Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**

№ 2 • 2015• МАРТ — АПРЕЛЬ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Новые медиа

Усманова Д.Ш. Региональная блогосфера как дискуссионная политическая и социальная площадка (на примере Республики Башкортостан) 3

Гладкова А.А. Региональные веб-сайты этнических групп России как отражение языкового и культурного плюрализма в сети интернет . . . 17

Лаврова А.Н. Использование возможностей интернета для продвижения книжных издательств 40

История журналистики и литературы

Богомолов Н.А. К вопросу о термине «Серебряный век»: критическое высказывание и литературоведческое суждение 49

Новиков В.И. К феноменологии критической интерпретации (мировой контекст и отечественный опыт) 61

Сергеева-Клятис А.Ю. Комиссаржевская: мифологизация образа 72

Филиппов С.А. Бробдингнегские чудовища и рецепция натуральной величины: критика укрупнения в американской кинопрессе 1910-х . . . 90

Алексеев К.А. Спортивная журналистика после Октября 1917 года: особенности происхождения советской физкультурно-спортивной печати 103

Сыракая С. Борьба турецкой газеты «Тан» против германской пропаганды в начале Второй мировой войны 120

Котариди Ю.Г. Мотивы архаической сказки и неоплатоническая мифологема в «Золотом горшке» Э.Т.А. Гофмана 133

Социология журналистики

Вырковский А.В., Любимцева М.А. Восприятие аудиторией различных видов текста в российских деловых интернет-СМИ 143

CONTENTS

New Media

Usmanova D.S. Regional Blogosphere as a Platform for Political and Social Discussions (on Bashkortostan Example) 3
Gladkova A.A. Russia Ethnic Groups' Websites as a Reflection of Linguistic and Cultural Pluralism in the Web 17
Lavrova A.N. Internet Capacities as a Tool for Book Publishers Promotion . .40

History of Journalism and Literature

Bogomolov N.A. The «Silver Age» Term: Critical Statement and Literary Judgment 49
Novikov V.I. The Phenomenology of Critical Interpretation (Global Context and Domestic Experience) 61
Sergeeva-Klyatis A.Y. Mythologizing Image of Komissarzhevskaya 72
Filippov S.A. «Brobdingnagian Monstrosity» and the Life Size Reception: the Criticism of Close-Up in the American Film Journalism of 1910s . . .90
Alexeev K.A. Sports Journalism after October of 1917: Characteristics of the Soviet Sports Press Origin 103
Sirakaya S. The Turkish Newspaper *Tan* struggle against the German Propaganda in the Second World War Beginning 120
Kotaridi J.G. The Archaic Fairy Tale Motives and Neoplatonic Myth in «The Golden Pot» of E.T.A. Hoffmann 133

Media Sociology

Vyrkovsky A.V., Lyubimtseva M.A. Audience's Perceptions of Different Content in Russian Business Media 143

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2015

НОВЫЕ МЕДИА

Д.Ш. Усманова, кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии и социально-коммуникативных технологий Уфимского государственного университета экономики и сервиса; e-mail: dusmanova@mail.ru

РЕГИОНАЛЬНАЯ БЛОГОСФЕРА КАК ДИСКУССИОННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ПЛОЩАДКА (на примере Республики Башкортостан)

В статье представлены результаты исследования блогосферы одного из регионов России — Республики Башкортостан. Для российских регионов блогосфера часто остается единственной площадкой для свободного выражения мыслей и мнений. Башкортостан как регион с авторитарными традициями представляет особый интерес. Основой исследования стал анализ 2500 постов 25 самых популярных блогеров региона с целью выявления количества контента, касающегося политической и социальной проблематики, а также личного отношения блогеров и зависимости популярности блогеров от их общественно-политической позиции. Блогосфера является крайне неоднородной, при этом вовлеченность блогера в политические дискуссии не влияет на его популярность. К политике отношение в целом отрицательное, особенно к общероссийской, при этом четко видна тенденция положительного освещения социальной жизни. В целом система республиканской блогосферы укладывается в общую модель СМИ региона, а ее отличия позволяют предположить, как развивались бы региональные СМИ при отсутствии внешних ограничений.

Ключевые слова: *блогосфера, политические дискуссии, региональные СМИ, общественный диалог, Башкортостан.*

The author presents the results of the research of the blogosphere in one of Russia regions — the Republic of Bashkortostan. The blogosphere in Russian regions often remains the only platform for free expression of opinions and thoughts. Bashkortostan as the region with authoritarian traditions attracts a particular interest. The basis of the research is an analysis of 2500 blog posts produced by 25 the most popular regional bloggers. The analysis is focused on the volume of content on politics and social issues as well as on bloggers' personal attitude to these subjects. The author also studies the dependence of bloggers' popularity from their political and social views. The author has revealed the extremely high level of heterogeneity of the regional blogosphere and the absence of correlation between bloggers' involvement in political discourse and their popularity. The attitude toward the politics, especially in Russia, is mostly negative, but the positive coverage of social life is evident. In general the model of blogosphere in the republic fits the general model of mass media in the region. The differences between these models help to understand the possible trends of regional mass media development without the external limitations.

Key words: *blogosphere, political discussions, regional mass media, public dialogue, Bashkortostan.*

Введение

Российская блогосфера как поле для общественных и политических дискуссий вызывает противоречивые оценки. Обсуждение многих аспектов ее существования разворачивается в русле общемировых тенденций, и прежде всего делаются попытки осмыслить ее негативное или позитивное влияние на социальные процессы. Однако очевидна и особая роль блогосферы в России — вследствие меньшей, чем в большинстве западных стран, демократии вместе с большей, чем, например, в Китае или Иране, свободой в интернете. Происходящее усиление контроля за публикациями в интернете в России также можно рассматривать амбивалентно: в русле общих тенденций формализации интернета, к чему возможно отнести, например, и требования Евросоюза по указанию выходных данных на страничках в соцсетях и регистрации видеоканалов, и исключительно российской действительности по усилению контроля над всеми СМИ, как традиционными, так и онлайновыми, в том числе и путем причисления к СМИ популярных блогов.

В то же время очевидны и существенные отличия мировоззрения «России телезрительской» и «России интернетовской». Жители России, получающие основные новости (а также производящие свой собственный контент) в интернете, кроме чисто формальных признаков (прежде всего технической и экономической доступности интернет-услуг), как правило, имеют ряд других, среди которых потребность и возможность пользоваться новыми технологиями, образование и доход выше среднего, кроме того, большинство аудитории интернета работает в офисах и относится к молодежной возрастной категории. Как бы ни называли самых «характерных» представителей этой аудитории — прогрессивными общественниками или «офисными хомячками» — надо признать тот факт, что в событиях на Болотной площади главными участниками были именно они. И ключевые законы, регулирующие распространение информации в интернете, были вызваны именно теми действиями, что косвенно подтверждает их существенную роль в общественной жизни.

Блогосфера является в своем роде квинтэссенцией публицистической составляющей интернета и стоит особняком среди других социальных сетей. Концентрация производителей собственного контента в ЖЖ (Живой журнал, Livejournal — именно эту площадку чаще всего имеют в виду, говоря о блогосфере) намного выше, чем во всех других социальных сетях.

В свете данных векторов изучения российской блогосферы особый интерес представляет региональное пространство. Оно не

так звучно и ярко, но позволяет более пристально разглядеть многие исключительно российские особенности интернета в целом и блогосферы в частности.

У региональной блогосферы есть общие черты с общероссийской блогосферой, но есть и отличия. Общей чертой является наличие особой аудитории — «России интернетовской», которая часто находится в «параллельном мире» с аудиторией телезрительской. Эта аудитория более активна в поиске информации и предъявляет более высокие запросы к ее разнообразию, обращает внимание на источники, тонко чувствует пропаганду и протестует против нее. Соответственно анализ популярных блогов позволяет определить потребности в информации аудитории интернета, так как их популярность является прямым отражением читательской активности.

Блоги как один из наиболее сфокусированных и наиболее четко поддающихся количественному анализу каналов коммуникации являются важным маркером для определения соответствия повестки дня и ожиданий аудитории. Простое сопоставление социально-политической проблематики традиционных СМИ и популярных блогов очерчивает границы между освещенными традиционными СМИ проблемами и неосвещенными, но интересующими аудиторию. Возможные варианты — от полного совпадения до нахождения в параллельных плоскостях — являются иллюстрацией соответствия или несоответствия повестки дня ожиданиям аудитории.

При этом представляется, что именно здесь кроется отличие блогосферы региональной от общероссийской. В общероссийской совпадений повестки дня значительно больше — это одни и те же политические события и социальные проблемы, только освещаемые под разными углами и в разной стилистике. «Точки расхождения» есть, обычно они связаны с коррупцией и разоблачениями. В региональной блогосфере таких тем, которые являются «мертвыми зонами» для региональных традиционных СМИ, гораздо больше. Их список имеет отличия в зависимости от региональных особенностей, но чаще всего касается неизвестных действий местных властей, происшествий, не попавших в зону традиционных СМИ, дискуссий по благоустройству города, неофициальных культурных и спортивных событий.

Опыт Республики Башкортостан как региона, развитого экономически, но имеющего давние авторитарные политические традиции, интересен для изучения смыслового наполнения блогосферы. Учитывая, что регион многоконфессиональный и многонациональный, имеет как исключительно индустриальные города, так и районы с преобладанием сельского хозяйства, довольно развитую научную и культурную сферы, его опыт интересен для изучения как модели российского региона, имеющего черты, общие для большинства регионов Российской Федерации.

Необходимо отметить, что в период постсоветской трансформации республиканский медийный ландшафт приобрел специфические черты. Здесь оформилась так называемая патерналистская модель СМИ, основанная на мощной господдержке государственных изданий, отсутствии оппозиционных СМИ, безусловной поддержке всеми каналами коммуникации действовавшего авторитарного режима президента Муртазы Рахимова. При этом сохранялось и даже развивалось многообразие СМИ, среди которых были издания и каналы для детской аудитории, литературные и культурные издания, выходившие на 9 языках народов России.

После смены власти в регионе были сделаны важные шаги для демократизации СМИ. Однако на практике это привело лишь к внешней модернизации, внутреннее же наполнение принципиально не изменилось. Хотя внешний вид изданий и «картинка» телеканалов стали выглядеть более современно, а онлайновые версии стали обязательными для всех изданий. Особую роль в республике приобрела блогосфера, ее динамика положительно отличается от традиционных СМИ — по крайней мере количественно. Увеличение читателей и авторов блогосферы вызвано в том числе и техническими причинами: если в 2002 г., по данным Башстата, на 100 семей в республике приходилось 7 компьютеров, то в 2012 — уже 77 (87 среди городского населения и 58 — среди сельского)[1]. По данным Росстата, доля имеющих доступ к интернету в Башкортостане составляет 48,5%, а число пользователей интернета составляет 1971,2 тыс. человек, по этому показателю республика входит в первую десятку среди российских регионов[2]. На фоне сокращающихся тиражей печатных изданий такой рост демонстрирует один из основных «каналов утечки» читателей из традиционных СМИ. Кроме количественной наблюдается и качественная динамика, выражающаяся в разнообразии позиций блогеров, вызванном большей доступностью этой площадки и отсутствием контроля. Более того, ведение блога стало новым трендом, введенным новой властью.

Собственный блог нового президента республики Рустэма Хамитова через месяц после открытия вошел в пятерку самых читаемых в России и позволил автору снискать симпатии значительной части интеллигенции. Также начали вести блоги многие крупные чиновники.

После стабилизации общественной ситуации новая власть остыла к интернет-публицистике, хотя блогосфера и сейчас остается в поле зрения власти. В республике уже пятый год проходит проект «Школа блогеров» — его основательница Евгения Куцуева,

[1] URL: http://vlast02.ru/24178

[2] URL: http://www.riarating.ru/regions_rankings/20130118/610533972.html

будучи членом новой президентской команды, позиционировала его как уникальный в России, призванный воспитывать и образовывать новых блогеров. Проект являлся частной инициативой и формально был независим, но очевидно, что в случае несоответствия линии власти он бы вряд ли просуществовал столько лет.

Наблюдаются и неразрывные связи со СМИ: среди самых популярных блогеров — ведущие журналисты республики, и информация из блогов иногда попадает на страницы и в эфир местных СМИ. Так, в главной республиканской газете «Республика Башкортостан» запущена рубрика «Блогосфера», где публикуются посты местных блогеров, государственное агентство «Башинформ» (главный редактор которого Шамиль Валеев — один из самых популярных блогеров) также регулярно размещает новости и посты из блогосферы.

При очевидно более низком профессиональном качестве материалы блогеров выгодно отличаются от материалов традиционных СМИ представительством различных социальных и возрастных групп, остающихся в «мертвой зоне» консервативных СМИ, так же как и освещением «табуированных» для консервативных изданий тем. Основная социально-политическая проблематика консервативных СМИ касается действий местной власти, избранных компаний, реализации государственных программ. Одной из особенностей региональных газет является то, что на их страницах по-прежнему, в традициях советской журналистики, остается место простым людям, особенно сельским труженикам. В целом социальная проблематика освещается в свете положительной динамики с «отдельными исключениями». Социально-политическая проблематика региональной блогосферы, кроме основных событий, источником которых является местная власть, охватывает более широкий спектр тем, включая и «табуированные» для традиционных СМИ: экологическое состояние региона, национальный вопрос, касающийся прежде всего отличий региональной программы образования, архитектурного развития города, а также некоторых других, просто «выпавших» из зоны внимания СМИ, — чаще всего «альтернативных» культурных и спортивных событий.

В количественном выражении блогосфера Башкортостана немногочисленна — в регионе нет ни одного «блогера-трехтысячника» (а именно достижение порога в три тысячи подписчиков по новому российскому законодательству обязывает блогера проходить регистрацию в качестве средства массовой информации). Но учитывая, насколько слабы и маловлиятельны «традиционные» региональные СМИ — тиражи двух основных государственных газет составляют 13 тыс. экз. («Вечерняя Уфа») и 21 тыс. экз. («Республика Башкортостан») — республиканская блогосфера опреде-

ленно является игроком на региональном информационном поле, охватывающем в совокупности несколько тысяч самого активного в общественной жизни населения.

Конечно, большинство постов республиканских блогеров пишутся на сугубо личные темы либо «специализируются» по различным хобби. У «пула» самых популярных блогеров значительную часть контента занимают отчеты из так называемых «блогтуров», изучение которых относится более к области рекламы и связей с общественностью. Однако нельзя отрицать и тот факт, что отчеты о поездках по республике веселящихся блогеров, даже при том, что на большинстве фотографий — лица самих блогеров, логотипы рекламируемых машин или иной продукции, несут в себе и информацию о самой республике, и даже из этих осколков самовлюбленных селфи иногда складывается картина более объективная, чем в традиционных СМИ.

Блогосфера состоит из множества разрозненных и неоднородных элементов, читательская аудитория которых иногда находится в параллельных плоскостях. Тем не менее в данном исследовании предпринята попытка определить, насколько республиканская блогосфера занята общественными и политическими вопросами, очертить границы ее повестки дня.

Следующий блок вопросов, поставленных в исследовании, касается оценки блогерами происходящих в республике и стране политических событий, определения, существует ли единая тенденция и если да, то какая.

Определение зависимости популярности блогера от степени его заинтересованности общественными вопросами косвенно может служить индикатором реальных предпочтений аудитории. Блогеры, как правило, специализируются по определенным областям и интересуются достаточно четко очерченным кругом тем и проблем. Соответственно популярность определенного блогера, связанного с конкретным набором тем, отражает интерес не только и не столько к личности блогера, но и к поднимаемым им вопросам. Наличие или отсутствие среди популярных блогеров авторов, имеющих значительную долю политических и общественно значимых постов, может служить показателем интереса аудитории к данным вопросам.

Конечной целью данного исследования является оценка роли блогосферы в социально-политическом поле республики.

Обзор литературы

В рамках общих тенденций осмысления влияния социальных сетей на общественную жизнь написано много исследований. Две крайние позиции представляют Йохан Бенклер, видящий в соцсе-

тях большой потенциал позитивного влияния на социальные процессы, особенно в авторитарных политических системах [Benkler, 2006], и Касс Санстейн, придерживающийся пессимистичной точки зрения на социальную роль интернета, лишь усугубляющего еще более поляризацию общества [Sunstein, 2001].

Но многие исследователи признают особую роль в России социальных сетей в целом и блогосферы в частности и выделяют общие и особенные черты их развития в сравнении с другими странами. Полномасштабное исследование Центра Беркмана «Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете» [Berkman, 2010], опубликованное в 2010 г., сделано на основе 5 млн блогов и «дискуссионного ядра» из 11 тыс. блогов и однозначно выделяет блоги «Живого журнала» как наиболее значительную часть ядра. Среди выводов исследователей: «новостная» диета русскоязычных блогеров более независима, интересна и оппозиционна, чем «меню» пользователей русскоязычного интернета в целом [ibid., 5]. Недавнее исследование Центра Беркмана «Блоги как альтернативная публичная сфера» [Berkman, 2014], опубликованное в апреле 2014 г., выдвигает утверждение, что блоги обеспечивают альтернативную публичную сферу, пространство для гражданских дискуссий, которое значительно отличается от такового в мейнстримных СМИ, ТВ и правительстве, отмечая при этом, что в США таких различий практически нет [ibid., 5].

Российские исследователи также отмечают особую роль интернета и социальных сетей в общественной жизни России, отражающую влияние новых медиа на политическую коммуникацию, что характерно в появлении таких терминов, как «партия телевидения» и «партия интернета». Е. Вартанова видит в интернете демократизирующий потенциал даже при учете высокой политической фрагментации общества [Вартанова, 2013].

Закон о популярных блогерах, приравнивающий блогеров, имеющих более трех тысяч посещений в сутки, к СМИ[3], стал своеобразным официальным подтверждением значительной роли блогеров в общественной российской жизни.

Региональная блогосфера не вызывает ажиотажа в масштабах всей страны, и по новому закону официально «блогерами» будут считаться единицы из региональных авторов, но тем не менее они оказывают определенное влияние на общественную жизнь.

