льгот и субсидий отечественным производителям вновь выходит в них на первый план. Отчасти это можно объяснять влиянием санкций на соответствующие отрасли экономики, отчасти спецификой эксплуатации данного инфоповода: покуда результаты импортозамещения для значительного числа СМИ оказались неочевидны, писать о нем далее по большей части становится возможно лишь в связи с характеристикой условий, при которых оно может быть реализовано.

Здесь также необходимо отметить, что сам факт неудовлетворительного результата импортозамещения очевидным образом отражается в результатах проведенного нами контент-анализа: периодические издания продолжают все активнее писать о необходимости поддержки отечественного производителя. Другими словами, если бы был достигнут действительный экономический результат замены иностранных товаров отечественными, не было бы необходимости продолжать напоминать о важности поддержки российского бизнеса (см. рис.1).

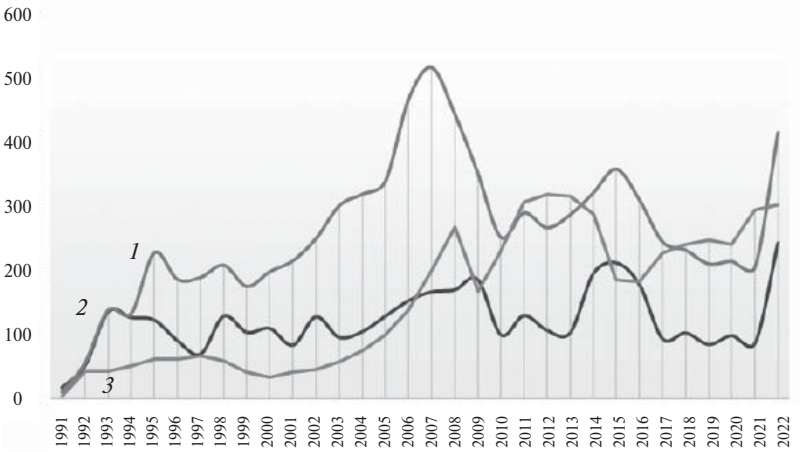



*Рисунок 1. Публикации в СМИ, продвигающие потребительские стратегии, построенные на приобретении отечественной продукции (1), импорта (2); импорт (млрд долларов) (3)*

Вместе с тем массив мотивирующих публикаций в периодике никак не коррелирует с объемами ввозимого импорта: вне зависимости от того, как активно СМИ пишут о поддержке отечественных товаров, импорт начиная с 2000-х гг. активно растет в абсолютном выражении (за исключением временных спадов в кризисы 2008 и 2014 гг.). Таким образом, мотив стимула потребителей, фиксируемый в российских СМИ, не отражает сути экономического тренда на рост импорта, а лишь выражает декларируемую идею. Такой сценарий Й. Ю называет «навязчивыми новостями», эксплуатирующими формирующиеся стереотипы (Ju, 2014: 441). Похожим образом выглядит ситуация и с освещением в периодических изданиях конкретных проектов по замещению импортных товаров российскими. Характерным примером здесь может служить упоминаемость в СМИ программ по созданию отечественного самолета и отечественного смартфона (см. рис. 2).

При этом обе указанные темы, несмотря на то что они возникают в российских СМИ с разницей в 13 лет, проходят одни и те же этапы, в конечном итоге превращаясь в *idée fixe*. Обе темы инициируются новостными поводами, суть которых сводится к программе развития отечественной авиации и электроники, поддерживаются благодаря регулярному освещению на уровне заявлений официальных лиц и ведомств, теряют частоту упоминаемости в СМИ в периоды кризисов, когда периодические издания обраща-

ются к более актуальной тематике, вновь наращивают частоту упоминаемости, когда экономика восстанавливается после кризисов, однако в итоге так и не имеют общепризнанного положительного результата, о котором могли бы рассказать журналисты.

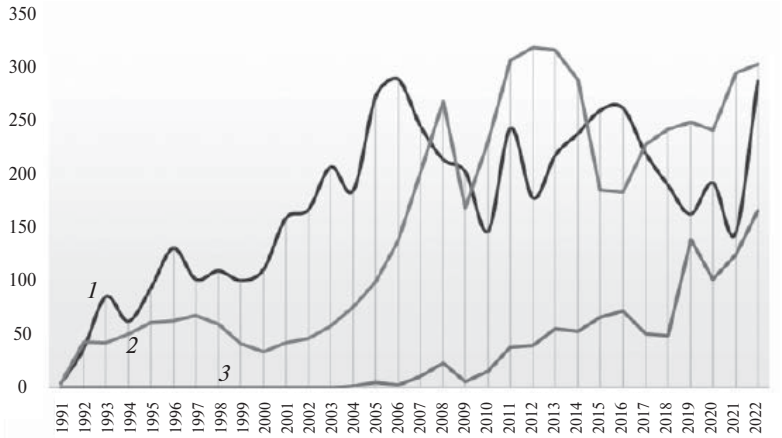



*Рисунок 2. Публикации в СМИ, посвященные развитию отечественной авиации (1) и созданию российских смартфонов (3); импорт (млрд долларов) (2)*

Тренд упоминаемости соответствующих тематических пластов в СМИ также не коррелирует с объемами импорта, а суть соответствующих публикаций повторяет тот информационный паттерн, который характерен для конкретного периода. Так, например, в 1990-е гг. периодические издания писали о необходимости развития отечественной авиаотрасли, указывая на вынужденную эксплуатацию российскими авиакомпаниями устаревших самолетов ТУ-154 из-за высокой стоимости современных лайнеров *Airbus* и *Boeing*, в 2000-е рассказывали о развитии проекта ТУ-204 и его модификаций для гражданской авиации на фоне роста заказов на самолеты иностранного производства, а после 2014 г. активно включились в обсуждение проектов *Sukhoi Superjet* и МС-21, которые неизменно назывались «российскими самолетами», несмотря на значительную долю иностранных комплектующих, необходимых для их производства. Каждый из этапов завершался спадом интереса к проблеме, который потом сменялся очередным пиком упоминаемости при формировании нового информационного паттерна, а публикации, выражающие этот паттерн, вновь закреплялись в качестве декларативных идей.

Если обобщить специфику присутствия темы импорта и поддержки отечественного производителя в отечественной журналистике после 1991 г., то доминирующие информационные паттерны в экономических публикациях СМИ могут быть представлены следующим образом (см. табл. 1):

*Таблица 1*

**Информационные паттерны, идентифицированные в ходе контент-анализа публикаций на темы импорта и поддержки отечественного производителя (1991–2022)**

| Период | Структура информационного паттерна, реализующегося в материалах периодических изданий |
|---|---|
| 1991–1997 | характеристика импорта + указание на более низкую цену отечественной продукции + требование льгот |
| 1998–2000 | характеристика кризиса + рассказ об отечественном производителе + рекомендация его продукции |
| 2001–2013 | описание вынужденного приобретения иностранной продукции + информация о развитии отечественных предприятий или позитивный прогноз/пожелание |
| 2014–2022 | описание импортной продукции как российской по признаку локализации или совместного производства |

**Выводы**

Четыре периода доминирования различных информационных паттернов в публикациях российских СМИ на экономическую тематику, касающихся темы импорта и поддержки отечественного производителя, не только фиксируют специфику представления соответствующих информационных поводов в периодических изданиях, но и свидетельствуют о существенных трансформациях на протяжении всего постсоветского периода, прямым следствием которых и стало изменение подходов к описанию заявленных проблем в журналистских материалах.

Эти трансформации, носившие как экономический, так и общественно-политический характер, фактически сформировали три подхода, выражавшие в периодике доминирующие концепции экономического мышления. В 1990-е и начале 2000-х гг. медиа достаточно объективно оценивали проблему импорта и рекомендовали покупать отечественную продукцию в основном по рациональным экономическим мотивам: она была заметно дешевле по сравнению с дорогой иностранной продукцией.

Кризис 1998 г. лишь усиливал такую аргументацию, в целом укладывающуюся в рамки того, что можно назвать либеральным подходом. Во второй половине 2000-х в СМИ произошел заметный сдвиг в сторону объяснительного подхода, предполагавшего восприятие покупки иностранной продукции как вынужденной меры в отсутствие продукции отечественного производства. Последняя же фигурировала в журналистских публикациях в рамках оценки перспектив развития российского бизнеса и чаще всего подходила под категорию, называемую Д. Канеманом аффективным прогнозом, то есть желанием полагаться на позитивные оценки будущего без достаточного на то основания (Kahneman, 2011: 363). И наконец, после 2014 г. объективные оценки стали все чаще вытесняться декларативными идеями, проникавшими в информационное пространство, в частности, из заявлений официальных лиц, сообщавших о достижениях в области развития отечественного производства (например, в связи с программами импортозамещения).

Декларативность оказалась наиболее очевидной в 2022 г., когда выяснилось, что за период реализации программы импортозамещения доля импорта в медицинской и пищевой промышленности достигла 80%, в легкой и электронной – 90%, а, например, в спортивном инвентаре почти 100% (Алаухова, 2022).

В итоге, чтобы продемонстрировать хоть какой-то позитивный эффект импортозамещения, отечественная продукция стала считаться таковой в том числе по наличию локализации части производств на территории России. И здесь журналисты начали полагаться уже не столько на объективные данные, сколько на установившийся административный порядок, представляющий соответствующий ему административный подход, характеризующийся доминирующей в прессе ролью официальных мнений и оценок. При этом, например, число публикаций, посвященных перспективности импортозамещения, возросло с 808 в 2014 г. до 2003 в 2022 г.

Таким образом, тема импорта и поддержки отечественного производителя за три постсоветских десятилетия прошла в СМИ путь от экономически обусловленных трактовок до недостаточно аргументированных мнений, в значительной мере утратив объективные критерии ее оценки журналистами.

## Библиография

*Алаухова О. И.* Импортозамещение в условиях преодоления внешнего санкционного давления // Вестник евразийской науки. 2022. № 3 (14). Режим доступа: https://esj.today/26ECVN322.html (дата обращения: 07.04.2023).

*Афонин С. Е.* Эконометрическое моделирование производственной функции промышленного производства в России // Вестник академии знаний. 2022. № 53 (6). С. 19–22.

*Батяева А. Е.* Зависимость отечественных предприятий от импорта: проблемы измерения, основные тенденции и влияние на хозяйственную деятельность компаний // Российский экономический барометр. 2017. № 2 (66). С. 3–12.

*Бодрунов С. Д.* Теория и практика импортозамещения: уроки и проблемы. СПб.: ИНИР им. С. Ю. Витте, 2015.

*Болдыревский П. Б., Игошев А. К., Кистанова Л. А.* Влияние экономических циклов и кризисов на индекс промышленного производства в России // Экономический анализ: теория и практика. 2019. № 2 (485). С. 384–396. DOI: https://doi.Org/10.24891/ea.18.2.384

*Григорьев Л. М., Майхрович М. Я.* Теории роста и реалии последних десятилетий // Вопросы экономики. 2023. № 2. С. 18–42. DOI: https://doi.org/10.32609/0042-8736-2023-2-18-42

*Казун А. Д., Дорофеева О. Е.* Патриотизм, лоббизм, демонстративность... Фреймирование импортозамещения в российских печатных СМИ // Мир России. Социология. Этнология. 2019. № 3 (28). С. 132–154. DOI: 10.17323/1811-038X-2019-28-3-132-154

*Кусимова Т. Б., Шмидт М. А.* Ностальгическое потребление: социологический анализ // Журнал институциональных исследований. 2016. № 8 (2). С. 120–133. DOI: 10.17835/2076-6297.2016.8.2.120-133

*Паринов С. И.* Микроуровень процессов экономической координации // Вопросы экономики. 2023. № 2. С. 127–144. DOI: https://doi.org/10.32609/0042-8736-2023-2-127-144

*Суртаева О. С.* Особенности цифровой трансформации промышленного производства России // Финансовая экономика. 2020. № 6. С. 205–209.

*Тарасова М. С.* Актуальная лексика периода экономических санкций 2014–2017 гг. «Импортозаместительный»: семантика, употребление, коннотации // Политическая лингвистика. 2018. № 3 (69). С. 76–83.

Althaus S., Tewksbury D. (2002) Agenda setting and the «new» news — Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times. *Communication Research* 29: 180–207.

Cacciatore M. A., Scheufele D. A., Iyengar S. (2016) The End of Framing as we Know it ... and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society* 19: 7–23. DOI: 10.1080/15205436.2015.1068811

Carragee K. M., Roefs W. (2004) The Neglect of Power in Recent Framing Research. *Journal of Communication* 54: 214–233. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02625.x

Golan G. (2006) Inter-Media Agenda Setting and Global News Coverage. *Journalism Studies* 7: 323–333. DOI: https://doi.org/10.1080/14616700500533643

Ju Y. (2014) Issue Obtrusiveness and Negative Bias: Exploring the Moderating Factors for Asymmetric News Coverage of the Economy. *Asian Journal of Communication* 24: 441–455. DOI: https://doi.org/10.1080/01292986.2014.908933

Kahneman D. (2011) *Thinking, Fast and Slow*. New York: Brockman Press.

Kahneman D., Tversky A. (1984) Choice, Values, and Frames. *American Psychologist* 39: 341–350. DOI: https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341

Matthes J., Kohring M. (2008) The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication* 58: 258–279. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x

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

Williams A. (2013) Metaphor, Media, and the Market. *International Journal of Communication* 7: 1404–1417.

## References

Alauhova O. I. (2022) Importozameshchenie v usloviyah preodoleniya vneshnego sankcionnogo davleniya [Import Substitution in the Face of External Sanctions Pressure]. *Vestnik evraziyskoy nauki* 3 (14). Available at: https://esj.today/26ECVN322.html (accessed: 07.04.2023). (In Russian)

Afonin S. E. (2022) Ekonometricheskoe modelirovanie proizvodstvennoy funktsii promyshlennogo proizvodstva v Rossii [Econometric Modeling of the Production Function of Industrial Production in Russia]. *Vestnik akademii znaniy* 53 (6): 19–22. (In Russian)

Althaus S., Tewksbury D. (2002) Agenda Setting and the "New" News — Patterns of Issue Importance among Readers of the Paper and Online Versions of The New York Times. *Communication Research* 29: 180–207.

Batyaeva A. E. (2017) Zavisimost' otechestvennykh predpriyatiy ot importa: problemy izmereniya, osnovnye tendentsii i vliyanie na khozyaystvennuyu deyatel'nost' kompaniy [Dependence of Domestic Enterprises on Imports: Measurement Problems, Major Trends and Impact on the Economic Activity of Companies]. *Rossiyskiy ekonomicheskiy barometr* 2 (66): 3–12. (In Russian)

Bodrunov S. D. (2015) *Teoriya i praktika importozameshcheniya: uroki i problemy* [Theory and Practice of Import Substitution: Lessons and Problems]. St. Petersburg: INIR im. S.Y. Vitte Publ. (In Russian)

Boldyrevskiy P. B., Igoshev A. K., Kistanova L. A. (2019) Vliyanie ekonomicheskikh tsiklov i krizisov na indeks promyshlennogo proizvodstva v Rossii [Impact of Economic Cycles and Crises on the Industrial Production Index in Russia]. *Ekonomicheskiy analiz: teoriya i praktika* 2 (485): 384–396. DOI: https://doi.Org/10.24891/ea.18.2.384 (In Russian)

Cacciatore M. A., Scheufele D. A., Iyengar S. (2016) The End of Framing as We Know It ... and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society* 19: 7–23. DOI: 10.1080/15205436.2015.1068811

Carragee K. M., Roefs W. (2004) The Neglect of Power in Recent Framing Research. *Journal of Communication* 54: 214–233. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02625.x

Golan G. (2006) Inter-Media Agenda Setting and Global News Coverage. *Journalism Studies* 7: 323–333. DOI: https://doi.org/10.1080/14616700500533643

Grigor'ev L. M., Majhrovich M. Y. (2023) Teorii rosta i realii poslednikh desyatiletiy [Growth Theories and Realities of Recent Decades]. *Voprosy ekonomiki* 2: 18–42. DOI: https://doi.org/10.32609/0042-8736-2023-2-18-42 (In Russian)

Ju Y. (2014) Issue Obtrusiveness and Negative Bias: Exploring the Moderating Factors for Asymmetric News Coverage of the Economy. *Asian Journal of Communication* 24: 441–455. DOI: https://doi.org/10.1080/01292986.2014.908933

Kahneman D. (2011) *Thinking, Fast and Slow*. New York: Brockman Press.

Kahneman D., Tversky A. (1984) Choice, Values, and Frames. *American Psychologist* 39: 341–350. DOI: https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341

Kazun A. D., Dorofeeva O. E. (2019) Patriotizm, lobbizm, demonstrativnost'... Freymirovanie importozameshcheniya v rossiyskikh pechatnykh SMI [Patriotism, Lobbying, Demonstrativeness... Import Substitution Framing in Russian Print Media]. *Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya* 3 (28): 132–154. DOI: 10.17323/1811-038X-2019-28-3-132-154 (In Russian)

Kusimova T. B., Shmidt M. A. (2016) Nostal'gicheskoe potreblenie: sotsiologicheskiy analiz [Nostalgic Consumption: A Sociological Analysis]. *Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy* 8 (2): 120–133. DOI: 10.17835/2076-6297.2016.8.2.120-133 (In Russian)

Matthes J., Kohring M. (2008) The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication* 58: 258–279. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x

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

Parinov S. I. (2023) Mikrouroven' protsessov ekonomicheskoy koordinatsii [The Microlevel of Economic Coordination Processes]. *Voprosy ekonomiki* 2: 127–144. DOI: https://doi.org/10.32609/0042-8736-2023-2-127-144 (In Russian)

Surtaeva O. S. (2020) Osobennosti tsifrovoy transformatsii promyshlennogo proizvodstva Rossii [Features of Digital Transformation of the Industrial Production in Russia]. *Finansovaya ekonomika* 6: 205–209. (In Russian)

Tarasova M. S. (2018) Aktual'naya leksika perioda ekonomicheskikh sanktsiy 2014-2017 gg. «Importozamestitel'nyy»: semantika, upotreblenie, konnotatsii [Relevant Vocabulary of the Period of Economic Sanctions in 2014-2017. "Import Substitutive": Semantics, Usage, Connotations]. *Politicheskaya lingvistika* 3 (69): 76–83. (In Russian)

Williams A. (2013) Metaphor, Media, and the Market. *International Journal of Communication* 7: 1404–1417.

Поступила в редакцию
26.01.2023

# ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Белоус Юлия Михайловна**, член Союза журналистов России и Международной федерации журналистов, о. Валаам, Республика Карелия, Россия; e-mail: juli_bell@inbox.ru

## ИСТОРИЯ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКА «МУЗЫКА» 1910–1916 ГГ.: ДОКУМЕНТЫ И ЛИЧНОСТИ

*В статье воссоздана история московского еженедельника «Музыка» (1910—1916) на основе работы с фондами Российского государственного исторического архива (г. Санкт-Петербург), отдела рукописей Российской национальной библиотеки (г. Санкт-Петербург), Российского государственного архива литературы и искусства (г. Москва), а также фондов Российского национального музея музыки (г. Москва). Впервые представлено подробное жизнеописание его редактора-издателя В. В. Держановского до 1916 г., а также приведены ранее не публиковавшиеся письма к Н. Ф. Финдейзену и Б. В. Асафьеву.*

***Ключевые слова**: еженедельник «Музыка», II отделение Канцелярии Главного Управления по делам печати, эго-документы, В. В. Держановский, Н. Ф. Финдейзен, Игорь Глебов (Б. В. Асафьев), Н. Я. Мясковский.*

**Yuliya M. Belous**, member of the Union of Journalists of Russia and International Federation of Journalists, Valaam Island, the Republic of Karelia, Russia; e-mail: juli_bell@inbox.ru

## HISTORY OF THE MUZYKA WEEKLY IN 1910–1916: DOCUMENTS AND PERSONALITIES

*Program and finance play a considerable role in the publishing process. For specialized publications, however, interpersonal communication sometimes becomes a priority in their editorial policy. Based on the work with the funds of the Russian State Historical Archive (St. Petersburg), the Manuscript Department of the National Library of Russia (St. Petersburg), the Russian State Archive of Literature and Art (Moscow), and the funds of the Russian National Museum of Music (Moscow), this article reconstructs the history of the Moscow Muzyka weekly (1910–1916). For the first time, a detailed biography of its editor and publisher V. V. Derzhanovsky up to 1916 is presented, as well as his previously unpublished letters to N. F. Findeisen and B. V. Asafyev.*

***Key words**: Muzyka weekly, 2nd Branch of the Office of the Main Press Directorate, ego-documents, V. V. Derzhanovsky, N. F. Findeisen, Igor Glebov (B. V. Asafyev), N. Ya. Myaskovsky.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.7491*

**Введение**

Каждое специализированное периодическое издание об искусстве начала XX в. возникало под влиянием трех факторов — общественно-политической обстановки, новых тенденций в культурной сфере и личных устремлений редакторов и издателей. Московский еженедельник «Музыка» не стал исключением. Благодаря энтузиазму молодых музыкальных критиков и журналистов издание знакомило читателей с премьерами, новинками нотных издательств и чутко реагировало на социальные изломы своего времени, взяв за образец «Новую музыкальную газету» Н. Ф. Финдейзена и предвосхитив появление более консервативно настроенного по отношению к новой музыке «Музыкального современника» А. Н. Римского-Корсакова.

В статье представлена реконструкция истории журнала «Музыка» на основе впервые вводимых в научный оборот документов из фондов Российского государственного исторического архива, отдела рукописей Российской национальной библиотеки, Российского государственного архива литературы и искусства, а также фондов Российского национального музея музыки (ранее — Всероссийского музейного объединения музыкальной культуры имени М. И. Глинки).

Документальные свидетельства редакционного процесса можно разделить на два вида — официальные и личные (эго-документы). Причем первые носят характер прямого и объективного описания издания, а вторые – из-за особенностей диалогового характера в переписке или монолога в дневниках — косвенного и субъективного:

1) официальные документы (свидетельство и программа, представленная во II отделение Канцелярии Главного Управления по делам печати);

2) эго-документы:

а) личная и деловая переписка В. В. Держановского, редактора-издателя «Музыки»;

б) личная переписка музыкантов — современников В. В. Держановского;

в) дневниковые записи Н. Ф. Финдейзена.

Методология — культурно-исторический подход в социокультурном аспекте диахронического анализа.

**Возникновение еженедельника «Музыка» в Москве**

Фонд № 776 Российского государственного исторического архива хорошо известен всем исследователям журналистики. В нем собраны документы II отделения Канцелярии Главного Управления по делам печати, где принимались решения об открытии или закрытии периодических изданий в провинциальных регионах на территории Российской империи. Хранящийся в этом фонде микрофильм доказывает, что 19 августа 1910 г. в упомянутом ведомстве появилась папка с делом № 381 под названием «Об издании в Москве газеты “Музыка”»[1]. Она содержит копию стандартного бланка разрешения на издание (приписка чернилами сверху: «21 августа 1910. Копия»). Бланк называется «СВИДЕТЕЛЬСТВО»: «Выдано сие, на основании ВЫСОЧАЙШЕ утвержденных 24 ноября 1905 года временных правил о повременной печати, потомственному дворянину Владимиру Владимировичу ДЕРЖАНОВСКОМУ, живущему Хамовнической части, I уч., по Б. Чудову пер., в д. Свешникова, в том, что им заявлено об издании в Москве газеты под названием “Музыка” по программе, на обороте сего изложенной»[2].Там же говорилось, что ответственным редактором состоит вышеназванный Держановский, а печататься издание будет в типографии Рябушинского в Москве[3]. Под пометкой «Гербовый сбор уплачен»[4] — подписи московского градоначальника генерал-майора Адрианова[5] и исполняющего обязанности управляющего канцелярией московского градоначальника Алексеевцева. Дата — 13 августа 1910 г., т. е. из Москвы в столичное Главное Управление по делам печати документ шел шесть дней. Так официально началась история еженедельника «Музыка».

Первый номер (из двухсот пятидесяти пяти) выйдет только спустя три месяца после подачи прошения — 27 ноября 1910 г., а последний — 23 апреля 1916 г. За минувшие сто лет еженедельник, официально названный «газетой “Музыка”», привыкли называть журналом, потому что он действительно похож на издание журнального типа в цветной твердой обложке, пусть и небольшого формата (одна его страница равна современному А5). Печать монохромная, однако из-за разнообразного содержания, отражающего не только текущие события, но и более глубокие процессы в музыкальном искусстве, а также из-за периодичности — раз в неделю — название «журнал» прочно за ним закрепилось. Современные исследователи средств массовой информации справедливо отмечают некоторую размытость определений: «Типологические

признаки газет и журналов никогда не были жестко детерминированными и неизменными. На протяжении развития периодической печати они постоянно трансформировались, отражая в своей изменчивости разнообразные общественные процессы» (Распопова, 2013: 58).