---

[3] Федеральный закон от 05.05.2014 № 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей».

Обобщающего исследования о блогосфере Башкортостана и ее роли в социальной и политической жизни региона до сих пор не проводилось, основные попытки осмысления предпринимаются самими блогерами либо в контексте исследования региональных СМИ [Усманова, 2013].

Методология исследования

Обрисуем в цифрах блогосферу Республики Башкортостан. Это почти 9 тыс. блогеров, из них активных — 300–400, и около 800 постов в день, из которых 200–300 — собственный контент.

Для целей, поставленных в данном исследовании, необходимо проанализировать содержимое блогов «лидеров мнений» с наибольшим количеством подписчиков и внутренних связей, так как они являются своеобразными маркерами блогосферы региона. Из различных площадок был выбран «Живой журнал» как наиболее близкий по формату к интернет-публицистике.

Таким образом, в выборку попали блоги 25 самых популярных блогеров «Живого журнала» по версии ufana.ru (популярность определяется автоматизированно по формализированным критериям)[4].

Исследовались 100 постов каждого блога, то есть всего в выборку попало 2500 постов. Был выбран период до начала февраля 2014 г., при этом исключались периоды, когда происходили какие-либо крупные события, взорвавшие интернет-пространство (Олимпийские игры или события в Украине), чтобы иметь представление о «рутинной» жизни региональной блогосферы.

В связи с различной степенью активности блогеров временн й период исследования сильно варьируется — от 60 до 1100 дней. То есть при том, что «конечная точка отсчета» исследования приходится на начало февраля 2014 г., «начальная точка» отличается у каждого автора в зависимости от его активности, от декабря 2013 г. у активно пишущих до января 2011 г. у редко пишущих, но при этом популярных авторов. В среднем период составил 243 дня.

В исследование отбирались посты, содержание которых выходит за рамки сугубо личной тематики и касается политических, экономических, социальных либо культурных проблем. В общей сложности таких постов оказалось 913. Каждый пост, попавший в выборку, анализировался на отношение к описываемой политической либо социальной проблеме, отношение отмечалось как «положительное», «нейтральное» либо «отрицательное».

[4] URL: http://ufana.ru

Далее был проведен анализ каждого блога с подсчетом долей. Также был проведен сводный анализ каждого из блоков направлений — «политика в Башкортостане», «политика в России», «социальная проблематика», «самоосмысление блогосферы» по всем 25 блогерам.

Результаты исследования

Всего политической и общественной проблематики касались 913 постов, то есть 37% от общего количества проанализированных постов. Менее 10% общественно значимые посты составили у 3 авторов, или 12%, от 10 до 25% — у восьми авторов, или 32%, от 50 до 75% — у 4 авторов, или 16%, и свыше у 75% — у трех авторов, или 12%. При этом положение блогера в рейтинге не зависит от его интереса к социально-политической проблематике — в первой и последней пятерках встречаются блогеры как из максимально аполитичных 12%, так и из максимально политизированных 12%.

Из этих постов 290 касаются региональной политики, или 11,6% от общего количества постов. Из них положительную окраску имеют 115, или 40%, отрицательную — 175, или 60%. При этом нет четко прослеживающейся тенденции положительного или отрицательного отношения к региональной политике у автора ни в зависимости от места блогера в рейтинге, ни от количества постов.

На рис. 1 размер пузыря отражает положение блогера в рейтинге (по убывающей от 1-го до 25-го места), ось Y — количество постов о региональной политике (от 0 до 40), а ось X — процентное соотношение постов с положительной оценкой (от 0 до 100%).

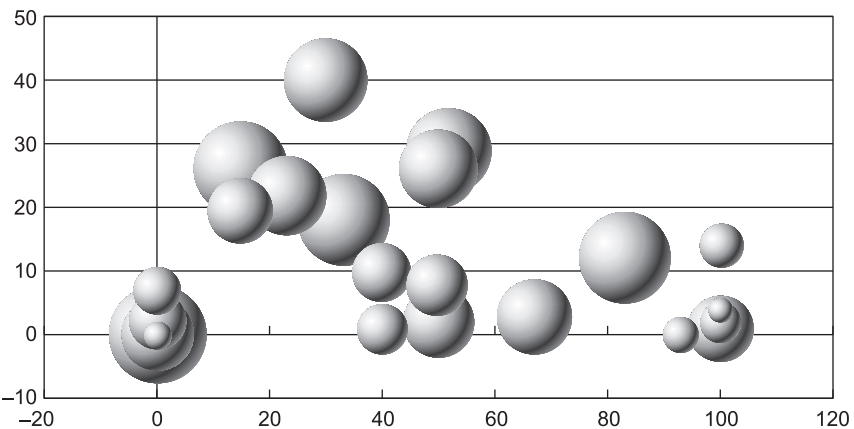


Рис. 1. Положительные посты о региональной политике

Наиболее живой интерес к региональной политике (40 постов) проявил блогер stepanovpavel (на тот момент восьмой в рейтинге), известный разоблачениями местных чиновников (например, выкладыванием информации о госзакупках автомобилей за несколько миллионов рублей администрацией бедного района). Неудивительно, что 70% его постов по данной теме имеют отрицательную оценку. Среди авторов, имеющих репрезентативную выборку постов по данной проблематике (20 и более), наиболее критично настроены stonerized (второй в рейтинге) с 85% отрицательных постов, igor-ufa (девятый в рейтинге) с 85% и criticessa (10 в рейтинге) с 77%. Пример тематики наиболее обсуждаемых отрицательных постов: «Имитационная модель развития» — обобщающий текст о вторичности всех усилий региональных властей и их слепом подражании соседям; кампания, организованная обществом «Архзащита» против продажи уфимскими властями старинного здания; информационная политика власти (попытка запрета печатать оппозиционную газету); строительство завода «Кроношпан».

При этом другие блогеры из первой десятки наблюдаются как среди практически индифферентных (как, например, лидер рейтинга nehludoff с его двумя положительными и одним отрицательным постом или занимающий третью строчку rais с полным отсутствием постов о политике), так и в преобладающем положительном поле. Единственная закономерность — исключительно положительно о региональной политике в основном пишут те, кто пишет о ней мало, не более 10 постов. Основная тематика положительных постов часто связана с рабочей деятельностью наиболее лояльно относящихся к местной власти авторов (так, более 80% положительных постов о региональной политике — у ufa-tatarin, taftimanovo, evakutzueva, все они в основной или общественной деятельности связаны с властью). Тематика постов касается текущей работы власти, администрации президента, Общественной палаты, размышлений о власти в целом, строительства завода «Кроношпан».

Таким образом, региональная политика занимает существенное место в блогосфере — она отражена в более чем десятой части постов. При этом положительно окрашенные посты преобладают у большей части авторов, но в силу количественного перевеса постов у критично настроенных авторов отрицательная оценка в общем массиве преобладает. Критичные посты, как правило, более разнообразны по темам и интереснее по стилистике и вызывают наиболее живое обсуждение.

Российской политики касаются 132 поста, или 5,28% от общего количества. Из них положительную окраску имеют 30%, отрицательную — 70%.

На рис. 2 размер пузыря отражает положение блогера в рейтинге (по убывающей от 1-го до 25-го места), ось Y — количество постов о российской политике (от 0 до 21), а ось X — процентное соотношение постов с положительной оценкой (от 0 до 100%).

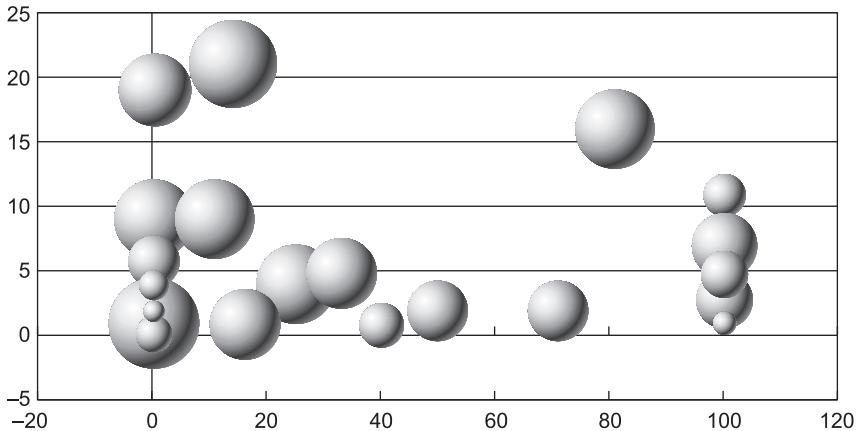


Рис. 2. Положительные посты о российской политике

Большинство и тех и других были связаны с предстоящей Олимпиадой в Сочи (репортажи волонтера из Олимпийской деревни) и соответствующими ей событиями вроде эстафеты Олимпийского огня в Уфе. Отрицательные посты посвящались рассуждениям без привязки к конкретному событию о российских законах, коррупции и выборной системе.

Таким образом, российская политика интересует блогеров гораздо меньше региональной — постов, посвященных ей, в два раза меньше. В целом отношение более критичное, положительный всплеск в основном дала предстоящая Олимпиада.

Социальной проблематики касаются 369 постов, или 15% от общего количества. Из них положительную оценку несут 70%, отрицательную — 30%.

На рис. 3 размер пузыря отражает положение блогера в рейтинге (по убывающей от 1-го до 25-го места), ось Y — количество постов на социальные темы (от 0 до 40), а ось X — процентное соотношение постов с положительной оценкой (от 0 до 100%).

Большинство положительных постов связано с деятельностью конкретных людей — помогающих детям в детдомах, организующих приюты для бездомных животных, делающих какие-то добрые повседневные дела. Значительную часть постов условно можно отнести к группе «увидеть красоту рядом с собой», и к ним применим

скорее жанр фоторепортажа. Однако несомненно, что они несут положительную социальную оценку.

Социальную тематику можно назвать преобладающей в блогосфере (более 15%), причем тенденции «положительного» отношения и «поиска добра рядом» являются общими для большинства авторов независимо от их позиции в отношении к региональной или российской власти.

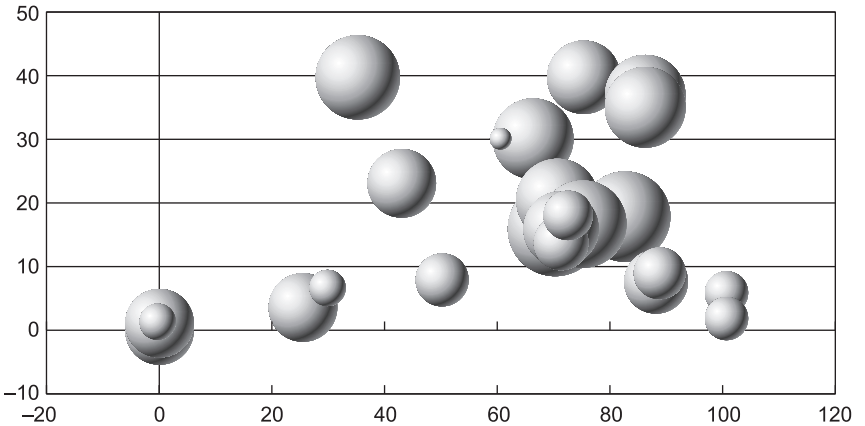


Рис. 3. Положительные посты по социальной тематике

Выводы

Таким образом, вырисовываются несколько тенденций. Первая — популярность блогеров в республиканском пространстве не связана напрямую с их заинтересованностью в политической и общественной жизни. Вторая — региональная политика интересует блогеров значительно больше, чем российская. В целом к политике отношение у блогеров разное, хотя преобладает критический подход. При этом отношение к действиям региональных властей находит у блогеров значительно больше поддержки, чем действия российских политиков. Третья — социальная проблематика освещается блогерами наиболее позитивно, отрицательные посты находятся в явном меньшинстве по отношению к положительным.

На наш взгляд, это позволяет говорить о неоднородности региональной блогосферы в целом, преобладающем критичном безразличии к российской политике и умеренно критичной заинтересованности в региональной политике, а также о позитивном настрое большинства блогеров относительно социальной сферы.

Учитывая, что в 25 самых популярных блогеров вошли в основном общественно активные авторы, большинство которых так или

иначе связаны с традиционными СМИ, можно со многими допущениями принять, что региональная блогосфера развивается так, как развивалась бы региональная журналистика без каких бы то ни было внешних ограничений.

Это дает обширный материал для выявления внутренних тенденций как журналистики, так и предпочтений аудитории. Такая «идеальная» модель не сильно отличается от традиционной, за исключением более критического отношения к действиям власти, которое тем не менее во многом уравновешивается положительными постами. В этом свете особенно интересной представляется поддержка блогерами региональной власти, что позволяет говорить о внутренней потребности как авторов, так и аудитории в позитивном отношении к местной власти. Это укладывается в рамки «патерналистской модели» башкортостанских традиционных СМИ. Что не укладывается в данную модель — критика власти, в основном конструктивная. Это позволяет говорить о потребности как авторов, так и аудитории в диалоге с властью, которого не хватает в действующей системе СМИ.

Еще одной важной особенностью является полное преобладание положительных социальных постов. Это также укладывается в рамки «патерналистской модели», где одним из главных достижений СМИ провозглашается их незаинтересованность «низкими» темами, «чернухой», а вместо этого — поиск положительных моментов в повседневной жизни региона. Главное отличие «положительных социальных» постов блогосферы от таких материалов в традиционных СМИ заключается прежде всего в стилистике.

Таким образом, векторы развития блогосферы Республики Башкортостан если не полностью совпадают, то, по крайней мере, не являются противоположными векторам развития традиционных СМИ. Используя терминологию из автопрома, их можно назвать органичной частью общего «модельного ряда» местных СМИ, просто ограниченного выпуска, направленного пусть на меньшую целевую аудиторию, но самую богатую и прогрессивную, поэтому именно верхняя часть этой линейки часто задает тенденции всей компании. Они позволяют себе больше свободы и критики, но ключевым здесь является «позволяют себе», так как внешних ограничителей — административных либо экономических — не существует.

Это позволяет говорить об органичности «патерналистской модели» для региона в целом, а также о значительной роли блогосферы в общественной жизни республики и ее самоосмыслении.

Список литературы

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

Усманова Д.Ш. Региональная блогосфера Республики Башкортостан // Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиапространстве. Материалы международной научно-практической конференции. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2014.

Benkler Y. The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven: Yale University Press, 2006.

Berkman Center for Internet and Society at Harvard University. Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете. Исследование центра Беркмана. № 2010-11.

Berkman Center for Internet and Society at Harvard University. Blogs as an Alternative Public Sphere: the Role of Blogs, Mainstream Media, and TV in Russia's Media Ecology. Research Publication. N 2014-8.

Sunstein C. Republic.com. Princeton: Princeton University Press, 2001.

Поступила в редакцию
09.10.2014

А.А. Гладкова, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: gladkova_a@list.ru

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ВЕБ-САЙТЫ ЭТНИЧЕСКИХ ГРУПП РОССИИ КАК ОТРАЖЕНИЕ ЯЗЫКОВОГО И КУЛЬТУРНОГО ПЛЮРАЛИЗМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В статье отражены результаты исследования 124 веб-сайтов на татарском, башкирском, чувашском и чеченском языках и/или посвященных различным аспектам общественной жизни этих этнических групп (*культура, массмедиа, деятельность государственных и негосударственных объединений соответствующих республик*). *Веб-сайты были проанализированы по критериям наличия оригинального контента, актуальной информации, моно-, би- или мультилингвального характера веб-сайтов, а также степени их интерактивности с интернет-пользователями. Проведенное исследование позволило выявить основные количественные и качественные особенности выбранных интернет-ресурсов, а также определить факторы, влияющие как на востребованность подобных ресурсов в частности, так и на характер языкового и культурного многообразия в рунете в принципе. В числе таких факторов называются уровень цифровых компетенций пользователей и их мотивация создавать оригинальный контент на родном языке.*

Ключевые слова: *этнические группы, плюрализм, веб-сайты, татары, башкиры, чуваши, чеченцы, Россия.*

This article presents the results of the analysis of 124 websites in the Tatar, Bashkir, Chuvash and Chechen languages and/or focusing on various aspects of these ethnic groups' life (*their culture, mass media, governmental and non-governmental organizations*). *All websites were analyzed according to the following criteria: originality of content, acuteness, mono-, bi- or multi-lingual nature of websites, degree of their interactivity with Internet users. The study revealed main quantitative and qualitative characteristics of the websites under analysis. It also helped to determine factors influencing both the demand for such websites, and the degree of linguistic and cultural pluralism in Runet in general. Among such factors the author names the digital skills of users and their motivation to create original content in native languages.*

Key words: *ethnic groups, pluralism, websites, Tatar, Bashkir, Chuvash, Chechen, Russia.*

Введение

В условиях глобализации, нарастающей мобильности людей, приобретения рядом языков — английским, испанским, китайским и другими [Garland, 2006] — статуса языков международного общения обнаруживается очевидная тенденция к исчезновению большого количества языков и диалектов. Согласно прогнозу

ЮНЕСКО, около половины из существующих в настоящее время 6000 языков могут исчезнуть к концу этого века[1]. Проблема усугубляется тем, что утрата языков с высокой долей вероятности повлечет за собой потерю культурного наследия этнических групп, говорящих на этих языках. Следует отметить, что для России, с ее масштабной территорией и большим населением, проблема исчезновения языкового и культурного многообразия стоит особенно остро. Как показывает разработанный ЮНЕСКО мировой атлас языков, находящихся в опасности, в России сегодня насчитывается 131 язык, которым в той или иной степени грозит исчезновение [ibid.].

Проблема утраты языкового и культурного плюрализма была освещена в работах многих исследователей [Андриченко, 2005; Гарифуллин, 2013; Гладкова, 2013; Пивнева, 2013; Морозова, 2011 и др.]. В научных работах как российских, так и зарубежных авторов неоднократно рассматривались различные аспекты языковой политики государства, направленной на поддержку языков малых народов, а также отмечалась значительная роль СМИ в сохранении языкового и культурного многообразия. Вместе с тем, несмотря на широкое распространение электронных ресурсов на языках малых народов (на это указывает даже беглый взгляд на количество вебсайтов на соответствующих языках в интернете), число исследований, посвященных анализу коммуникации на языках малых народов в онлайн-среде, на настоящее время не очень велико [Бальхаева, 2008; Володина, 2010; Гимадеева, 2012; Качмазова, 2012 и др.].

Нам представилось интересным рассмотреть на примере четырех языков, активно используемых на территории Российской Федерации (татарского, башкирского, чувашского и чеченского), специфику коммуникации носителей этих языков в интернет-пространстве. Выбор этнических групп и — соответственно — языков для анализа был определен тем фактом, что, по данным Всероссийской переписи населения 2010 г., представленные этнические группы входят в пятерку наиболее масштабных малых этнических групп по численности населения на территории России. Размер этнических групп, их удельный вес в общем составе населения России делает их интересными для сравнительного анализа. Автор не исключает также возможности расширения в дальнейшем границ исследования и проведения подобного анализа на примере других этнических групп, не входящих в число наиболее крупных этнических групп России, однако на начальной стадии исследования нам представилось целесообразным сконцентрироваться именно на наиболее масштабных этнических группах страны.

[1] URL: http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/endangered-languages/

Данная статья представляет собой часть более глобального исследования и направлена преимущественно на выявление количественных и качественных характеристик веб-сайтов на языках четырех народов России. Полученные данные в дальнейшем можно использовать для формулирования более общих выводов о специфике коммуникации соответствующих этнических групп в интернет-пространстве, а также в целом о степени языкового и культурного плюрализма в рунете.

Отметим, что настоящее исследование не ставит своей целью оценить степень культурного и/или лингвистического плюрализма в российском сегменте интернета в целом в силу небольшой выборки и фокуса только на четырех этнических группах. Его результаты, однако, могут быть полезны в дальнейшей работе над темой исследования, а также способны внести некоторый вклад в дискуссию о языковой политике России, роли СМИ и интернета в поддержке языков малых народов и особенностях коммуникации на этих языках в онлайн-среде.

Уточним также, что в настоящем исследовании мы сознательно избегали использования термина «меньшинства» (культурные, лингвистические меньшинства и т.д.), сделав выбор в пользу более, на наш взгляд, уместного в данном контексте определения «этнические группы». Не углубляясь в дискуссию относительно корректности термина «меньшинства» в целом[2], отметим лишь, что применение этого определения к группам населения, по численности превосходящим практически все прочие малые этнические группы на территории одной страны, представляется нам несколько нецелесообразным. Помимо этого, как утверждают некоторые исследователи[3], термин «меньшинства», являясь чересчур общим, лишает этнические группы их индивидуальных особенностей и культурной самобытности, отличающей одну этническую группу от другой.

Контекст

Начнем с того, что применительно к российскому обществу вполне уместно использовать термины «мультиэтничность» и «мультилингвизм». Согласно данным Всероссийской переписи населения 2010 г., на территории Российской Федерации сосуществуют более 190 этнических групп, говорящих более чем на 170 языках[4], при этом для большинства из них русский язык является вторым

[2] URL: http://www.workforcediversitynetwork.com/res_articles_termminority.aspx; URL: http://www.languagemonitor.com/politically-incorrect/680/

[3] URL: http://www.workforcediversitynetwork.com/res_articles_termminority.aspx

[4] URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm

активно используемым языком наряду с языком своего этнического формирования. Татары (3,87%), башкиры (1,15%), чуваши (1,05%) и чеченцы (1,04%) входят в топ-5 малых этнических групп по численности населения в России[5].

В мультиэтническом и мультиязыковом обществе, каковым является российское общество, вопрос языковой и культурной политики приобретает несомненную значимость. Ряд официальных документов закрепляют стремление России поддерживать и развивать языки и культуры этнических формирований, среди них Рамочная конвенция о защите национальных меньшинств, Европейская хартия региональных языков или языков меньшинств, Совместная программа Совета Европы и Европейской Комиссии в сотрудничестве с Министерством регионального развития Российской Федерации «Меньшинства в России: развитие языков, культуры, СМИ и гражданского общества». Государственные и негосударственные объединения, такие как Президентский совет по межнациональным отношениям, Московский дом национальностей, Гильдия межэтнической журналистики и другие [Gladkova, 2013, p. 331–332] ставят на повестку дня вопрос о защите языков и культур этнических групп России.

Многие из перечисленных выше институтов и официальных соглашений отмечают важность стимулирования коммуникации на языках этнических объединений. Так, например, одной из целей программы «Меньшинства в России: развитие языков, культуры, СМИ и гражданского общества» является «поддержка участия и содействие более широкому выражению самобытности этнических меньшинств в области культуры, образования и СМИ»[6]. Вместе с тем акцент нередко ставится на организации диалога в оффлайн-среде: общественные и государственные объединения в регулярном режиме проводят мероприятия, направленные на знакомство россиян с культурой малых народов, организуют различные фестивали, образовательные акции, совместные симпозиумы и съезды, осуществляют поддержку печатных и аудиовизуальных СМИ на языках этнических групп [Володина, 2010; Мамедова, 2010 и др.].

Не преуменьшая значимость подобных мероприятий, отметим, что развитие коммуникации на языках этнических групп в онлайн-пространстве представляется нам не менее значимой и в определенной степени недостаточно разработанной задачей. На актуальность этого факта указывает рост интернет-аудитории на территории России: осенью 2013 г. общее количество интернет-пользователей

[5] URL: http://www.vedomosti.ru/career/news/1454949/naselenie_rossii_uskorenno_sokraschaetsya

[6] URL: http://www.interethnic.org/News/130809_7.html

в стране, выходивших в интернет как минимум раз в день, увеличилось на 14% по сравнению с данными 2012 г. и составило 53,2 млн чел., или 46% от общего числа населения России[7]. Возрос также уровень доверия россиян к интернету как источнику актуальной информации: с 40% в 2011 г. до 64% в 2012 г., и общее число пользователей, называющих интернет-ресурсы своим основным источником информации, достигло 59%, что делает интернет третьим по популярности источником информации для россиян после телевидения и прессы[8].

Как отмечает Е.Л. Вартанова [Вартанова, 2013, с. 24], в 2000-е гг. уровень цифрового разрыва в различных регионах России заметно снизился. Безусловно, говорить о полном преодолении цифрового разрыва и обеспечении равного доступа всех граждан России к интернет-ресурсам, так же как о равном уровне цифровых компетенций пользователей, было бы преждевременно. Вместе с тем, по данным 2012 г., российские регионы продемонстрировали положительную динамику: так, число пользователей интернета в Уральском федеральном округе выросло на 18%, в Южном федеральном округе — на 15, в Сибирском федеральном округе — на 12, в Приволжском федеральном округе — на 9, в Дальневосточном федеральном округе — на 2%[9]. На территории каждого из федеральных округов проживает большое количество этнических групп. Можно предположить, что, получив более широкий доступ к интернет-ресурсам, представители этих групп станут принимать более активное участие в онлайн-коммуникации, создании веб-сайтов на своих родных языках, распространении информации о своей культуре посредством интернета; иными словами, участвовать в создании оригинального контента, получив для этого необходимые технические возможности.

Это предположение кажется нам логичным, однако оно имеет гипотетический характер и едва ли будет подтверждено или опровергнуто в настоящем исследовании в силу его довольно узкого фокуса и малой выборки. Мы рассчитываем, однако, протестировать другое предположение, а именно то, что интернет-ресурсы на языках этнических групп (в данном случае четырех групп, выбранных для анализа) отличаются в большинстве случаев количественным, но не качественным разнообразием. Это предположение было сделано на основании анализа веб-сайтов на языках четырех этнических групп и/или освещающих их культурное наследие и апробировано в ходе настоящего исследования при помощи ряда

[7] URL: http://fom.ru/SMI-i-internet/11288

[8] URL: http://www.fapmc.ru/rospechat.html

[9] URL: http://company.yandex.ru/researches/reports/2013/ya_internet_regions_2013.xml

критериев, речь о которых пойдет далее. Отметим, что под количественным разнообразием мы понимаем в данной работе количество веб-сайтов на языках четырех этнических групп и/или отражающих их культурное многообразие; под качественным разнообразием — их содержательное наполнение, тематическое многообразие, актуальность, степень интерактивности с интернет-пользователями, наличие или отсутствие оригинального контента на нескольких языках.

Повторим, что, несмотря на малую выборку, на основании полученных данных можно будет сделать некоторые выводы о состоянии языкового и культурного плюрализма в российском сегменте интернета в целом.

Методология

В данном исследовании мы рассмотрели веб-сайты на языках четырех этнических групп, проживающих в России: татарском, башкирском, чувашском и чеченском, а также веб-сайты, освещающие различные аспекты культурной и общественной жизни соответствующих этнических групп. Анализ проводился по следующим критериям:

• оригинальность контента (критерий применялся в случае, если информация на веб-сайте была доступна более чем на одном языке; в таком случае контент на нескольких языках сопоставлялся на предмет оригинальности версии на каждом из языков. Критерий считался реализованным, если в одной языковой версии содержались оригинальные авторские материалы, не дублирующиеся в другой языковой версии);

• актуальность информации (под актуальностью мы понимали своевременное обновление информации на веб-сайте; если информация не обновлялась в течение семи последних дней, мы считали, что критерий в отношении данного веб-сайта не проявлен);

• наличие версий веб-сайта на нескольких языках (комбинация языковых версий могла включать русский, английский и язык соответствующей этнической группы, т.е. татарский, башкирский, чувашский и чеченский, или иные языки);

• степень интерактивности с интернет-пользователями (возможные проявления интерактивности могли включать разнообразные форумы и прочие площадки для обсуждений, онлайн-опросы, наличие аккаунтов или ссылок на социальные сети и т.д.).

Выбор критериев был обусловлен попыткой оценить степень количественного и качественного разнообразия веб-сайтов четырех этнических групп и сделать определенные выводы о характере и степени проявления лингвистического и культурного плюрализма

в рунете. В целом, как можно заметить, указанные выше критерии были нацелены в большей степени на изучение качественного разнообразия веб-сайтов, в то время как степень количественного разнообразия можно было определить путем подсчета активных на момент проведения исследования веб-сайтов и поиска их по ключевым словам, речь о котором пойдет далее.

Отметим, что в силу ограниченного фокуса исследования мы анализировали не все материалы, доступные на веб-сайте в период проведения исследования, а лишь материалы, размещенные на главной странице веб-сайта в версиях на каждом из языков на дату проведения исследования. Это обстоятельство подчеркивает, что данные по выявлению степени качественного разнообразия веб-сайтов, в частности оригинальности контента, носят первичный характер и должны быть в дальнейшем дополнены более глубоким анализом содержания изученных веб-сайтов.

Подчеркнем также, что анализ содержания материалов на языках этнических групп проводился при участии носителей этих языков. Их основная задача заключалась в изучении материалов на главной странице соответствующих веб-сайтов и в целом структурного и содержательного наполнения веб-сайтов и в определении степени оригинальности материалов на языке своей этнической группы, а также форм взаимодействия с интернет-аудиторией. Материалы на английском и русском языках анализировались самим автором.

Остановимся на процедуре исследования онлайн-ресурсов более подробно. Исследование каждого веб-сайта мы начинали с изучения главной страницы: в случае всех рассмотренных веб-сайтов на их главных страницах содержались указания на моно-, би- или мультилингвальный характер веб-сайта (например, маркировка Рус/Eng на веб-сайте информационного агентства «Грозный-информ»[10] свидетельствовала, что материалы веб-сайта доступны на двух языках — английском и русском). При наличии версий веб-сайта на нескольких языках мы тестировали их на предмет реального функционирования. Как обнаружилось в ходе исследования, в ряде случаев заявленные версии веб-сайта на нескольких языках в действительности не работают (например, на веб-сайте Национального музея республики Татарстан[11] указаны версии на трех языках — русском, татарском и английском, однако на практике версия на английском языке на момент обращения не функционировала).

После этого мы переходили к анализу веб-сайта на предмет актуальности публикуемых материалов. Для этого мы анализировали

[10] URL: http://www.grozny-inform.ru
[11] URL: http://tatmuseum.ru

как материалы, размещенные на главной странице веб-сайта (преимущественно в разделе «Новости»), так и тематические рубрики ресурса. В абсолютном большинстве случаев публикация сопровождалась указанием даты и времени размещения на портале, что позволяло нам сделать выводы о степени реализации данного критерия. Например, веб-сайт киностудии «Башкортостан»[12] был классифицирован нами как веб-сайт с нулевой реализацией этого критерия, так как наиболее актуальная публикация на нем датируется 21 октября 2014 г. (по данным 4 ноября 2014 г.), что составляет более семи дней с момента публикации.

Анализ веб-сайта по критериям «оригинальность контента» и «степень интерактивности с интернет-пользователями» требовал больше времени и непосредственного участия носителей языка этнических групп. Для определения оригинальности контента нами были проанализированы материалы на главной странице каждого веб-сайта в каждой из языковых версий (при условии би- или мультилингвального характера веб-сайта). Материалы сопоставлялись на предмет наличия оригинального авторского текста или перевода с/на определенный язык. В случае когда в двух и более версиях присутствовал перевод (полный или частичный) — чаще всего с русского языка на язык этнической группы или наоборот, — критерий считался нереализованным. Подчеркнем, что подобная методика в силу ограниченности как выборки, так и фокуса исследования (внимание уделяется преимущественно главным страницам веб-сайтов) не дает нам четкого понимания качественных особенностей ресурсов и требует более детального анализа в дальнейшем.

Что касается четвертого критерия — «степень интерактивности с интернет-пользователями», — он был исследован как с помощью анализа главных страниц веб-сайтов, где размещались активные ссылки на официальные страницы в социальных сетях — Facebook, Twitter, «ВКонтакте», LiveJournal и т.д., так и с помощью изучения тематических рубрик на языках этнических групп (например, рубрика вопросов и ответов или форумы, доступные только на языке этнической группы).

Помимо анализа веб-сайтов по вышеуказанным формальным критериям мы обращали непосредственное внимание на их содержательное наполнение — тематическое и жанровое многообразие, наличие мультимедийных функций, выбор целевой аудитории и т.д., — способное также расширить представление о качественных особенностях исследуемых веб-сайтов.

Все выбранные для анализа источники были разделены на четыре тематические группы:

[12] URL: http://bashfilm.com

• официальные веб-сайты республик — Татарстан, Башкортостан, Чувашская и Чеченская республики (по одному для каждой из этнических групп);

• веб-сайты общественных объединений и институтов гражданского общества (десять для каждой из этнических групп);

• веб-сайты, посвященные культуре этнических групп — их традициям, обычаям, истории, образу жизни, философии и т.д. (десять для каждой из этнических групп);

• веб-сайты средств массовой информации — онлайн-версии печатных изданий, телевизионных и радиостанций, информационных агентств (десять для каждой из этнических групп).

Общее число проанализированных интернет-источников составило 124, по 31 для каждой из выбранных этнических групп. Веб-сайты в рамках каждой из тематических групп были изучены с использованием указанных выше критериев.

Все источники были выбраны в результате поиска по ключевым словам (название этнической группы плюс название или краткое определение тематической группы, например запрос «татары + культура») в онлайн-поисковике в марте–августе 2014 г. Мы ставили своей задачей выбрать десять наиболее посещаемых веб-сайтов в каждой из комбинаций ключевых слов, однако это было не всегда возможно: многие активно посещаемые веб-сайты не имели прямого отношения к изучаемой тематической группе, но предлагали переадресацию на вебстраницы с более конкретной информацией. В таком случае мы были вынуждены расширить границы поиска до 20–35 наиболее посещаемых ресурсов.

Отметим также, что в настоящем исследовании мы рассматривали только функционирующие на момент анализа веб-сайты. Особенно важно это понимать при рассмотрении результатов, касающихся второй тематической группы — веб-сайты общественных объединений и институтов гражданского общества. Неоднократно различные веб-сайты перечисляли существующие в республике общественные объединения, однако у самих объединений отдельных и работающих на момент обращения к ним веб-сайтов не было. Мы делаем эту ремарку, чтобы уточнить: проанализированные в работе веб-сайты не эквиваленты числу реально существующих в республиках общественных объединений, равно как и числу реально выходящих в свет СМИ на языках соответствующих этнических групп. Наша выборка отражает лишь результаты исследования онлайн-среды и онлайн-коммуникации представителей четырех конкретных этнических групп на материале ограниченного количества источников.

Все остальные критерии анализа (моно-, би- или мультилингвальный характер веб-сайта, степень интерактивности с пользова-

телями и т.д.) также отражают существующий характер веб-сайта на момент нашего обращения к нему и вполне могут подвергнуться трансформациям к моменту выхода настоящей статьи.

Завершая описание методологии, подчеркнем, что в данном исследовании мы не ставили своей целью изучить все доступные веб-сайты на языках выбранных этнических групп, так как число этих веб-сайтов очень велико и требует отдельного масштабного исследования. Нашей задачей было определить — насколько это было возможно в силу ограниченной выборки — количественные и качественные характеристики веб-сайтов на языках четырех этнических групп и по возможности внести некоторый вклад в дискуссию о лингвистическом и культурном плюрализме в рунете.

Результаты исследования

В ходе исследования веб-сайтов, подразделенных на четыре тематические группы, были выявлены как общие, так и отличающие их друг от друга характеристики. В этом подразделе мы сгруппируем полученные результаты в виде таблиц и проиллюстрируем каждую таблицу несколькими примерами. Объем статьи не позволяет сконцентрироваться более детально на каждой из тематических групп, равно как и на каждом критерии анализа, поэтому мы ограничимся освещением лишь нескольких наиболее показательных примеров и интерпретацией полученных результатов в разделе «Дискуссия».