Сравнительно небольшая по количеству страниц (число их колебалось от 32 до 8 — в зависимости от наполненности реакционного портфеля и финансового положения) и формату, «Музыка» займет особое место в музыкальной периодике благодаря умению главного редактора и издателя В. В. Держановского привлечь к сотрудничеству самых ярких представителей творческой среды того времени. Здесь будут публиковаться статьи молодых талантливых авторов, среди которых композиторы С. С. Прокофьев и Н. Я. Мясковский, скрывавшийся за подписью «Мизантроп». В. П. Варунц в своей докторской диссертации «Публицистика И. Ф. Стравинского и С. С. Прокофьева как проблема источниковедения и музыковедения» пишет: «Конечно, приглашение Прокофьева к сотрудничеству в журнале “Музыка” было прямой заслугой его редактора В. В. Держановского — личности выдающейся и в полной мере еще не оцененной, как, впрочем, не воздано должное и самому журналу “Музыка”, выходившему еженедельно в 1910—1916 гг. и без которого не представить полной перспективы развития русской музыки этого периода. То обстоятельство, что именно здесь начинали свою критическую деятельность Мясковский (114 публикаций) и Асафьев (75 публикаций), говорит само за себя. По количеству выступлений в “Музыке” Прокофьев значительно уступает им — всего 8 публикаций в 1913–1915 гг., однако никак не по меткости представленных здесь характеристик (удивительных для столь юного публициста), разнообразию тем и публицистических жанров» (1994: 50). Именно тут впервые появятся рецензии Игоря Глебова — будущего академика Б. В. Асафьева. Кстати, этот псевдоним выдумал ему именно В. В. Держановский, благодаря настойчивым просьбам которого – как можно больше писать – в Москве узнали о новом петербургском критике.

О главном редакторе, безусловно, необходимо говорить в первую очередь, потому что так станут ясны мотивы создания очередного журнала музыкальной направленности. И в личной переписке обнаруживаются подробности, связанные с различными факторами (особенно финансовым), влиявшими на структуру каждого из номеров.

**Журналистская деятельность В. В. Держановского**

В исторической науке в поле зрения ученых попадают обычно два типа субъектов – ключевые личности и личности в контексте. Вот именно такой «персоной в контексте» и является по сей день В. В. Держановский. Вклад Владимира Владимировича, музыкального журналиста, редактора, издателя, общественного деятеля, в развитие русской культуры до сих пор не оценен по достоинству. Музыковеды обычно упоминают его только как современника И. Ф. Стравинского, Н. Я. Мясковского, С. С. Прокофьева, Н. К. Метнера и других композиторов.

Если говорить об опубликованных материалах, связанных с именем Держановского, то можно обнаружить лишь краткие биобиблиографические справки в тематических сборниках, а также выборочную переписку с композиторами-современниками в собраниях их эпистолярного наследия. Наиболее информативна статья в первом томе словаря Г. Б. Бернандта и И. М. Ямпольского «Кто писал о музыке» (Бернандт, 1971: 271–272). В ней приведены основные моменты жизненного пути и профессиональной деятельности В. В. Держановского с указанием всех творческих псевдонимов и опубликованных в периодике статей. Однако по сей день структурированных полноценных работ, посвященных его наследию, не существует, поэтому одна из целей данного исследования — восполнить досадное упущение.

Исследователями в области истории журналистики его деятельность и вовсе не изучалась, хотя вполне может претендовать на самостоятельную значимость: достаточно осветить основные моменты профессионального пути, подтвержденные документально.

В фонде № 3 «В. В. Держановский» Российского национального музея музыки хранится множество рукописей и фотографий. Среди них есть три единицы с этапами трудового стажа: одна охватывает период с 1900 по 1930[6], а остальные две с одинаковым названием «Рабочий стаж» — с 1901 по 1935 гг.[7] — практически идентичны: черновой автограф и машинопись с пометками. Первый документ представляет собой бланк с таблицей, содержащей следующие графы: «Дата» (включает подпункты «От» и «До» с указанием года, месяца и числа в каждом), «Должность или работа», «Учреждение. Отдел, часть», «Местность», «Представленные документы». Два вторых «Рабочих стажа» фиксируют только схематичную хронологию по годам, а пояснения о трудовой деятельности изложены в свободной форме. Причем ранняя справка

(с 1900 по 1930) более подробна. Именно из нее узнаем, что с 1 мая по 1 октября 1900 г. Держановский служил капельмейстером в 13 гренадерском Эриванском полку в урочище Манглис. Примечательно, что в поздней версии он начинает отсчет трудовой деятельности с 1901 г. – с должности корреспондента «Русской музыкальной газеты»[8], то есть с журналистской работы, вычеркивая из биографии короткий период службы в царской армии. С 1902 по 1904 он был заведующим музыкальным отделом газеты «Русский листок», с 1904 по 1907 сотрудничал с «Русскими ведомостями» («муз. рецензент»[9] и «помощник заведующего музыкальным отделом»[10]). В 1905 г. увлекся идеями социал-демократов, поэтому в трудовой биографии замелькали названия первых легальных изданий партии: «Московская газета», «Борьба», «Светоч», «Наше дело» (в очередности их появления и последующего закрытия), телефонное бюро петербургской газеты «Новая жизнь»[11]. К 1909–1910 гг. в журнале «Аполлон» Держановский выступил автором рубрики «Музыка в Москве»[12]. И, наконец, в 1910-м начался шестилетний опыт самостоятельной редакторской и издательской работы в журнале «Музыка» (параллельно с руководством музыкальным отделом в ежедневной московской газете «Утро России»).

Владимир Владимирович Держановский родился в Тифлисе в 1881 году. Отец, офицер, готовил сына к военной стезе, и поэтому мальчика отдали в кадетский корпус. Вот как он сам вспоминал те годы: «Воспитывался я в тифлисском кадетском корпусе. Никаких музыкальных способностей до V класса не проявлял, если не считать игры на духовых инструментах в оркестре. Ну, а это, конечно, чепуха. Всем, конечно, известно, какие это такие “оркестры” в наших учебных заведениях, и какие “музыканты” в них участвуют! С пятого класса во мне вдруг заговорила какая-то страсть к музыке. Откуда она появилась, я не знаю, но только теперь у меня в голове была только музыка, музыка и музыка»[13], – писал девятнадцатилетний юноша главному редактору «Русской музыкальной газеты» Николаю Федоровичу Финдейзену. Не удивительно, что спустя 9 лет Держановский назовет свой собственный журнал «Музыка».

Регентом в кадетском корпусе был в то время В. Т. Козьмин, «чудный, высокообразованный и развитой человек, прекрасный музыкант и выдающийся педагог»[14]. Вместе с двумя товарищами Держановский помогал своему учителю в работе с хором и оркестром, но из-за своего увлечения остался на второй год в V классе. Зато выработались «правильный вкус и верный взгляд на музы-

ку»[15]. Сохранилась фотография юного кадета, предназначавшаяся, видимо, в качестве подарка кому-то из товарищей: «Советую бросить курить и заняться своим голосом, а потом, когда ты будешь артистом Императорских театров, не забудь меня и почаще присылай контрамарки. Володя. 12.II. 1898»[16].

Второгодник при повторении программы выбился в первые ученики, благополучно перевелся в VI класс, однако опять увлекся музыкой, и к концу 1899 г. его, выражаясь языком кадетов, из корпуса «вышибли»[17]. Таким образом, уже ничто не помешало будущему музыкальному журналисту и редактору поступить той же осенью в музыкальное училище Тифлисского отделения Русского музыкального общества (Бернандт, 1971: 271), выдержав конкурс в класс валторны. По собственному признанию, учился и там неважно, так как приходилось думать уже не о высоком искусстве, а о банальном заработке – оркестрантом в опереттe и цирке, военным капельмейстером.

В 1901 г. Держановскому из училища пришлось уйти. Отчасти из-за начала работы в городской газете. Об этой неприятной истории он подробно рассказывал Н. Ф. Финдейзену в письме: «Многоуважаемый Николай Иванович! Как Вам, по всей вероятности, уже известно, я обвинен в плагиате. Если бы это была правда, я бы не осмелился, конечно, Вам писать, но это неправда, которая, однако, опозорила меня и разбила мою карьеру, ибо принужден уехать из Тифлиса, т. е. бросить на неопределенное время обучение музыке, ибо в Тифлисе после всего происшедшего оставаться немыслимо, да и кроме того, у меня нет средств. По этой же причине я не могу поехать учиться в столицу. Теперь позвольте объяснить, в чем дело. С осени текущего года [1901.– *Ю.Б.*] я работал в “Тифлисском листке” в качестве рецензента. В один вечер мой товарищ-офицер (фамилии я назвать не могу) попросил меня пустить его по моему билету в театр и обещал сам написать рецензию. Т. к. он был немного образован музыкально и знал хорошо “Садко”, я согласился, тем более что мне сильно нездоровилось. После первого акта, однако, я сам зашел в театр и дал ему указания. На другое утро он принес мне рецензию, которая мне понравилась. Я ее отнес в редакцию, и ее напечатали под моим псевдонимом. Через три-четыре дня этот офицер забежал ко мне утром и сообщил мне, что рецензию эту он списал и что обман открыт. При этом он умолял принять меня все на себя, т. к. в противном случае он застрелится, ибо ему предложат выйти из полка. Я согласился. Лучше

пусть я пострадаю, чем он умрет. Тем более, что я еще смогу смыть свой позор, чему еще способствовало, что я писал под псевдонимом. Но каким позором покрылся мой псевдоним, чего я не перетерпел в эти дни, которые я теперь доживаю в Тифлисе! Боже, как тяжело! Все это я сообщаю Вам для того, чтобы Вы знали истину. Мне было бы больно, если бы Вы думали то же, что думают все. Только ради Бога не открывайте никому этого; я дал слово этому господину, что правды никто не узнает, и Вы единственный, кому я ее сообщаю лишь из желания не потерять в Ваших глазах. Если Вы найдете возможным, я буду у Вас сотрудником, конечно, уже не под этим несчастным псевдонимом, а под своей фамилией. Через неделю я буду в Кобрине, куда прошу выслать мне журнал, и если найдете нужным, адресовать мне письмо»[18].

В городе Кобрине Гродненской губернии на тот момент проходил службу отец незадачливого рецензента, подполковник В. Л. Держановский. Видимо, именно из-за описанной неприятной ситуации ни в одной из версий трудового стажа «Тифлисский листок» не фигурирует. К короткой исповеди прилагалась вырезка из газеты «Россия», где перепечатана заметка из «Нового обозрения» за 1901 г. со сравнением двух рецензий – некоего Зигфрида от 8 сентября о постановке «Садко» в Мариинском театре и критика Владдержа из Тифлиса от 19 сентября[19]. Причем в постскриптуме письма Держановский повторяет свою просьбу не разглашать истории с офицером[20]. В Кобрине с 15 февраля по 1 сентября 1902 г. он служил капельмейстером 149-го пехотного Черноморского полка, уже параллельно занимаясь написанием заметок в «Русскую музыкальную газету»[21].

Сам факт того, что Н. Ф. Финдейзен, признанный ученый, историк музыки и основатель одного из главных музыкальных изданий, каким на протяжении 24 лет являлась «Русская музыкальная газета», не только поверил сбивчивым оправданиям молодого человека при явном доказательстве откровенного плагиата, но еще и стал помогать ему материально (хотя в собственных дневниках того периода записи о финансовом положении весьма неутешительные: горячо и искренне любимое печатное детище практически не приносило дохода), дал возможность продолжать корреспондентскую деятельность, говорит о том, что, вероятно, журналистский талант провинциала-недоучки в начале 1900-х не показался ему заурядным.

Когда же регулярно начнут выходить номера «Музыки», то в них довольно часто будут встречаться перепечатки из других изда-

ний. Причем однажды редактор забыл сделать корректные ссылки, и наставник из «Русской музыкальной газеты» тут же с иронией указал на «забывчивость»: «Новый московский журнал “Музыка” печатает весьма любопытные материалы. Переписка Римского-Корсакова с В. Стасовым перепечатывается из “Рус. Мысли”, статья г. Бенуа — из “Речи”. Откуда взят “Проект преобразования программы теории музыки” Римского-Корсакова, редакция не указывает. Напомним ей, что он был напечатан автором в № 47 в “Рус.Муз.Газ.” за 1907 г. <...> Как богат материалами портфель юной редакции и к каким своеобразным приемам она прибегает, публикуя эти материалы!»[22]. Скрупулезный анализ содержания всех номеров «Музыки» показал, что, кроме упомянутого нарушения с «Проектом преобразования программы теории музыки» Н. А. Римского-Корсакова, ссылки на первоисточники делались всегда, так что справедливая критика оказалась плодотворной. Трудно сказать, помнил ли Н. Ф. Финдейзен тот случай с плагиатом юного Владдержа. В своих дневниках за десятки лет он упомянет Держановского всего лишь трижды, вскользь, причем в 1913 г. уже как редактора «Музыки» — с явным раздражением. Об этом свидетельствует дневниковая запись от 14 мая 1913 г.: «Удивил, недели 2 назад, разговор по телефону А. Р<имского>-<К>орсакова, просившего указаний о постановках опер Вагнера в России — для вагнер<овского> № “Рус<ской> молвы”. Руководит отделом и — не знает литературы. Противнее всего, что рекламирует пустенькую[23] “Музыку” Держан<овского>, а когда нужно — толкается в газету» (2013: 154).

Это произойдет спустя десять лет, а пока, ободренный поддержкой Финдейзена, молодой Держановский все-таки перебрался в Москву, с 1902 по 1903 учился в Московской консерватории у Х. И. Борка как тромбонист, параллельно брал уроки у композитора В. И. Ребикова. В это же время вел музыкальный отдел газеты «Русский листок»[24] и писал рецензии для «Русских ведомостей»[25]. С 1905 по 1906 г. организовал концерты в поддержку Российской социал-демократической партии (РСДРП). В этот период он работал заведующим и помощником заведующего книжных магазинов «Начало» и «Сотрудник провинции», которые принадлежали упомянутой организации, до закрытия их полицией[26]. В 1905 г. также распрощался с «Русской музыкальной газетой» и стал заведовать музыкальными отделами партийных изданий «Московская газета», «Борьба», «Светоч» (они тоже последовательно закрывались

властями, поэтому приходилось переходить из одной редакции в другую), писал для еженедельника «Наше дело», одновременно вел московскую хронику в телефонном бюро петербургской газеты «Новая жизнь»[27]. В 1912–1913 гг.[28] заведовал каталожно-библиографическим отделом музыкального издательства П. И. Юргенсона, а с 1911 по 1917 – музыкальным отделом в «Утре России»[29]. Издание «Музыки» станет скорее делом для души, чем источником заработка. И это крайне важный момент, потому что во время всех социально-политических и экономических сдвигов в Российской империи и за рубежом русская творческая интеллигенция стремилась развивать любыми способами музыкальное искусство, поддерживать его именно через специализированные издания, как правило, на чистом энтузиазме или при поддержке меценатов.

**Программа журнала «Музыки»: *de jure и de facto***

Итак, в 1910 г. Владимир Держановский решает возглавить собственный журнал, имея уже достаточный опыт сотрудничества с различными редакциями. В программе, изложенной на обороте свидетельства о разрешении на издание газеты «Музыка», читаем: «Программа издаваемой в Москве пот. дворянином Владимиром Владимировичем ДЕРЖАНОВСКИМ газеты под названием «МУЗЫКА».

1. Передовая.
2. Статьи по общим вопросам музыкального искусства.
3. Эстетические и технические разборы музыкальных произведений.
4. Монографии и биографии.
5. Вопросы музыкального образования.
6. Музыкальная этнография.
7. Социальное положение музыкантов.
8. Обзор печати.
9. Пчелы и осы «Музыки».
10. Фельетон.
11. Хроника.
12. Исторические материалы.
13. Библиография.
14. Новости издательского дела.
15. Новости инструментного производства.
16. Тексты для музыки.

17. Ноты, портреты, рисунки, карикатуры и пр.

18. Объявления.

Выход газеты в свет еженедельный.

ПОДПИСНАЯ ЦЕНА: на год 5 р., на Ъ г. [полугодие. – *Ю.Б.*] 3 р.»[30].

Надо отметить, что подписная цена на протяжении всех шести лет не изменилась. Даже в 1914 г. стоимость подписки для читателей не увеличилась, хотя издателю приходилось прибегать к различным способам уменьшения бюджета: сокращению количества страниц и товарищеским отношениям с авторами, которым иногда не платились гонорары вовсе... Только уже в последних номерах 1914 г. появились объявления, что «полные годовые комплекты "Музыки" за 1911 и 1912 г. ( №№ 1–56 и 57–110), имеющиеся в ограниченном количестве, высылаются конторой журнала по цене за экземпляр каждого года (с пересылкой) 6 рублей»[31]. Стоимость же комплектов 1913 и 1914 г. с пересылкой оставалась 5 рублей.

Содержание «Музыки» в целом соответствует заявленной программе, но все же рубрик намного больше и охват тем шире. Никаких заявок об изменении программы или упоминаний о замечаниях цензуры обнаружено не было. На этом основании можно сделать вывод, что редактор не стремился превращать сугубо музыкальное издание в политическое. Под «осами и пчелами» подразумевались, наверное, саркастические заметки по тому или иному поводу из музыкальной или околомузыкальной жизни. Название рубрики было явно скопировано из журнала «Аполлон», однако она так и не появилась на страницах «Музыки». Возникали сквозные спонтанные «рубрики», как, например, четыре мини-цикла «Быль и небылицы»[32]. Первый и второй — критика театральных постановок, при этом достается художнику К. А. Коровину, к тому времени уже почетному академику, за монополизацию оформления декораций к операм.

Примечательно, что в газете публиковались и художники: в № 15 за 1911 г. приведено воспоминания Н. И. Забелы Врубель о супруге[33]; в № 128 за 1913 г. напечатано письмо В. В. Кандинского из Мюнхена[34], где он возмущается тем, что его имя и репродукции полотен попали в проспект и книгу «Пощечина общественному вкусу». В заявленной программе еженедельника не указана рубрика «Письма в редакцию», но тем не менее разнообразные обращения регулярно появлялись на страницах «Музыки».

Раздел библиографии дополнился нотографией, а в № 110 за 1912 г. в разделе «Отзывы о манускриптах» появилось объявление

о приеме рукописей: «В виду современного состояния музыкально-издательского дела, когда многие достойные сочинения по разным причинам не находят для себя издателей;

когда в некоторых солидных фирмах прием сочинений к изданию в большинстве случаев вытекает из соображений у з к о ц е н з у р н ы х, —

Редакция "МУЗЫКИ" решила придти на помощь композиторам, связанным условиями современного издательского рынка.

С этой целью "Музыка" в отделе "Библиография" будет помещать рецензии о присланных в Редакцию рукописях музыкальных сочинений. Оставляя за собою право давать отзывы не обо всех произведениях, Ред. будет помещать полные перечни присланных рукописей.

Авторы, желающие иметь отзывы о своих произведениях, благоволят присылать их по адресу Редакции:

Москва, Остоженка, Троицкий пер. 5.,

прилагая почтовые марки для обратной отсылки манускриптов (буде таковая окажется для автора необходимой) и точно указывая в этом случае адрес»[35].

Была еще любопытная рубрика «Летопись провинции», которая практически копирует раздел «Русской музыкальной газеты» под названием «Музыка в провинции». Аллюзия очевидна. И, кстати, перепечатка из других изданий тоже не была заявлена в официальной программе.

Содержание всех 255 номеров «Музыки» наглядно показывает, что Держановский с самого начала ясно представлял себе концепцию еженедельника, а ее осуществление связывал с личностью авторов, ставку в выборе которых делал на талант, на оригинальность музыкального мышления, на публицистичность высказываний. И очень страдал от нехватки материалов и недостатка средств для выплаты гонораров, подтверждение чему находим в эго-документах.

### Мизантроп и Игорь Глебов: рожденные «Музыкой»

В письмах товарищам и коллегам Держановский часто жалуется на стесненность в средствах и скудность материалов для печати. Поэтому он использует все свое красноречие, чтобы убедить молодых композиторов не только писать музыку, но и начать карьеру музыкальных критиков. Один из наглядных тому примеров — письмо

Н. Я. Мясковскому от 27 сентября 1911 г.: «Теперь у меня к Вам просьба громаднейших размеров. Мне с самого начала показалось, что Вы можете писать не только музыку, но и о музыке. Теперь в этом мнении я окончательно утвердился и взываю к Вам: выручайте "Музыку", которая дышит на ладан и вот-вот околеет от худосочия. Если уж не хотите писать вообще о Петербурге, то пишите для "библиографии". Мне кажется, здесь Вы будете превосходны, а "Музыке" будет большая, большая польза. Очень, очень прошу Вас, дорогой Николай Яковлевич, не отвергнуть мои мольбы. Пишите о чем хотите и как хотите. Вот, например, Вам понравились, если память не изменяет мне, верленовские романсы Стравинского. Напишите о нем рецензию. Или о "Жар-птице" или о прокофьевских вещах, которые выйдут на днях. Если у Вас чего-нибудь не окажется — я могу Вам прислать и вообще присылать. Итак, я жду от Вас письма и был бы очень счастлив, если б к нему уже оказалась бы приложенной рецензия.

До свидания. Весь Ваш Вл. Держановский» (Мясковский, 1964: 334).

Так на страницах «Музыки» появился новый автор — Мизантроп. Позже Николай Яковлевич с благодарностью упомянет «Музыку» и Держановского в своих «Автобиографических заметках о творческом пути» как «бесконечно много сделавшего» для его «музыкального самоопределения» (Там же: 15).

Похожим способом неугомонный редактор будет уговаривать и Б. В. Асафьева. Итогом этих письменных «атак» станет творческое «рождение» критика Игоря Глебова. В письме В. В. Держановского Б. В. Асафьеву от 12 января 1914 г. читаем: «Борис Владимирович, может быть, Вы возьмете на себя труд вообще откликаться на жизнь Мариинской оперы и балета и в частности давать более подробные отчеты о новых постановках? Если — да (а это было бы чудесно!) выберите себе псевдоним (лучше фамилию, чем кличку) и ни в коем случае не сообщайте ни его, ни о самом факте этого рода писательства решительно никому. Только при условии, что в эту тайну будем посвящены лишь мы двое, можно быть уверенным, что она не станет тайной Полишинеля, как это показывает печальный опыт с Николаем Яковлевичем, псевдоним которого настолько "общеизвестен", что все в Питере лезут к нему»[36]. Но придуманные Асафьевым псевдонимы редактору «Музыки» не понравились, поэтому он сам выдумал критика Игоря Глебова, о чем и пишет «новорожденному» вновь в своем письме от 17 марта того же года, после выхода в свет № 153[37]: «Вы уже получили, конечно, последний номер "Музыки" и повстре-

чались там с некиим “незнакомцем”. Дело в том, что предложенные Вами псевдо — по зрелом размышлении показались мне достаточно прозрачными, особенно в “топографическом” отношении. Поэтому я и рискнул народить совершенно таинственного и никому неизвестного писателя. Надеюсь, что его “лицо” останется для всех неизвестным, а его “маска”, наоборот, скоро приобретет известность. Кроме шуток – статья хороша. И побалованный редактор просит Вас передать г.<осподину> Иг<орю> Глебову о горячем желании редактора иметь краткий отчет о 1-м представлении (или генеральной репетиции) “Мейстерзингеров”. И, по возможности, скорей»[38].

Про увлеченность Держановского своим журналом-газетой можно прочесть и в непрямой переписке: «Третьего дня пристал ко мне Держановский, – придти познакомить с этой вещицей приехавшего к нему Игоря Глебова (псевдоним), — сообщал композитор А. Д. Кастальский своему приятелю, тоже композитору, Х. Н. Гроздову. — В четыре руки с сим последним я воспроизвел еще “Поминовение”. Держановский сзади что-то строчил (вероятно, для “Музыки”) и фантазировал на тему “ознакомить Дягилева”»[39].

Огромный пласт, и очень интересный, представляют письма В. В. Держановского Б. В. Асафьеву 1914–1917 гг. Они насыщены информацией, которая в равной степени важна в междисциплинарных исследованиях. Усилиями С. Г. Зверевой (Зверева (ред.), 2006) опубликована лишь незначительная часть писем. Именно поэтому автор статьи намерен продолжить их расшифровку и публикацию, чтобы расширить горизонты эпистолярного наследия отечественной музыкальной журналистики и выявить степень межличностной коммуникации в организационных макропроцессах.

**Выводы**

На основе архивных документов официального и личного характера нам удалось реконструировать краткую редакционную историю московского еженедельника «Музыка» и обозначить круг личностей, причастных к процессу ее создания. От издания Держановского перекинутся мосты традиций в советскую музыкальную журналистику и критику. Чаяниям главного редактора о возрождении еженедельника отчасти суждено было сбыться уже в новой стране – СССР. Именно на тщательно подготовленной культурной почве, несмотря на полную разруху послереволюционного периода, в начале 1920-х гг. «Музыка» трансформируется в журналы

«К новым берегам», «Музыкальная культура» и «Современная музыка», которые будут выходить под редакцией В. В. Держановского[40]. Еженедельник небольшого формата занял особое место в истории музыкальной журналистики между революциями 1905 и 1917 гг., сумев за недолгий срок своего существования сформировать благоприятную среду для талантливых авторов и стать зеркалом настроений творческой интеллигенции.

**Примечания**

[1] Публикуется впервые. Российский государственный исторический архив, далее РГИА. Фонд 776. Оп.16. Ч. 2. Ед. хр. 973. [Об издании газеты «Музыка»].

[2] РГИА. Фонд 776. Оп. 16. Ч. 2. Ед. хр. 973. [Об издании газеты «Музыка»]. Л. 2.

[3] Там же.

[4] Там же.

[5] Александр Александрович Адрианов (1961–1918) – генерал-майор, московский градоначальник с 1907 по 1915 г.

[6] Российский национальный музей музыки, далее РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 1645.

[7] РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 3130 и ед. хр. 1646.

[8] «Русская музыкальная газета» выходила в Санкт-Петербурге с 1894 по 1918 г. Ее основателем, издателем и главным редактором бессменно являлся Н. Ф. Финдейзен.