К первой тематической группе, выбранной для анализа, были отнесены *официальные веб-сайты республик* — Татарстана[13], Башкортостана[14], Чувашской[15] и Чеченской[16]. Было выявлено, что все официальные веб-страницы содержат актуальную информацию о республике, ее политической, экономической, социальной жизни, истории и культуре (табл. 1). Все проанализированные веб-сайты предлагают различные формы интерактивной коммуникации с пользователями: специальный раздел «вопросов и ответов», доступный в режиме онлайн, форумы, ссылки на страницы в социальных сетях («ВКонтакте», Facebook и другие). Вместе с тем существенным фактом является наличие в большинстве случаев версии веб-сайта лишь на одном языке — русском, за исключением веб-сайта Республики Татарстан, где информация доступна также на татарском

[13] URL: http://tatarstan.ru
[14] URL: http://bashkortostan.ru
[15] URL: http://www.cap.ru
[16] URL: http://chechnya.gov.ru

и английском языках. Отметим, что многие материалы на этих языках идентичны или очень близки по содержанию к материалам на русском языке, хотя некоторые из них представляют собой оригинальные тексты, не дублирующиеся в русскоязычной версии.

В целом отсутствие в трех из четырех случаях версий веб-сайта на двух и более языках — на официальном портале республики и зачастую основном источнике сведений о жизни и культурной составляющей республики — представляется нам дискуссионным. На наш взгляд, наличие версии на национальном языке соответствующей республики (башкирском, чувашском и чеченском), учитывая, что эти языки являются законодательно закрепленными языками республик наряду с русским, было бы уместно. Это позволило бы расширить границы коммуникации, привлечь к диалогу в рамках официальной онлайн-платформы республики пользователей, говорящих на языке данной этнической группы. Наконец, разработанная версия веб-сайта на английском языке могла бы расширить аудиторию веб-сайтов за счет англоговорящей аудитории, заинтересованной в получении актуальной информации о жизни этнических групп в России, и в целом способствовать формированию позитивного имиджа соответствующей группы за рубежом.

Таблица 1

Сравнительный анализ официальных веб-сайтов республик (общее число источников = 1 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	1	0	0	0	1
Актуальность информации	1	1	1	1	4
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	1	0	0	0	1
Интерактивность с интернет-пользователями	1	1	1	1	4

В качестве второй тематической группы, выбранной для анализа, выступили различные *веб-сайты общественных объединений и институтов гражданского общества*. Источники, отнесенные к этой группе, продемонстрировали значительную разницу по всем указанным критериям (табл. 2). Среди них были обнаружены как веб-сайты, содержащие актуальную и подробную информацию об истории, традициях, верованиях и литературе соответствующей этнической группе, доступные на нескольких языках (как, напри-

мер, Чувашский народный сайт[17], доступный на четырех языках — русском, чувашском, английском и эсперанто), так и веб-сайты, предлагающие информацию только на русском языке (к примеру, веб-сайт Ассамблеи народов Татарстана[18]). Последний пример кажется нам довольно показательным: веб-сайт, ставящий своей целью «широко освещать этнокультурную жизнь Татарстана в целом, вопросы миграционной и национальной политики республики, историю народов, проживающих в Татарстане»[19], было бы логично, на наш взгляд, дополнить как минимум версией на татарском языке.

Таблица 2

Сравнительный анализ веб-сайтов общественных объединений и институтов гражданского общества (общее число источников = 10 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	2	0	2	2	6
Актуальность информации	5	1	3	1	10
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	3	0	2	2	7
Интерактивность с интернет-пользователями	8	7	4	4	23

В целом, говоря о данной тематической группе, можно отметить наиболее существенный разрыв по критерию «наличие версий веб-сайта на двух и более языках» и, соответственно, низкие показатели оригинальности контента. В то же время большинство из изученных ресурсов уделяют значительное внимание установлению прямого контакта с интернет-аудиторией посредством разнообразных интерактивных функций (интерактивный опрос, размещение пользовательского контента на сайте, форумы, активное присутствие в социальных сетях).

На примере международного летнего лагеря для школьников «Содружество»[20] с филиалами в Чувашии и Татарстане можно увидеть довольно успешные формы реализации практически всех изученных критериев: наличие оригинального контента (в данном случае блог австрийской участницы лагеря, публикуемый на английском

[17] URL: http://chuvash.org
[18] URL: http://www.an-tat.ru
[19] URL: http://www.an-tat.ru/ob-assamblee/
[20] URL: http://www.sodvo.ru

языке без перевода), ориентацию как на русско-, так и на англоязычную аудиторию (разделы For International Visitors и For Russian Visitors), а также активное взаимодействие с пользователями в разных формах и жанрах: регулярно публикуемые интервью с отдыхающими в лагере, их фотографии, отзывы волонтеров, мультимедийные презентации лагеря, доступные онлайн.

Исследование третьей тематической группы ресурсов — *веб-сайтов, посвященных культуре этнических групп* — их традициям, обычаям, истории, образу жизни, философии, литературе, музыке и т.д., также позволило выявить ряд интересных закономерностей. Было обнаружено, что, как и в случае с предыдущими тематическими группами, большинство веб-сайтов, посвященных культуре этнических групп, доступны лишь на одном языке, преимущественно русском (табл. 3). Значительное внимание, как и в предыдущих тематических группах, уделяется взаимодействию с интернет-аудиторией: многие веб-сайты предлагают в свободном доступе музыкальные и литературные произведения на языке соответствующей этнической группы[21;22], материалы для самостоятельного изучения языка[23], специальные пособия для детей, различные сказки и загадки на родном языке, способствующие формированию интереса к культуре своего народа с юного возраста[24].

Таблица 3

Сравнительный анализ веб-сайтов, посвященных культуре этнических групп (общее число источников=10 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	0	1	0	0	1
Актуальность информации	2	3	3	2	10
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	2	1	1	1	5
Интерактивность с интернет-пользователями	4	5	2	4	15

Интересной формой коммуникации нам также показалось создание специальной книги, посвященной «нохчалла», — спектру моральных, нравственных и этических норм жизни чеченца[25].

[21] URL: http://www.tatmp3.narod.ru
[22] URL: http://chuvash.org/lib/
[23] URL: http://tel.bashqort.com
[24] URL: http://gakish.com/category/shechen-language
[25] URL: http://nohchalla.com

Веб-сайт предлагает интернет-пользователям поделиться собственными примерами проявления «нохчалла» в реальной жизни, таким образом не только поддерживая в представителях этнической группы интерес к своей культуре, но и стимулируя публичный диалог о сущности явления «нохчалла», его актуальности, вариантах его проявления. Эта инициатива нашла живой отклик у аудитории, и в настоящее время на веб-сайте в открытом доступе размещены более тридцати оригинальных историй пользователей в разных жанрах и стилях, наиболее популярная из которых («Случай при заготовке сена») набрала около 17 000 индивидуальных просмотров[26]. Интересно, что эта история, в отличие от большинства других, была написана на чеченском языке с переводом на русский.

Отметим, что отличие данной тематической группы от остальных групп, представленных в исследовании, заключается в фокусировании изученных веб-сайтов на культуре соответствующих этнических групп и всех проявлениях культуры в ее широком смысле, понимаемой как «система ценностей, жизненных представлений, образцов поведения, норм, совокупность способов и приемов человеческой деятельности, объективированных в предметных, материальных носителях (средствах труда, знаках) и передаваемых последующим поколениям» [Волков, Добреньков, Нечипуренко, Попов, 2003, с. 90]. Безусловно, подавляющее большинство веб-сайтов, проанализированных в данной работе, освещают явления культуры в той или иной степени. Вместе с тем наряду с фокусом на культуре соответствующих этнических групп они отражают другие явления и процессы общественной жизни, уделяют внимание политическим, экономическим аспектам жизни республик, их географии, истории и т.д. Веб-сайты, принадлежащие к третьей тематической группе, фокусируются исключительно на явлениях культурного характера, что обусловило наше решение выделить их в качестве отдельной группы для анализа.

В качестве четвертой тематической группы, выбранной для анализа, выступили *веб-сайты СМИ*, выходящих на территории соответствующих республик и/или посвященных различным аспектам жизни исследуемых этнических групп. Одной из наиболее очевидных особенностей данной тематической выборки является высокая актуальность сообщений, публикуемых на площадке этих интернет-ресурсов: из 40 изученных веб-сайтов 34 отличаются высокой оперативностью при размещении новостей (табл. 4). Как и в предыдущих тематических группах, подавляющее большинство веб-сайтов практикуют различные формы взаимодействия с интернет-аудиторий: 35 из 40 веб-сайтов, т.е. порядка 90%, применя-

[26] URL: http://nohchalla.com/etika/rasskazy-nohchalla/1531-zagatovka-sena.html

ют социальные сети, онлайн-опросы, форумы для установления и поддержания контакта с пользователями.

Таблица 4

Сравнительный анализ веб-сайтов средств массовой информации (общее число источников=10 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	3	3	2	1	9
Актуальность информации	10	6	8	10	34
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	3	3	2	2	10
Интерактивность с интернет-пользователями	9	8	8	10	35

Анализ выборки по критериям «оригинальность контента» и «наличие версии веб-сайта на двух и более языках» продемонстрировал существенный разрыв с двумя другими критериями. Несмотря на то что ряд веб-сайтов успешно развивают версии на нескольких языках (например, веб-сайт башкирской газеты «Башкортостан»[27], чувашской газеты «Свободное слово»[28], информационного агентства «Татар-информ»[29] и других), большинство онлайн-версий печатных изданий, телевизионных и радиостанций, информационных агентств доступны сегодня лишь на одном языке. Одна из наиболее популярных газет в Татарстане, «Моя республика Татарстан»[30], имеет хорошо развитую и активно обновляемую версию на татарском языке, в то время как версия на русском языке существует, но не работает из-за технической ошибки. Ряд информационных агентств, ориентированных на предоставление аудитории актуальной информации в сжатые сроки, также работают лишь на русском языке — «Чечен-инфо»[31] и «Грозный-информ»[32].

Показателен пример информационного агентства «Башинформ»[33]: несмотря на существование версий веб-сайта на трех языках — русском, башкирском и английском, — реально актуальную информацию предлагает лишь версия на русском языке. Так, по

[27] URL: http://bashgazet.ru
[28] URL: http://www.irekle.org
[29] URL:http://www.tatar-inform.ru
[30] URL: http://www.vatantat.ru
[31] URL: http://checheninfo.ru
[32] URL: http://www.grozny-inform.ru
[33] URL: http://www.bashinform.ru

данным на 04 ноября 2014 г., в версии на русском языке были сообщения, датированные тем же числом, в то время как наиболее актуальные материалы в версиях на башкирском и английском языках датировались 31 октября 2014 г. Это позволяет классифицировать их как актуальные в рамках настоящего исследования, однако по факту едва ли делает их таковыми, особенно в рамках деятельности информационного агентства, ориентированного на передачу сведений в сжатые сроки. Можно обратить также внимание на то, что большинство материалов в версиях на русском и английском языках дублируют друг друга: так, например, заметка «Голосование за зеленый символ Башкирии выходит на финишную прямую» (от 31 октября 2014 г.) и «Voting for the green symbol of Bashkiria enters the home stretch» (от того же числа) не только написаны в рамках одного информационного повода, но и являются полностью идентичными в смысловом, стилистическом и грамматическом плане.

Выводы и дискуссия

Как показало настоящее исследование, число веб-сайтов на языках четырех этнических групп и/или посвященных различным аспектам их культурной и общественной жизни довольно велико. Несмотря на то что в рамках данного исследования мы не ставили целью определить точное число таких веб-сайтов, на их распространенность указывает проведенный поиск по ключевым словам в интернет-поисковике, предлагающий большое разнообразие вариантов (в среднем от 300 до 500 тысяч вариантов результатов на каждый из проведенных нами запросов). Вместе с тем, как показал проведенный анализ по выбранным критериям, подавляющее большинство изученных веб-сайтов нуждается в определенных трансформациях с целью увеличения своей аудитории и повышения общих рейтинговых показателей веб-сайта.

Начнем с того, что значительное количество проанализированных интернет-ресурсов доступно на момент проведенного исследования лишь на одном языке, преимущественно на русском или на языке соответствующей этнической группы. Такой выбор языка может быть оправдан в случае, если веб-сайт нацелен на ограниченный сегмент аудитории, например на представителей этнической группы, проживающих за рубежом и нуждающихся в онлайн-площадке для обмена опытом и актуальной информацией между членами своего сообщества. Такие веб-сайты в большинстве случаев не направлены на широкую аудиторию и не ставят своей целью знакомство с культурой этнической группы, ее историей или язы-

ком; интерес они представляют преимущественно для весьма ограниченного круга пользователей.

Напротив, в случае когда речь идет о ресурсах, нацеленных на широкую аудиторию, таких как официальные интернет-порталы национальных республик, наличие контента на нескольких языках является, на наш взгляд, необходимым. Русскоязычная версия веб-сайта может способствовать привлечению интернет-пользователей из других республик и городов России, расширению их представлений о проживающих на территории России этнических группах, а также установлению контакта между пользователями, принадлежащими к разным этническим группам, но объединенных знанием русского языка. Наличие же англоязычного контента представляется целесообразным в случае, если группы заинтересованы в повышении осведомленности зарубежной аудитории об их взглядах, интересах и мнениях. В настоящее время, как было выявлено, число веб-сайтов, предлагающих контент на двух и более языках, весьма ограниченно, особенно если мы говорим об оригинальном контенте, а не просто о дублировании информации на нескольких языках.

Количественный анализ ресурсов показал, что среди четырех этнических групп, выбранных для исследования, наиболее высокие результаты по всем четырем критериям продемонстрировала первая этническая группа — татары. Суммарно результаты по всем критериям относительно каждой этнической группы представлены в табл. 5.

Таблица 5

Общий сравнительный анализ веб-сайтов четырех этнических групп (общее число источников = 41 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	6	4	4	3	17
Актуальность информации	18	11	15	14	58
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	9	4	5	5	23
Интерактивность с интернет-пользователями	22	21	15	19	77

Полученные данные можно объяснить рядом обстоятельств. Среди них факторы объективного характера: уровень проникновения интернета на территории соответствующих федеральных округов

(Приволжского федерального округа для татар, башкир и чувашей и Северо-Кавказского федерального округа для чеченцев), ценовая доступность интернета и уровень активности пользователей. Приведем статистические данные: так, несмотря на более заметный рост уровня проникновения интернета на территории Северо-Кавказского федерального округа (+12,9% в 2014 г.) по сравнению с Приволжским федеральным округом (+8,1% в том же году), для этого федерального округа характерны значительно более высокая стоимость фиксированного доступа в интернет: 60 руб. Мбит/с (для сравнения: 15 руб. Мбит/с в Приволжском федеральном округе и 25 руб. Мбит/с в среднем по России) и гораздо более низкая активность интернет-пользователей. Так, за год в Северо-Кавказском федеральном округе было создано только 26 новых ресурсов на миллион пользователей (для сравнения: 142 новых ресурса в Приволжском федеральном округе и 269 — в среднем по России) и опубликован 141 материал СМИ в день на миллион пользователей (для сравнения: 541 материал в Приволжском федеральном округе и 931 — в среднем по России)[34].

Эти данные отчасти показывают, почему четвертая из изученных этнических групп (чеченцы) не занимает лидирующей позиции ни по одному из предложенных критериев, однако они не объясняют напрямую доминирования первой этнической группы, учитывая, что все три группы (татары, башкиры, чуваши) территориально принадлежат к одному федеральному округу. В данном случае уместно, на наш взгляд, обратиться к статистике интернет-пользователей в этих трех республиках: так, доля пользователей интернетом на территории Татарстана составляет 49,4%, Башкортостана — 48,5%, Чувашии — 48,1% (для сравнения: только 4,6% на территории Чеченской республики)[35]. Среднемесячный доход населения в Татарстане выше, чем в Башкортостане и Чувашии (19 894 руб., 19 314 руб. и 11 986 руб. соответственно)[36], а рейтинг качества жизни (58,40 рейтинговых балла) в Татарстане значительно превышает аналогичный показатель в Башкортостане (47,50) и Чувашии (42,50)[37].

Наконец, нельзя забывать еще об одном очевидном, но очень важном обстоятельстве — непосредственно о численности населения, делающем татар крупнейшей из изученных в работе этнической группой. Обратимся вновь к статистическим данным 2010 г.: татары составляют 3,87% населения России, в то время как баш-

[34] URL: http://company.yandex.ru/researches/reports/2014/ya_internet_regions_2014.xml

[35] URL: http://riarating.ru/infografika/20130118/610533923.html

[36] Там же.

[37] URL: http://www.riarating.ru/infografika/20121218/610486725.html

киры — 1,15%, чуваши — 1,05% и чеченцы — 1,04%[38]. Этот фактор может, как нам кажется, также напрямую влиять на активность пользователей в интернете и стремление разработчиков веб-сайтов сделать материалы интересными и доступными для столь масштабной группы населения.

Рассуждая о характеристиках интернет-ресурсов на языках этнических групп и/или посвященных их культуре и образу жизни, уместно, на наш взгляд, уделить внимание двум факторам, напрямую влияющим на востребованность подобных ресурсов и уровень их технического и содержательного развития. В первую очередь, это наличие у представителей определенной этнической группы цифровых компетенций, необходимых для участия в онлайн-коммуникации и создании оригинального контента на родном языке. Во-вторых, это наличие у интернет-пользователей мотивации создавать подобный контент. Отметим, что данные факторы представляются нам очень важными, однако они, безусловно, не являются единственными факторами, способствующими или препятствующими онлайн-коммуникации на языках этнических групп, а также созданию веб-сайтов, посвященных культуре этих групп. В данном исследовании мы не будем останавливаться подробно на факторах технологического, юридического и финансового характера, играющих значительную роль в развитии интернет-ресурсов этнических групп [Монтвилов, 2010 и др.]. Уделим больше внимания факторам, влияние которых не столь часто акцентируется, а именно уровню мотивации и цифровой грамотности пользователей.

Как уже было отмечено, доступ к интернету сегодня получают все больше россиян. С одной стороны, этот процесс снижает уровень цифрового неравенства: распространение интернет-технологий позволяет все более широкой аудитории принимать участие в онлайн-коммуникации, осуществлять поиск актуальной информации в интернете, создавать свой оригинальный контент. С другой стороны, обеспечение граждан доступом к интернету не решает полностью проблему цифрового разрыва: у многих потенциальных пользователей интернета, нередко проживающих за пределами крупных населенных пунктов, отсутствуют необходимые навыки и умения для использования интернет-ресурсов. Как следствие, многие из них, имея возможность участвовать в онлайн-коммуникации, презентовать свои взгляды и мнения в режиме онлайн, фактически этого не делают из-за недостаточного уровня цифровых компетенций. В итоге число веб-сайтов, посвященных культурному многообразию этнических групп, а также число ресурсов

[38] URL: http://www.vedomosti.ru/career/news/1454949/naselenie_rossii_uskorenno_sokraschaetsya

на языках этих групп не всегда отражают реальную ситуацию культурного и языкового многообразия на территории определенной страны. Закономерно также, что из-за недостаточной репрезентации этнических групп на площадке онлайн-ресурсов аудитория, даже при наличии интереса, не всегда имеет возможность узнать больше об их культуре, образе жизни, взглядах и потребностях. В данном случае пользователи фактически оказываются лишены «права выбора»: как отмечают Д.М. Бриман, В.И. Бриман и Хелбергер [2011, с. 35], «людей невозможно заставить потреблять определенный медиаконтент, однако им можно рассказать, какой у них есть выбор». В ситуации, когда пользователи интернета не имеют доступа к информации об определенных культурных или этнических группах в силу отсутствия у этих групп необходимых цифровых навыков, можно говорить об ограниченной ситуации выбора у значительного процента аудитории.

Вторым важным фактором, влияющим на степень репрезентации культурного и лингвистического многообразия онлайн, является мотивация этнических групп говорить о своих убеждениях, мнениях и интересах при помощи интернет-технологий. Нам кажется очевидным тот факт, что возможности онлайн-коммуникации для укрепления межкультурных и межнациональных связей, а также межличностной коммуникации [Дунас, 2009] весьма значительны. Использование различного рода интерактивных функций: форумов для обмена мнениями, тематических групп в социальных сетях, онлайн-площадок для обмена видеофайлами, фотографиями, литературными произведениями, пособиями для обучения языку этнических групп может и должно способствовать межкультурному диалогу и повышению осведомленности интернет-пользователей о культуре других народов.

Вместе с тем эти возможности остаются нереализованными в случае, когда у представителей этнических групп при наличии доступа к интернету и необходимых для его использования навыков нет стимула принимать участие в этом диалоге, говорить на родном языке и о родной культуре в процессе онлайн-коммуникации. Причины этого могут быть разнообразны и заслуживают отдельного исследования. Отметим лишь, что в случае, когда у пользователей интернета отсутствует четкая мотивация говорить о своей культуре и идентифицировать себя в интернет-пространстве как представителей определенной этнической общности, вебсайты, созданные на их языках или отражающие их культуру, с большой долей вероятности останутся недостаточно развитыми в техническом плане, редко обновляемыми и содержащими контент, представляющий минимальный интерес как для широкой аудитории, так и для самих представителей этих групп. Как пока-

зало настоящее исследование, большинство из изученных интернет-ресурсов нуждаются в значительных изменениях для того, чтобы стать информативными и интересными пользователям. Мы не готовы утверждать, что низкая скорость их обновления, отсутствие версий веб-сайта на нескольких языках или оригинального контента обусловлены отсутствием мотивации у их создателей и пользователей, однако этот фактор, как нам кажется, может в ряде случаев быть одной из причин этого.

Отдельного внимания заслуживают веб-сайты печатных и аудиовизуальных СМИ этнических групп. Исследование продемонстрировало, что, несмотря на сравнительно высокую степень проявления таких критериев, как «актуальность информации» (34 из 40) и «интерактивность с интернет-пользователями» (35 из 40), веб-сайты этой группы предлагают оригинальный контент на нескольких языках довольно редко. Более того, функции интерактивного взаимодействия с аудиторией (форумы, раздел вопросов и ответов, чаты и т.д.) в большинстве случаев реализуются исключительно на русском языке даже в ситуациях, когда у веб-сайтов существуют обновляемые версии на нескольких языках, что также не стимулирует живое общение на языках этнических групп онлайн.

Для веб-сайтов этой тематической группы также характерно ограниченное использование мультимедийных технологий, фото, видео, а также сравнительно редкое размещение пользовательского контента. Вследствие этого проанализированные веб-сайты СМИ едва ли формируют повестку дня своей аудитории и являются для нее основным и/или важным источником актуальной информации. Учитывая, что сегодня наблюдается рост избирательности поведения читателей/зрителей/слушателей и более жесткого формулирования требований аудитории к СМИ [Вартанова, 2009], некоторым веб-сайтам национальных СМИ имеет, на наш взгляд, смысл уделить больше внимания развитию своих ресурсов на нескольких языках и расширению технологических возможностей веб-сайтов (размещение в открытом доступе разных типов контента, создание интерактивных площадок для взаимодействия пользователей и размещения пользовательского контента и т.д.). Мы делаем эту ремарку, так как убеждены, что роль СМИ в укреплении межкультурных связей и повышении уровня информированности пользователей о культуре, взглядах и образе жизни других этнических групп действительно велико. Поэтому, на наш взгляд, развитие веб-сайтов СМИ этих групп и увеличение их аудитории за счет представителей других этнических общностей России, а также зарубежных пользователей является одной из важных задач на современном этапе.

Подводя итоги, повторим, что количество ресурсов на языках четырех выбранных для анализа этнических групп и/или посвященных различным аспектам их общественной жизни весьма значительно. Мы не готовы утверждать, однако, что для всех этих ресурсов характерно тематическое и лингвистическое многообразие. Для большинства изученных веб-сайтов свойственно отсутствие версий на нескольких языках (из 124 интернет-источников только 23 доступны более чем на одном языке) и оригинального контента на этих языках (он есть у 17 из 124). Анализ по критериям «актуальность информации» (58 из 124) и «степень интерактивности с интернет-пользователями» (77 из 124) продемонстрировал более высокие показатели, однако очевидно, что степень проявления этих критериев также далека от ста процентов. В целом можно сказать, что гипотеза о преимущественно количественном, а не качественном разнообразии проанализированных в данной работе интернет-ресурсов была подтверждена.

В завершение отметим, что сегодня в России предпринимается ряд активных мер по укреплению языковой политики и защите национальных языков в оффлайновом и онлайновом пространстве. Продолжается развитие интернет-соединения на территории России, создаются курсы по повышению медиаграмотности и общего уровня цифровых компетенций пользователей, на государственном уровне поддерживаются СМИ на языках этнических групп, проводятся мероприятия, направленные на установление межкультурного диалога и взаимопонимания между представителями разных народов. Вместе с тем успешная реализация этих мер в значительной степени зависит от самих представителей этнических общностей — наличия у них навыков использования интернет-технологий, а также интереса и готовности принимать участие в онлайн-коммуникации, говорить о своих убеждениях, взглядах, своей культуре и своем языке в режиме онлайн.

Список литературы

Андриченко Л.В. Регулирование и защита прав национальных меньшинств и коренных малочисленных народов в Российской Федерации: Дисс. ... докт. юрид. наук. М., 2005.

Бальхаева И.Х. Деятельность библиотек Республики Бурятия по развитию многоязычия в сети Интернет // Многоязычие в России: региональные аспекты. М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008.

Вартанова Е.Л. Факторы модернизации российских СМИ и проблема социальной ответственности // Медиаскоп. 2009. № 1.

Волков Ю.Г., Добреньков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. Социология. 2-е изд., исп. и доп. М.: Гардарики, 2003.

Володина Н.И. Языковая ситуация в Чувашской республике // Языковое и культурное разнообразие в киберпространстве. Сборник материалов Международной конференции (Якутск, 2–4 июля 2008 г.) / Сост. Е.И. Кузьмин, Е.В. Плыс. М.: МЦБС, 2010.

Гарифуллин В.З. Роль мусульманских СМИ в обеспечении этноконфессиональной толерантности в Татарстане // Вестн. Челябинского государственного университета. 2013. № 21 (312).

Гарифуллин В.З. Место и роль мусульманских СМИ в информационном поле Татарстана // Журналист. Социальные коммуникации. М.: ИД «Журналист», 2013.

Гимадеева Д.Р. Татарские сетевые группы как вид этнических сообществ // Культура. Духовность. Общество. Новосибирск: Общество с ограниченной ответственностью «Центр развития научного сотрудничества», 2012.

Дунас Д.В. К антропологической теории рассмотрения медиакоммуникации // Медиаскоп. 2009. № 4.

Качмазова А.У. Этнические автостереотипы южных осетин в аспекте межкультурной коммуникации (на материале кавказских интернет-блогов и форумов) // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 9.

Мамедова Л.А. Азербайджан: культурный симбиоз и многообразие традиций // Языковое и культурное разнообразие в киберпространстве. Сборник материалов Международной конференции (Якутск, 2–4 июля 2008 г.) / Сост. Е.И. Кузьмин, Е.В. Плыс. М.: МЦБС, 2010.

Монтвилов В.М. Интернет и языковое многообразие: возможно ли это? // Языковое и культурное разнообразие в киберпространстве. Сборник материалов Международной конференции (Якутск, 2–4 июля 2008 г.) / Сост. Е.И. Кузьмин, Е.В. Плыс. М.: МЦБС, 2010.

Морозова И.Г. Национальные языки и научно-технический прогресс: на каких языках будут говорить наши потомки? // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и языковедения: вопросы теории и практики. 2011.

Пивнева Е.А. Современные практики поддержки и развития финно-угорских языков в контексте программ сохранения культурного наследия // Вестн. Новосибирского государственного университета. 2013. № 12(3).

Breeman J.M., Breeman V.E., Helberger N. On the regulator's plate: exposure diversity in a changing media environment // Journal of Information Policy. 2011. N 1.

Garland E. Can minority languages be saved? // The Futurist. 2006. July–August.

Gladkova A.A. Cultural pluralism in Russian press: challenges and prospects of development // World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. M.: Mediamir, 2013.

Gladkova A.A. The role of television in cultivating the values of pluralism and cultural diversity in children // Psychology in Russia: State of the Art. 2013. N 6.

Vartanova E.L. Constructing Russian media system in the context of globalization // World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. M.: Mediamir, 2013.

Поступила в редакцию
28.09.2014

А.Н. Лаврова, аспирант кафедры редакционно-издательского дела и информатики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: wwwuzik@gmail.com

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИНТЕРНЕТА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КНИЖНЫХ ИЗДАТЕЛЬСТВ

Статья посвящена PR-деятельности книжных издательств в web 2.0. Рассмотрены методы, которые используют книжные издательства для продвижения в социальных сетях и блогах, а также опубликованы результаты исследования, показывающие, насколько издательства активно занимаются PR-деятельностью в интернете.

Ключевые слова: *книжные издательства, web 2.0, PR-деятельность, социальные сети.*

The article examines PR of book publishing houses in web 2.0. The author reviews the methods which are being used in PR of book publishing houses in social nets and blogs and presents the results of research of these activities.

Key words: *publishing houses, web 2.0, PR, social media.*

Введение

С появлением интернета работа специалистов по связям с общественностью в книжных издательствах сильно изменилась. Причиной этому стала активная конвергенция СМИ и интернет-ресурсов. Не менее важным для работы PR-специалистов стало появление социальных сетей и блогов. Большое количество людей выходят в интернет исключительно для того, чтобы зайти в социальную сеть. И это единственная возможность пообщаться с данной аудиторией [Халилов, 2013, с. 12]. Обратная связь между книжным издателем и читателем может осуществляться в течение нескольких секунд. Специалисты считают, что достаточно нескольких минут после публикации короткого сообщения в Twitter, чтобы понять, будет ли оно популярным или нет [Халилов, 2013, с. 96].

В проведенном нами исследовании были рассмотрены конкретные способы коммуникации московских книжных издательств в web 2.0. Был изучен контент сообщений в web 2.0, типы сообществ и способы продвижения книжной продукции.

Исследованиями термина PR и его развитием в современном медиапространстве занимается ряд специалистов. Изучением же PR-деятельности именно издательств занимаются значительно меньше. В 2011 г. было проведено исследование В.Е. Крыловой, в котором рассматривалась PR-деятельность крупнейших издательств России в социальных сетях. По результатам исследования

были сделаны выводы, что интерес крупнейших российских издательств к социальным сетям совсем небольшой — только 18% из них с разной степенью активности пользуются программами «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook [Крылова, 2011, с. 111–113]. В 2013 г. вышло несколько статей, посвященных продвижению книжных издательств в интернете: Е.А. Шибаевой «Книжный маркетинг в социальных медиа» [Шибаева, 2013, с. 7–13], Е.В. Крыловой «Социальные сети книжной тематики как особая коммуникационная среда для субъектов книжного рынка» [Крылова, 2013, с. 130–140].

В этих работах были представлены не только существующие группы книжных издательств в социальных сетях, но также собрана статистика по количеству представленных в интернете московских книжных издательств — как на собственных сайтах, так и в социальных сетях.

Актуальность данного исследования состоит в том, что подробно PR-деятельность московских издательств в интернете до этого почти не рассматривалась. Книжный рынок в связи с появлением интернета и электронных носителей значительно меняется, представители многих издательств достаточно консервативны — эти особенности объясняют свой путь развития продвижения книжных издательств в интернете. Задача данного исследования — выявить, какие методы продвижения используют московские издательства. Эти методы сравниваются также при разделении издательств на три группы: малые, средние и крупные. Эмпирическое исследование выполнено при помощи измерения соотношения, какими методами издательства пользуются больше или меньше для их продвижения.

Методология

Была проанализирована работа по продвижению 232 московских издательств, основным направлением которых является издание бумажных книг. Список исследуемых издательств был составлен по каталогам книжных выставок и информации из интернет-магазинов Ozon.ru и Labirint.ru. Изначально он состоял из более чем 350 издательств, однако был сокращен по следующим критериям: издательство закрылось, перестало издавать книги или занимается работой по другим направлениям. Информация о способах продвижения книжных издательств была собрана в интернете в период с марта по май 2014 г. Была рассмотрена работа издательств по следующим направлениям: наличие сайта, наличие интернет-магазина, ведение групп или страниц в популярных социальных сетях (подробнее рассмотрены Facebook и в Вконтакте) и в менее популярных среди издателей социальных сетях (общее количество

пользующихся хотя бы одной из этих площадок: Instagram, Foursquare, Twitter и др.). В итоге была составлена таблица с 232 московскими издательствами, в которой была отмечена их деятельность по всем этим направлениям. Данные исследования представлены в процентном соотношении от общего количества рассмотренных издательств. Исследование позволяет проанализировать, насколько активно московские книжные издатели занимаются продвижением продукции в интернете.

По результатам исследования издательства были отнесены к нескольким типам в соответствии с объемом издаваемой бумажной литературы: крупные, средние и малые. Эту классификацию предлагает Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. В Отраслевом докладе «Книжный рынок России» указывается, что ¾ издательств России выпускает менее 12 книг в год (и эти издательства можно считать неактивными и, соответственно, малыми). Более 500 книг в год издает менее 1% издательств[1]. Опираясь на эти данные с учетом специфики темы, были определены следующие критерии типологии: малые издательства — менее 12 книг в год, средние издательства — от 12 до 120 книг в год и крупные — свыше 120 книг в год. С учетом данной типологии по результатам исследования выявилась следующая разбивка: крупные издательства — 31%, средние — 36% и малые — 33%.

Данное деление издательств позволяет увидеть не только общие данные по их продвижению в интернете, но и проследить способы продвижения и активность издательств в зависимости от их величины и имеющихся ресурсов.

Результаты исследования

Изучая издательства на предмет наличия сайтов, нами было выявлено, что 82% имеют сайты и, соответственно, 18% — не имеют. Причем если говорить о типах издательств, то получается, что сайт имеют 92% крупных издательств, 89% — средних и только 33% малых. Если говорить об интернет-магазинах, то можно отметить, что лишь 41% всех московских издательств имеют свой интернет-магазин. Если рассматривать типы издательства, то статистика также закономерна — свой интернет-магазин имеют 58% крупных издательств, 40% — средних издательств и 27% — малых. То что не все малые издательства имеют свои сайты и интернет-магазины, может быть связано как с отсутствием финансовых возможностей на содержание сайта, так и с тем, что в этом может не быть необходимости. Многие малые издательства не занимаются

[1] Книжный рынок России. Состояние, тенденция и перспективы развития. Отраслевой доклад. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013. С. 19.

продвижением и реализацией своих изданий, доверяя эту работу книготорговым компаниям.

Можно выделить три типа сайтов, которые имеют книжные издательства:

— сайт-визитка, где есть только общая информация об издательстве и контакты;

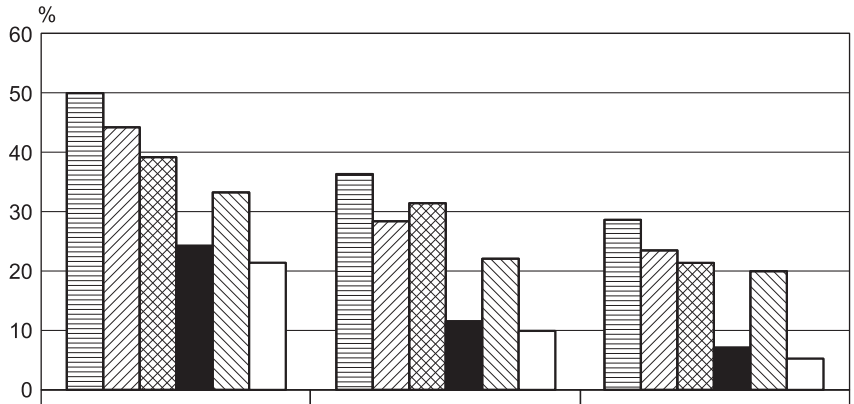
— каталог изданий с ссылками на то, где их можно купить;

— интернет-магазин, где пользователь может заказать книги.