[9] РНММ. Фонд 3. Ед. хр.1645. Л. 1.

[10] РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 3130, л.1 и ед. хр. 1646, л. 1.

[11] Там же.

[12] Там же.

[13] Письмо В. В. Держановского Н. Ф. Финдейзену от 30.01.1902 г. Отдел рукописей российской национальной библиотеки, далее ОР РНБ. Фонд 816. Оп. 2. Ед. хр. 1344. Архив Н. Ф. Финдейзена. В. В. Держановский. 1901–1910. Л. 23–24.

[14] Там же.

[15] Там же.

[16] РНММ. Фонд 3. Ед. хр.137-ф. Л. 1, об.

[17] ОР РНБ. Фонд 816. Оп. 2. Ед. хр. 1344. Архив Н. Ф. Финдейзена. В. В. Держановский. 1901–1910. Л. 25.

[18] Письмо В. В. Держановского Н. Ф. Финдейзену без даты, однако, судя по контексту, можно предположить, что оно было отправлено в конце осени – начале декабря 1901 г. ОР РНБ. Фонд 816. Оп. 2. Ед. хр. 1344. Архив Н. Ф. Финдейзена. В. В. Держановский.1901–1910. Л. 1.

[19] ОР РНБ. Фонд 816. Оп. 2. Ед. хр. 1344. Архив Н. Ф. Финдейзена. В. В. Держановский. 1901–1910. Л. 2.

[20] «P.S. Еще раз убедительно прошу, чтобы все это осталось между нами». ОР РНБ. Фонд 816. Оп. 2. Ед. хр. 1344. Архив Н. Ф. Финдейзена. В. В. Держановский. 1901–1910. Л. 1, об.

[21] РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 1645. Л. 1.

[22] Периодическая печать о музыке // Русская музыкальная газета. 1911. № 13. Стб. 337–338.

[23] Объем номеров «Музыки» по количеству страниц, как было отмечено выше, действительно не отличался стабильностью и зависел от суммы найденных на издание средств и собранных материалов.

[24] РНММ. Фонд 3. Ед. хр.1646. Л. 1.

[25] Свою должность в «Русских ведомостях» В. В. Держановский называет «музыкальный рецензент» (РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 1645. Л. 1) и «помощник заведующего музыкальным отделом» (РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 3130, л. 1 и ед. хр. 1646, л. 1).

[26] РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 3130, л.1 и ед. хр. 1646, л. 1.

[27] Там же.

[28] Даты работы в издательстве П. И. Юргенсона в поздних бланках стажа работы (РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 3130, л.1 и ед. хр. 1646, л. 1) совпадают – 1912–1913, а в раннем указаны 1913–1914 и должность обозначена как «зав<едующий> реклам<ным> и библиогр<афическим> отделом» (РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 1645. Л. 1).

[29] И здесь в датах расхождения: 1911–1917 (РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 3130, л.1 и ед. хр. 1646, л. 1) и 1908—1917 (РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 1645. Л. 1).

[30] РГИА. Фонд 776. Оп. 16. Ч. 2. Ед. хр. 973. [Об издании газеты «Музыка»]. Л. 2, об.

[31] Музыка // 1914. № 201. С. 608; Музыка // 1914. № 202. Обложка, об.; Музыка // 1914. № 203. Обложка, об.

[32] Быль и небылицы // Музыка. 1914. № 196. С. 522–523; Быль и небылицы // Музыка. 1914. № 198. С. 555; Быль и небылицы // Музыка. 1914. № 199. С. 571–572; Быль и небылицы // Музыка. 1914. № 201. С. 598–599.

[33] *Забела-Врубель Н. И.* М. А. Врубель (Листки воспоминаний) // Музыка. 1911. № 15. С. 345–349.

[34] *Кандинский В. В.* Письмо в редакцию // Музыка. 1913. № 128. С. 332.

[35] Музыка. 1912. № 110. С.1130.

[36] Российский государственный архив литературы и искусства, далее РГАЛИ. Ф. 2658, оп. 2, п. 38. Л. 1. Публикуется впервые.

[37] В №153 «Музыки» от 15 марта 1914 г. на с. 232–237 был опубликован первый материал, подписанный Игорем Глебовым. Он назывался «Обзор художественной деятельности Мариинского театра (Сезон 1913—14)».

[38] РГАЛИ. Ф. 2658. Оп. 2. П. 38. Л. 7. Публикуется впервые.

[39] Письмо А. Д. Кастальского Х. Н. Гроздову от 3 февраля 1911 г. // ГЦММК. Ф.370, № 545. Л. 17, об. Цитируется по тексту (Зверева, 1999: 187–188). В статье С. Г. Зверевой допущена опечатка в датировке письма, так как описываемые события происходили в 1916, а не в 1911 г.

[40] РНММ. Фонд 3. Ед. хр. 3130, л.1; ед. хр. 1645, л.2 и ед. хр. 1646, л. 1.

## Библиография

*Бернандт Г. Б.* Кто писал о музыке : Био-библиогр. словарь муз. критиков и лиц, писавших о музыке в дорев. России и СССР / *Г. Б. Бернандт, И. М. Ямпольский*. М.: Советский композитор, 1971. Т. 1: А-И.

*Варунц В. П.* Публицистика И. Ф. Стравинского и С. С. Прокофьева как проблема источниковедения и музыковедения: дис. ... д-ра искусствоведения. М., 1994.

*Зверева С. Г.* Неизвестный Борис Асафьев // Памятники культуры. Новые открытия. 1998 / сост. *Т. Б. Князевская*. М.: Наука, 1999. С. 187–198.

*Распопова С. С.* Печатные издания в поисках типологической идентичности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2013. № 6. С. 55–65.

Русская духовная музыка в документах и материалах. Т. V. Александр Кастальский: Статьи, материалы, воспоминания, переписка / Гос. ин-т искусствознания; Гос. центральный музей музыкальной культуры им. М. И. Глинки / ред.-сост., автор вступительной статьи и коммент. *С. Г. Зверева*. М.: Знак, 2006. (Язык. Семиотика. Культура).

*Мясковский Н. Я.* Собрание материалов в двух томах. Т. 2. Литературное наследие. Письма. Издание второе / ред., сост. и прим. *С. Шлифтейна*. М.: Музыка, 1964.

*Финдейзен Н. Ф.* Дневники. 1892—1901 / Вступительная статья, расшифровка рукописи, исследование, комментарии, подготовка к публикации *М. Л. Космовской*. СПб.: Дмитрий Буланин, 2004.

*Финдейзен Н. Ф.* Дневники. 1902—1909 / Вступительная статья, расшифровка рукописи, исследование, комментирование, подготовка к публикации *М. Л. Космовской*. СПб.: Дмитрий Буланин, 2010.

*Финдейзен Н. Ф.* Дневники. 1909—1914 / Вступительная статья, расшифровка рукописи, исследование, комментирование, подготовка к публикации *М. Л. Космовской*. СПб.: Дмитрий Буланин, 2013.

*Финдейзен Н. Ф.* Дневники. 1915—1920 / Вступительная статья, расшифровка рукописи, исследование, комментирование, подготовка к публикации *М. Л. Космовской*. СПб.: Дмитрий Буланин, 2016.

## Notes

Byl' i nebylitsy [True Stories and Tales] (1914) *Muzyka* 196: 522–523.

Byl' i nebylitsy [True Stories and Tales] (1914) *Muzyka* 198: 555.

Byl' i nebylitsy [True Stories and Tales] (1914) *Muzyka* 199: 571–572.

Byl' i nebylitsy [True Stories and Tales] (1914) *Muzyka* 201: 598–599.

Glebov I. (1914) Obzor khudozhestvennoy deyatel'nosti Mariinskogo teatra (Sezon 1913—14 [Review of artistic activity of the Mariinsky Theatre (Season 1913-14)]. *Muzyka* 153: 232–237.

Kandinskiy V. V. (1913) Pis'mo v redaktsiyu [The Letter to the Editor]. *Muzyka* 128: 332.

Muzyka (1912) No. 110.

*Muzyka* (1914) No. 201.

*Muzyka* (1914) No 202.

*Muzyka* (1914) No 203.

*Otdel rukopisey rossiyskoy natsional'noy biblioteki. F. 816* [Manuscript Department of the National Library of Russia].

Periodicheskaya pechat' o muzyke [The periodical press about music]. *Russkaya muzykal'naya gazeta* 13. Columns 337–338.

*Rossiyskiy natsional'nyy muzey muzyki. F. 3* [Russian National Museum of Music].

*Rossiyskiy gosudarstvennyy arkhiv literatury i iskusstva. F. 2658* [Russian State Archive of Literature and Art].

*Rossiyskiy gosudarstvennyy istoricheskiy arkhiv. F. 776* [Russian State Historical Archive].

Zabela-Vrubel' N. I. (1911) M. A. Vrubel' (Listki vospominaniy) [M. A. Vrubel (Memories sheets)]. *Muzyka* 15: 345–349.

## References

Bernandt G. B. (1971) *Kto pisal o muzyke: Bio-bibliogr. slovar' muz. kritikov i lic, pisavshih o muzyke v dorev. Rossii i SSSR. T. 1.* [Who Wrote about Music: Bio-Bibliographic Dictionary of Music Critics and People Who Wrote about

Music in Pre-Revolutionary Russia and the USSR. Vol. 1]. Moscow: Sov. Kompozitor Publ. (In Russian)

Findeyzen N. F. (2004) *Dnevniki. 1892–1901 / Vstupitel'naya stat'ya, rasshifrovka rukopisi, issledovanie, kommentarii, podgotovka k publikatsii M. L. Kosmovskoy* [Diaries. 1892–1901 / Introductory Article, Manuscript Deciphering, Research, Comments and Preparation for Publication by M. L. Kosmovskaya]. St. Petersburg: Dmitriy Bulanin Publ. (In Russian)

Findeyzen N. F. (2010) *Dnevniki. 1902–1909 / Vstupitel'naya stat'ya, rasshifrovka rukopisi, issledovanie, kommentirovanie, podgotovka k publikatsii M. L. Kosmovskoy* [Diaries. 1902–1909 / Introductory Article, Manuscript Deciphering, Research, Commenting and Preparation for Publication by M.L. Kosmovskaya]. St. Petersburg: Dmitriy Bulanin Publ. (In Russian)

Findeisen N. F. (2013) *Dnevniki. 1909–1914 / Vstupitel'naya stat'ya, rasshifrovka rukopisi, issledovanie, kommentirovanie, podgotovka k publikacii M. L. Kosmovskoy* [Diaries. 1909–1914. Introductory Article, Manuscript Deciphering, Research, Commenting and Preparation for Publication by M. L. Kosmovskaya]. St. Petersburg: Dmitrii Bulanin Publ. (In Russian)

Findeyzen N. F. (2016) *Dnevniki. 1915–1920 / Vstupitel'naya stat'ya, rasshifrovka rukopisi, issledovanie, kommentirovanie, podgotovka k publikatsii M. L. Kosmovskoy* [Diaries. 1915–1920 / Introductory Article, Manuscript Deciphering, Research, Commenting and Preparation for Publication by M. L. Kosmovskaya]. St. Petersburg: Dmitriy Bulanin Publ. (In Russian)

Myaskovskiy N. Ya. (1964) *Sobranie materialov v dvuh tomah. T 2. Literaturnoe nasledie. Pis'ma. Izdanie vtoroe / red., sost. i prim. S. Shlifteyna*. [The Collection of Materials in Two Volumes. Vol. 2. Literary Heritage. Letters. 2nd ed. / redakciya, sostavlenie i primechaniya S. Shliftejna. Editing, drafting and notes by S. Shliftein]. Moscow: Muzyka Publ. (In Russian)

Raspopova S. S. (2013) Pechatnye izdaniya v poiskah tipologicheskoj identichnosti [Printed Publications in Search of Typological Identity]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 55–65. (In Russian)

Varunc V. P. (1994) *Publicistika I. F. Stravinskogo i S. S. Prokof'eva kak problema istochnikovedeniya i muzykovedeniya*: dis. ... dokt. iskusstvovedeniya [Journalism by I. F. Stravinsky and S. S. Prokofieva as an Issue of Source Studies and Music Studies. Dr. art hist. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Zvereva S. G. (1999) Neizvestnyj Boris Asaf'ev [Unknown Boris Asafyev]. In T. B. Knyazevskaya (ed.) *Pamyatniki kul'tury. Novye otkrytiya. 1998* [Cultural Monuments. New Discoveries. 1998]. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Zvereva S. G. (ed.) (2006) *Russkaya duhovnaya muzyka v dokumentah i materialah*. Vol. V. *Aleksandr Kastal'skij: Stat'i, materialy, vospominaniya, perepiska* [Russian Spiritual Music in Documents and Materials. Vol. V. Alexander Kastalsky: Articles, Materials, Memories, Correspondence]. Moscow: Znak Publ. (Yazyk. Semiotika. Kul'tura). (In Russian)

Поступила в редакцию
06.02.2023

**Ромакина Мария Александровна**, старший преподаватель, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: romakina@mail.ru

## УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА ФОТОКОРРЕСПОНДЕНТОВ С «СОЮЗФОТО» (ПО МАТЕРИАЛАМ ГАЗЕТЫ «ФОТОКОР» 1931–1933 ГГ.)

*В статье представлены результаты исследования корпуса публикаций газеты «Фотокор» за 1931–1933 гг., направленных на развитие корреспондентской сети «Союзфото». Ответственность за создание сети была возложена на Массовый отдел в центральном Московском отделении и региональные представительства «Союзфото». Публикации «Фотокора» сочетают документальность и нарративность, адресованы внешней профессиональной аудитории, в духе времени идеологически окрашены (что выражается, прежде всего, в выборе лексических единиц). Для систематизации материала нами были выделены проблемно-тематические группы, характеризующие различные аспекты сотрудничества фотокоров с «Союзфото»: организационный, технико-эстетический, идеологический, филологический, экономический, технологический), а затем последовательно реконструированы исторические сведения по каждой из них. За период с ноября 1931 по январь 1933 г. было зафиксировано увеличение количества фотокорреспондентов «Союзфото» с 32 до 625, которое, впрочем, оценивалось как недостаточное, что свидетельствует, с одной стороны, об эффективности публикаций «Фотокора», но, с другой – об ограниченном потенциале ресурса газеты.*

***Ключевые слова**: фотокор, фотокорреспондент, «Союзфото», газета «Фотокор», пресс-фотография, фотожурналистика, СССР, 1930-е гг.*

**Maria A. Romakina**, Senior Lecturer at the Chair of Photojournalism and Media Technologies, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: romakina@mail.ru

## CONDITIONS FOR COOPERATION OF PHOTO CORRESPONDENTS WITH SOYUZFOTO (A CASE STUDY OF THE PHOTOCOR NEWSPAPER, 1931–1933)

*The article presents the results of an investigation into the publications of the Photocor newspaper (September 1931 – February 1933) aimed at developing the photo correspondent network of the Soyuzfoto photo agency, responsibility for which was assigned to the Mass Department in the central Moscow office and regional offices. Photocor's publications contain a mixture of documentary information and narratives, primary and secondary data, they are focused on an external professional audience and are ideologically colored, which is expressed*

*primarily in the choice of lexical units. Considering this number of features, in order to systematize the information given in Photocor about the conditions for cooperation between photo correspondents and Soyuzfoto, the author of this article identified problem-thematic groups that characterize various aspects of this process (organizational, technical-aesthetic, ideological, philological, economic, technological) and then consistently reconstructs the historical evidence on each group of problems. Soyuzfoto's cooperation with photo correspondents can be characterized as direct, linear and represented in the form of the following communication scheme: establishing a primary connection – receiving a press card and a thematic plan – shooting and sending negatives with text messages – receiving a fee and technical advice on rejected negatives and the return of rejected negatives. The most active authors were also supported by parcels with photographic materials. Soyuzfoto registered an increase in the number of photo correspondents in the period from 32 in November 1931 to 625 in January 1933, but found this number insufficient, which indicates both the effectiveness of Photocor' publications and at the same time the limited potential of the newspaper's resource.*

***Key words**: photocor, photo correspondent, Soyuzfoto, Photocor newspaper, press photography, photojournalism, USSR, 1930s.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.92116*

## Введение

Всесоюзное фотоиллюстрационное акционерное общество «Союзфото», созданное в 1931 г. на базе объединения «Пресс-Клише ТАСС» и акционерного общества «Унион-Фото», в 1930-е гг. было крупнейшей в СССР организацией, которая снабжала фотоинформацией советскую и международную печать, т. е. выполняла функцию фотоагентства (Ромакина, 2020). В момент создания «Союзфото» имело статус акционерного общества, в 1933 г. было включено в систему Главного управления кинофотопромышленности при СНК СССР и реорганизовано во Всесоюзный государственный литературно-иллюстрационный и фотоиздательский трест[1]. С сентября 1931 г. «Союзфото» (СФ) совместно с обществом «За пролетарское кино и фото» (ОЗПКФ) курировало выпуск газеты «Фотокор», на страницах которой регулярно публиковались материалы, призванные помочь установить и поддерживать сотрудничество с СФ. Корпус этих публикаций на сегодня является уникальным источником, позволяющим реконструировать историю крупнейшего на тот момент производителя и дистрибьютора фотоинформации в СССР, в том числе получить информацию о том, каким образом происходило сотрудничество с фото-

корреспондентами (так принято было называть внештатных сотрудников, снимавших, как правило, в регионах, тогда как штатных называли фоторепортерами). В начале 1930-х гг. развитие фотокорреспондентской сети было одной из приоритетных задач СФ, отчасти на ее решение и был нацелен выпуск газеты «Фотокор» (Ромакина, 2022).

**Обзор академической литературы**

Деятельность «Союзфото» к настоящему моменту изучена фрагментарно: опубликованы отдельные исторические документы (Евстигнеева (сост.), 2016 а, б), краткие сведения приведены в монографиях и сборниках по истории советской фотографии (Болтянский, 1939; Логинов, 2015; Карасик, Морозов, Снопков (сост.), 2007; Стигнеев, 2012; Melot-Henry, 2012), в диссертации К. Столярского (Stolyarski, 2013) встречаются упоминания о фотожурналистах, сотрудничавших с СФ (Александров, 1973; Борис Игнатович.., 2007; Дыко, 1975). Производственные проблемы (в частности, проблема взаимоотношений с фотокорреспондентами), насколько нам известно, ранее подробно не изучались.

Значимыми в контексте предпринятого исследования представляются также смежные по теме статьи о специфике профессии фотожурналиста в СССР в 1930-е гг. (Токарев, 2007), о роли советской фотожурналистики в освещении процесса индустриализации (Коробкова, 2008; Макаров, 2012; Максименко, 2020), о цензурных ограничениях в советской прессе (Макаров, 2013; Плампер, 2014), о теоретических дискуссиях в области фотографии (Заковырина, 2006; Сартори, 2006; Фоменко, 2004), об антологии снимков (Вартанов (ред.), 1986; Фотографическая история.., 2013). В совокупности они позволяют сформировать представление об идеологических, технологических и эстетических особенностях советской фотографии 1930-х гг. Часть из них содержит упоминания о СФ, которые не всегда точны: так, в статье С. С. Коробковой (2008) неверно указан год основания (1933 г. вместо 1931 г.), в статье Е. П. Максименко (2020) неточны сведения о структуре акционерного общества.

**Методика исследования**

Исследование проводилось в два этапа. На первом мы осуществили фронтальный анализ полного корпуса публикаций «Фотокора» и выделили материалы, посвященные СФ, в отдельную тематическую группу «Деятельность “Союзфото”» (одну из четырнадцати). В процентном соотношении они составили 5,2% от общего количества публикаций, в количественном – 75 из 1 449 (Ромакина, 2022). Одна из ключевых публикаций – «12 основных правил фотокоров Союзфото», которую редакция советовала вырезать из газеты для удобства использования (см. рис. 1).



12 ОСНОВНЫХ ПРАВИЛ ФОТОКОРОВ СОЮЗФОТО

1. Получив тематический план или индивидуальное задание, фотокор должен наметить темы, которые он будет снимать в первую очередь, надо как следует готовиться к съемке каждой темы, чтобы наилучшим образом обеспечить правильную политическую трактовку и высококачественное техническое выполнение. В этих целях надо изучать темы по статьям в газетах и журналах, по брошюрам, справочникам, заранее учесть условия съемки и запастись соответствующими фотоматериалами.

2. Перед съемкой любой темы полезно предварительно наметить план съемок (составить перечень сюжетов, краткий сценарий), на месте съемки, в зависимости от вновь выявившихся обстоятельств, план этот должен быть уточнен и дополнен.

3. Прибывая на место съемки, фотокор должен добиться авторитетной и хорошо осведомленной консультации: на производстве обязательно посоветоваться с представителями технического руководства, общественных организаций, редколлегий, с рабкорами; в колхозе — с председателем колхоза, с руководителями тех участков работы, на которых производятся съемки, и т. д., почитать последние номера низовых и том числе стенных газет. После съемки и составления текстовок или подробной записи содержания съемки, полезно согласовать текст с соответствующими местным руководителем причем в отдельных случаях целесообразно дажне получить письменную визу.

4. Производя съемку фотокор должен добиться документальности снимка, т. е. схватить черты, наиболее характерные для данного места съемки, отличающие его от других мест. Следует включать в кадр вывески, объявления, лозунги, плакаты, надписи, документально подтверждающие, что съемка произведена именно в данном месте.

5. Кроме крупных планов, обязательно снимать общие виды (можно небольшие панорамы) данного цеха, завода, шахты, совхозов, колхозов, улицы, столовой и т. д. На производстве следует снимать его продукцию в массе (обязательно с подчеркиванием размеров продукции, т. е. готовые машины снимать в людьми, мелкую продукцию снимать также с человеком рядом или показать только руки, разбирающие или складывающие продукцию).

6. Фотокор должен строить композицию снимки наиболее выразительно и динамично. Рекомендуется широко применять построение кадра по диагонали, съемку сверху — сбоку. Для оживления темы вполне допустим равномерный, подчеркивающий движение и не искаженный содержание перекос.

7. Фотокор должен проявлять инициативу и, если на месте съемки он обнаруживает темы и сюжеты, интересные и важные, но не обусловленные заданием, полученным от редакции, он обязан по своей инициативе снять эти темы и сюжеты.

8. Проявку и высылку негативов в Союзфото фотокор должен производить немедленно после съемки. Обеспечение газетных темпов — одно из важнейших условий фотокоровской работы.

9. Негатив должен соответствовать условиям массовой печати с него, ни в коем случае не должен быть ни передержен, ни запроявлен и должен быть хорошо промыт и протерт, без пятен, без царапин, без срывов эмульсии. Фотокор должен в совершенстве знать свой фотоаппарат, приноравливаться к его недостаткам, извлекать из него все возможности для получения негативов наилучшего качества.

10. Текстовка к снимку должна быть подробной и документальной — необходимо указывать значение и производительность того цеха, предприятия, колхоза, совхоза и т. д., где произведена фотосъемка, число рабочих или колхозников, перспективы развития, характер технического оборудования. Если в крупный план попали люди, надо узнать кто они, выполняемую ими работу, фамилию, имя; если снят ударник, необходимо подробно дать показатели его работы, в чем выражается его ударничество.

11. Фотокор, работая в Союзфото, должен возлагать в эту работу других достаточно подготовленных в техническом отношении фотокоров, сообщать и отдел корсети Союзфото их адреса, давать им темы, которые интересуют в данный момент Союзфото.

12. Каждый фотокор обязан систематически работать над повышением своей политической и технической квалификации, должен регулярно читать «Правду», местную краевую или областную газету, районную газету, брошюры по текущим кампаниям (к каждой кампании Огиз и Партиздат выпускает специальные брошюры), читать «Пролетарское фото», «Фотокор», их библиотечки, обращаться в Союзфото не только за технической, но и за политической консультацией центр. адрес Союзфото: Москва, Никольская ул., д. № 4).

Фотокоры, работающие в Ленинградской области на Северном Кавказе, в Средневолжском крае, в Закавказье, в Азербайджане, в Уральской области должны связываться с республиканскими, краевыми и областными отделениями Союзфото — их адреса: Ленинград — Чернышев пер., 6, Верхняя галлерея, Гостиный двор, комната 95а, Самара — 4-я Коммунальная гостиница, 25, Тифлис — Проспект Руставели, д. 40, Свердловск — Первомайская ул., 29, кв. 3, Челябинск. Ростов на Дону, Никольская ул., 197.

ВЫРЕЖЬ ЭТИ 12 ПРАВИЛ И РУКОВОДСТВУЙСЯ ИМИ В РАБОТЕ

*Рисунок 1. 12 правил «Союзфото» для фотокоров (опубликованы в «Фотокоре» № 23 (33), 1932 г.).*

Значимым в контексте проводимого исследования было содержание материалов еще одной группы – «Новостная хроника» (1% от общего количества публикаций, 15 из 1 449)[2]. На втором этапе мы изучили публикации этих двух групп с целью выявления сведений о том, каковы же были условия сотрудничества фотокорреспондентов с акционерным обществом. Для систематизации тематически однородной информации обозначили четыре основные проблемы, характеризующие различные аспекты исследуемого вопроса: связь фотокоров с СФ (организационный аспект); требования к негативам и текстовкам (технико-эстетический, идеологический, филологический аспекты); оплата негативов (экономический аспект); технологическое снабжение фотокорреспондентов (технологический аспект).