Интернет-магазины обычно имеют крупные издательства, которые могут справиться с логистикой и дополнительными затратами, а также малые и средние издательства, которые берут на реализацию книги своих коллег. Не всегда интернет-магазины издательств имеют удобный интерфейс для пользователей, но цены там ниже, чем в книжных магазинах, поэтому заказы все равно поступают. Каталог изданий на сайте обычно создают для того, чтобы представить в интернете ассортимент — как читателям, так и книготорговым компаниям, которые сотрудничают с издательством. Сайт-визитку создают для общего представления издательства в интернете, причем зачастую новости и информацию об изданиях выкладывают уже в социальных сетях, почти не обновляя сайт. Более того, существуют примеры тематических книжных интернет-магазинов, которые имеют площадку только в социальной сети и все заказы принимают там.

Социальные сети используют для продвижения своей продукции далеко не все московские издательства — всего 38%. Причем если рассматривать подробнее, какие именно социальные сети чаще всего используют издательства, то выявляется такая статистика: 31% издательств использует ВКонтакте, 30% — Facebook и 12% — менее стандартные для издательств социальные сети (Instagram, Foursquare, Twitter и другие). Важно отметить, что и нестандартные социальные сети, и Facebook, и ВКонтакте одновременно использует 12% издательств, что позволяет сделать вывод, что те, кто занимается активно продвижением в социальных сетях, стараются использовать все площадки одновременно.

Если говорить более подробно об использовании социальных сетей издательствами в зависимости от их типа, то в чем-то статистика закономерна: 50% крупных издательств пользуются хотя бы одной социальной сетью для продвижения своей продукции, 36% — средних и 29% — малых. Все остальные данные достаточно предсказуемы (см. рис.), однако стоит обратить внимание, что средние издательства больше используют для продвижения Facebook, чем ВКонтакте (31% против 28%). Это может быть связано как с тем, что аудитория крупных издательств больше пользуется именно Facebook, так и тем, что сами сотрудники самих издательств больше предпочитают эту социальную сеть.



	Крупные	Средние	Малые
Любое сообщество	50	36	29
ВК	44	28	23
FB	39	31	21
Другие	24	11	6,5
ВК+FB	33	22	20
ВК+FB+Другие	21	10	5

Использование социальных сетей московскими издательствами (%)

Изучая подробнее сообщества книжных издательств в социальных сетях, стоит обратить внимание на контент и частоту обновлений новостей. Дмитрий Халилов, один из первых специалистов по SMM в России, считает, что оптимальное количество новостей в среднестатистическом сообществе (по сетям ВКонтакте, Facebook или Одноклассники) — 2 в день [Халилов, 2013, с. 96]. В группе издательства «ЭКСМО» в ВКонтакте новости обновляются от 2 до 7 раз в день, у «РОСМЭНА» — 1–2 раза в день, у издательства «Клевер» — в среднем 4 раза в день. Стоит отметить, что представители последнего издательства пользуются отложенным постингом, так как время постов ежедневно совпадает зачастую до минут (соответственно их размещение заранее планируют на определенное время).

Контент сообществ издательств в социальных сетях зачастую дублирует ту информацию, которую они размещают у себя на сайте. Так, издательство «ЭКСМО», у которого в группе в ВКонтакте 14 500 участников, ежедневно рассказывает о презентациях и встречах с авторами, новых книгах и проектах издательства, выкладывает рецензии в СМИ на новые издания, а также размещает интересные цитаты. Не менее половины сообщений на стене группы издательства «РОСМЭН» в ВКонтакте — это вопросы читателей, которые интересуются, как найти какую-то книгу, ждут продолжения серии или уточняют, когда выйдет то или иное издание. Подписчики не просто читают новости, но и принимают активное участие в жизни издательства — например, выбирают из нескольких потенциальных обложек для книги ту, которая им больше нравится, и голосуют. В итоге издательство выбирает обложку, которая понравилась большинству. Такие голосования практикуют представители «Издательского дома Мещерякова».

В социальных сетях издательства могут создавать группы или страницы в зависимости от того, какой теме посвящено сообщество. Можно выделить следующую типологию сообществ в социальных сетях:

1) издательство;
2) книга;
3) серия;
4) автор.

Основным контентом сообществ, которые посвящены издательствам, являются новости, книжные новинки, информация об авторах и книгах. Группы, посвященные серии или одной книге, встречаются намного реже. Часто они поддерживают друг друга при продвижении. Изначально издательство «Росмэн» создало группу «Часодеи», посвященную циклу подростковых фантастических книг. Когда они издали книгу из этого же цикла, написанную незнакомым автором, то создали сообщество о ней. Они устраивали

обмен подписчиками — теми, кто любит цикл «Часодеи», вступали в группу новой книги, а те, кому понравился новый автор, добавляли к себе в закладки группу «Часодеи». Серийные издания особенно популярны среди подростков и молодежи и активно «раскручиватся» в социальных сетях. Поклонники популярного автора хотят найти его в сети — чтобы задать вопросы, узнать, когда у автора выходят новые книги и просто для того, чтобы стать ближе к своему кумиру. Активность самого автора в интернете обычно очень положительно влияет на продвижение книги, и иногда результат от PR-деятельности одного автора не меньше, чем от работы целого PR-отдела.

Самая активная и зачастую интересная форма PR-акций — это конкурсы. При помощи социальных сетей и блогов появились новые возможности для их проведения:

1) более эффективный способ распространения информации о конкурсе;

2) быстрая обратная связь от участников конкурса;

3) возможность проводить голосования;

4) возможность увидеть эффект от проведения конкурса.

Акции и конкурсы, которые устраивают книжные издательства, можно также поделить на несколько видов:

1) конкурс, связанный напрямую с книгой (это может быть рисунок, стихотворение, фотография по содержанию произведения);

2) конкурс на заданную тему;

3) «перепост» и случайный выбор победителя;

4) задание «приведи друзей в группу».

Конкурсы по книгам ничем не отличаются от стандартных акций, которые раньше проводились в СМИ, — разница лишь в скорости обратной связи. Особенно эти конкурсы популярны среди детей и подростков — по понравившейся книге они готовы делать огромное количество заданий — рисовать персонажей, фотографироваться в образе любимого героя, писать продолжение произведения. В «ИД Мещерякова» в Livejournal.com проходила акция для родителей: «Расскажи о конкурсе у себя в блоге и прими участие в розыгрыше корзины с детскими книгами». Желающих попытать удачу было несколько сотен, а выиграл в итоге корзину с книгами кто-то один. В основном принимавшими участие в конкурсе блоггерами были мамы и папы. Их друзья в Livejournal.com имеют похожие интересы, и они также давали у себя информацию о конкурсе и рассказывали об издательстве и книгах. Есть акции, напрямую связанные с приведенными читателями в сообщество, — по условиям конкурса чтобы выиграть приз, нужно привести в сообщество 20 друзей. Большинство издателей в качестве призов дарят книги. Таким образом, затраты на «раскрутку» издания в социаль-

ной сети совсем не высоки, зато результат может быть очень заметным.

Еще один метод продвижения, который стали использовать издатели, — это игры, в том числе ролевые. Это особенно характерно для детской литературы или книг, связанных с фантастикой. Причем «герой» ролевой игры уже зарегистрирован в виртуальном мире — в социальной сети. Единственное, что ему остается — это принять участие в игре. Теперь все зависит от воображения создателей игры — они могут придумывать свой мир, свои задания и, конечно, награды. Издательство «РОСМЭН» весной 2013 г. запустило такую ролевую игру по подростковому циклу «Зерцалия». Говорить об успешности и популярности игры и самой книги пока рано (она становится популярной, но достаточно медленно), однако видно, насколько активно издательство использует возможности социальной сети в поисках своего читателя.

Кроме перечисленных выше социальных сетей издательства начинают использовать и менее популярные в России площадки. Издательство «АСТ» выкладывает в Instagram фотографии различных мероприятий и своих авторов, обложки новых изданий. Более того, для анонса новых книг представители издательства разработали собственный стиль — это не просто фотография, а небольшой баннер, разработанный специально для этой площадки. Foursquare пока не очень популярен среди издателей, но им уже пользуются некоторые издательства: «ЭКСМО», «Дрофа», «Клевер», «РОСМЭН», «АСТ», «ЖУК» и «Экзамен».

Особое место в жизни издательств занимают профессиональные блоги и социальные сети. Среди них можно выделить pro-books.ru, blogbook.ru, livbook.ru и др.

Эти площадки можно поделить на два типа:

— для специалистов и сотрудников книжного рынка;

— для любителей чтения.

Для тех, кто любит не просто прочитать книгу, но и поделиться с кем-то своими впечатлениями, выложить рецензию и узнать мнение других читателей, существует большое количество площадок. Издатели тоже могут продвигать там свои издания, добавляя их в каталог, оставляя также свои рецензии и в то же время узнавать отзывы о своих книгах. Если же издательство ведет профессиональный блог на специализированных сайтах, то там выкладывают информацию о книгах, о выигранных премиях и важных событиях в жизни издательства. Сотрудники книжных магазинов, журналисты и другие представители книжного рынка могут таким образом найти партнера для сотрудничества. Так, например, иностранные агентства и издательства, которые хотят купить право на перевод и издание книги в своей стране, часто пользуются такими площадками для того, чтобы найти интересное издание.

Выводы

Если многие компании, в том числе и СМИ, уже нашли механизмы взаимодействия с читателем в социальных сетях и знают, что именно повлияет в дальнейшем на популярность сайта, на продажи того или иного продукта, то с книгами ситуация несколько сложнее. Большая часть даже московских издательств пока не пользуется социальными сетями для продвижения своей продукции. Однако если по данным Е.В. Крыловой в 2013 г. всего 18% крупных издательств в России использовали социальные сети, то по результатам проведенного исследования автором данной статьи в 2014 г., 50% крупных московских издательств пользуется социальными сетями. Стоит обратить внимание на разницу в географии исследования — московские книжные издательства могут оказаться значительно активнее региональных.

По результатам эмпирического исследования стоит отметить, что крупные издательства намного активнее пользуются социальными сетями для продвижения своей продукции, где самыми популярными являются Facebook и ВКонтакте. Те издательства, которые используют обе эти социальные сети, ведут чаще всего и другие (Twitter, Fourquare и др.). То есть часть издательств (12%) активно занимается продвижением в социальных сетях и использует для этого несколько площадок. Также стоит отметить, что почти все московские издательства имеют свой сайт (82%), но менее половины имеют свой интернет-магазин (41%), что связано, в первую очередь, с дополнительными затратами на его содержание.

Список литературы

Книжный рынок России. Состояние, тенденция и перспективы развития. Отраслевой доклад. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013.

Крылова Е.В. Использование социальных сетей в PR-деятельности крупнейших издательств России // Вестн. СПбГУКИ. 2011. № 2 (июнь).

Крылова Е.В. Социальные сети книжной тематики как особая коммуникационная среда для субъектов книжного рынка // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2013. Т. 201. Книжное дело: вчера, сегодня, завтра.

Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

Шибаева Е.А. Книжный маркетинг в социальных медиа // Медиатека и мир. 2013. № 1.

Поступила в редакцию
28.09.2014

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ

Н.А. Богомолов, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой литературно-художественной критики и публицистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail nab50@mail.ru

К ВОПРОСУ О ТЕРМИНЕ «СЕРЕБРЯНЫЙ ВЕК»: КРИТИЧЕСКОЕ ВЫСКАЗЫВАНИЕ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЧЕСКОЕ СУЖДЕНИЕ

Работа О. Ронена «Серебряный век как умысел и вымысел» была посвящена изучению истории этого термина и возможностям его практического применения в современном литературоведении. Наша статья дает дополнительные сведения об употреблении словосочетания в 1920-е гг., тем самым расширяя круг источников для изучения русской литературной критики и журналистики. В приложении публикуется статья И.Н. Розанова «Поэты Серебряного века».

Ключевые слова: *Серебряный век, литературная критика.*

O. Ronen's study "The Fallacy of the Silver Age" deals with the history of this term and possibilities of its practical use in the modern literary criticism. Our article is presenting additional information about the use of this expression in the 1920th thereby widening the circle of sources for studying Russian literary critics and journalism. As an annex we are publishing the manuscript article of I.N. Rozanov (1873–1959) "Poets of the Silver Age".

Key words: *Silver Age, literary criticism.*

Памяти Омри Ронена

Обсуждение термина «Серебряный век» в относительно недавнее время стало носить систематический характер. Конечно, наиболее значительной вехой здесь была книга выдающегося литературоведа Омри Ронена (1936–2012), существующая в двух вариантах — английском и русском [Ronen, 1997; Ронен, 2000]. Но обсуждение продолжалось и позднее. Дважды в Лионе проходила конференция, посвященная проблеме «серебряного века», где выяснилось, что термин этот трактуется весьма неоднозначно [Modernités russes, 2007; Modernités russes, 2011]. Некоторые авторы склонны вообще обвинять «серебряный век» во всех смертных грехах ([Рылькова, 2000], в том числе см. с. 245–254)[1]. Не берясь решать этот спор безоговорочно[2], напомним существенные особенности восприя-

[1] См. также подробное и аргументированное возражение [Лавров, 2001]. Отметим, что в монографии автора этой статьи [Rylkova, 2008] резкость уменьшена.

[2] Формулировку нашей позиции см.: [Богомолов, 2010, с. 7–16].

тия интересующего нас термина и соответствующего ему концепта в истории литературы и литературной критики.

Советская идеологическая система, находившая выражение не только в прямых печатных высказываниях, но и в действиях цензуры, редакторской практике, преподавании, популяризаторских лекциях, воспринимала сочетание слов «серебряный век» как прямое указание на книгу С.К. Маковского, начинавшуюся главой «Религиозно-философские собрания» и включавшую воспоминания о таких деятелях, как З.Н. Гиппиус и Н.С. Гумилев, входивших в проскрипционные списки советской цензуры. В предисловии же автор говорил о ее героях: «...многие закончили на Западе свой творческий путь и утвердили в мировом сознании значение не только «Серебряного века», но и всей нашей художественной культуры» [Маковский, 1962, с. 9][3]. Таким образом, вне зависимости от содержания отдельных глав, уже здесь автор нарушал несколько основополагающих, аксиоматических принципов советской идеологии: придавал большое значение всей культуре русского модернизма в его тесной связи с религиозными поисками, при этом полагал это значение существенным для всей мировой культуры; присваивал наследию русской эмиграции статус, по меньшей степени равнозначный культуре метрополии; ориентировался на восприятие русской культуры в контексте мировой, но не как избранной, а как равноправной. Все это делегитимизировало понятие внутри СССР, где оно находилось под фактическим запретом.

В этом контексте принципиально не было важным, что термин, избранный Маковским, вовсе не был им изобретен. Еще в 1933 г. его практически в том же смысловом наполнении использовал Н. Оцуп [Оцуп, 1933].

Понятно, что при первой возможности хотя бы относительно свободного обсуждения подлинной истории литературы XX в. данный конструкт стал активно использоваться исследователями и публикаторами внутри СССР. В такой обстановке понятие «Серебряный век» стало почти сакральным и начало широко распространяться. Реликты подобного отношения сохраняются и до сих пор, что препятствует продуктивному обсуждению истории и эволюции термина. В данной статье мы предлагаем обсудить один ранее не публиковавшийся текст, который, на наш взгляд, выразительно демонстрирует некоторые аспекты, связанные не только с историко-литературными категориями, но и с практической литературной критикой.

[3] О новизне и непривычности понятия свидетельствует то, что на обложке книги оно дано без кавычек и прописной буквы, а на авантитуле — в кавычках, но тоже без выделения буквы (все буквы были прописными).

Имя литературоведа и библиофила, профессора МГУ Ивана Никаноровича Розанова (1874–1959) достаточно хорошо известно как в официальных летописях советского литературоведения, так и в некоторых других качествах[4]. Однако, как нам представляется, лишь начинается описание его роли в литературном движении периода, который приблизительно можно определить хронологическими рамками с 1916 по конец 1920-х гг. Чтение его дневника этого времени наглядно демонстрирует, как немолодой (в 1916 г. ему уже 42 года) гимназический преподаватель одновременно превращается в серьезного историка литературы и в наблюдателя современного литературного процесса. Он регулярно посещает поэтические вечера, различного рода дискуссии, собрания «Никитинских субботников» (см. о них: [Фельдман, 1998]), других литературных объединений. Его книжное собрание пополняется не только поэтическими сборниками XVIII–XIX вв., но и современными. Мало того, туда попадают не только официально признанные издания, но и такие сомнительные, как «Стихетты» Нины Хабиас и «Занавешенные картинки» М. Кузмина, а также рукописи различных современных поэтов — от «Сестры моей жизни» Б.Л. Пастернака (еще не явившейся в свет) до сочинений забытых поэтов, чьи стихи в печать не пробивались. Он начинает писать не только об истории поэзии, но и о ее современном состоянии. И в этом качестве он стал привлекать внимание современных исследователей только в самое последнее время (см., например: [Сергеева-Клятис 2013, с. 166–172] и особенно [Соболев, 2013, с. 300–319][5]. Из трудов Розанова в данной области отметим: [Розанов, 1923; Розанов, 1929a; Розанов, 1929b]. Балансирование на грани привычного литературоведческого осмысления и критического осознания текущего процесса делает его сочинения особенно интересными для изучения.

Публикуемая далее небольшая статья Розанова не датирована автором. Архивисты обозначили ее «после 1919» — явно на основании последней упоминаемой работы (публикация воспоминаний Я.П. Полонского в журнале «Голос минувшего»). Нам представляется, что она скорее всего относится к середине 1920-х гг. С одной стороны, в ней еще нет традиционных для советского литературоведения штампов по отношению к не самым угодным этой власти авторам; с другой — Розанов уже начинает манипулировать

[4] Первый аспект выразительно обрисован в книге, вышедшей в серии «Выдающиеся ученые Московского университета» [Новикова, 1966]. Несколько более неоднозначный портрет дается в статье Л. Озерова [Озеров, 1990]. О Розанове-библиофиле см.: [Библиотека, 1975].

[5] Ср. также сходный, но все-таки иной вариант последнего текста. URL: http://lucas-v-leyden.livejournal.com/170737.html (дата обращения: 18.08.2014).