Такое деление представляется целесообразным для более полной характеристики процесса сотрудничества фотокоров с СФ и является структурообразующим для настоящей статьи. Время выпуска газеты (сентябрь 1931 – февраль 1933 г.) стало хронологической рамкой исследования. При анализе содержания газетных публикаций мы учитывали их специфику как исторического источника, выделяемого в особую категорию массовых источников[3], имеющих также индивидуальные особенности в случае «Фотокора»:

– сочетание документальной (статистические данные, сведения о регламентирующих документах СФ, финансовые сведения и т. д.) и нарративной информации (описание опыта взаимодействия фотокоров с СФ, свидетельства о выполнении регламентаций на практике и т. д.);

– комбинированный характер сведений: первичные и вторичные данные[4];

– фрагментарный характер публикуемой информации (неполный список распоряжений за исследуемый период, фрагментарность подборок статистических данных и т. д.);

– «внешний» характер информации: все материалы были адресованы за пределы СФ, широкой аудитории, а значит, определенным образом фильтровались, исходя из потребностей этой аудитории и задач СФ по самопозиционированию и развитию фотокоровской сети в СССР (публикации выполняли в том числе и рекламно-организационную функцию);

– анонимность отдельных публикаций, что было принято в советской прессе того периода;

– идеологическая окраска текстов, которая, в частности, выражалась в подборе лексических единиц, лозунговой форме заголовков, сочетании открытой и скрытой форм пропаганды, свойственном советской прессе 1930-х гг.

Отдельно следует отметить корпус брошюр, которые редакция «Фотокора» выпускала в качестве приложения к газете и которые были включены в расширенный пакет подписки (Жеребцов, 1932; Гришанин (ред.), 1932; Евгенов, Бунимович (ред.), 1931; Семенов, 1932 и др.), – в них также содержатся исторически ценные сведения, дополняющие газетные публикации. Их подготовкой занимались и сотрудники СФ: С. Евгенов, выполнявший обязанности главного редактора СФ, В. Гришанин, служивший зав. отделом внутренней информации, и др.

**Связь фотокоров с «Союзфото»**

Развитие корреспондентской сети было одной из самых актуальных задач в первые годы функционирования СФ, что должно было помочь расширить географию съемок (за счет приращения регионов), увеличить количество снимаемых тем и событий. Занимался этим массовый отдел СФ. Статистические данные о численности фотокорреспондентский сети периодически приводились на страницах газеты. Так, в 1931 г., в момент создания фотоиллюстрационного общества, их количество исчислялось парой десятков, хотя по бумагам должно было быть значительно больше: «Унионфото и Прессклише при своей ликвидации и передаче дел Союзфото, утверждали, что каждое из них имеет «примерно» по 500 фотокоров. На деле эта цифра оказалась «липовой». Союзфото <...> сразу же и остро ощутило недостаток негативного материала, почти полное отсутствие его с периферии. Тысячная (якобы) фотокоровская армия Прессклише и Унионфото не проявляла никаких признаков жизни <...> Почти все числившиеся в этой сети оказались «мертвыми душами». На об'явленную Союзфото перерегистрацию откликнулись не более 50 человек, а работоспособных среди них не оказалось и половины» [здесь и далее в цитатах авторская орфография и пунктуация сохранены. – *М.Р.*][5]. С октября 1931 г. в СФ начали вести учет фотокоровской сети: «<...> на 1 ноября мы имели всего 32 фотокора. Ноябрь дал – 62, декабрь – 74, январь – 159, февраль – 220, март – 358, апрель – 383, май – 450. На 1 июля мы имеем 490 фотокоров,

т. е. рост сети в 15 раз по сравнению с тем, что мы получили в начале нашей работы. Вместе с ростом фотокоров росло количество поступавших от них негативов. Так, в октябре мы имели 465 негативов. Ноябрь дал – 478, декабрь – 489, январь – 1 452, февраль – 1 580, март – 2 303, апрель – 2 922, май – 3 001 и июнь – 4 352. Рост как видим тоже колоссальный – 983 проц. Разумеется, у нас есть некоторый процент «мертвых душ». Кроме того, многие фотокоры еще не научились систематически работать. Все же из 490 фотокоров по списку на 1 июля мы имеем 395 более или менее аккуратно присылающих негативы»[6], – фиксировал летом 1932 г. в отчетной публикации И. Румянцев, член руководящего состава СФ. Приводилась также статистика распределения полученных посылок по регионам, информация об общем количестве негативов в них и количестве принятых (см. табл. 1). Распределение было неравномерным: активнее других были фотокоры Московской области, Нижней Волги, Центрального Черноземья, Северного Кавказа. Процент брака у «москвичей» был выше – фотографы из регионов более тщательно подходили к отбору материала. К концу января 1933 г. сеть фотокоров насчитывала уже 625 чел.[7]

*Таблица 1*

**Прием фотокоровского материала в «Союзфото» в июле 1932 г.**
***(по сведениям И. Румянцева[8])****

| Названия областей, краев и нацреспублик | Кол-во посылок | Кол-во негативов | Принято негативов |
|---|---|---|---|
| Московская область | 57 | 1 054 | 298 |
| Западная область | 8 | 108 | 49 |
| Иван.-Пром. область | 7 | 81 | 67 |
| Украина | 22 | 213 | 91 |
| ЦЧО | 24 | 224 | 185 |
| Донбасс | 4 | 45 | 16 |
| Нижняя Волга | 33 | 213 | 85 |
| Средняя Волга | 4 | 22 | 6 |
| Северный Кавказ | 25 | 315 | 140 |
| Западная Сибирь | 10 | 280 | 102 |
| Восточная Сибирь | 3 | 71 | 17 |

*Окончание таблицы 1*

| | | | |
|---|---|---|---|
| Крым | 6 | 111 | 38 |
| Северный край | 8 | 175 | 57 |
| Урал | 6 | 89 | 54 |
| Респуб. немцев Поволжья | 4 | 35 | 14 |
| Дальневосточный край | 1 | 20 | 8 |
| Азербайджан | 5 | 30 | 18 |
| Белоруссия | 3 | 35 | 10 |
| Грузинская ССР | 5 | 91 | 33 |
| Казакстан | 3 | 128 | 65 |
| Татреспублика | 4 | 130 | 33 |
| Туркменистан | 1 | 89 | 17 |
| Узбекистан | 2 | 20 | 112 |
| Уссурийский край | 1 | 15 | 6 |
| Абхазия | 2 | 15 | 7 |
| Ленинградская область | 6 | 40 | 18 |
| **Итого** | **258** | **3 669** | **1 370** |

* Территориальное деление в таблице 1 соответствует территориальному делению СССР в 1932 г.

При этом к концу 1932 г. фотокоровская сеть все еще была недостаточно обширной, поэтому СФ советовали плотнее держать связь с фотолабораториями заводов, совхозов, институтов и других предприятий, чаще устраивать производственные совещания и конференции, конкурсы и лекции, выступать на страницах центральной, районной и фабрично-заводской печати – сделать этот канал связи «судоходным» для СФ[9]. По приблизительным подсчетам, у жителей страны было около 100 000 действующих фотокамер, около 25 000 фотографов, «вполне подготовленных и технически, и политически, грамотных»[10], могли бы быть вовлечены в фотокоровское движение и потенциально сотрудничать с СФ.

Установка первичной связи с СФ была стандартизирована: «Каждый фотокор заполняет анкету, скрепляет ее рекомендацией одной из общественно-политических организаций (редколлегия,

фабзавместком, партийная, комсомольская ячейка, ячейка ОЗПКФ, фотокружок, сельсовет и т. п.) и присылает ее с двумя фотографическими карточками в массовый отдел Союзфото (Москва, Центр, Никольская, 4)[11]. Вместе с анкетой надо прислать и несколько пробных негативов. По рассмотрении анкеты и негативов разрешается вопрос о зачислении фотокором Союзфото: фотокору высылаются корбилет и задания для с'емок»[12]. Фотокор также должен был дать информацию о промышленности и сельском хозяйстве в своем районе и сообщить, какие именно темы он готов снимать, сколько имеет свободного времени для съемок. Это позволяло сформировать общий тематический план и график конкретных заданий для каждого. Фотокоры Ленинградской области, Урала, Северного Кавказа, Азербайджана, Закавказья могли устанавливать связь не с центральным, а с местными отделениями СФ: сеть региональных отделений постепенно развивалась.

Те из снимающих, кто начинал сотрудничать с СФ на постоянной основе, публиковали заметки в «Фотокоре»: делились опытом, даже брали на себя публичные обязательства по фотосъемке. Так, И. Михайлов осенью 1932 г. объявляет себя ударником-фотокором СФ и обещается высылать не менее 40 годных негативов в месяц, к XV-летию Октября организовать фотовыставку на своем предприятии, безвозмездно снабжать фотоинформацией местную заводскую печать, к 1 января 1933 г. подготовить двух новых фотокоров[13]. Поделился своим опытом сотрудничества с СФ Д. Чернов из Иваново-Вознесенска: «Вначале я давал неудовлетворительные негативы. Все они возвращались с подробным описанием тематических, технических и, иногда, композиционных недостатков <...> Эта заочная техническая учеба быстро сказалась на качестве моей работы. Так, в апреле было принято моих негативов не больше 50%, а в сентябре–октябре – до 80% <...> Теперь уже при каждой моей посылке несколько снимков премируются повышенной оплатой и некоторые даже идут в заграничную печать»[14]. Он взял на себя обязательство высылать фотоматериалы не реже 8 раз в месяц и вызвал на соревнование Ф. Кислова (Москва), А. Маклецова (Сталинград), М. Пенсона (Ташкент), А. Чернова (Крым) и др. А. Чернов публично принял вызов и, в свою очередь, вызвал на соревнование фотокора В. Лисицына[15].

Примечательно, что публиковалось много заметок фотокоров о сложностях коммуникации с СФ – о том, что недостаточна техническая консультация, неточны индивидуальные планы, хромает

политическая учеба, приходится тратить много времени на получение гонорара и т. д. Таким образом, газета служила действенным каналом коммуникации: обозначались проблемные зоны, выдвигались идеи по улучшению сотрудничества с СФ.

**Требования к негативам и текстовкам**

Основной формой отправки фотоинформации в СФ были негативы, которые было необходимо сопровождать текстовыми комментариями (текстовками). Требованием СФ была отправка именно оригиналов снимков, не отпечатков с них: «Присылать <...> надо только негативы, потому что Союзфото не печатает снимков в каком-то одном журнале или газете, а размножает их путем увеличения. Размножение делается с негативов, так как репродукция во всех случаях уступает оригиналу. Да и серьезную техническую консультацию можно лучше всего дать по негативу»[16]. Со стороны фотокоров поступали вопросы о целесообразности данного требования, поскольку это лишало их съемочного оригинала. «Из'ять у фотокора негатив, значит лишить его возможности время от времени видеть результат своего творчества. В редакции же негативы становятся ненужными с момента их отпечатания и только излишне занимают место»[17], – писал фотокор Соколов, апеллируя к сложности журналистской съемки, не всегда угодной снимаемым. «Для того, чтобы «время от времени видеть результаты своего творчества», фотокору вовсе не нужен негатив, для этого ему вполне достаточно оставить себе два–три хороших отпечатка <...> хранение ценных негативов у «частных лиц», при наличии центрального негативного фонда Союзфото, по меньшей мере нецелесообразно»[18], – отвечали ему в газете, приводя в пример ситуацию утери съемок событий 1917 г. предшественниками СФ, в результате чего к XV-й годовщине Октября приходилось довольствоваться плохими отпечатками и репродукциями.

В СФ режим работы с негативами устанавливался постепенно, в Московском отделении этим занимался массовый отдел. По мере роста их потока, в частности, решено было открыть прием негативов не только в дневные, но и в вечерние часы[19]. Важным требованием была оперативность отправки: «Проявку и высылку негативов в Союзфото фотокор должен производить немедленно после с'емки. Обеспечение газетных темпов – одно из важнейших

условий фотокоровской работы»[20]. Это гарантировало относительную «свежесть» появляющейся в печати фотоинформации. Прецеденты нарушения данного требования публично обсуждались на страницах «Фотокора». В частности, писали об М. Пригожине из Новосибирска, который прислал в СФ снимок полугодовой давности. На нем была запечатлена развеска стенгазеты в Доме шахтера в Анжерке, в СФ его размножили и разослали по редакциям, в ответ на что из «Горнорабочего» сообщили, что М. Пригожин полгода назад уже присылал этот снимок им в редакцию[21]. Еще более резонансным стало «дело товарища Коробицына», который совершил «безобразнейшее преступление перед советской печатью»: в редакцию «Комсомольской правды» в ноябре 1932 г. был прислан снимок бригады лесорубов со станции Плисецкая Северного края авторства С. Коробицына (СФ), который ранее, в марте 1931 г., уже публиковался в этой газете как снимок лучшей ударной бригады Ижевской тракторной базы за подписью Б. Кудоярова (на тот момент – фоторепортера «Унион-Фото»), правда в отзеркаленном виде, но «те же лица, те же позы и такой же смех <...>»[22] (см. рис. 2)[23].




*Рисунок 2. Снимки ударной бригады Ижевской тракторной базы Б. Кудоярова и К. Коробицына, сына С. Коробицына (Фотокор № 2 (48), 1933 г.).*

Своим поступком С. Коробицын дискредитировал СФ перед печатной прессой. Редакция «Фотокора» организовала общественно-показательный суд над ним, подробный протокол которого был опубликован в №№ 2–3 за 1933 г. В состав судебной коллегии входили председатель суда (зав. отд. внутренней информации СФ В. Гришанин) и общественные заседатели (фотокоры Газолин и Вдовенко). Выступали также свидетель (фоторепортер СФ Б. Кудояров), общественный обвинитель (фотокор Петухов с завода

«Серп и молот») и общественный защитник (фотокор А. Корнаковский с завода «Динамо»). Согласно показаниям Б. Кудоярова, прецедент стал возможным из-за того, что в январе 1931 г. при съемке на Ижевской тракторной базе рядом с ним находился сын С. Коробицына – К. Коробицын, начинающий фоторепортер: «Снимали мы с ним вместе одни и те же сюжеты, иногда даже с одной и той же точки»[24]. Таким образом, «в погоне за лишним гонораром» С. Коробицын в действительности совершил «двойное преступление – заведомо исказил дату съемки и выдал чужой негатив за свой»[25] (негатив сына за собственный). В свое оправдание тот поведал, что грубая, недопустимая ошибка с присланным снимком была непреднамеренной, случайной, из-за того что внук перепутал негативы в коробках и из-за того что вместо отправки комплекта негативов, где снимок с тракторной базы должен был выступать как типажный снимок рабочей бригады, был отправлен только он один, т. к. остальные с лесорубами ушли в брак после проявки, а текстовка не была своевременно исправлена. Высказал опасения, что в той партии присланных им в СФ негативов могли быть еще ошибки. Общественный обвинитель требовал исключить С. Коробицына из СФ и не помещать его снимков в печати в течение двух лет, тогда как общественный защитник считал, что судить его следует, учитывая добросовестное признание и самокритичность, мягче, лишь за неосмотрительность. Данный прецедент фотографической манипуляции действительно противоречил требованиям СФ о документальности фотоснимков и точности текстовок. Открытой для дискуссии остается сама возможность типажного показа трудовых коллективов, к которой апеллировал в своей защитной речи С. Коробицын.

К негативам предъявляли требования по техническому качеству: «Негатив должен соответствовать условиям массовой печати с него, ни в коем случае не должен быть ни передержен, ни запроявлен и должен быть хорошо промыт и протерт, без пятен, без царапин, без срывов эмульсии»[26]. Негативы ненадлежащего качества возвращали фотокорам, принимая технический брак лишь в экстренных случаях (особая важность снимаемого события). Во избежание повреждений в дороге их следовало аккуратно упаковывать, присылать в деревянных ящиках, иначе они могли побиться, так как были стеклянными. В крайних случаях, если на местах не хватало химикалий, ценные негативы допустимо было присылать необработанными[27].

Регламентации касались также содержания и композиции снимков. В частности, важным условием была документальность, которую можно было усилить включением в кадр определенных объектов, маркирующих местность и событие (в современной фотожурналистике это называют адресным планом): «Производя с'емку фотокор должен добиться документальности снимка, т. е. схватить черты, наиболее характерные для данного места с'емки, отличающие его от других мест. Следует включать в кадр вывески, об'явления, лозунги, плакаты, надписи, документально подтверждающие, что с'емка произведена именно в данном месте»[28]. При съемке темы или события важно было чередовать крупность планов, а также показывать сомасштабность снимаемых объектов (человека и машины, человека и продуктов его труда): «Кроме крупных планов, обязательно снимать общие виды (можно небольшие панорамы) данного цеха, завода, шахты, совхозов, колхозов, улицы, столовой и т. д. На производстве следует снимать его продукцию в массе (обязательно с подчеркиванием размеров продукции, т. е. готовые машины снимать с людьми, мелкую продукцию снимать также с человеком рядом или показывать только руки, разбирающие или скидывающие продукцию)»[29]. Средние и общие планы обязательны: они имеют большой потенциал к показу обстановки, в которой живут и работают люди. «Крупными планами фигур и голов никак нельзя агитировать и пропагандировать, – сетовал редактор дружественной иностранной газеты. – Что говорят <...> портреты русских товарищей, пишущих, читающих и работающих у станка? Только то, что <...>в СССР работают, читают, пишут, или еще то, что среди советских рабочих и работниц встречаются весьма симпатичные и красивые лица <...> Нет, крупных планов нам мало! Нам хочется видеть не только лицо, чернильницу и руки рабфаковца, но и всю обстановку комнаты (его личной и в вузе), в которой он работает. Мы хотим знать, что стоит рядом с его столом, нет ли мусора на полу, не босой ли он» (Семенов, 1932: 43). От кадров ждали выразительной и по возможности динамичной композиции: «Фотокор должен развивать в себе умение динамично и интенсивно преподнести сюжет, обращая самое серьезное внимание на композицию кадра. Прежде чем снять, нужно всегда продумать, с какой точки это сделать (сверху, снизу), нужно присмотреться к движениям работающего, к положению его фигуры и, выбрав наиболее эффективное, приступить к с'емке»[30]. Общее свойство низкого ракурса – придавать натуре

подчеркнутую мощность, а общее свойств высокого – «придавать кадру некоторую панорамность, зрелищность, создавать иллюзию высоты и другие, связанные с нею впечатления» (Гришанин (ред.), 1932: 42).

Текстовые сопровождения также должны были соответствовать определенным требованиям. Их структура была унифицирована до ответа на четыре вопроса: Когда? Где? Что? Кто?[31] Следовало не только привести фактические и цифровые данные, указать время съемки (час, день, год), но и сообщить информацию об условиях съемки (аппаратура, экспозиция, диафрагма): «Если посылаешь фотоснимок новостройки, подробно укажи, какое место новостройки снял, какое значение будут иметь эти постройки, когда предполагается закончить стройку. При посылке портрета ударника обязательно надо указать, в чем конкретно заключаются трудовые заслуги этого ударника; если товарищ награжден орденом, надо подробно указать за что именно <...>» (Евгенов, Бунимович (ред.), 1931: 34). «Если <...> завод начал выпускать новые машины, в подписи необходимо указать, какие именно машины <,..> какое количество машин будет выпускать завод в год, на какую сумму <...> Если новое производство освобождает нас от импортной зависимости, это нужно указать в текстовке» (Жеребцов, 1932: 14). На практике фотокоры далеко не всегда соблюдали это требование, поэтому на страницах газеты появлялись призывы «внимательно составлять текстовки», «драться за точность текстовок», «глубже изучать объекты съемки», «бороться за то, чтобы фотокоры были и хорошими литераторами». Публиковали сведения о случаях ошибочного составления текстовок. Так, фотокор Северо-Казказского отделения СФ Ю. Дружелюбов перепутал фамилию ударника, указав вместо нее фамилию человека, разбившего трактор: «По вине фотокора <...> лжеударник получил общекраевую известность как хороший социалистический работник»[32]. Ошибки могли иметь и более сложный характер: фотокор В. Лисицын снял панораму из двух снимков сева озимых в колхозе «Партизан», СФ распространило ее по редакциям, после чего в «Известиях ЦИК СССР» вышла критическая заметка, в которой писали о том, что СФ распространяет снимки, показывающие неправильную организацию труда без разбивки на звенья, которые никак невозможно демонстрировать в качестве образца. И снимающий, и редакторы СФ увлеклись внешней фотографической эффектностью сюжета, не вникнув в снимаемый процесс, что и привело к неле-

пой ситуации: «Необходимо переходить от «универсальной» с'емки в различных областях и по различным вопросам к специализации, причем надо тщательнейшим образом изучать все детали, все стороны, все особенности той отрасли, с'емку которой выбрал своей специальностью»[33]. Текстовые сопровождения советовали согласовывать с местными руководителями и в отдельных случаях даже получать письменную визу[34]. Причем текстовку просили не путать с подписью под снимком: «Текстовка может иногда сообщать факты, которых нет на снимке (цифровые и исторические данные и т. п.), а подпись только поясняет то, что изображено на снимке» (Жеребцов, 1932: 18). От фотокоров требовали, чтобы они относились к составлению текстовок добросовестно, как к самой съемке: «Хорошая, подробная, толковая текстовка может иногда повысить ценность слабого технически и композиционно снимка (при условии политической актуальности его темы)» (Там же).

Важно было при отправке посылки сопроводить ее краткой общей описью негативов, чтобы редактор мог делать пометки о том, что было принято, а что возвращено фотокору. При этом настоятельно просили полные тексты не писать на одном листе – это бы затрудняло прием и возврат негативов: «При посылке надо каждый негатив вкладывать в сопроводительный текст» (Евгенов, Бунимович (ред.), 1931: 34).

В текстовке также должна была быть приведена информация об авторе фотоснимка – это требование было адресовано как фотокорам, так и сотрудникам СФ и редакциям, публиковавшим распространяемые акционерным обществом снимки. «Обезличку» порицали. «Фамилия автора под снимком повышает ответственность, обеспечивает качество», – гласил заголовок-лозунг одной из газетных подборок, в которой редакции «Прожектора», «Огонька», «Вечерней Москвы» и других СМИ сообщали о текущих сложностях сотрудничества с СФ[35]. 20 августа 1932 г. по СФ был выпущен приказ, согласно которому впредь нельзя было выпускать ни одного снимка «без фамилий авторов или с недостаточно четко напечатанной фамилией, привлекать редакторов, «забывающих» давать фамилии авторов, к строжайшей ответственности; подпись автора помещать в текстовке к каждому снимку на видном месте, крупно, разборчиво, подчеркивая фамилию линейкой»[36]. Об успехах редакций по исполнению данного приказа писали на страницах газеты с целью стимулировать остальных: в Иваново-Вознесенской области «одной из первых начала пере-

стройку фоторабoты областная газета «Рабочий край». Полностью ликвидирована обезличка в подаче снимков. Все фото, местные и присылаемые Союзфото, подаются с фамилиями авторов»[37].

**Оплата негативов**

Тарифы оплаты негативов в СФ были стандартизированы. Базовый составлял 4 руб.: «Принятые негативы, вне зависимости от размера, оплачиваются по 4 руб. каждый. Непринятые возвращаются с подробной консультацией: технической, композиционной и тематической, причем указывается, как можно было бы лучше сделать этот кадр»[38]. Премированные негативы оплачивали по скользящему тарифу – от 5 до 10 руб. Премии выдавали за оперативность отклика на задание, за хорошо составленную текстовку, за выразительную композицию снимка. Некоторые съемки также считали особенно ответственными: «Негативы важного исторического и политического значения Союзфото должно оплачивать по высшей ставке. Тоже нужно сказать и о тех негативах, с'емка которых происходила в трудных условиях, и на которые затрачено много времени и энергии»[39]. Со стороны фотокоров поступали комментарии о том, что премия в таком размере не заметна. Сумма заработка активно снимавшего фотокора могла достигать нескольких сот рублей в месяц. Так, в декабре 1932 г. на первое место среди фотокоров и собкоров вышел В. Лисицын (г. Ливны, ЦЧО, на тот момент он числился собкором): за месяц от него было получено 10 посылок, сумма его заработка за декабрь 1932 г. составила 803 руб.[40] А стоимость подписки на 12 мес. на газету «Фотокор», к примеру, в тот год составляла 3 руб. 60 коп., на газету с приложением «Библиотека фотокора» – 10 руб.

Об отдельных премиальных фондах газета писала весной 1932 г.: их выделили на съемку посевной (для чего СФ организовало всесоюзный фотоконкурс «3-я Большевистская весна», премированные негативы обещали принимать по повышенной ставке 6, 8, 10 руб., также выделили 30 премий-подписок[41]) и съемку празднования одного из главных государственных праздников – 1 мая.

В начале 1933 г. предприняли попытку заменить денежные выплаты товарными: «Введена новая система премирования фотокоров Союзфото за высококачественные по технике, тематике и композиции негативы; на сумму премии вместо денег выдается остродефицитная фотобумага»[42].

### Технологическое снабжение фотокорреспондентов

Одной из основных сложностей развития корреспондентской сети было недостаточное снабжение регионов аппаратурой, пластинами и химикалиями. Процесс производства фотографической информации для прессы предполагал наличие у каждого снимающего камеры, а также доступа к специальной лаборатории по проявке и печати (поскольку в СФ принимали негативы, то фотокорам прежде всего актуальна была проявка) – их чаще создавали «коллективными», при фотокружках. Это позволяло обеспечить проявочные и печатные возможности большему количеству фотокоров, однако проблема обеспечения химическими препаратами сохраняла индивидуальный статус.

В начале 1932 г. в газете сообщили, что в СФ было принято решение о снабжении фотокоров химикалиями, а наиболее активных – и фотоаппаратурой[43]. Судя по текстам других публикаций, поддержку оказывали и ранее, но, по всей вероятности, не покрывали всех запросов. Статистику по снабжению в период с октября 1931 г. по июль–август 1932 г. приводит И. Румянцев: «<...> распределено среди активных фотокоров 120 000 пластинок, 48 кг проявителя, 18 кг магния с торием, 5 фотоаппаратов и свыше 100 кассет»[44]. В 1932 г. проблему снабжения не удалось решить в полной мере – в конце сентября 1932 г. все еще фиксировали «голод по фотоматериалам»: «Необходимо снабдить фотокоров машинками для вспышки магния. Неважно поставлено снабжение пластинами, химикалиями <...> Нет хорошо организованного склада в Массовом отделе СФ, выдают находу»[45]. О недостаточном снабжении и ненадлежащем качестве писали и сами фотокоры, сотрудничавшие с СФ на постоянной основе: «Проявляющих веществ получал один раз 5 патронов. Но они оказались очень плохими. Магния получил незначительное количество», – свидетельствовал фотокор Петухов с завода «Серп и молот»[46].

В начале 1932 г. также была озвучена идея организации разветвленной сети фотолабораторий и фотокабинок, способных стать производственной базой для оперативной подготовки фотоинформации, однако вопроса о том, как она была реализована и была ли реализована вообще, на станицах «Фотокора» в дальнейшем, к сожалению, не обсуждали. В конце 1932 г. эта тема все еще оставалась на уровне идеи[47].

## Заключение

В заключение отметим, что, несмотря на упомянутый ранее фрагментарный характер информации об СФ, публикации «Фотокора» позволяют составить достаточно полное представление об условиях сотрудничества фотокорреспондентов с акционерным обществом. Сотрудничество имело прямой линейный характер и может быть представлено в виде следующей коммуникативной схемы: установка первичной связи – получение корбилета и тематического плана – съемка и отправка негативов с текстовками – получение гонорара и технической консультации по непринятым негативам, возврат непринятых негативов. Наиболее активным фотокорам со стороны СФ также поступала поддержка в виде фотоматериалов: порошка магния для съемки, химикалий для проявки, однако, судя по газетным материалам, в начале 1930-х гг. она была ограниченной и не покрывала всех запросов. Примечательно, что в публикациях «Фотокора» часто затрагивались проблемные зоны взаимоотношений СФ с фотокорами, негативный опыт последних, что свидетельствует о готовности СФ к публичному обсуждению с профессиональным сообществом сложностей в работе и возможных путей их устранения. Открытость редакции «Фотокора» к размещению нарративных сведений давала читателям возможность диалога, обмена опытом и мнениями. Таким образом, газета способствовала развитию не только корреспондентской сети СФ, но и фотокоровского движения в СССР в целом.

## Примечания

[1] Справка, представленная управляющим Всесоюзным литературно- иллюстрационным фотоиздательским трестом («Союзфото») ГУКФ при СНК СССР Н. Герасимовым председателю Всесоюзного комитета по делам искусств при СНК СССР П. М. Керженцеву о структуре и работе Союзфото. 16 января 1936 г. // РГАЛИ. Ф. 962. Оп. 1. Д. 38. Л. 94 и об. Подлинник // Кино: организация управления и власть. 1917–1938 гг. Документы: сборник / Федеральное архивное агентство, Российский государственный архив литературы и искусства; сост. *А. Л. Евстигнеева*. М.: РОССПЭН, РГАЛИ, 2016 (б). С. 485–487.

[2] Следует оговориться, что упоминания СФ встречаются и в материалах некоторых других выделенных нами тематических групп – в качестве второстепенного актора, иногда мимоходом, но в них не обсуждается исследуемый вопрос.

[3] Теория и методология исторической науки. Терминологический словарь / отв. ред. *А. О. Чубарьян*. М.: Аквилон, 2014.

[4] В настоящее время автор исследования ведет поиск архивных материалов, помогающих определить точность вторичных данных.

[5] *Румянцев И.* Работу массового отдела на обсуждение фотокоров // Фотокор. 1932. № 24 (34). С. 2.

[6] Там же.

[7] Хроника // Фотокор. 1933. № 3 (49). С. 2.

[8] *Румянцев И.* Работу массового отдела на обсуждение фотокоров // Фотокор. 1932. № 24 (34). С. 2. Следует отметить, что табличные данные содержат неточности. В частности, по горизонтали «Узбекистан» количество принятых негативов превышает количество присланных, что может быть ошибкой типографского наборщика. Также неточны итоговые суммы всех трех колонок, что может объясняться промежуточным характером приводимых данных, которые не были скорректированы при внесении финальных сведений в остальные графы. В настоящий момент автор ведет поиск архивных материалов, подтверждающих опубликованные в «Фотокоре» табличные данные.

[9] Новые резервы привлечем к работе в Союзфото и низовой печати // Фотокор. 1932. №№ 35–36 (45–46). С. 2.

[10] *Татищев Н.* Необходимо давать индивидуальные задания // Фотокор. 1932. № 27 (37). С. 2.

[11] В 1932 г. улица Никольская была переименована в улицу 25 Октября. Уже в конце августа 1932 г. СФ указывает свой адрес: улица 25 Октября, 4 (Как связаться с Союзфото? // Фотокор. 1932. № 24 (34). С. 2.)

[12] *Румянцев И.* Лучшие снимки шлите в Союзфото // Фотокор. 1932. № 1 (11). С. 2.

[13] *Михайлов И.* Социалистические методы в нашу работу // Фотокор. 1932. № 29 (39). С. 1.

[14] *Чернов Д.* Обсуждаем работу Союзфото. Развернуть соцсоревнование! // Фотокор. 1932. № 32 (42). С. 2.

[15] *Чернов А.* Ответ т. Дм. Чернову. Очередь за т. Лисицыным // Фотокор. 1933. № 2 (48). С. 4.

[16] Как связаться с Союзфото? // Фотокор. 1932. № 24 (34). С. 2.

[17] *Соколов.* Должны ли негативы оставаться у фотокоров? // Фотокор. 1932. № 23 (33). С. 2.

[18] Фотокору негатив не нужен // Фотокор. 1932. № 23 (33). С. 2.

[19] *Щеголев С. И.* Установить вечерний прием негативов. Вопросы связи Союзфото с москвичами // Фотокор. 1932. № 27 (37). С. 2.

[20] 12 основных правил фотокоров Союзфото // Фотокор. 1932. № 23 (33). С. 2.

[21] Злостная халтура // Фотокор. 1931. № 8–9. С 4.

[22] Общественный суд над собкором Союзфото С. Коробицыным // Фотокор. 1933. № 2 (48). С. 2.

[23] При внимательном рассмотрении очевидно, что кадры различаются позами персонажей, незначительно.

[24] Общественный суд над собкором Союзфото С. Коробицыным. Показания свидетеля т. Б. Кудоярова // Фотокор. 1933. № 2 (48). С. 2.

[25] Там же.

[26] 12 основных правил фотокоров Союзфото // Фотокор. 1932. № 23 (33). С. 2.

[27] *Румянцев И.* Лучшие снимки шлите в Союзфото (Окончание) // Фотокор. 1932. № 2 (12). С. 2.

[28] 12 основных правил фотокоров Союзфото // Фотокор. 1932. № 23 (33). С. 2.

[29] Там же.

[30] *Румянцев И.* Лучшие снимки шлите в Союзфото (Окончание) // Фотокор. 1932. № 2 (12). С. 2.

[31] Пиши подробную текстовку // Фотокор. 1931. № 4. С. 2.

[32] *И. М.* Фотокор отвечает за текстовку // Фотокор. 1932. № 11 (21). С. 2.

[33] Против всезнайства – за специализацию! Глубже изучайте объекты съемки // Фотокор. 1932. № 28 (38). С. 2.

[34] 12 основных правил фотокоров Союзфото // Фотокор. 1932. № 23 (33). С. 2.

[35] Фамилия автора под снимком повышает ответственность, обеспечивает качество // Фотокор. 1932. № 11 (21). С. 2.

[36] Приказ по Союзфото // Фотокор. 1932. № 25 (35). С. 3.

[37] *Чернов Д.* Фото в газетах Иваново-Вознесенской области // Фотокор. 1932. № 32 (42). С. 1.

[38] *Румянцев И.* Лучшие снимки шлите в Союзфото // Фотокор. 1932. № 1 (11). С. 2.

[39] *Щеголев С. И.* Установить вечерний прием негативов. Вопросы связи Союзфото с москвичами // Фотокор. 1932. № 27 (37). С. 2.

[40] Хроника // Фотокор. 1933. № 3 (49). С. 2.

[41] Кто даст лучшие снимки начала весеннего сева? // Фотокор. 1932. № 10 (20). С. 1.

[42] Хроника // Фотокор. 1933. № 3 (49). С. 2.

[43] Больше внимания работе Союзфото работе с фотокорами // Фотокор. 1932. № 1 (11). С. 3.

[44] *Румянцев И.* Работу массового отдела Союзфото на обсуждение фотокоров // Фотокор. 1932. № 24 (34). С. 2.

[45] Необходимо давать индивидуальные задания // Фотокор. 1932. № 27 (37). С. 2.

[46] *Петухов.* Что меня не удовлетворяет в работе Союзфото // Фотокор. 1932. № 30 (40). С. 2.

[47] Новые резервы привлечем к работе в Союзфото и низовой печати // Фотокор. 1932. № 35–36 (45–46). С. 2.

## Библиография


*Александров А. И.* Аркадий Шайхет. М.: Планета, 1973.

Антология советской фотографии. 1917–1940. Том 1 / под ред. *А. С. Вартанова*. М.: Планета, 1986.

*Болтянский Г. М.* Очерки по истории фотографии в СССР. М.: Госкиноиздат, 1939.

Борис Игнатович, 1899–1976 / автор вступит. ст. *В. Т. Стигнеев*. М.: Арт-Родник, 2007.

20 правил фоторепортажа / Библиотека газеты «Фотокор» / под ред. *В. Гришанина*. М.: Журнально-газетное объединение, 1932.

*Дыко Л.* Борис Кудояров. М.: Планета, 1975.

*Жеребцов Б.* Текстовка к фотоснимку / Библиотека газеты «Фотокор». М.: Журнально-газетное объединение, 1932.

Что должен знать каждый фотокор / Библиотека газеты «Фотокор» / под ред. *С. Евгенова, Д. Бунимовича*. М.: Журнально-газетное объединение, 1931.

*Заковырина Н. С.* Дискуссия о формализме и натурализме в советской фотографии в середине 1930-х годов // Вестн. Южно-Уральск. гос. ун-та. Сер.: Социально-гуманитарные науки. 2006. № 8 (63). С. 31–35.

*Коробкова С. С.* Индустрия социализма: иконография рабочего в советской репортажной фотографии 30-х годов // Труды Санкт-Петербургск. гос. ин-та культуры. 2008. Т. 178. С. 79–85.

*Логинов А.* Искусство реальности. Фотография рубежа XIX–XX веков. М.: photoHelpers, 2015.

*Макаров А. Н.* Советский индустриальный фоторепортаж 1930-х гг. как средство стереотипизации массового сознания // Проблемы истории, филологии, культуры. 2012. № 3. С. 111–123.

*Макаров А. Н.* Цензурный контроль в сфере советской фотохроники 1930-х гг. // Проблемы российской истории. 2013. № 1 (12). С. 154–164.

*Максименко Е. П.* Репортажный портрет ударника первых пятилеток как элемент визуальной политической коммуникации (на примере портрета забойщика Никиты Изотова) // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2020. № 5. С. 49–58.

Парадная книга Страны Советов / сост. *М. Карасик, А. Морозов, А. Снопков.* М.: Контакт-Культура, 2007.

*Плампер Я.* Запрет на двусмысленность: советская цензурная практика 1930-х годов // Новое Литературное Обозрение. 2014. № 6 (130). С. 141–161.

*Ромакина М. А.* Типологический анализ фотоагентств // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2020. № 6. С. 108–135. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2020.108135

*Ромакина М. А.* Газета «Фотокор» (1931–1933 гг.): история издания, структура, содержание // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2022. № 3. С. 170–191. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2022.170191

Сартори *Р.* Фотокультура II, или «верное видение» // Советская власть и медиа: сб. статей / под общ. ред. *Х. Гюнтера* и *С. Хэнсген.* СПб.: Академический проект, 2006. С. 145–163.

*Семенов Е.* Международная связь фотокоров / Библиотека фотокора. Кн. 4 (13). М.: Журнально-газетное объединение, 1932.

*Стигеев В. Т.* Век фотографии, 1894–1994: очерки истории отечественной фотографии. Изд. 5-е. М.: Либроком, 2012.

*Токарев В.* «Ловкач и пролаза» под опекой Кремля. Советский фотожурналист 1930-х годов // Историк и художник. 2007. № 4. С. 159–174.

*Фоменко А. Н.* Дискуссия о фотосерии и конец советского конструктивизма // Время дизайна: сб. мат. научной конференции Биеннале СПб Союза дизайнеров «Модулор-2003». СПб., 2004. С. 192–195.

Фотографическая история. 1840–1950. Из фондов Российского государственного архива литературы и искусства. М.: Арт-Волхонка, 2013.

Melot-Henry A. (2012) *La photographie sovi tique de 1917*–1945. Nanterre: Presses universitaires de Paris-Ouest.

Stolyarski Ch. (2013) *The Rise of Photojournalism in Russia and the Soviet Union, 1900-1931.* PhD Thesis. Baltimore: Maryland.

## Notes

12 osnovnykh pravil fotokorov Soyuzfoto [12 basic rules followed by Soyuzfoto photo correspondents] (1932) *Photocor* 23 (33): 2.

Chernov D. (1932) Foto v gazetakh Ivanovo-Voznesenskoy oblasti [Photos in the newspapers of the Ivanovo-Voznesensk region]. *Photocor* 32 (42): 1.

Chernov D. (1932) Obsuzhdaem rabotu Soyuzfoto. Razvernut' sotssorevnovanie! [Discussing the work of Soyuzfoto. Launch a socialist competition!]. *Photocor* 32 (42): 2.

Chernov A. (1933) Otvet t. Dm. Chernovu. Ochered' za t. Lisitsynym [Answer to comrade Dm. Chernov. The ball is in comrade Lisitsyn's court]. *Photocor* 2 (48): 4.

Chubar'yan A. O. (ed.) (2014) Teoriya i metodologiya istoricheskoy nauki. Terminologicheskiy slovar' [Theory and Methodology of Historical Science. A Terminological Dictionary]. Moscow: Akvilon. (In Russian)

Familiya avtora pod snimkom povyshaet otvetstvennost', obespechivaet kachestvo [The surname of the author under the photo increases responsibility, ensures quality] (1932) *Photocor* 11 (21): 2.

Fotokoru negativ ne nuzhen [A photo correspondent does not need the negative]. *Photocor* 23 (33): 2.

I. M. (1932) Fotokor otvechaet za tekstovku [The photo correspondent is responsible for the text message] *Photocor* 11 (21): 2.

Kak svyazat'sya s Soyuzfoto? [How to contact Soyuzfoto?] (1932) *Photocor* 24 (34): 2.

Khronika [Chronicle] (1933) *Photocor* 3(49): 2.

Kto dast luchshie snimki nachala vesennego seva? [Who will give the best photos of the onset of spring sowing?] (1932) *Photocor* 10 (20): 1.

Mikhaylov I. (1932) Sotsialisticheskie metody v nashu rabotu [Socialist methods into our work]. *Photocor* 29 (39): 1.

Novye rezervy privlechem k rabote v Soyuzfoto i nizovoy pechati [We will attract new reserves to work in Soyuzfoto and the grassroots press] (1932) *Photocor* 35–36 (45–46): 2.

Obshchestvennyy sud nad sobkorom Soyuzfoto S. Korobitsynym [Public trial of the correspondent of Soyuzfoto S. Korobitsyn] (1933) *Photocor* 2 (48): 2.

Petukhov (1932) Chto menya ne udovletvoryaet v rabote Soyuzfoto [What does not satisfy me in the work of Soyuzfoto] *Photocor* 30 (40): 2.

Pishi podrobnuyu tekstovku [Write a detailed text message] (1931) *Photocor* 4: 2.

Prikaz po Soyuzfoto [Soyuzphoto order] (1932) *Photocor* 25 (35): 3.

Protiv vseznaystva – za spetsializatsiyu! Glubzhe izuchayte ob'ekty s'emki [Against omniscience – for specialization! Explore the objects of shooting in depth] (1932) *Photocor* 28 (38): 2.

Rumyantsev I. (1932) Luchshie snimki shlite v Soyuzfoto [Send the best photos to Soyuzfoto]. *Photocor* 1 (11): 2.

Rumyantsev I. (1932) Luchshie snimki shlite v Soyuzfoto (Okonchanie) [Send the best photos to Soyuzfoto (The ending)]. *Photocor* 2 (12): 2.

Rumyantsev I. (1932) Rabotu massovogo otdela na obsuzhdenie fotokorov [The work of the Mass Department for photo correspondents to discuss]. *Photocor* 24 (34): 2.

Shchegolev S. I. (1932) Ustanovit' vecherniy priem negativov. Voprosy svyazi Soyuzfoto s moskvichami [Fix the evening reception of negatives. Issues of Soyuzfoto communication with Muscovites]. *Photocor* 27 (37): 2.

Sokolov (1932) Dolzhny li negativy ostavat'sya u fotokorov? [Should negatives remain with photo correspondents?]. *Photocor* 23 (33): 2.

Tatishchev N. (1932) Neobkhodimo davat' individual'nye zadaniya [It is necessary to give individual tasks]. *Photocor* 27 (37): 2.

Zlostnaya khaltura [Malicious hackwork] (1931) *Photocor* 8–9: 4.

## References

Aleksandrov A. I. (1973) *Arkadiy Shaykhet* [Arkady Shaykhet]. Moscow: Planeta Publ. (In Russian)

Boltyanskiy G. M. (1939) *Ocherki po istorii fotografii v SSSR* [Essays on the History of Photography in the USSR]. Moscow: Goskinoizdat Publ. (In Russian)

*Boris Ignatovich, 1899–1976 / avtor vstupit. st. V.T. Stigneev* (2007) [Boris Ignatovich, 1899–1976 / author of the introductory article V.T. Stigneev]. Moscow: Art-RodnikPubl. (In Russian)

Dyko L. (1975) *Boris Kudoyarov* [Boris Kudoyarov]. Moscow: PlanetaPubl. (In Russian)

Evgenov S., Bunimovich D. (eds.) (1931) *Chto dolzhen znat' kazhdyy fotokor / Biblioteka gazety «Fotokor»* [What Every Photo Correspondent Should Know / Library of the Photocor Newspaper]. Moscow: ZHURGAZ Publ. (In Russian)

Fomenko A. N. (2004) Diskussiya o fotoserii i konets sovetskogo konstruktivizma [Discussion about the Photo Series and the End of Soviet Constructivism]. In *Vremya dizayna. Sb. materialov nauchnoy konferentsii Biennale SPb Soyuza dizaynerov «Modulor-2003»* [Design Time. Proceedings of the Scientific Conference of St. Petersburg Biennale of the Union of Designers 'Modulor-2003']*:* St. Petersburg. Pp.192–195. (In Russian)

*Fotograficheskaya istoriya. 1840–1950. Iz fondov Rossiyskogo gosudarstvennogo arkhiva literatury i iskusstva* [Photographic History. 1840–1950. From the Funds of the Russian State Archive of Literature and Art] (2013) Moscow: Art-VolkhonkaPubl. (In Russian)

Grishanin V. (ed.) (1932) *20 pravil fotoreportazha / Biblioteka gazety «Fotokor»* [20 Rules for a Photo Reportage / Library of the Photocor Newspaper]. Moscow: ZHURGAZ Publ. (In Russian)

Karasik M., Morozov A., Snopkov A. (eds.) (2007) *Paradnaya kniga Strany Sovetov* (2007) [Ceremonial Book of the Land of Soviets]. Moscow: Kontakt-Kul'tura Publ. (In Russian)

Korobkova S. S. (2008) Industriya sotsializma: ikonografiya rabochego v sovetskoy reportazhnoy fotografii 30-kh godov [The Industry of Socialism: the

Iconography of the Worker in Soviet Reportage Photography of the 1930s]. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* 178: 79–85. (In Russian)

Loginov A. (2015) *Iskusstvoreal'nosti. Fotografiya rubezha XIX–XX vekov* [The Art of Reality. Photography at the Turn of the 20th Century]. Moscow: photoHelpers Publ. (In Russian)

Makarov A. N. (2012) Sovetskiy industrial'nyy fotoreportazh 1930-kh gg. kak sredstvo stereotipizatsii massovogo soznaniya [Soviet Industrial Photo Reportage of the 1930s as a Means of Stereotyping Mass Consciousness]. *Problemy istorii, filologii, kul'tury* 3: 111–123. (In Russian)

Makarov A. N. (2013) Tsenzurnyy kontrol' v sfere sovetskoy fotokhroniki 1930-kh gg [Censorship Control in the Sphere of Soviet Photo Chronicles in the 1930s]. *Problemy rossiyskoy istorii* 1 (12): 154–164. (In Russian)

Maksimenko E. P. (2020) Reportazhnyy portret udarnika pervykh pyatiletok kak element vizual'noy politicheskoy kommunikatsii (na primere portreta zaboyshchika Nikity Izotova) [Reportage Portrait of a Striker of the First Five-Year Plans as an Element of Visual Political Communication (on the example of the portrait of miner Nikita Izotov)]. *Vestn. Nizhegorodsk. un-ta im. N. I. Lobachevskogo* 5: 49–58. (In Russian)

Melot-Henry A. (2012) *La photographie soviétique de 1917–1945.* [Soviet Photography from 1917 to 1945]. Nanterre: Presses universitaires de Paris-Ouest. (In French)

Plamper Ya. (2014) Zapret na dvusmyslennost': sovetskaya tsenzurnaya praktika 1930-kh godov [The Prohibition of Ambiguity: Soviet Censorship Practice in the 1930s]. *Novoe Literaturnoe Obozrenie* 6 (130): 141–161. (In Russian)

Romakina M. A. (2020) Tipologicheskiy analiz fotoagentstv [A Typological Analysis of Photo Agencies]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 108–135. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2020.108135 (In Russian)

Romakina M. A. (2022) Gazeta «Fotokor» (1931–1933 gg.): istoriya izdaniya, struktura, soderzhanie [The Photocor Newspaper (1931–1933): the publication's history, structure, content]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 3: 170–191. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2022.170191 (In Russian)

Sartori R. (2006) Fotokul'tura II, ili «vernoe videnie» [Photoculture II, or "correct vision"]. In H. Günther, S. Hansgen (eds.) *Sovetskaya vlast' i media: sbornik statey* [Soviet Power and Media: a Collection of Articles]. St. Petersburg: Akademicheskiy proekt Publ. Pp. 145–163. (In Russian)

Semenov E. (1932) *Mezhdunarodnaya svyaz' fotokorov / Biblioteka fotokora. Kn. 4 (13)* [International Communication of Photo Correspondents / Photocors' Library. Book 4 (13)]. Moscow: ZHURGAZ Publ. (In Russian)

Stigneev V. T. (2012) *Vek fotografii, 1894–1994: ocherki istorii otechestvennoy fotografii. Izd. 5-e* [The Age of Photography, 1894–1994: Essays on the History of Russian Photography. 5th ed.] Moscow: Librokom Publ. (In Russian)

Stolyarski Ch. (2013) *The Rise of Photojournalism in Russia and the Soviet Union, 1900-1931.* PhD Thesis. Baltimore: Maryland.