вульгарно-социологическими представлениями, хотя еще далеко не в полной мере их освоил. См. о Некрасове: «Пролетарий по образу жизни в молодости, он разделял идеалогию <так!> разночинцев. С другой стороны, связь со старою дворянско-помещичьей культурой сказывалась на нем в бóльшем уважении к художественным формам, чем это было у настоящих разночинцев». Обратим внимание также на то, что в библиографию по Фету не попала книга Г.П. Блока о нем, вышедшая в 1924 г. [Блок, 1924]. Внимательно следивший за литературой по своему предмету Розанов вряд ли мог ее пропустить, хотя обратить на нее внимание мог не только в этом конкретном году.

Добавим также, что Розанов использует здесь свою собственную концепцию, сформулированную в 1923 г. В упоминавшемся нами «Обзоре художественной литературы за два года» он писал: «Наступлению эпохи прозы всегда предшествуют известные симптомы: 1. В стихи проникает дух прозы. 2. Расцветает сатира. 3. Корифеи поэзии все чаще переходят от стихов к прозе. 4. Вновь появляющиеся таланты слабее своих предшественников» [Розанов, 1923, с. 71]. И далее в качестве примеров приводятся тяготение к прозаизмам и склонность к сатире Некрасова и устремление Пушкина к прозе в 1830-е гг. Почти те же аргументы он приводит и в начале интересующей нас статьи.

Таким образом, при базирующейся на общих основаниях датировке 1919–1925, мы все же полагаем, что скорее всего статья была написана в 1923–1925 гг.

По общей структуре статья напоминает фрагмент учебного пособия или печатного семинария, позволяющий преподавателю готовить занятие или учащемуся готовиться самостоятельно: после публикуемого нами в приложении текста следует краткий обзор жизни и деятельности тех поэтов, о которых шла речь выше, за ним — библиография основных трудов, соотносящихся со взглядами Розанова. Не исключено, что этот текст готовился для какого-либо издания «Никитинских субботников». Но в печати он, насколько нам известно, не появлялся и библиографией печатных трудов Розанова не учтен [Новикова, 1966].

В основу представлений о творчестве поэтов послепушкинского времени Розанов кладет, с одной стороны, разрабатывавшуюся им достаточно подробно теорию литературной репутации, а с другой — собственные представления о месте тех поэтов, которым посвящена статья, в истории русской поэзии. Точкой отсчета для него явно служит второе. Ощущение эпигонства у всех разбираемых им авторов, несомненно, пришло от непосредственного впечатления. Скажем, творчество Фета оценено им словно вне зависимости от тех историко-литературных представлений, которые устанавли-

вались в 1910-е гг., особенно в разысканиях и статьях Б. Никольского, Брюсова или Б. Садовского. Его Фет — типичный «русский второстепенный поэт», если воспользоваться названием статьи Н.А. Некрасова, не принимая во внимание особенности ее смыслового построения, когда слово «второстепенный» зачастую относится к поэтам первого ряда, как, например, о Тютчеве: «...стихотворения г. Ф.Т. принадлежат к немногим блестящим явлениям в области русской поэзии» [Некрасов, 1990, с. 46]. Розанов же заранее определяет персонажей своей работы как авторов действительно второстепенных и всеми возможными способами пытается эту точку зрения обосновать. Для этого в дело идет все: и происхождение (особенно в случае с Фетом), и «путь Пушкина к прозе», о котором ярко писал Б.М. Эйхенбаум, и идеологические формулы, связанные со становлением социологизма в литературе, и история жанров, которой охотно занимался сам Розанов.

И сам интересующий нас термин Розанов использует как понятие явно не строго научное, а как литературно-критическую метафору. В названной выше книге О. Ронена первые случаи использования словосочетания «серебряный век» для характеристики приблизительно того же этапа развития русской поэзии отнесены к 1899 (Вл. Соловьёв) и 1903 (однофамилец нашего героя В.В. Розанов) годам [Ронен, 2000, с. 94–95], что позволило ему даже назвать его «обычным в конце девятнадцатого столетия» [Ронен, 2000, с. 63]. Однако до фронтального изучения языка журнальной и газетной литературной критики конца XIX и начала XX в. мы должны все-таки, как кажется, признать данные словоупотребления раритетными, то есть они вполне могли ускользнуть от внимания И.Н. Розанова. Особенно это относится к статье Розанова, появившейся в «Новом времени», которое его однофамилец скорее всего не читал, и впервые перепечатанной лишь в 1995 г. Сходные же с его употреблением случаи 1920-х гг., отмечаемые Роненом, относятся к 1924 г. (изданная в Париже антология «Русская лирика» с предисловием Д. Мирского) и к 1929-му (предисловие Вл. Пяста к книге его воспоминаний «Встречи»). К 1924 г. поступление русских книг из-за границы уже было затруднено, что отмечается и дневником Розанова, а воспоминания Пяста, которые как нам представляется, опубликованы позже статьи Розанова.

Она встраивается в тот не очень обширный ряд работ середины 1920-х гг., которые трактовали серебряный век как эпоху послепушкинской поэзии. У Мирского и Пяста слегка менялись списки авторов, их характеристики, но характерно, что Розанов ориентируется не просто на хронологию, но использует и дополнительные ограничения, что позволяет ему вывести из разряда авторов «серебряного века» Некрасова, который и в литературно-критической

концепции Пяста, и в стоящей на грани критики и литературоведения концепции Мирского туда несомненно попадает[6]. Таким образом, Розанов отталкивается от чисто критического применения красивого термина, а пытается в него вложить научное или, во всяком случае, научно объективированное содержание. Этому способствовало и хронологизирование жизни и творчества названных поэтов, а также библиографирование наиболее существенных книг и статей.

Занимая промежуточное положение между критикой и литературоведением, небольшая и оставшаяся в рукописи работа Розанова оказывается примечательна прежде всего этой своей двойственностью. Мы с достоверностью не можем сказать, что именно служило стимулом для автора, — стремление развести две близкие и тем не менее различные сферы или, наоборот, стремление их сблизить, но в любом случае он оказывается одним их тех авторов, которые выходили за пределы какой-либо одной точки зрения, и тем самым, несмотря на некоторые очевидные передержки в аргументации, создает примечательный образец раннего концептуализирования своего объекта, который должен быть учтен при дальнейшем осмыслении эволюции терминологического аппарата истории литературы и литературной критики.

Приложение

Статья печатается по рукописи: РГБ. Ф. 653. Карт. 27. Ед. хр. 9. Мы сохраняем некоторые особенности правописания автора, демонстрирующие явную новизну некоторых существенных для советского периода литературоведения понятий. Не публикуются разделы «Хронологические даты» и «Библиография», относящиеся к творчеству А.Н. Майкова, Я.П. Полонского, А.К. Толстого и А.А. Фета.

И.Н. Розанов

ПОЭТЫ СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА

Если пушкинскую эпоху называют золотым веком русской поэзии, то поэтов, выдвинувшихся после смерти Лермонтова, следует причислять к веку серебряному. Социальный и экономический сдвиг, происшедший в русской жизни в 1840–1870-х годах, выдвинул в первые ряды русского мыслящего общества как заметную и влиятельную силу разночинцев. Борьба отцов и детей, Кирсановых и Базаровых, была борьбой двух идеалогий <так!>, двух социально и экономически различных общественных слоев. Идеалогия разно-

[6] О Некрасове Розанов написал специальную книгу: [Розанов, 1924].

чинцев — «мыслящий реализм» — мало ценил в литературе художественные формы вообще, а еще менее форму стихотворную. К литературе были предъявлены более практические требования популяризации и пропаганды. Проза для этой цели подходила более, чем стихи, а из стихов нужными казались стихи с гражданским пафосом или обличительные, сатирические. Уже с 30-х годов проза начала постепенно вытеснять поэзию: тяготение в эти годы Пушкина к прозе или белым стихам, весь Гоголь. Лермонтов количественно больше пишет прозой, чем стихами. Последующие десятилетия характеризуются решительным преобладанием прозы. С конца 40-х годов наибольшее внимание начинают привлекать романы и повести, как раньше, в 20 и 30-х годах привлекали романические <так!> поэмы. Из трех великих создателей новейшей русской литературы, Пушкина Лермонтова и Гоголя, наиболее заметное влияние оказывает последний.

Из многочисленных поэтов, вступивших на литературное поприще в 40-е — 50-е годы, лучше всех понял дух времени Некрасов. Резко порвав с традициями Пушкина и Лермонтова, он наставниками своими считал Белинского и Гоголя. Пролетарий по образу жизни в молодости, он разделял идеалогию разночинцев. С другой стороны, связь со старою дворянско-помещичьей культурой сказывалась на нем в бóльшем уважении к художественным формам, чем это было у настоящих разночинцев. Всего это <так!> сделало из Некрасова единственного властителя дум своего времени.

Из других крупных поэтов более всего способен был проникнуться новой идеалогией Полонский, почти никогда не выходивший из тисков материальной нужды, но у него не было того волевого начала, которым проникнут был Некрасов. Связь со старой дворянской культурой, а следовательно, и с традициями Пушкина и Лермонтова обнаружилась у него заметнее. В результате — крайняя неровность творчества. Стихи его с общественно-гражданским уклоном («Что мне она», «Писатель, если только он» и т.д.) страдают отсутствием энергии и водянистостью. Но исповедовать взгляды, выращенные в теплицах барской культуры, он также не мог. Устоев, твердой почвы под ногами для пушкинского приятия жизни у него не было. Ему остался мир мечты, грез, фантазии, сказки, мир детей, животных и насекомых. В этой-то области и проявилось своеобразие его таланта. Лучшее его произведение — поэма «Кузнечик-музыкант». В остальном он находится под влиянием других, более сильных дарований: Пушкина, Лермонтова, из современных ему — Некрасова. Всего заметнее, но и всего неудачнее его эпигонство Лермонтову: к его кроткой и мягкой натуре совсем не шло выражение гордости и протеста.

Остальные крупнейшие поэты второй половины XIX века: Майков, Фет и Алексей Толстой всеми корнями своего бытия уходили далеко вглубь старой барской культуры. Вот почему все они оказались более или менее враждебны к новой разночинской идеалогии. Из них двое: Майков и Алексей Толстой — не шли дальше и левее барского либерализма, а третий, Фет, всю жизнь был убежденным реакционером.

Чуждые новому духу времени Майков и А. Толстой самою судьбой осуждены были на эпигонство. Некоторые обстоятельства личной жизни спасли Фета от этого эпигонства. Незаконный сын богатого помещика Шеншина и небогатой немецкой еврейки Бекер, по мужу Фет, уже этим одним он несколько освобождался от всепоглощающего влияния стародворянской бытовой обстановки. С одной стороны, нерусская кровь со стороны матери спасала его от обломовщины, от рыхлости, неопределенности и безволия славянской натуры; определенность и отчетливость во всех своих мыслях и поступках характеризует Фета как человека прежде всего. Он всегда знал, чего хотел. Немецкая аккуратность, европейская выдержка в работе делали его как бы человеком другой культуры в среде русских обезпеченных помещиков, благодушных, мечтательных и ленивых. Как незаконный сын он должен был добиваться того, чего <так!> другие представители его круга получали от рождения. Весь поглощенный практической жизнью, он резко обозначил границы для своего поэтического творчества: это — оазис мечты, прекрасных ощущений, эстетических эмоций, и как поэзия не должна вторгаться в практическую жизнь, ибо способна только испортить результаты многолетнего труда и выдержки, так и ничто практическое не должно вторгаться в поэзию. Никто не исповедовал так принцип чистого искусства, как Фет, и если когда он отступал от этого принципа и становился сам проповедником и обличителем, то только по одному этому вопросу об искусстве.

Лучше всех других поэтов из дворян понимал он выгоды и интересы своего сословия и потому не дозволял себе увлекаться либеральными взглядами, несколько, может быть, цинично, но смело, определенно и, главное, вполне последовательно отстаивая в жизни свои реакционные общественные взгляды.

Скрещивающиеся влияния Жуковского, Пушкина и Лермонтова не помешали ему сказать новое в русской поэзии свое собственное слово. Он первый к человеческой душе подошел с микроскопом, он создал поэзию ощущений. Как эпигон он усовершенствовал прием намеков и недоговариваний, встречавшихся уже у Жуковского; вслед за Тютчевым он стал поэтом-импрессионистом; он разрабатывал успешно размеры и ритмы, завещанные Жуковским и Лермонтовым. Но внешние рамки его творчества необычайно

узки, у́же Тютчевских, который писал также и политические стихотворения, не говоря уж о других поэтах, не раз выходивших за пределы одной лирики. Попытки поэм у Фета неудачны.

Гораздо шире и разнообразнее Ап. Майков и Алексей Толстой. Но ни тот ни другой Америк в поэзии не открывают. Это первые эпигоны великой пушкинской эпохи, яркие, талантливые, но все же эпигоны, прежде всего дорожащие традициями. Майков — это подновленный и слегка подмороженный Пушкин, Алексей Толстой — подновленный Жуковский.

Были у Алексея Толстого и другие влияния, заметнее других Лермонтовское (напр., стих. «Змея, что по земле влачишь свои извивы»). Одно стихотворение («Он водил по струнам») не чуждо импрессионистической манеры. Но ближе всего он к Жуковскому. Это сказывается в его устремлениях, тематике, в тоне и тембре голоса; никто другой из поэтов послепушкинской эпохи не говорил так часто о загробном бытии, о здешней жизни как о переходном состоянии к другой, лучшей; традиционные представления: здесь мы гости, там наш дом, «родной край»:

Грустно жить тебе на свете, знаю,
И понятна мне твоя печаль...
Улетела б ты к родному краю...

Как у Жуковского, у него пристрастие к балладам, но народность его баллад, как и у того, мнимая. Как эпигон он эту псевдонародность доводит до сусальности и олеографичности. В своем Дон-Жуане он перекраивает пушкинского героя на лад Жуковского: Жуковский склонен был подчас к безобидным и непритязательным стихотворным шуткам. Алексей Толстой, в связи со вкусом современной ему поэзии к сатире, разрабатывает этот литературный жанр гораздо полнее, будучи одним из участников коллективного творчества под фамилией «Кузьмы Пруткова». Задушевность, проявившаяся впервые в русской лирике заметно у Жуковского, является наиболее характерным отличием его от многих других поэтов-современников, между прочим, Майкова и Фета. Легкая восторженность («Звонче жаворонка пенье») и сдержанная сентиментальность («На нивы желтые нисходит тишина», «Дождя отшумевшего капли») делают его одним из самых эмоциональных русских поэтов. Этим объясняется его широкая популярность. По числу изданий, какое выдержали его стихотворения, он из своих современников уступает одному Некрасову. Но эпоха, когда он жил, не могла не отразиться на нем. В этом главные причины его отхода от своего поэтического двойника и наставника Жуковского. Во времена Жуковского Кирсановы чувствовали себя господами положения и не боялись конкуренции. Во времена Алексея Тол-

стого Кирсановы должны были поневоле стать в оборонительно-наступательную позу против разночинцев Базаровых. Отсюда воинствующий характер некоторых его литературных выступлений: «Против течения», «Поток богатырь» и т.д. Но отказаться от заветов гуманности и либерализма, как, напр., Фет, он также не мог. Отсюда грустное признание: «Двух станов не боец, а только гость случайный». У поэта нет твердой почвы под ногами, как была она у Некрасова, была у его антипода — Фета.

Если Алексей Толстой вслед за Жуковским разрабатывает главным образом мелодию, напевность, отчего он так удобен для романсов, Ап. Майков старается чеканить свой стих по образцу Батюшкова и Лермонтова.

Не случайны некоторые черты сходства между биографиями Пушкина и Майкова. Оба принадлежали к семьям, где литературные интересы стояли на первом плане, если у Пушкина и брат и сестра писали стихи, а родной дядя был тогда известным поэтом, два брата Аполлона Майкова Валериан и Леонид не бесследно прошли для родной литературы, а в числе предков Майкова могли с гордостью указать и на Вас. Майкова, поэта 18 века, и в отдаленном прошлом — на Нила Сорского. Первым поэтом, сильно повлиявшим на Ап. Майкова, был, по его словам, Батюшков. След., он имел с Пушкиным того же учителя. По своим политическим взглядам, как Пушкин, Ап. Майков постепенно переходил слева направо. Но в силу тех же изменившихся общественных условий, о которых выше была речь в связи с А. Толстым, Майков и в молодости не доходил до вольнодумства, дальше либерализма он не шел, и если Пушкина его либеральные друзья упрекали за такие стихи, как «В надежде славы и добра» или «Клеветникам России», у Майкова таких произведений было гораздо больше.

По тематике никто не является таким прямым последователем Пушкина, как А. Майков. Он блуждает по векам и народам, одинаково хорошо чувствует себя и в русской деревенской жизни, и в средневековой обстановке, и в античном мире. Природа и люди, настоящее и прошлое родины — все находит в нем гармонический отклик. Из частных тем необходимо указать, что он единственный сохранил пушкинский культ Петра Великого («Кто он?»). Как Пушкин, он не только лирик и постоянно переходит то к эпическим формам, то к драматургическим. Фантастичность его баллад, как и у Пушкина, фантастичность мнимая, примиримая с рассудком, он не чуждался ни поэм, ни стихотворных сказок и везде и во всем проявлял художественное самообладание. Понятно, что его очень высоко ценили. Иные считали его лучшим русским поэтом после Пушкина. Даже Писарев признавал его талант, уважал его за отсутствие мистицизма и здоровый реализм. Но увы! Майков при

всем своем таланте был только эпигоном Пушкина. У него не было ни того живого трепета неугомонного сердца, которое так слышится у Пушкина, он слишком олимпиец, Пушкин же никогда олимпийцем не был. Не говорим уже о пушкинской гениальности, мешавшей ему быть чьим-нибудь эпигоном, но самого его постоянно толкавшей на новые и новые поэтические завоевания. Майков же шел по уже завоеванным областям. «Иллюзии поэтического творчества» — определил один из критиков поэзию вышеназванных поэтов. Тургенев всех их считает ниже Тютчева. Он указывает на «пленительную, хотя несколько однообразную грацию Фета», на энергичную часто сухую и жесткую страстность Некрасова, на правильную, иногда холодную живопись Майкова, но на одном Тютчеве находил он «печать той великой эпохи, которая... так сильно и ярко выразилась в Пушкине». Тютчев и Вяземский — последние представители золотого века, до смерти своей, т.е. до 70-х годов, не умолкнувшие.