Tokarev V. (2007) «Lovkach i prolaza» pod opekoy Kremlya. Sovetskiy fotozhurnalist 1930-kh godov ["Trickster and Swindler" under the Tutelage of the Kremlin. A Soviet Photojournalist of the 1930s]. *Istorik i khudozhnik* 4: 159–174. (In Russian)

Vartanov A.S. (ed.) (1986) *Antologiya sovetskoy fotografii. 1917–1940. Tom 1* [An Anthology of Soviet Photography. 1917–1940. Vol. 1]. Moscow: Planeta Publ. (In Russian)

Zakovyrina N. S. (2006) Diskussiya o formalizme i naturalizme v sovetskoy fotografii v seredine 1930-kh godov [A Discussion about Formalism and Naturalism in Soviet Photography in the Mid-1930s]. *Vestn. Yuzhno-Ural'sk. gos. un-ta. Ser.: Sotsial'no-gumanitarnye nauki* 8 (63): 31–35. (In Russian)

Zherebtsov B. (1932) *Tekstovka k fotosnimku / Biblioteka gazety «Fotokor»*. [Text Message to the Photograph / Library of the Photocor Newspaper]. Moscow: ZHURGAZ Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
20.09.2022

**Видинеева Наталья Юрьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Английский язык», Пензенский государственный университет, Пенза, Россия; e-mail: ya.natashavidineeva@yandex.ru

## ФОРМАТ СОВЕТСКОГО ДЕТСКОГО ЖУРНАЛА «КОСТЕР» В КОНТЕКСТЕ АКТУАЛИЗАЦИИ АКСИОЛОГИЧЕСКИХ УСТАНОВОК[1]

*В статье представлены результаты изучения формата советского детского журнала «Костер». В качестве материала было привлечено 10 выпусков журнала позднесоветского периода. В ходе исследования было установлено, что материалы, публикуемые на первых полосах и в первой половине выпуска, несут значительную аксиологическую нагрузку. Они актуализируют общественно важные ценности: патриотизм, историческую память, товарищество, взаимопомощь, идеалы революции, – обусловленные идеологической направленностью политики государства, что предопределяет воспитательную функцию журнала. Материалы, выполняющие развлекательную функцию, обычно расположены в конце номера, что соответствует функционалу издания, который заключался в идеологическом воспитании, а не в развлечении.*

***Ключевые слова**: детская периодика, советский, «Костер», ценности.*

**Natalia Yu. Vidineeva**, PhD in Philology, Associate Professor at the English Chair, Penza State University, Penza, Russia; e-mail: ya.natashavidineeva@yandex.ru

## THE FORMAT OF THE SOVIET CHILDREN'S MAGAZINE KOSTYOR IN THE CONTEXT OF ACTUALIZATION OF AXIOLOGICAL ATTITUDES

*The author concerns the format characteristics of a Soviet children's magazine, conditioned by the value content of the materials presented in the magazine. The relevance of the study is accounted for by the insufficiency of research into the format of children's periodicals in the USSR, as well as the correlation between the format, value attitudes, and social reality. The purpose of the study was to establish and analyze these correlations. The research was carried out within the discourse analysis framework. As empirical material, 10 issues of the Kostyor magazine of the late Soviet period were used. In the course of the study, the author analyzed both the covers and the content of the issues and classified the content of the publications according to their genres. Next, the author distinguished values conveyed by the content and, finally, established correlations between the values of the content and the position of the publication within the issue. As a result, it was found that the materials published on the front pages and in the first half of the issue carry*

*a significant axiological load. They actualize such socially important values as patriotism, historical memory, fellowship, mutual assistance, and the ideals of the Revolution. This determines the awareness-raising function of the magazine. The direction of education itself is conditioned by the ideological orientation of state policy. Materials that perform an entertainment function are usually placed at the end of the issue. This corresponds to the functionality of the magazine, which focuses on ideological education rather than entertainment.*

***Key words**: children's periodicals, Soviet, Kostyor, values.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.117133*

**Введение**

Изучение, научное осмысление и анализ богатого культурного наследия СССР, в том числе и детских периодических изданий, является востребованным направлением современных гуманитарных наук. Об этом свидетельствует аналитический обзор, подготовленный О. А. Мусориной и Т. В. Дубровской (2022).

В фокусе проводимых исследований находится история становления детской периодики, которая отражала насущные общественно-политические проблемы каждого конкретного периода. Так, в предвоенный период лейтмотивом детской прессы были поиски внешних и внутренних врагов, подготовка детей к военным действиям в литературной форме могла подготовить их к наступлению реальных боевых действий (Наумова, 2017). В поствоенную эпоху в детской прессе большее внимание уделялось индивидуальным потребностям личности, ее интересам (Кудряшев, 2019). Кроме этого, исследователи анализируют важнейшую функцию советской детской прессы – воспитательную (Головин, Коханая, 2018 а, б). Востребованным исследовательским направлением представляется изучение связи тематики публикаций в детских СМИ и идеологического вектора внутренней и внешней политики государства (Сазоненко, 2021; Громова, 2021; Савина, Корнюшкина, 2020; Ермолова, 2021). Специфика репрезентации общественных отношений в СССР через тематические центры в публикациях детских СМИ была рассмотрена нами в одной из наших прошлых работ (Видинеева, 2022). Аксиологическое наполнение детских печатных СМИ также привлекает исследовательский интерес. Так, репрезентации советского общества, выраженные в тематике публикаций, изучает Я. А. Блохина (2022). Манифестируемые в советской детской перио-

дике ценности на примере белорусского журнала «Вяселка» анализирует С. В. Харитонова (2021).

Формат, типология и содержание детских СМИ также являются востребованными направлениями исследований. Исследователи изучают типологические признаки сетевых детских журналов (Андронникова, Демина, 2018), специфицируют жанры современных детских СМИ (Вяткина, 2013), изучают дизайн детских журналов и потенциал дизайнерского оформления с точки зрения его продающей способности (Макаренко, 2015). Содержательно-формальные свойства развлекательных детских СМИ рубежа XX–XXI вв., а также механизмы развлечения изучает С. В. Харитонова (2020). Д. К. Селиверстова анализирует актуализацию семейных ценностей в различных жанрах российских массмедиа (2010). Типологию современных региональных детских периодических изданий описывает Р. О. Климова (2012). В своей работе исследовательница обращается и к осмыслению советского прошлого детской периодики: «Газеты для детей играли важную роль в советскую эпоху. Они были частью политического воспитания детей, руководителями пионерского движения, выразителями настроений пионеров и комсомольцев» (2012: 44).

Пока нам не встретились работы, которые были бы посвящены анализу формата советских журналов для детей. Внимание исследователей недостаточно обращено к обусловленности формата советских детских СМИ их ценностным наполнением. Аксиологические установки, транслируемые в рубриках детского журнала, расположение рубрик в номере и относительно друг друга может пролить свет на то, в каком направлении двигалось нравственное развитие и воспитание, осуществляемое государством через периодические издания.

Целью нашего исследования стали описание и анализ характеристик формата советских детских периодических изданий, а также установление корреляции формата журнала и транслируемых в нем общественных и личностных ценностных установок.

**Методика**

Материалом исследования послужили выпуски журнала «Костер» за 1970–1980 гг. Для анализа нами были отобраны 10 выпусков. Отметим, что выпуски 1970-х гг. состояли из 68 страниц, а 1980-х – из 54 страниц.

Типологизация общественно важных аксиологических установок в рамках выбранного нами методологического подхода возможна через категорию топоса. Топос является неоднозначной категорией, однако мы, вслед за Т. В. Дубровской, понимаем его как тематический и аксиологический центр коммуникации (2019: 60). Алгоритм исследования предполагал выполнение следующих шагов:

– анализ содержимого обложки каждого выпуска, выявление связей вербального и мультимодального содержания первой полосы и всего выпуска;

– классификация представленных в каждом выпуске материалов по рубрикам и жанрам, как литературным, так и журналистским;

– определение аксиологических установок, выраженных в категории топоса, которые транслируются в опубликованных материалах;

– соотнесение аксиологического наполнения материалов с их расположением в номере.

**Результаты**

Анализ формата детского периодического издания мы начинаем с его обложки. Обложка журнала, будучи его «лицом», задает определенный горизонт ожиданий от выпуска. В случае с журналом «Костер» это происходит как в эксплицитной, так и в имплицитной форме. Под эксплицитным формированием горизонта ожиданий мы подразумеваем размещение на обложке краткого содержания номера, которое предваряется подзаголовком «В номере». Однако отметим, что из всего изученного нами корпуса такие подзаголовки встретились всего в двух выпусках.

Имплицитно задать ожидания от выпуска помогают визуальные компоненты, размещенные на обложке. Так, ориентированность журнала на конкретную группу населения (школьники средних классов – пионеры) имплицитно выражает размещенный в углу страницы красный галстук – один из символов пионерского движения (см. рис.1).




*Рис. 1. Пионерский галстук на обложке журнала «Костер» (изображение взято из открытого источника: http://nozdr.ru/data/media/biblio/j/ko/1985/Костер%201985-07.pdf)*

На обложке каждого выпуска размещается большое красочное изображение с тем или иным сюжетом. Выбор сюжета для изображения не случаен, он продиктован тематикой, пронизывающей весь выпуск. Таким образом, читатели понимают, материалов какой направленности можно ждать в данном выпуске. Нередко визуальное оформление обложки и, как следствие, тематическое содержание номера приурочено к определенному государственному празднику или значимому общественно-политическому событию: Дню советской армии и военно-морского флота, Всемирному фестивалю молодежи и студентов, Дню Великой Октябрьской социалистической революции и проч. Сюжеты, отраженные на таких обложках, имплицитно актуализируют определенные ценностные установки. К примеру, на обложке февральского выпуска за 1975 г. изображены солдаты Советской армии, а изображение сопровождает лозунг «Советской армии слава!» (см. рис. 2). Такая обложка не только позволяет предположить, что содержание номера будет посвящено теме советской армии, но и повышает престиж советских военнослужащих. Визуальное наполнение обложки, таким образом, вкупе с содержанием номера актуализирует ценности патриотизма, уважение к профессии военного. Трансляция подобного имплицитного смысла вполне соотносится с траекторией государственной политики СССР, закрепленной в Конституции СССР: «Статья 132. Всеобщая воинская обязанность является законом. Воинская служба в рядах Вооруженных Сил СССР представляет почетную обязанность граждан СССР»[2]; «Статья 133. Защита Отечества есть священный долг каждого гражданина СССР»[3].




*Рис. 2. Обложка журнала «Костер»*
*(изображение взято из открытого источника:*
*http://nozdr.ru/data/media/biblio/j/ko/1975/Костер%201975-02.PDF)*

Отдельно отметим, что номера журналов, выходящие в период праздников, конвенционально интересных для ребенка, например в Новый год, не сопровождаются красочными новогодними изображениями или сопровождаются в минимальном объеме. То же самое касается и содержания номера, в котором новогодняя тематика может вовсе не затрагиваться. Это позволяет нам сделать промежуточный вывод о том, что целью пионерского журнала было не развлечение детей, а формирование у них идеологического мировоззрения, основанного на аксиологических ориентирах политики государства.

Теперь обратимся к внутреннему содержанию «Костра». Все жанровое многообразие журнала представляет собой комбинацию журналистских и литературных жанров. Среди журналистских

жанров мы выделили репортаж, заметку, интервью, рецензию, очерк, фельетон. Среди литературных – рассказ, повесть, сказка, стихотворение, воспоминание. Страницы «Костра» богаты публикациями в литературных жанрах. Здесь публикуются художественные произведения советских писателей, тематически ориентированные и на обыденную жизнь школьника-пионера и на события Великой Отечественной и Гражданской войны. О процессе медиатизации русской литературы на страницах пионерского периодического издания пишет Т. В. Дубровская: «Процесс медиатизации позволял выйти за рамки школьной программы, охватить более широкий круг авторов и произведений и показать, что процесс чтения несводим к обязательному чтению» (2022: 25). Включение в выпуск разнообразных художественных произведений было призвано стимулировать у юных читателей интерес к литературе, побудить их читать произведения, выходящие за рамки обязательной школьной программы.

Публикации в названных жанрах являются разовыми, то есть уникальными для каждого отдельно взятого номера. Исключение составляет только жанр стихотворения. В «Костре» существовало несколько стихотворных рубрик, повторяющихся из выпуска в выпуск, к примеру: «Страна Поэзия», «Уголек», «Стихи твоих ровесников».

Что касается других постоянных рубрик, то мы смогли выделить: «Салют, Победа!» (выходила только в 1975 г., в год 30-летия победы в Великой Отечественной войне), «Морская газета», «Клуб кино для всех», «Барабан», «Арчебек», «Алло! Институт! Что нового?», «Школа “Спринт”», «Всесоюзный спортивный клуб юных прыгунов и спринтеров». Все эти рубрики представляют собой комбинацию жанров. В рамках каждой рубрики можно встретить и заметку, и репортаж, и интервью, и очерк. Однако ценности, транслируемые из выпуска в выпуск, остаются неизменными. К примеру, рубрика «Салют, Победа!» актуализировала ценности исторической памяти о Великой Отечественной войне: «<...> в школе есть “КНИГА СЛАВЫ”, где рассказано о подвиге Петра Дернова, подвиге во имя мира на Земле, во имя счастья всех людей» (1975, № 2); «Морская газета» актуализировала ценность знаний о морском деле и профессии моряка; «Алло! Институт! Что нового?» транслировала ценность научно-технического прогресса: «В нашем институте разработаны новые стрелочные переводы. При таких переводах поезд не снижает скорости на всем своем

пути <...> Уже сейчас это изобретение позволило сэкономить десять миллионов рублей» (1970, № 12); «Школа “Спринт”» и «Всесоюзный спортивный клуб юных прыгунов и спринтеров» – ценность здорового образа жизни.

Порядок следования материалов в каждом выпуске неодинаков. Номер может начинаться как с очерка, так и с рассказа, как с повести, так и с репортажа. Строгость композиции выпуска обусловлена не жанровой принадлежностью материалов, а аксиологическими установками, транслируемыми в публикациях. Журнал являлся медиапродуктом государственной молодежной организации СССР, и поэтому в первой половине выпуска редакторы помещали материалы, реализующие важные в рамках государственной политики ценности.

В публикациях первой половины каждого номера основными топосами, транслирующими ценности, были топосы патриотизма и исторической памяти о Гражданской, Великой Отечественной войне, идеалов революции, дружбы народов, научно-технического прогресса, трудолюбия и уважения к профессии, взаимопомощи и товарищества. Это свидетельствует о том, какие качества желало воспитать в юных читателях государство, какими оно видело тех, кто будет жить и трудиться на благо страны и народа. Рассмотрим на примерах реализацию каждого из топосов.

Мы изучаем топос патриотизма и исторической памяти как единое целое, поскольку во многом любовь к Родине актуализировалась за счет сохранения памяти о подвигах и свершениях героев революции, борьбе с контрреволюционерами, с фашистскими захватчиками. При этом ценность исторической памяти всегда соседствует с обличением идеологического врага. Нередко с ценностью исторической памяти о Великой Отечественной войне соседствует и ценность взаимопомощи боевых товарищей. На страницах «Костра» ценности патриотизма и исторической памяти реализуются в художественных жанрах, например рассказах и повестях, публикуемых на первых полосах: «Только кое-где постреливали еще фашисты, из оголтелых. Но выстрелы эти не могли нарушить крепкого сна победителей» (1975, № 2).

Актуализация топоса идеалов революции также представляется важной в контексте идеологического воспитания подрастающего поколения. Реализация достигалась через идеализацию главных лиц Октябрьской революции, в первую очередь В. И. Ленина, который предстает справедливым и милосердным к простым людям:

«И вдруг этот неизвестный ему человек говорит совсем другое и по-другому, не как учитель с неразумным учеником, а как равный с равным»; «Заметив Шелгунова, Ленин оборвал разговор с товарищами, поспешил навстречу старому соратнику, обнял его и поцеловал» (1975, № 11). Кроме того, актуализация ценностей революции достигалась через героизацию рядовых революционеров, сторонников идей коммунизма: «<...> его товарищи на воле не теряли времени даром. Как только узнали о голодовке, – в городе началось такое, что губернатор за голову схватился. Митинги, листовки, заявления в столицу, манифестации» (Там же).

Для позднесоветских детских журналов не характерна милитаристская риторика, напротив, детская периодика транслирует топос дружбы народов. Это представляется важным для поддержания стабильности внутри такой многонациональной страны, как СССР, и для укрепления мира между государствами: «Люди всей планеты твердо знают, что столица нашей Родины Москва – это город мира <...> В День мира вместе со всеми делегатами Фестиваля они скажут решительное “нет” новой термоядерной войне, скажут громогласное “да” миру во всем мире» (1985, № 7). В треугольнике «государство–детские СМИ–дети» актуализация этой ценности выглядит целесообразно, поскольку она закреплена и в Конституции СССР: «Статья 28. СССР неуклонно проводит ленинскую политику мира, выступает за упрочение безопасности народов и широкое международное сотрудничество. Внешняя политика СССР направлена на обеспечение благоприятных международных условий для построения коммунизма в СССР, защиту государственных интересов Советского Союза, укрепление позиций мирового социализма, поддержку борьбы народов за национальное освобождение и социальный прогресс, на предотвращение агрессивных войн, достижение всеобщего и полного разоружения и последовательное осуществление принципа мирного сосуществования государств с различным социальным строем»; «Статья 64. Долг каждого гражданина СССР – уважать национальное достоинство других граждан, укреплять дружбу наций и народностей Советского многонационального государства»[4].

Выполнение пятилетних планов, развитие научно-промышленного комплекса обусловили трансляцию на страницах детского журнала топоса научно-технического прогресса. Репортажи и очерки о последних достижениях науки и техники могли способствовать и профессиональной ориентации тогдашних школьни-

ков, вызывая в них желание быть причастными к крупным научным и промышленным достижениям: «Скоро советские ракеты помогут изучать космос и другим странам. В будущем году они выведут на околоземные орбиты французские спутники, доставят французскую научную литературу на Луну. На международном ракетном полигоне в Тхумбе (Индия) с помощью советских ракет постоянно будут исследовать верхние слои атмосферы» (1970, №12).

Для выполнения функции профориентации в материалах журнала актуализировался топос уважения к профессии, а также трудолюбия. Труд считался одной из главных общественных ценностей в советском обществе, что опять же было закреплено в главном законе: «Статья 60. Обязанность и дело чести каждого способного к труду гражданина СССР – добросовестный труд в избранной им области общественно полезной деятельности, соблюдение трудовой дисциплины. Уклонение от общественно полезного труда несовместимо с принципами социалистического общества»[5]. Юным читателям внушалась необходимость с уважением относиться к любой профессии – от учителя до плотника, убежденность в том, что упорный труд может помочь человеку найти свое место в жизни: «У колхозных мальчишек Лауринас уже давно и прочно заслужил прозвище “изобретатель”. А для их пап и мам он прежде всего комбайнер, причем лучший в хозяйстве. Уже три года не знает себе равных на жатве, намолачивает на своем комбайне больше всех зерна» (1980, № 6).

Другой востребованный на страницах «Костра» топос – топос взаимопомощи и товарищества. Идея важности взаимопомощи актуализируется как в бытовом контексте (в сеттинге школьной жизни, отношений между сверстниками), так и в милитарном контексте (к примеру, при описании событий ВОВ). Манифестация ценности помощи ближнему подчеркивает важность не только воспитания детей в нужном государству идеологическом ключе, но и их морального и нравственного воспитания: «Запомни, в солдатской фляжке всегда один лишний глоток должен быть. Для товарища» (1975, № 2).

Углубляясь в выпуск «Костра», можно заметить, что реализуемые в публикациях топосы начинают сменяться. Как правило, материалы второй половины номера демонстрируют топосы просвещения, хобби и увлечений, бережного отношения к природе, развлечений.

Актуализация топоса просвещения призвана стимулировать интерес школьников к учебе, к конкретным областям знаний (например, к географии, биологии, астрономии), что в будущем может способствовать профессиональной ориентации детей. Тематически публикации, реализующие ценность просвещения, направлены на рассказ о природных явлениях, достижениях науки в доступной для детей форме. Топос просвещения актуализируют также разнообразные викторины и кроссворды. Ребенок в попытках найти правильный ответ может обратиться к справочной литературе или к взрослым, расширяя, таким образом, свои познания об окружающем мире.

Кроссворды и викторины также актуализируют и топос развлечения, так как являются способом интересно провести время одному или в компании сверстников. Развлечение читателей также обусловливают шутки, анекдоты, фельетоны, несерьезные стихотворения из постоянной рубрики «Уголек». Эти материалы всегда помещаются на последних страницах выпуска и в определенной мере смягчают общий идеологически ориентированный тон выпуска.

Манифестация топоса хобби и увлечений помогает читателям найти дело по душе среди разнообразия интересов, с пользой проводить свободное время. Здесь мы отметим постоянную рубрику «Арчебек», посвященную обучению игре в шахматы. В этой рубрике публикуются шахматные задачи, их решение, а также иногда новости из мира шахмат. С помощью этой рубрики дети, умеющие играть в шахматы, могли улучшить свои навыки, а те, кто не умел, могли заинтересоваться и получить первое представление об игре. Кроме шахматной рубрики, ценность увлечений реализуют заметки, очерки о детях – ровесниках читателей – с рассказами об их увлечениях: «А еще у меня есть второй разряд по велоспорту. Люблю играть в волейбол, занимаюсь гимнастикой, люблю шить. Только_бездельники жалуются на занятость» (1980, № 1). Отметим также жанр рецензии на рисунки, присланные юными читателями. Полагаем, что такие рецензии могли помочь детям улучшить навыки рисования, получить мотивацию к дальнейшему развитию: «Стать художником, если ты даже очень способный человек, но ленив и нелюбознателен – невозможно» (1980, № 7). Отметим использование отрицательно окрашенной лексики, когда речь заходит об увлечениях: бездельники, ленив, нелюбознателен. Ее роль мы видим в формировании у ребят негативного отношения

к безделию, праздному времяпрепровождению, безответственному отношению к своему досугу.

Трансляция топоса бережного отношения к природе способствовала формированию осознанного отношения к окружающему миру. Бережное отношение к флоре и фауне объявлялось делом государственной важности, и Конституция СССР об этом говорит следующее: «Статья 67. Граждане СССР обязаны беречь природу, охранять ее богатства»[6]. Публикации, актуализирующие этот топос, демонстрировали неповторимую красоту природы Советского Союза, рассказывали о повадках животных. Многие из таких материалов, в том числе в рубрике «Зеленые страницы», выходили из-под пера или под редакцией известного советского писателя-натуралиста Н. И. Сладкова. Публикации о природе учили видеть прекрасное в обыденном, относиться к природе как к живому существу и могли побудить детей с уважением относиться к окружающей среде: «Но бывают другие болота – неправдоподобной, удивительной красоты <...> Все огромное розовое болото зашевелилось, засуетилось, залопотало – проснулось <...> Да, это не сон – вокруг и под ногами болото! Но какое болото!» (1970, № 8).

**Выводы**

Изучив формат и аксиологическое наполнение советского детского журнала, мы можем сделать выводы о зависимости одного от другого, а также о функции издания. Несмотря на многообразие представленных в «Костре» жанров публикаций, не жанры определяют, в каком порядке расположатся материалы в выпуске, а их ценностная ориентация. На первых полосах, в том числе и на обложке, в центре внимания материалы, транслирующие ценности патриотизма и исторической памяти, идеалов революции, дружбы народов, научно-технического прогресса, трудолюбия, взаимопомощи и товарищества. Эти ценности совпадали с государственной политикой, как внешней, так и внутренней, ориентировали аудиторию на нужный вектор развития и способствовали нравственному воспитанию.

Материалы, публикуемые ближе к концу выпуска, актуализировали ценности увлечений, просвещения, бережного отношения к природе, развлечения. Так детям помогали ориентироваться в окружающей действительности, учили жить в гармонии с собой и окружающей средой. Материалы, манифестирующие ценность

развлечения, помогали юным читателям отвлечься от общего серьезного тона выпуска. Основной целью издания было идеологическое и нравственное воспитание аудитории, а развлекательная функция была на периферии внимания создателей журнала.

## Приложения

При подготовке статьи использовались следующие выпуски журнала:
«Костер». 1970. № 8; № 12.
«Костер». 1975. № 2; № 11.
«Костер». 1980. № 1; № 6; № 10.
«Костер». 1985. № 7; № 9; № 10.

## Примечания

[1] Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-00775, проект «Медиатизированная модель советского общества в детской периодике», https://rscf.ru/project/22-28-00775/

[2] http://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1936/red_1936/3959819/chapter/2d2b900633386ae1946956e94fe589c8/

[3] http://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1936/red_1936/3959819/chapter/acc462f0c2d2aed6a5d717eb96fedf9b/

[4] https://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1977/red_1977/5478732/]

[5] https://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1977/red_1977/5478732/

[6] https://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1977/red_1977/5478732/

## Библиография

*Андронникова О. В.*, *Демина Л. И.* Особенности развития сетевых журналов для детей в контексте массовой коммуникации // Известия Саратов. ун-та. Новая серия. Сер.: Филология. Журналистика. 2018. № 2. Т. 18. С. 225–229. DOI: 10.18500/1817-7115-2018-18-2-225-229.

*Блохина Я. А.* Тематическая характеристика журнала «Пионер» как источника репрезентаций советского общества // Политическая лингвистика. 2022. № 2 (92). С. 172–182.

*Видинеева Н. Ю.* Специфика репрезентации общественных отношений в журнале «Костер» (1970–1980 годы) // Научный диалог. 2022. Т. 11. № 5. С. 195–210. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-5-195-210.

*Вяткина А. А.* Журнал vs альбом: к проблеме жанра детской периодики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 7 (25). С. 65–69.

*Головин Ю. А.*, *Коханая О. Е.* (а) Детско-юношеские общественные движения и отечественная детская периодика как факторы ценностного самоопределения личности // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 2. С. 132–148. DOI: 10.17805/zpu.2018.2.13.

*Головин Ю. А.*, *Коханая О. Е.* (б) Газета «Пионерская правда» как феномен эффективной коммуникации // Реклама и связи с общественностью:

традиции и инновации. Ростов н/Д: Ростовск. гос. ун-т путей сообщения, 2018. С. 13–24.

*Громова М. М.* Трансформация образа Японии в журнале «Мурзилка» в XX в. // Stephanos. 2021. № 5 (49). С. 18–24. DOI: 10.24249/2309-9917-2021-49-5-18-24.

*Дубровская Т.В.* «Любви достойна только мать и Гелендваген 5.5»: пацанская лирика как жанр молодежного интернет-дискурса // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 56–65. DOI: https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-56-65.

*Дубровская Т. В.* Мир русской литературы в детском журнале «Пионер» 1970–1980-х годов // Вестн. Донецк. нац. ун-та. Сер. Д: Филология и психология. 2022. №1. С. 20–26.

*Ермолова А. И.* «Саша рисует ракету, а Боря рисует конфету...»: образы космоса в журналах для детей конца 1950–1960-х годов // Наследие веков. 2021. № 2 (26). С. 24–34. DOI: 10.36343/SB.2021.26.2.002.

*Климова Р. О.* Типология современной детской периодики Челябинской области, издающейся при домах детского творчества // Медиасреда. 2012. № 7. С. 43–46.

*Кудряшев А. В.* Газета «Пионерская правда» как историко-педагогический источник // Источники исследования о педагогическом прошлом: интерпретация проблем и проблемы интерпретации. М.: Моск. пед. гос. ун-т, 2019. С. 378–389.

*Макаренко Е. Ю.* Дизайн детских журналов и феномен консьюмеризма // Актуальные вопросы современной науки. 2015. № 2 (6). С. 67–70.

*Мусорина О. А.*, *Дубровская Т. В.* Советская детская печать как средство медиатизации советских образцов культуры: аналитический обзор // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 2. С. 249–263. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(2).249-263.

*Наумова М.* «Если завтра война...» Подготовка к войне как часть воспитания советских школьников 1930-х годов (по материалам журнала «Пионер») // Логос. 2017. № 5 (120). С. 163–186.

*Савина А. А.*, *Корнюшкина К. А.* Карикатура как источник по истории советского детства (по материалам газеты «Пионерская правда» второй половины 20-х годов XX в.) // Ученые записки Казанск. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2020. Т. 162. С. 194–209. DOI: 10.26907/2541-7738.2020.6.194-209.

*Сазоненко М. А.* Атрибуты советского детства: история трансформации (на примере иллюстративного материала детских журналов 1920-1990-х годов) // Вестн. Новосибирск. гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2021. № 6. С. 85–95. DOI: 10.25205/1818-7919-2021-20-6-85-95.

*Селиверстова Д. К.* Современные российские масс-медиа о семье и семейных ценностях // Проблемы массовой коммуникации. Ч. 1 / под ред. *В. В. Тулупова*. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2010. С. 46–47.

*Харитонова С. В.* Журнал «Вяселка» в духовно-нравственном и эстетическом воспитании детей БССР // Весці БДПУ. Серыя 1. Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. 2021. № 3 (109). С. 125–129.

*Харитонова С.В.* Содержательно-формальные свойства развлекательной прессы для детей конца XX – начала XXI века // Труды БГТУ. Сер. 4: Принт- и медиатехнологии. 2020. № 2 (237). С. 97–103.

## Notes

The research was done with the support of Russian Science Foundation, project № 22-28-00775 "Mediatized model of the Soviet society in children's periodicals", https://rscf.ru/project/22-28-00775/

## References

Andronnikova O. V., Demina L. I. (2018) Osobennosti razvitiya setevykh zhurnalov dlya detey v kontekste massovoy kommunikatsii [Development of Online Children's Magazines in the Context of Mass Communication]. *Izvestiya Saratov. un-ta. Novaya seriya. Ser.: Filologiya. Zhurnalistika* 2 (18): 225–229. DOI: 10.18500/1817-7115-2018-18-2-225-229 (In Russian)

Blokhina Ya. A. (2022) Tematicheskaya kharakteristika zhurnala «Pioner» kak istochnika reprezentatsiy sovetskogo obshchestva [Thematic Characteristics of the Pioner Magazine as a Source of Representations of Soviet Society]. *Politicheskaya lingvistika* 2 (92): 172–182. (In Russian)

Dubrovskaya T. V. (2019) «Lyubvi dostoyna tol'ko mat' i Gelendvagen 5.5»: patsanskaya lirika kak zhanr molodezhnogo internet-diskursa ["Only Mom Deserves Love and Gelandewagen 5.5": the Boyish Lyrical Poetry as a Genre of Youth Internet Discourse]. *Zhanry rechi* 1 (21): 56–65. DOI: https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-56-65 (In Russian)

Dubrovskaya T. V. (2022) Mir russkoy literatury v detskom zhurnale «Pioner» 1970-1980-kh godov [The World of Russian Literature in the Children's Magazine Pioner of the 1970s–1980s]. *Vestn. Donetsk. nats. un-ta. Ser. D: Filologiya i psikhologiya* 1: 20–26. (In Russian)

Ermolova A. I. (2021) «Sasha risuet raketu, a Borya risuet konfetu...»: obrazy kosmosa v zhurnalakh dlya detey kontsa 1950–1960-kh godov ["Sasha Is Drawing a Rocket while Borya Is Drawing a Sweet...": Space Images in Children's Magazines of the Late 1950s–1960s]. *Nasledie vekov* 2 (26): 24–34. DOI: 10.36343/SB.2021.26.2.002 (In Russian)

Golovin Yu. A., Kokhanaya O. E. (2018 a) Detsko-yunosheskie obshchestvennye dvizheniya i otechestvennaya detskaya periodika kak faktory tsennostnogo samoopredeleniya lichnosti [Children's and Youth Public Movements and Domestic Children's Periodicals as Factors of Axiological Self-Determination of a Personality]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* 2: 132–148. DOI: 10.17805/zpu.2018.2.13 (In Russian)

Golovin Yu. A., Kokhanaya O. E. (2018 b) Gazeta «Pionerskaya pravda» kak fenomen effektivnoy kommunikatsii [The Pionerskaya Pravda Newspaper as a Phenomenon of Efficient Communication]. In *Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu: traditsii i innovatsii* [Advertising and Public Relations: Traditions and Innovations]. Rostov-on-Don: Rostov State Transport University Publ. Pp. 13–24. (In Russian)

Gromova M. M. (2021) Transformatsiya obraza Yaponii v zhurnale «Murzilka» v XX v. [Transformation of the Image of Japan in the Murzilka Magazine in the 20th Century]. *Stephanos* 5 (49): 18–24. DOI: 10.24249/2309-9917-2021-49-5-18-24 (In Russian)

Kharitonova S. V. (2020) Soderzhatel'no-formal'nye svoystva razvlekatel'noy pressy dlya detey kontsa XX – nachala XXI veka [Substantial and Formal Properties of the Entertainment Children's Press of the Late 20th – Early 21st Century]. *Trudy BGTU. Ser. 4: Print- i mediatekhnologii* 2 (237): 97–103. (In Russian)

Kharitonova S. V. (2021) Zhurnal «Vyaselka» v dukhovno-nravstvennom i esteticheskom vospitanii detey BSSR [The Vyaselka Magazine in Spiritual, Moral and Aesthetic Upbringing of Children of BSSR]. *Vestsi BDPU. Ser. 1: Pedagogika. Psikhalogiya. Filalogiya* 3 (109): 125–129. (In Russian)

Klimova R. O. (2012) Tipologiya sovremennoy detskoy periodiki Chelyabinskoy oblasti, izdayushcheysya pri domakh detskogo tvorchestva [Typology of Modern Children's Periodicals of the Chelyabinsk Region Published at Houses of Children's Creativity]. *Mediasreda* 7: 43–46. (In Russian)

Kudryashev A. V. (2019) Gazeta «Pionerskaya pravda» kak istoriko-pedagogicheskiy istochnik [The Pionerskaya Pravda Newspaper as a Historical and Pedagogical Source]. In *Istochniki issledovaniya o pedagogicheskom proshlom: interpretatsiya problem i problemy interpretatsii* [Sources of a Study into the Pedagogical Past: Interpretation of Problems and Problems of Interpretation]. Moscow: Moscow State Teacher Training University Publ. Pp. 378–389. (In Russian)

Makarenko E. Yu. (2015) Dizayn detskikh zhurnalov i fenomen kons'yumerizma [Design of Children's Magazines and the Phenomenon of Consumerism]. *Aktual'nye voprosy sovremennoy nauki* 2 (6): 67–70. (In Russian)

Musorina O. A., Dubrovskaya T. V. (2022) Sovetskaya detskaya pechat' kak sredstvo mediatizatsii sovetskikh obraztsov kul'tury: analiticheskiy obzor [The Soviet Children's Press as a Tool of Mediatization of Soviet Specimens of Culture: an Analytical Review]. *Theoretical and practical issues of journalism* 11 (2): 249–263. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(2).249-263 (In Russian)

Naumova M. (2017) «Esli zavtra voyna...» Podgotovka k voyne kak chast› vospitaniya sovetskikh shkol›nikov 1930-kh godov (po materialam zhurnala «Pioner») ["If Tomorrow a War Begins..." Preparation for a War as Part of Soviet Schoolchildren's Upbringing in the 1930s (a case study of the Pioner magazine)]. *Logos* 5 (120): 163–186. (In Russian)

Savina A. A., Kornyushkina K. A. (2020) Karikatura kak istochnik po istorii sovetskogo detstva (po materialam gazety «Pionerskaya pravda» vtoroy poloviny 20-kh godov XX v.) [A Cartoon as a Source in the History of Soviet Childhood (a case study of the Pionerskaya Pravda newspaper in the second half of the 1920s)]. *Uchenye zapiski Kazansk. un-ta. Ser.: Gumanitarnye nauki* 162: 194–209. DOI: 10.26907/2541-7738.2020.6.194-209 (In Russian)

Sazonenko M. A. (2021) Atributy sovetskogo detstva: istoriya transformatsii (na primere illyustrativnogo materiala detskikh zhurnalov 1920–1990-kh godov) [Attributes of Soviet Childhood: Transformation History (a case study of the illustrative material of children's magazines of the 1920s–1990s)]. *Vestn. Novosi-*

*birsk. gos. un-ta. Ser.: Istoriya, filologiya* 6: 85–95. DOI: 10.25205/1818-7919-2021-20-6-85-95 (In Russian)

Seliverstova D. K. (2010) Sovremennye rossiyskie mass-media o sem'e i semeynykh tsennostyakh [Modern Russian Mass Media about Family and Family Values]. In V. V. Tulupov (ed.) *Problemy massovoy kommunikatsii. Ch. 1.* [Problems of Mass Communication. Part 1]. Voronezh: Voronezh State University Academic Press Publ. Pp. 46–47. (In Russian)

Vidineeva N. Yu. (2022) Spetsifika reprezentatsii obshchestvennykh otnosheniy v zhurnale "Koster" (1970–1980 gody) [Representation of Social Relations in the Kostyor Magazine (1970–1980)]. *Nauchnyy dialog* 11 (5): 195–210. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-5-195-210 (In Russian)

Поступила в редакцию
19.08.2022

**Байбатырова Наиля Мунировна,** кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и истории журналистики, Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань, Россия; e-mail: aulova83@mail.ru

## ЭМИГРАНТСКАЯ ОППОЗИЦИОННАЯ МЫСЛЬ В ЖУРНАЛЕ-ГАЗЕТЕ «ТРИБУНА» (1983–1984 ГГ.)

*В статье представлены идеологическая концепция и издательские характеристики русскоязычной журнал-газеты «Трибуна», выходившей во Франции и США в 1983–1984 гг. В издании печатались многие авторы с мировым именем, а также менее известные публицисты и общественные деятели, эмигрировавшие из Советского Союза. На страницах «Трибуны» высказывались мысли о необходимости радикальных изменений в социально-экономической и правовой сферах жизни советского государства. Многообразие свободно излагаемых на страницах «Трибуны» точек зрения заметно отличало ее от другой периодики третьей волны.*

***Ключевые слова**: русское зарубежье, эмигрантская периодика, третья волна, антисоветская пропаганда, политика и идеология эмиграции.*

**Nailya Munirovna Baibatyrova**, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Theory and History of Journalism, Tatishchev Astrakhan State University; e-mail: aulova83@mail.ru

## EMIGRANTS' OPPOSITION THOUGHT IN THE JOURNAL-NEWSPAPER TRIBUNA (1983–1984)

*The article analyzes the ideological concept and publishing characteristics of the Russian-language journal-newspaper Tribuna, published in France and the USA in 1983–1984. For the first time, a review is made of the points of view of journalists from the Russian diaspora on the history of the USSR as a global process presented on its pages. The variety of views of third wave emigrants on the domestic and international policies of the country is considered, the proposed ways of Soviet society's democratization are explored. Many world-famous authors who emigrated from the Soviet Union, as well as lesser-known journalists and public figures, published their works in the journal-newspaper. On its pages, they expressed bold thoughts about the need for radical changes in the social and economic, legal spheres of state life. It is concluded that Tribuna could have allowed more freedom of expression, which markedly distinguished it from other periodicals of the third wave. The concept of the journal-newspaper Tribuna was opposition to Soviet ideology. Having existed for a short period, Tribuna was able to influence emigrants' ideological, political, social and cultural orientation in the 1980s.*

***Key words**: Russian diaspora, emigrant periodicals, third wave, anti-Soviet propaganda, policy and ideology of emigration.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.134151*

**Введение**

Третью волну русской эмиграции часто называют этнической, поскольку во второй половине XX в. Советский Союз массово оставляли этнические евреи, которые бежали не от войн и революции, а покидали страну по идеологическим и отчасти экономическим мотивам. Точками новой локации эмигрантов стали США, Израиль, многие европейские страны, в том числе Франция. Еще в 1920-х гг. Париж и другие французские города являлись российскими антибольшевистскими центрами, о чем говорится в биографическом словаре под редакцией Л. Мнухина, М. Авриль, В. Лосской (2008). «Для русских Париж стал своеобразной Меккой», – отмечает исследователь отечественной эмиграции О. К. Антропов (2011: 17). Французский медиаландшафт второй половины XX в., с достаточным количеством общенациональных газет и журналов, хорошо развитой местной прессой, значительно обогатился русскоязычными изданиями эмигрантов из Союза. Известные писатели, публицисты, общественные деятели сотрудничали с редакциями русскоязычных газет и журналов. «Эта эмиграция сумела создать новую, никогда не бывалую инфраструктуру для своей литературы», – говорится в предисловии к сборнику произведений авторов третьей волны (Геребен (сост.), 1991: 7). Достаточно вспомнить лишь некоторые из них: журнал «Континент», инициированный А. И. Солженицыным и долгие годы руководимый известным писателем В. Е. Максимовым; «Синтаксис» А. Д. Синявского и М. Розановой. Популярными эмигрантскими изданиями во Франции 1970–1980-х гг. стали литературный журнал «Эхо» А. Л. Хвостенко и В. Р. Марамзина, искусствоведческие «Стрелец» А. Глезера, «А–Я» А. Алексеева и И. С. Шелковского. В 1983–1984 гг. громко заявила о себе и «Трибуна» – журнал-газета, которой посвящено данное исследование. Создатели и авторы издания принадлежали к разным идейным течениям, однако практически все придерживались оппозиционных по отношению к политическому режиму СССР взглядов.

Полная историография прессы русского зарубежья пока находится на стадии разработки. В комментариях к сводному каталогу периодических и продолжающихся эмигрантских изданий указывается, что «практически ни одна библиотека не обладает полной коллекцией периодики русского зарубежья» (Сводный каталог, 1999: 7). В отдельных исследованиях также затронуты проблемы библиографирования и оцифровки эмигрантских газет и журналов (Поляков, Будницкий (ред.), 2009).

Общим вопросам функционирования эмигрантской прессы третьей волны посвящены работы М. В. Нечаевой (2009), Е. Ю. Скарлыгиной (2010), ряда других авторов. Отдельные проблемы выражения идеологической оппозиции на страницах периодики русского зарубежья 1980-х гг. затрагивались в работах об истории русской эмиграции XX в. Вне фокуса внимания оставались издания, которые выходили непродолжительный период. К ним относится и журнал-газета «Трибуна», издававшаяся во Франции и позже в США чуть более одного года. Отсутствие публичного доступа к материалам этого и здания не позволяло получить достоверную информацию о том, что оно представляло собой в идейно-концептуальном, проблемно-тематическом и структурно-функциональном аспектах.

Новизна предлагаемой статьи обусловлена тем, что впервые сделан обзор представленных на страницах журнал-газеты «Трибуна» точек зрения публицистов русского зарубежья на историю России и СССР как общемировой процесс. Идеологические концепции журналистских материалов эмигрантов третьей волны в настоящее время исследованы гораздо меньше, чем творчество русского зарубежья предыдущих периодов.

На этапе исследования были использованы методы содержательно-исторического и проблемно-хронологического анализа. Содержательно-исторический метод был предложен И. Д. Ковальченко, который выделил в нем историко-типологический, историко-сравнительный, историко-генетический, историко-системный анализ (1987: 168–194). Метод проблемно-хронологического анализа позволил рассмотреть функционирование «Трибуны» в историческом контексте медиаландшафта эмигрантских изданий 1980-х гг. Принцип историзма обусловил анализ взглядов, нашедших отражение на страницах журнал-газеты, с учетом современных оценок наследия русского зарубежья второй половины XX в.

## Журнал-газета «Трибуна» в системе эмигрантской периодики

Оппозиционные советскому режиму идеи звучали со страниц многих журналов и газет русского зарубежья второй половины XX в. Основной аргумент состоял в том, что захват власти большевиками в 1917 г. решительно затормозил социально-экономическое развитие России. В целом третья волна русской эмиграции состояла из инакомыслящих – диссидентов и бывших советских оппозиционеров. Однако необходимо отметить, что мера и степень оппозиционности советской власти были различны. Большинство эмигрантов высказывались за демократизацию, которая, по их мнению, совершенно необходима индустриальному обществу. Среди оппозиционеров были верующие и атеисты, националисты и мультикультуралисты, сторонники либеральной экономики. Отдельные эмигрантские организации и их печатные органы даже откровенно симпатизировали различным проявлениям фашизма.

Издание русскоязычной прессы во второй половине XX в. было связано с осознанием эмигрантами из СССР собственной миссии, а также с материальными факторами: мало кто из представителей русского зарубежья мог прожить на писательские гонорары, поэтому пишущая интеллигенция вошла в инфраструктуру интеллектуально-издательской системы других стран. Одни издания печатались долгие годы, другие стали кратковременным явлением в журналистике русского зарубежья. Так, журнал-газета «Трибуна» выходила в свет чуть более года, при этом тираж был нестабильным и варьировался от 2 500 до 4 000 экземпляров. Всего вышло в свет шесть номеров: номера с первого по четвертый в 1983 г. были напечатаны в Фонтене-о-Роз (Франция), а пятый–шестой – в 1984 г. в Тарритаун (Нью-Йорк). На страницах журнал-газеты печатались общественные деятели, писатели и публицисты, деятели культуры и искусства. Издание продавалось в русских книжных магазинах в Париже и распространялось по подписке. «Трибуну» можно было приобрести в специализированном магазине русской книги *Librairie du Globe*, находившемся на парижском бульваре Бомарше, в старейшем округе Парижа – Марэ. Такие букинистические магазины, как и отдельные социальные учреждения, русские школы, клубы, рестораны, чайные, стали замкнутыми островками русской культуры в столице Франции. Основная концепция «Трибуны» основывалась на идеях антисоветизма, однако провозглашались принципы идейного монизма и защиты плюралистических взглядов, свободы политического самовыражения и демократической компромиссности.

У журнал-газеты «Трибуна» не было финансовых и технических возможностей, чтобы конкурировать с крупнейшими изданиями русского зарубежья второй половины XX в., такими, например, как «Континент» В. Е. Максимова и «Синтаксис» А. Д. Синявского. Однако «Трибуна» нашла своего читателя, ориентированного на свежую оценку социально-политических вопросов 1980-х гг. Разнообразие изданий третьей волны русской эмиграции говорило о востребованности и вовлеченности русскоязычной аудитории в современную публицистику и журналистику. Эмиграция стала значительным социально-историческим феноменом, перед ней стояла задача осмысления собственной миссии. В период 1980-х гг. в среде русского зарубежья усилились тенденции размежевания политических и идеологических сил. «Мышиная возня вместо конструктивных дискуссий, бесовщина вместо полемики, цензура вместо толерантности, дешевая софистика под видом глубокомысленных пародоксов <...>», – так описал состояние третьей волны русской эмиграции советский диссидент, специалист в области социологии и философии П. М. Абовин-Едигес[1].

В составе редколлегии «Трибуны» значились П. М. Абовин-Егидес, П. М. Литвинов, К. А. Любарский, А. Д. Синявский, Б. И. Шрагин, Е. Г. Эткинд, М. Михайлов. Журнал печатался на личные средства членов редколлегии и за счет добровольных взносов, а с третьего номера выпускался при финансовом участии эмигрантского издательства «Синтаксис». Периодическое издание распространялось по подписке и продавалось в розницу по цене 18 франков. Несмотря на то что журнал-газета просуществовала чуть больше года, она оставила значительный след в истории журналистики русского зарубежья второй половины XX в. По содержанию и периодичности выхода (один раз в месяц) издание тяготело к журнальной концепции, по издательским параметрам более походило на газету. Журнал-газета, безусловно, кардинально отличалась от более привычного для русского зарубежья формата «толстого» журнала. Главное отличие заключалось в скромном объеме и качестве типографской бумаги. «Трибуна» печаталась на дешевой газетной бумаге на 20–24 полосах и представляла собой листовое издание формата А3, выходившее в черно-белом варианте, с иллюстрациями (преимущественно графическими зарисовками и карикатурами) и фотографическими материалами. Количество колонок на полосах номеров варьировалось от двух до трех в зависимости от особенностей верстки конкретных материалов.

Издание содержало следующие тематические разделы: хроника политической жизни в СССР, интервью известных общественно-политических деятелей в русской эмиграции, политические комментарии международной обстановки, экономические обзоры ситуации в Советском Союзе и западных странах, материалы самиздата, полученные из России, хроника общественной жизни в эмиграции. Авторами статей были многие видные общественно-политические и литературные деятели третьей волны эмиграции: Д. В. Сеземан, Ю. И. Вишневская, С. Д. Довлатов, М. Г. Аксенов-Меерсон, Б. Хазанов, А. П. Каждан, Б. И. Шрагин и многие другие.

Советский астроном и физик, участник правозащитного движения в СССР Кронид Аркадьевич Любарский, эмигрировавший на запад в 1977 г., в первом номере издания подчеркивал, что «заинтересован в том, чтобы адресатом газеты стал демократически развитый читатель»[2]. На страницах «Трибуны» он писал, что в эмиграции нет издания, реально осуществляющего гласность, а это необходимо, поскольку русская эмиграция – целый микрокосм с интенсивной внутренней жизнью – заслуживает освещения.

**Проблемно-тематическое наполнение журнала-газеты «Трибуна»**

Рассмотрим некоторые материалы на политическую тематику, опубликованные в журнал-газете «Трибуна». В рубрике «От Брежнева к Андропову» в первом номере издания был размещен материал А. Д. Синявского под заголовком «Конец одной очень скучной эпохи»[3]. Статья полна сарказма и даже черного юмора, она изобилует политическими анекдотами. А. Д. Синявский подчеркивал, что история, вопреки марксизму, развивается неисповедимыми путями. Автор писал о том, что со смертью Л. И. Брежнева, по его мнению, мало что принципиально изменилось. Слишком велика инерция тяжести, которая обременяет Советскую империю множеством «придатков во всех частях света, за исключением пока что Австралии»[4]. А. Д. Синявский критиковал и коммунистическую идеологию, которая в период правления Брежнева приобрела черты «маразма», и разросшийся до гигантских масштабов загнивающий правящий аппарат. Позже, после смерти генерального секретаря Ю. В. Андропова, на страницах «Трибуны» зазвучали еще более смелые мысли о взаимоотношениях в ЦК компартии. Высказывались даже предположения о неестественных

причинах кончины вождя: «При тоталитаризме и диктатуре власть захватывается, а не вручается народом»[5].

В атмосфере общей апатии и запуганности все чаще стали звучать высказывания о необходимости отделения союзных республик, появились националистические настроения, русофобские идеи. В начале 1980-х гг. национальный вопрос в СССР стоял достаточно остро. Раньше других этой темы коснулись представители диссидентских кругов «шестидесятников», чьи работы распространялись в «самиздате», а наиболее смело и свободно оппозиционные мысли зазвучали среди русских эмигрантов третьей волны. Официально социализм провозглашался строем подлинного равенства всех наций и народностей, их социального, духовного расцвета и взаимообогащения, где нет места проявлениям межнациональной розни, националистическим и шовинистическим предрассудкам. Авторы «Трибуны» хотели уличить советское правительство в лживости национальной политики, поэтому появились материалы о дискриминации национальностей, лицемерной идеологии интернационализма и братства народов. Во многом это объясняло причины массовой эмиграции еврейского населения из СССР в конце 1970–1980-х гг.

Интересны интерпретации оппозиционными советскому режиму авторами социально значимого в эмигрантской парадигме понятия «демократия». В апрельском номере журнал-газеты за 1983 г. о ней рассуждают представители русского зарубежья. Так, Б. Хазанов емко определяет демократию как внешний гарант свободы: «Демократия – это тот невероятный случай, когда можно философствовать, что такое демократия, не боясь, что вас за это посадят в лагерь»[6]. П. М. Абовин-Едигес перечисляет главные атрибуты демократии: выборность, принятие решений по большинству голосов, право меньшинства на оппозицию, свобода слова, прессы, объединений, демонстраций и т. д.[7] Все авторы признавали важное свойство демократизма – множественность идей и отказ от тирании всякого рода, гонений, преследования и цензуры.

### Правозащитная журналистика на страницах «Трибуны»

Одним из востребованных разделов «Трибуны» была рубрика «Права человека», в которой из номера в номер публиковались материалы о преступлениях против личности, преследованиях, незаконных арестах в СССР. Начало диссидентского движения в Союзе

совпало по времени с расцветом движения за гражданские права на Западе. Автор книги «История инакомыслия в Советском Союзе» Л. М. Алексеева[8] называет дату рождения правозащитного движения – 5 декабря 1965 г. В разделе «Права человека» размещались открытые письма общественных деятелей и правозащитных организаций, работников культуры, писателей, публицистов. Примером может послужить обращение историка, писателя и публициста Роя Медведева к Главному прокурору СССР, напечатанное в № 3 за июль 1983 г. Р. Медведев подвергался преследованиям КГБ, хотя был сторонником социализма и писал о том, что мечтает видеть свою страну живущей в условиях мира и процветания. В открытом письме на страницах «Трибуны» говорилось: «В такой стране, как Советский Союз, честный историк должен выступать не только как исследователь, но и как следователь и судья и выносить моральные и политические суждения, независимо от того, нравится ли это власть имущим»[9].

В духе расследовательской журналистики написана статья К. А. Любарского «Советская власть против йогов»[10]. Опубликованный в июльском номере за 1983 г. материал был посвящен бессмысленной кампании, развернувшейся против йогов и кришнаизма. Последователей индийского учения в СССР обвиняли в тунеядстве, идеях «идеологической диверсии капитализма», их обыскивали, допрашивали и арестовывали, направляли на психиатрическую экспертизу. «Изымалась литература по йоге и по индийской философии и так называемые «культовые предметы» – колокольчики, четки, ароматические палочки и статуэтки <...> Не существом своим страшны индийская философия, кришнаизм и йога, а – неподконтрольностью, особостью, независимостью, даже просто непонятностью. Ксенофобия – характерный признак любого закрытого общества», – утверждалось в статье[11]. Автор пишет о нарушениях в государстве прав человека на физическую и психологическую неприкосновенность, на свободу совести и самовыражения. В материале напрямую указывалось, что эти античеловечные деяния никак не могут твориться в социалистическом обществе, ибо социализм не приемлет наказаний за честную деятельность, которая никому не приносит вреда. Слово «социализм» неадекватно тому, что происходит на самом деле. Он невозможен при тоталитарной, мафиозной системе.

В материалах рубрики «Права человека» подчеркивалось, что участники и правозащитники постоянно наталкиваются на пол-

ную глухоту советской судебно-правовой системы. Авторы раздела обнародовали факты, свидетельствовавшие о преступлениях против личности, писали о том, как КГБ целенаправленно убивает в гражданах свободный дух, критическое сознание и чувство человеческого достоинства. В № 6 за 1984 г. приводятся слова советского диссидента и правозащитника Владимира Альбрехта о правовом принципе государства: «Кто не с нами – тот против нас»[12]. В. Я. Альбрехт эмигрировал в США в 1988 г., после нескольких лет отбывания срока в советских тюрьмах как политзаключенный. Автор материала писал о том, что у колыбели судебно-следственной практики в СССР стоит «революционное правосознание». Жестокость, невежество, узость мышления – все эти качества победившего в 1917 г. класса унесли миллионы жизней. «Пока уважение к законам не станет для руководства СССР таким же естественным, как ношение штанов в обществе, мир не может считать себя в безопасности», – заключалось в статье[13].

В публикации адвоката и правозащитницы Дины Каминской «Узаконенное беззаконие» в выпуске № 5 за январь 1984 г. речь идет о принятой статье Уголовного кодекса РСФСР. Документ утверждал уголовную ответственность лица, отбывающего наказание в местах лишения свободы, за неповиновение требованиям администрации[14]. Автор доказывает, что данный закон открывает дорогу произволу в советских тюрьмах. «В последние годы тюрьмы и лагеря все больше и больше заполняются политзаключенными, то есть людьми, осужденными за такие действия, которые признаются преступными только в силу антидемократичности советского режима», – пишет Д. Каминская[15]. Она убеждена, что это поворот к новому периоду террора, подобному эпохе сталинских репрессий. В материале подчеркивается, что, не оказывая противодействия властям в незаконных действиях, граждане приближают возвращение сталинских времен, когда было невозможно сохранение человеческих чести и достоинства Отсутствие гуманных взаимоотношений между людьми чревато новым витком репрессий, – резюмирует автор.

Развитие темы продолжается в материале К. А. Любарского «Распишитесь в получении нового срока»[16]. Автор вспоминает исторические вехи: в сталинские времена творился произвол в отношении политзаключенных, описаны случаи самоубийств в лагерях и тюрьмах; в хрущевскую «оттепель» происходили аресты по сфабрикованным уголовным обвинениям; в 1983 г. администра-

ция Ю. В. Андропова ввела в Уголовный кодекс статью о злостном неповиновении требованиям исправительно-трудового учреждения. По мнению К. А. Любарского, это означало, что судебное разбирательство становилось удивительно простым: не нужно свидетелей, не нужно ничего доказывать: «Теперь достаточно очередной раз не застегнуть пуговицу, чтобы получить новый срок <...> Сейчас каждый политзаключенный, решаясь голодать, будет осознавать, чем ему это грозит...»[17]. Безусловно, можно по-разному трактовать дополнение к Уголовному кодексу РСФСР. В статье 188 речь шла об ужесточении наказания за неповиновение, совершенное лицами, осужденными за особо тяжкие преступления, и опасными рецидивистами. На момент выхода в свет материала К. А. Любарского прошло три месяца с даты введения в действие нового закона. Сам автор пишет: «Слишком рано еще, чтобы судить, как последовательно он будет проводиться в жизнь: пока еще не поступало сообщений о конкретных примерах его применения»[18].

**Международная политика в освещении издания**

Особое внимание в «Трибуне» уделялось освещению вопросов международной политики Советского Союза. Материалы о ГДР, Польше, Чехословакии, взаимоотношениях с Китаем выходили практически в каждом номере. Со страниц издания звучали аргументы о необходимости разоружения, опасности ядерной гонки. К сотрудничеству в журнал-газете привлекались зарубежные авторы, которые критиковали действия советских властей на мировой арене. Так, период выхода издания в свет – начало 1980-х гг. – совпало с войной в Афганистане. В № 5 за 1984 г. вышел перевод доклада Клода Малюрека «Афганистан: ошпаривание кипятком», который был прочитан на конференции, проведенной Русским исследовательским центром Гарвардского университета совместно с Государственным департаментом США. Директор общественной организации французских врачей «Медики без границ» в составе медицинских бригад несколько лет проработал в Афганистане. В докладе он изложил свое видение положения в стране. К. Малюрек резко негативно отзывается о внешней политике СССР. Он рассказывает о том, как «советские солдаты грабили и жгли дома, поджигали посевы, а затем угоняли с собой немногих оставшихся на месте жителей»[19]. Автор утверждает, что многие действия совет-

ских войск проводились под грифом секретности: «Международное общественное мнение никогда не примирилось бы с такими чудовищными злодеяниями, если бы оно изо дня в день снабжалось бы информацией о том, что творится в Афганистане»[20]. К. Малюрек приводит факты, свидетельствующие о провале советской стратегии в этом государстве, и призывает западный мир обратить внимание на вопиюще преступные действия советского тоталитаризма в Афганистане. Необходимо отметить, что негосударственная международная ассоциация с момента своего основания в 1971 г. во Франции включала не только врачей, но и журналистов, которые изначально придерживались антисоветских и русофобских позиций. «Медики без границ» вели не столько гуманитарную, сколько пропагандистскую деятельность. Именно поэтому западные СМИ с большим интересом относились к информации, предоставляемой организацией «Медики без границ».

В отдельных выпусках «Трибуны» размещались статьи и интервью с виднейшими писателями, публицистами, деятелями культуры, экспертами в области международной политики и экономики. Они высказывались об идейно-нравственной оппозиции, которая сформировалась между СССР и западным миром. Колючая проволока разделяла не только территории государств – она была протянута через умы и сердца людей. В октябрьском номере журнал-газеты за 1983 г. было опубликовано интервью с директором программы социологических исследований Нью-Йоркского городского университета Богданом Деничем «СССР и коммунисты Западной Европы»[21]. Предметом обсуждения является международное коммунистическое движение, судьба которого к тому моменту в большинстве европейских стран была предрешена. Журналист «Трибуны» Б. И. Шрагин задает вопросы о коммунизме во Франции и Италии. Респондент подчеркивает, что длительное время Советский Союз финансировал компартии многих стран, включая американскую. В 1960-е гг. это способствовало росту левых политических партий. Автор интервью интересуется и позицией западных коммунистов в отношении проблем ядерного разоружения. Большинство компартий Запада, считает Б. Денич, выступают как решительные противники ядерного оружия. Склонность обеих сверхдержав – Советского Союза и США – полагаться в решении международных противоречий на свои ядерные арсеналы представляет угрозу для западной цивилизации и всего человечества. В заключение интервью был сделан вывод

о том, что ни Китай, ни страны Восточной Европы не являются союзниками СССР: «Единство международного коммунизма – это на сегодняшний день КПСС плюс несколько мелких партий в странах «третьего мира»[22].

**Карикатуристика «Трибуны»**

Эмигрантское издание было богато иллюстрировано карикатурами. Ю. В. Балакина определяет карикатуру как «уникальный авторский продукт, представляющий собой мультимодальный текст с выраженным комическим эффектом, основанный на преувеличении за счет вербально-визуальных метафор и «узнаваемости» изображения» (2021: 97). Журнал-газета «Трибуна» во многом переняла традиции политической карикатуристики СССР, поскольку профессиональное и творческое становление авторов издания происходило под влиянием советской журналистики. Вместе с тем представители русского зарубежья 1980-х гг. ориентировались и на образцы эмигрантской карикатуры 1920-х гг.

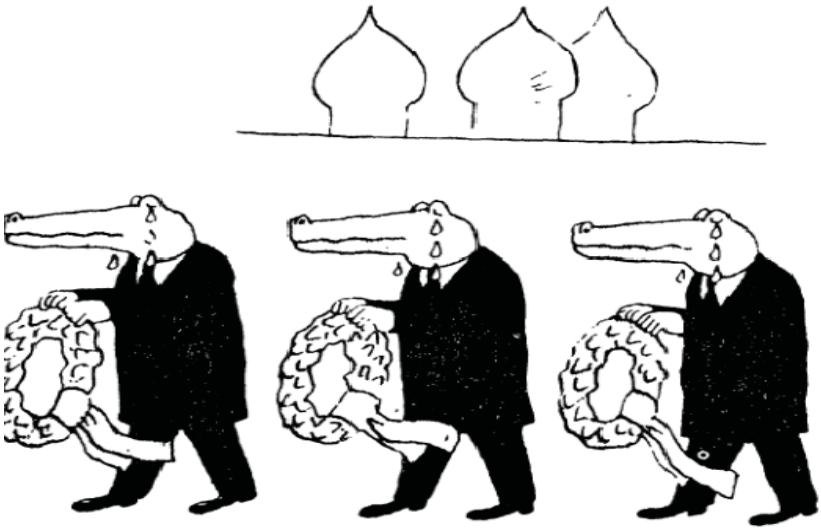
Политическая карикатура как графический жанр была популярна на страницах изданий русского зарубежья «Последние новости», «Возрождение», «Сегодня», «Иллюстрированная Россия». Так, в ежедневной газете «Последние новости» (1920–1940), созданной в Париже М. Л. Гольдштейном и позже редактируемой П. Н. Милюковым, размещались талантливые карикатуры художников-эмигрантов М. А. Дризо, А. Н. Бенуа. Предметом сатирического изображения чаще всего становилось внешнеполитическое и экономическое положение Советской России. Газета «Сегодня», издававшаяся в Риге в 1919–1940 гг., некоторое время выпускала специальное еженедельное приложение «Иллюстрации к “Сегодня”». В одной из самых авторитетных газет русской эмиграции в Париже «Возрождение» (1925–1940), возглавляемой П. Б. Струве и позже Ю. Ф. Семеновым, печатались карикатуры, мишенью которых становились советские политические реалии. Главную задачу издания первый редактор видел в «неустанной борьбе с мерзостью и позором коммунистического ига», что нашло отражение и в сатирической графике на его страницах. Специализированный еженедельник «Иллюстрированная Россия» (1924–1939) был ориентирован на широкие слои русской эмиграции. Акцент в наполнении периодического издания делался именно на визуальную, иллюстративную составляющую. Установка первого редактора М. П. Миронова на внепар-

тийность позволяла рассказать с помощью карикатур о злободневных проблемах русских за границей и в Советской России. На страницах журнала размещалась графика известных русских художников: К. А. Коровина, А. Н. Бенуа, Д. С. Стеллецкого, Ф. А. Малявина, Ф. С. Рожанковского, И. Я. Билибина, Б. В. Зворыкина, С. М. Лисима, Г. И. Шилтяна, А. Е. Яковлева и других. Во многом благодаря талантливым карикатурам «Иллюстрированную Россию» называли зеркалом эмигрантской жизни 1920–1930-х гг.

Самосознание эмигрантской интеллигенции ярко воплотилось в сатирических и юмористических зарисовках. В работе, посвященной исследованию карикатуристики русского зарубежья, подчеркивается: «Публикуемые изобразительные материалы раскрывают перед нами представления эмигрантов о себе, о своей жизни и ощущениях, о мыслях и чувствах, взглядах на мир и осознания себя в этом, новом для них мире. Они, может быть, не во всем объективны, впрочем как и всякое восприятие, но они точно воспроизводят думы и взгляды самих эмигрантов» (Александров (сост.), 1998: 7).

Политическая карикатуристика в «Трибуне» отражала оппозиционные идеи авторов. В ряде графических работ сатирически изображался духовно-нравственный кризис советского социума. Частыми объектами карикатуры в журнал-газете становились генеральные секретари партии, которые подвергались интенциональной критике художников. Исследователь С. С. Мельников считает, что «российскую политическую карикатуру возможно рассмотреть как самостоятельную область значений, как особый дискурс» (2017). Подобный взгляд необходим для определения того, индикатором каких социально-политических процессов может служить карикатура. М. Златковский рассматривает гротескные и пародийные изображения сквозь призму российской истории (2002).

Иллюстрацией к материалу А. Д. Синявского «Конец одной очень скучной эпохи» стала карикатура, высмеивающая представителей коммунистического партаппарата. Рисованная графика представляла собой изображение похоронной процессии: чиновники в официальных костюмах с траурными венками были изображены в виде крокодилов, проливающих слезы. Они символизировали безликих и долговечных старцев Политбюро, оплакивающих – крокодильими слезами – очередного генерального секретаря, которых советские граждане после смерти Л. И. Брежнева уже не различали. Одним из претендентов на должность генерального секретаря ЦК КПСС стал Ю. В. Андропов.



*Карикатура на смерть Л.И. Брежнева. Трибуна. 1983. №1 (март). С. 5.*

А ровно через год, в январском номере за 1984 г., читатель увидел карикатуру на самого Ю. В. Андропова. Слева и справа от изображения престарелого генерального секретаря были обозначены ключевые проблемы страны вперемешку с атрибутами жизни глубоко больного человека: Афганистан, утка, КГБ, ракеты, клизма, лекарства и т. д.




*Карикатура на Ю. В. Андропова. Трибуна. 1984. №5 (январь). С. 18.*

И. В. Чепуров указывает на социальную востребованность карикатуристики в отечественных изданиях (2014: 148). Очевидно, что политическая карикатура в «Трибуне» выражала гражданскую позицию издателей и авторов, высмеивала советскую партийную элиту, критиковала ее действия, разоблачала и разрушала коммунистические идеалы.

**Выводы**

Концептуальная основа журнал-газеты «Трибуна» строилась на оппозиции советской идеологии. Социально-политический дискурс аналитических статей, интервью писателей и публицистов, общественных деятелей, правозащитников и представителей культуры строился на отрицании социалистическо-коммунистического строя. Значимую роль в издании играл аналитический элемент, историческая рефлексия, которые позволяли эмигрантскому сообществу в Европе осмыслить социально-политические явления, происходившие в Советском Союзе в 1980-х гг. Авторы-эмигранты отвергали советский коммунизм, прежде всего его идеологические нормативы, классовое мышление и лозунги. В политическом дискурсе «Трибуны» активно реализовывались такие функции, как агрессивная критичность, оппозиционная оценочность. Наметившийся в 1980-х гг. исторический поворот в СССР воодушевил эмигрантов на Западе. В непродолжительный период своего существования «Трибуна» занимала отчасти посредническое положение между эмигрантами, СССР и западным миром. Изначально предполагалось, что издание должно «открыть глаза» Западу на жестокую абсурдность тоталитарного советского режима и способствовать развитию демократического движения в Советском Союзе. Создатели журнал-газеты высказывались за гарантированную свободу обсуждений, плюрализм, толерантность. Однако от номера к номеру основные идеи публикаций сводились к антисоветской агитации, обсуждению политических, социальных, экономических ошибок СССР. Вместе с тем краткосрочное существование «Трибуны» стало закономерным явлением в истории эмиграции третьей волны, которое можно расценивать как форму идейно-политического и социального сопротивления советской идеологии представителей русского зарубежья 1980-х гг.

## Примечания

[1] Трибуна. 1983. № 1. С. 1
[2] Трибуна. 1983. № 1. С. 1.
[3] *Синявский А.* Конец одной очень скучной эпохи // Трибуна. 1983. № 1. С. 4–5.
[4] Там же. С. 5.
[5] Трибуна. 1984. № 6. С. 2.
[6] Что такое демократия? // Трибуна. 1983. № 2. С. 6.
[7] Там же. С. 7.
[8] Алексеева Людмила Михайловна (1927–2018) – историк, правозащитник, в 1996–2018 гг. председатель Московской Хельсинкской группы, в 2002–2012 гг. член Совета при Президенте РФ по развитию институтов гражданского общества и правам человека.
[9] *Медведев Р.* Заявление Главному прокурору СССР // Трибуна. 1983. № 3. С. 12.
[10] *Любарский К.* Советская власть против йогов // Трибуна. 1983. № 3. С. 12–14.
[11] Там же. С. 13.
[12] Владимир Альбрехт и уважение к законам // Трибуна. № 6. 1984. С. 3.
[13] Там же. С. 4.
[14] Статья 188. Злостное неповиновение требованиям администрации исправительно-трудового учреждения. Была принята 13 сентября 1983 г. Президиумом Верховного Совета РСФСР.
[15] *Каминская Д.* Узаконенное беззаконие // Трибуна. 1984. № 5. С. 4.
[16] *Любарский К.* Распишитесь в получении нового срока // Трибуна. 1984. № 5. С. 1–3.
[17] Там же. С. 3.
[18] Там же. С. 3
[19] *Малюрек К.* Афганистан: ошпаривание кипятком // Трибуна. 1984. № 5. С. 13.
[20] Там же. С. 15.
[21] СССР и коммунисты Западной Европы // Трибуна. 1983. № 3. С. 16–17.
[22] Там же. С. 17.

## Библиография

*Алексеева Л. М.* История инакомыслия в СССР. Новейший период. Вильнюс; М.: Весть, 1992.

*Антропов О. К.* История отечественной эмиграции: учеб. пособие. Астрахань: Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2011.

*Балакина Ю. В.* Политическая карикатура в зарубежных медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2021. № 6. С. 95–115. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2021.95115

*Златковский М.* «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст. М: М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологии, 2002. С. 28–83.

*Ковальченко И. Д.* Методы исторического исследования. М.: Наука, 1987.

*Мельников С. С.* Внешнеполитическая направленность российской карикатуры как индикатор «имперского» медиасознания // Международные коммуникации. 2017. № 4. Режим доступа: https://intcom-mgimo.ru/2017/2017-04/russian-political-cartoons (дата обращения: 02.11.2022).

Российское зарубежье во Франции, 1919–2000: Биографический словарь: в 3 т. Т. 1. / под общ. ред. *Л. Мнухина*, *М. Авриль, В. Лосской*. М.: Наука, 2008.

Сводный каталог периодических и продолжающихся изданий русского зарубежья в библиотеках Москвы (1917–1990 гг.). М.: РОССПЭН, 1999.

*Нечаева М. В.* Журналистика русского зарубежья: основные издания: учеб. пособие. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2009.

Периодическая печать российской эмиграции. 1920-2000: сб. статей / под ред. *Ю. А. Полякова, О. В. Будницкого*. М.: ИРИ РАН, 2009.

Сатира и юмор русской эмиграции / сост. *С. А. Александров*. М.: АИРО – XX, 1998.

*Скарлыгина Е. Ю.* Журналистика русской эмиграции: 1960–1980-е годы: учеб. пособие. М.: Фак. журн., 2010.

Третья волна: Антология русского зарубежья / сост. *А. Геребен*. М.: Московский рабочий, 1991.

*Чепуров И. В.* Изобразительные средства отечественной карикатуры XVII–XX веков // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. 2014. № 5. С. 142–148.

## Notes

Chto takoe demokratiya? [What is democracy?] (1983). *Tribuna* 2: 6.

Kaminskaya D. (1984) Uzakonennoe bezzakonie [Legalized lawlessness]. *Tribuna* 5: 4.

Lyubarskiy K. (1983) Sovetskaya vlast' protiv yogov [Soviet power against yogis]. *Tribuna* 3: 12–14.

Lyubarskiy K. (1984) Raspishites› v poluchenii novogo sroka [Sign for a new prison term]. *Tribuna* 5: 1–3.

Malyurek K. (1984) Afganistan: oshparivanie kipyatkom [Afghanistan: scalding with boiling water]. *Tribuna* 5: 13.

Medvedev R. (1983) Zayavlenie Glavnomu prokuroru SSSR [Application to the Chief Prosecutor of the USSR]. *Tribuna* 3: 12.

Sinyavskiy A. (1983) Konets odnoy ochen' skuchnoy epokhi [The end of a very boring era]. *Tribuna* 1: 4–5.

SSSR i kommunisty Zapadnoy Evropy [The USSR and communists in Western Europe] (1983). *Tribuna* 3: 16–17.

*Tribuna* (1983) No 1: 1.

*Tribuna* (1983) No 1: 1.

*Tribuna* (1984) No 6: 2.

Vladimir Al'breht i uvazhenie k zakonam [Vladimir Albrecht and respect for laws] (1984) *Tribuna* 6: 3.

## References

Aleksandrov S. A. (ed.) (1998) *Satira i jumor russkoj jemigracii* [Satire and Humor of the Russian Emigration]. Moscow: AIRO – XX Publ. (In Russian)

Alekseeva L. M. (1992) *Istoriya inakomysliya v SSSR. Noveyshiy period* [History of Dissent in the USSR. The Latest Period]. Vilnius; Moscow: Vest' Publ. (In Russian)

Antropov O. K. (2011) *Istoriya otechestvennoy emigratsii: uchebnoe posobie* [History of Domestic Emigration: a Study Guide]. Astrakhan: Astrakhan St. Univ. Publ. (In Russian)

Balakina Yu. V. (2021) Politicheskaya karikatura v zarubezhnykh media [Political Cartoon in Foreign Media]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 95–115. Available at: https://vestnik.journ.msu.ru/books/2021/6/politicheskaya-karikatura-v-zarubezhnykh-media/ (accessed: 02.11.2022). DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2021.95115 (In Russian)

Chepurov I. V. (2014) Izobrazitel›nye sredstva otechestvennoy karikatury XVII–XX vekov [Pictorial Aids of Domestic Cartoon of the 17th – 20th Centuries]. *Vestn. Orenburg. gos. un-ta* 5: 142–148. (In Russian)

Gerben A. (ed.) (1991) *Tret'ya volna: Antologiya russkogo zarubezh'ya* [The Third Wave: An Anthology of the Russian Diaspora]. Moscow: Moskovskiy rabochiy Publ. (In Russian)

Koval'chenko I. D. (1987) *Metody istoricheskogo issledovaniya* [Methods of Historical Research]. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Mel'nikov S. S. (2017) Vneshnepoliticheskaya napravlennost› rossiyskoy karikatury kak indikator «imperskogo» mediasoznaniya [Foreign Policy Orientation of Russian Cartoon as an Indicator of «Imperial» Media Consciousness]. *Mezhdunarodnye kommunikatsii* 4. Available at: https://intcom-mgimo.ru/2017/2017-04/russian-political-cartoons (accessed: 02.11.2022). (In Russian)

Mnukhin L., Avril' M., Losskaya V. (eds.) (2008) *Rossiyskoe zarubezh'e vo Frantsii, 1919–2000: Biograficheskiy slovar' v 3 t. T. 1* [The Russian Diaspora in France, 1919–2000: Biographical Dictionary in 3 vol. Vol. 1]. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Nechaeva M. V. (2009) *Zhurnalistika russkogo zarubezh›ya: osnovnye izdaniya. Ucheb. posobie* [Journalism of the Russian Diaspora: main publications. A Study Guide]. Tambov: Derzhavin Tambov St. Univ. Publ. (In Russian)

Polyakov Yu. A., Budnitskiy O. V. (ed.) (2009) *Periodicheskaya pechat' rossiyskoy emigratsii. 1920–2000: sb. statey* [The Periodical Press of the Russian Emigration. 1920–2000: a collection of articles]. Moscow: Institute of Russian History of the Russian Academy of Sciences Publ. (In Russian)

Skarlygina E. Yu. (2010) *Zhurnalistika russkoy emigratsii: 1960–1980-e gody: uchebnoe posobie* [Journalism of Russian Emigration: 1960s–1980s: a Study Guide]. Moscow: Faculty of Journalism of Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

*Svodnyy katalog periodicheskikh i prodolzhayushchikhsya izdaniy russkogo zarubezh'ya v bibliotekakh Moskvy (1917–1990 gg.)* [Consolidated Catalogue of Periodicals and Continuing Publications of the Russian Diaspora in Moscow Libraries (1917–1990)] (1999) Moscow: ROSSPEN Publ. (In Russian)

Zlatkovskiy M. (2002) «Yumor molodykh»: iz istorii karikatury v Rossii 1953–2000 gody ["Youth Humor": From the History of Cartoon in Russia 1953–2000]. In *Fenomenologiya smekha. Karikatura, parodiya, grotesk v sovremennoy kul'ture: sb. st.* [Phenomenology of laughter. Cartoon, Parody, Grotesque in Modern Culture: a collection of articles]. Moscow: Ministry of Culture of the Russian Federation, Russian Institute of Cultural Studies Publ. Pp. 28–83. (In Russian)

Поступила в редакцию
14.11.2022

## 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.