В 80-х годах появились стихотворные сборники Апухтина, Голенищева-Кутузова, Надсона, но эти поэты уже эпигоны эпигонов. Только символисты попытались отречься от эпигонства, но вознести поэзию до уровня пушкинской эпохи даже им не удалось.

Список литературы

Библиотека русской поэзии И.Н. Розанова: Библиографическое описание. М., 1975.

Блок Г. Рождение поэта: Повесть о молодости Фета. По неопубликованным материалам. Л., 1924.

Богомолов Н.А. Вокруг «серебряного века»: Статьи и материалы. М., 2010.

Лавров А.В. «Серебряный век» и/или «пантеон современной пошлости» // Новое литературное обозрение. 2001. № 51. С. 240–247.

Маковский С. На Парнасе «Серебряного века». Мюнхен, 1962.

Некрасов Н.А. Полн. собр. соч.: В 15 т. Л., 1990. Т. 11, кн. 2.

Новикова А.М. Иван Никанорович Розанов. М., 1966.

Озеров Л. Об Иване Розанове // Розанов Ив. Литературные репутации: Работы разных лет. М., 1990. С. 3–14.

Оцуп Н. Литературный дневник. 1. Серебряный век // Числа / Сборники под ред. Н. Оцупа. Париж, 1933. Кн. Седьмая–восьмая. С. 174–178.

Путеводитель по современной русской литературе / Сост. И.Н. Розанов. М., 1929.

Розанов И.Н. Обзор Художественной литературы за два года // Литературные отклики. М., 1923.

Розанов И.Н. Н.А. Некрасов: Жизнь и судьба. Пг., 1924.

Розанов И. Русские лирики: Очерки. М., 1929.

Ронен О. Серебряный век как умысел и вымысел / Материалы и исследования по истории русской культуры. Вып. 4. М., 2000

Рылькова Г. На склоне Серебряного века // Новое литературное обозрение. 2000. № 46. С. 231–244.

Сергеева-Клятис А. Поэзия Бориса Пастернака 1920-х годов в советской журналистике и критике русского зарубежья. М., 2013.

Соболев А.Л. Страннолюбский перебарщивает; Сконапель истоар // Летейская библиотека. [Т.] II. Очерки и материалы по истории русской литературы XX века. М., 2013.

Фельдман Д.М. Салон-предприятие: Писательское объединение и кооперативное издательство «Никитинские субботники» в контексте литературного процесса 1920–1930-х годов. М., 1998.

Modernités russes. [Fasc.] 7. L'âge d'argent dans la culture russe. Lyon, 2007.

Modernités russes. [Fasc.] 11. L'unité sémantique de l'âge d'argent. Lyon, 2011.

Ronen O. The Fallacy of the Silver Age in Twentieth-Century Russian Literature // Sign / Text / Culture: Studies in Slavic and Comparative Semiotics. Vol. 1. Amsterdam, 1997.

Rylkova G. The Arkhaelology of Anxiety: The Russian Silver Age and Its Legacy. Pittsburgh, 2008.

Поступила в редакцию
16.10.2014

В.И. Новиков, доктор филологических наук, профессор кафедры литературно-художественной критики и публицистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: novikovu@yandex.ru

К ФЕНОМЕНОЛОГИИ КРИТИЧЕСКОЙ ИНТЕПРЕТАЦИИ (МИРОВОЙ КОНТЕКСТ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ)

Статья посвящена проблеме критической интерпретации литературных произведений. Рассматриваются крайние позиции: отрицание интерпретации как таковой у американской писательницы и эссеистки Сьюзен Зонтаг и утверждение итальянского писателя-филолога Умберто Эко о том, что художественное произведение есть «генератор интерпретаций». Под этим углом зрения анализируется опыт отечественной критики XIX–XX вв. Именно в творческих толкованиях литературных произведений критик реализует себя как художник. Современная российская критика нуждается в усилении интерпретационного начала. Это необходимо для укрепления статуса критики, ее контакта с писателями и читателями.

Ключевые слова: *литературная критика, критическая интерпретация, толкование, художественный месседж, писатель, читатель.*

The article deals with the problem of the critical interpretation of the literary works. Different points of view are considered: the negation of the interpretation as such by American writer and essayist Susan Sontag and the statement of Italian writer and philologist Umberto Eco — the work of literature is the generator of interpretations. From this point of view the experience of the Russian criticism of the 19th and 20th centuries is analyzed. The critic shows his worth as an artist in the creative interpretations of literary works. Russian criticism of nowadays needs the reinforcement of the interpretation practice for the strengthening of the status of criticism, its contact with the writers and the readers.

Key words: *literary criticism, critical interpretation, commentary, artistic message, writer, reader.*

1.

«Против интерпретации» («Against Interpretation») — так называется эссе, написанное в 1964 г. американской писательницей Сьюзен Зонтаг и давшее название ее книге, вышедшей двумя годами спустя, а в 2014 г. пришедшей к российскому читателю (заглавное эссе переведено Виктором Голышевым). В этом эссе подвергнута сомнению ценность интерпретации как таковой: «...интерпретация не является абсолютной ценностью (как полагает большинство людей), широким жестом ума, парящего в некоем вечном царстве возможностей. Интерпретации самой следует дать оценку, рассматривая сознание исторически. В одних культурных контекстах интерпретация — освободительный акт. Это — средство пересмотра,

переоценки и отторжения мертвого прошлого. В других — это деятельность реакционная, наглая, трусливая, удушающая» [Зонтаг, 2014, с. 17].

Уже один этот пассаж свидетельствует, что броский заголовок эссе — дразнящая гипербола. На самом деле автор стремится уяснить сущность и возможности интерпретации, задаваясь резонными вопросами: «Какого рода критика, искусствоведческий комментарий желательны сегодня? Ведь я не утверждаю, что произведение искусства — табу, что его нельзя описывать или пересказывать. Можно. Вопрос — как? Какой должна быть критика, чтобы она служила художественному произведению, а не узурпировала его место?» [Зонтаг, 2014, с. 22].

Вопросы эти, думается, принадлежат к вечной эстетической проблематике, и каждая художественная эпоха поднимает их заново. Полвека спустя писатели и критики вновь «выясняют отношения» на этот счет. А поскольку в эпоху постмодернизма беллетрист и критик часто соединены в одном лице, то рефлексия по поводу интерпретации становится важной частью самосознания литературы как искусства и как формы знания.

О проблеме интерпретации в наше время высказался еще один не менее известный писатель-исследователь — Умберто Эко: «Автор не должен интерпретировать свое произведение. Либо он не должен был писать роман, который по определению — машина-генератор интерпретаций»[1]. Предостерегая коллег-писателей от самоистолкования, он вместе с тем считает интерпретацию как таковую явлением вполне правомерным и системно связанным с процессом творчества. Ведь чем полноценнее роман, тем исправнее работает он «в качестве машины-генератора интерпретаций». Сама множественность возможных трактовок произведения, по логике метафорического высказывания У. Эко, — явление позитивное.

В какой-то мере суждение итальянского писателя-филолога предвосхищено Владимиром Набоковым в послесловии к американскому изданию романа «Лолита» (1958): «Профессора литературы склонны придумывать такие проблемы, как: “К чему стремился автор?” или еще гаже: “Что хочет книга сказать?”»[2] Я же

[1] *Эко У.* Заметки на полях романа «Имя Розы» // Эко У. Имя Розы. Роман. М., 1989. С. 428.

[2] Ср. с иронической рефлексией М.М. Зощенко в рассказе «Землетрясение» (1930): «Чего хочет автор сказать этим художественным произведением?» (*Зощенко М.* Собр. соч.: В 3 т. Т. 1. М., 1986. С. 443). Далее у Зощенко следует совершенно однозначная «автоинтерпретация»: «Этим произведением автор энергично выступает против пьянства. Жало этой художественной сатиры направлено в аккурат против выпивки и алкоголя» (там же, с. 443–444). Это своеобразная пародия на интерпретацию как таковую.

принадлежу к тем писателям, которые, задумав книгу, не имеют другой цели, чем отделаться от нее, и которым, когда их просят объяснить ее зарождение и развитие, приходится прибегать к таким устаревшим терминам, как Взаимодействие между Вдохновением и Комбинационным Искусством — что звучит, признаюсь, так, как если бы фокусник стал объяснять один трюк при помощи другого»[3].

В набоковском размышлении особенно примечателен финал. Если перевести его с саркастического языка на нейтральный, то можно сказать примерно следующее: истолкование творческой сути произведения достижимо только творческим же способом («объяснять один трюк при помощи другого»).

Если же поискать самый ранний и при этом широко известный прецедент решительного писательского выступления против интерпретации как таковой, то им, по-видимому, окажется часто цитируемый пассаж Л.Н. Толстого об «Анне Карениной» в письме к Н.Н. Страхову от 26 апреля 1876 г.: «Если бы я хотел словами сказать все то, что имел в виду выразить романом, то я должен был бы написать роман — тот самый, который я написал, сначала. <...> И если критики теперь уже понимают и в фельетоне могут выразить то, что я хочу сказать, то я их поздравляю и смело могу уверить, что qu'ils savent plus long que moi...»[4].

Обобщая приведенные высказывания, можно сказать, что критическая интерпретация вызывает отрицание в тех случаях, когда она претендует на познавательную истинность и точность, а также тщится подменить собою саму художественную реальность литературного произведения, выступить в роли его «содержания». Именно это имеет в виду С. Зонтаг, когда, переходя к «положительной программе», постулирует: «Наша задача — не отыскивать как можно больше содержания в художественной вещи, тем более не выжимать из нее то, чего там нет. Наша задача — поставить содержание на место, чтобы мы вообще могли увидеть вещь. Всякий искусствоведческий комментарий должен быть направлен на то, чтобы произведение — и по аналогии, наш собственный опыт — стало для нас более, а не менее реальным. Функция критики — показать, *что делает его таким, каково оно есть, а не объяснить, что оно значит*» [Зонтаг, 2014, с. 24].

Заметим, что С. Зонтаг, во-первых, говорит не только о литературе, но и об искусстве в целом, во-вторых, она объединяет в понятии «интерпретация» и научную герменевтику, и критику

[3] *Набоков В.* Американский период. Собр. соч.: В 5 т. СПб., 1999. С. 377.
[4] *Толстой Л.Н.* Собр. соч.: В 22 т. Т. 18. М., 1984. С. 784–785.

субъективно-эссеистического типа. В отечественной российской традиции эти два начала, как правило, противопоставлены. Возьмем в качестве примера роман А.Г. Битова «Пушкинский дом», о котором существует обширная научная и критическая литература. К этому произведению возможен герменевтический подход, особенно в аспекте интертекстуальности. Скажем, название третьего раздела книги «Бедный всадник» требует комментария, согласно которому эта конструкция есть контаминация названий «Медный всадник» и «Бедные люди». Такая констатация однозначна и бесспорна. Вместе с тем возможны различные критические интерпретации романа, разные суждения о том, как в романе показана роль интеллигенции в советское время, о характере и поведении главного героя Левы Одоевцева и т.п. Здесь сохраняется простор для обмена субъективно-личностными суждениями. В дальнейшем под словом «интерпретация» мы будем иметь в виду именно критическую интерпретацию произведения, а не научный его разбор и анализ.

2.

В отечественном литературном дискурсе само слово «интерпретация» имеет ряд синонимов и эквивалентов: «толкование», «истолкование», «трактовка», «осмысление», «прочтение». В конце минувшего — начале нынешнего столетия популярным стало выражение «художественный месседж», то есть содержание произведения, раскрывающееся в процессе его различных прочтений и трактовок. Все они по-своему правомерны, и, следуя стилистической моде, можно было бы говорить о понимании Белинским творческого «месседжа» «Евгения Онегина» или «Героя нашего времени». Но все же во избежание терминологического хаоса ограничимся традиционным и притом лингвистически интернациональным термином. Термин «интерпретация» («interpretatio» — «перевод») применительно к критической деятельности наиболее адекватен потому, что всякий критик неизбежно осуществляет перевод многозначного художественного текста на речь более однозначную, будь то литературная полемика, социальная публицистика или нравственно-философская эссеистика.

В отечественной литературной словесности долгое время доминирующим был тип критической интерпретации, представленный в трудах В.Г. Белинского. Не случайно его имя стабильно остается нарицательным символом критика как такового. Отличительные признаки интепретации такого типа:

— критик выступает своего рода *соавтором* произведения, формулируя свое личностно-субъективное прочтение;

— интерпретация носит не столько абстрактно-логический, сколько образный характер: скажем, «энциклопедия прусской жизни» — это все-таки метафора, хотя и изрядно поблекшая от многократного и бездумного цитирования;

— интерпретации свойственна гиперболическая заостренность: критик выделяет в произведении то, что ему особенно важно, оставляя без внимания другие его стороны.

Интерпретация — акт по преимуществу творческий. Это художественное сравнение литературы с жизнью, текста — с внетекстовой реальностью. Здесь критик выступает как художник.

Важно еще отметить, что активно-творческая интерпретация сопряжена, как правило, с мировоззренческой по преимуществу оценкой трактуемых произведений. Критик вступает с автором произведения в отношения согласия или спора по поводу содержательной сути произведения. Формально-эстетическая оценка здесь отходит на второй план, а порой обуславливается интерпретацией, подчиняется ей.

Исторически сложилось так, что интерпретационная практика той критики, которая получила название «революционно-демократической» (Белинский, Чернышевский, Добролюбов), в советское время была догматизирована. Трактовкам этих критиков был придан статус объективной научной истины. Полемика с ними была непозволительна. Этим объясняется то последующее отторжение от самих фигур этих критиков, которое продолжается до нашего времени. Между тем в их практике отчетливо выявилась сама природа активной критической интерпретации. Присутствовал у них порой и момент ответственной авторефлексии, как, например, в хрестоматийной статье Добролюбова «Когда же придет настоящий день?», где задается следующий вопрос: «*...Точно ли идея, указанная нами, — совсем посторонняя* “*Грозе*”, навязанная нами насильно, или же она действительно вытекает из самой пьесы, составляет ее сущность и определяет прямой ее смысл?.. Если мы ошиблись, пусть нам это докажут, дадут другой смысл пьесе, более к ней подходящий...»[5].

Любая интерпретация, возведенная в абсолют, становится «посторонней» по отношению к анализируемому произведению. Целостный смысл художественного творения, особенно ставшего классическим шедевром, раскрывается только во всем *ансамбле интерпретаций*, высказанных по его поводу.

Это, казалось бы, культурная аксиома. Но отстаивать эту истину здравого смысла приходится вновь и вновь.

---

[5] *Добролюбов Н.А.* Собр. соч.: В 3 т. Т. 3. М., 1987. С. 348.

3.

В критике русского классического модернизма (он же — Серебряный век) на первый план выдвинулась проблематика эстетических оценок и конкуренция новых литературных течений. В центре внимания была поэзия, в меньшей степени, чем проза, располагающая к поиску того, «что хотел сказать автор». Интерпретационная активность переключилась на классику, которая нуждалась не только в прежнем, по преимуществу социальном прочтении, но и в актуальном нравственно-философском толковании. Таким было осмысление Пушкина у В.С. Соловьёва, М.О. Гершензона, С.Л. Франка и других, таковы были «Книги отражений» И.Ф. Анненского, эссеистические труды Д.С. Мережковского о Пушкине, Лермонтове, Достоевском и Л. Толстом. Такая новая интерпретация классики оказалась, по точному выражению Н.А. Богомолова, «одной из граней литературной критики как типа творческой деятельности» [Богомолов, 2002, с. 8].

Серьезная, неконъюнктурная критика и в предреволюционное время, и в первые годы советской власти все больше сосредотачивалась на эстетической фактуре и отходила от эмоционально-публицистической интерпретации современной словесности. Сама задача истолкования осознавалась как маргинальная по отношению к исторической поэтике, которая включалась в сферу критической деятельности. Характерно в этом смысле выступление О.Э. Мандельштама против «болотных испарений лирической критики» в его знаменитой статье о Блоке: «На вопрос, что хотел сказать поэт, критик может и не ответить, но на вопрос, откуда он пришел, отвечать обязан...»[6].

Требованию, сформулированному Мандельштамом, в полной мере соответствовали литературно-критические выступления русских «формалистов»: Ю.Н. Тынянова, В.Б. Шкловского, Б.М. Эйхенбаума. Они, сосредоточившись на вопросах художественного мастерства, языка и композиции, исторической поэтики и литературной эволюции, свободно обходились без толкований и не задавались вопросом о том, «что хотел автор сказать своим произведением». Критические оценки же их основывались не на идейно-мировоззренческих факторах, не на согласии или несогласии с вычитанным из текста «месседжем», а исключительно на степени художественной динамики того или иного произведения, степени его композиционной выстроенности, богатства и оригинальности индивидуализированного языка. «*Динамическая речевая конструкция*» [Тынянов, 2002, с. 175] — это тыняновское определение литературы,

[6] *Мандельштам О.* Соч.: В 2 т. Т. 2 Проза. М., 1990. С. 188.

данное в статье «Литературный факт», имплицитно лежало в основе критических оценок самого Тынянова и двух его ближайших единомышленников.

Опоязовцы избегали слова «эстетика», однако именно они сформулировали четкие критерии сугубо эстетической оценки — «гамбургского счета». Это выражение В.Б. Шкловского вошло в культурный обиход, стало фактом русского литературного языка.

Критическая стратегия лидеров ОПОЯЗа была настолько нова и мощна, что они могли себе позволить отказаться от философского или публицистического толкования отдельных произведений.

На отсутствие интерпретационного компонента в литературной критике «формалистов» обратил внимание Б.М. Энгельгардт. Он счел неправомерным перенесение в критику научно-филологического анализа: «...Методы поэтики, построяемой согласно требованиям строгой научности, никоим образом не могут оказаться пригодными в области художественной критики, и представитель науки о литературе необходимо должен резко ограничивать свои задачи от задач критического толкования» [Энгельгардт, 1927, с. 116].

Б.М. Энгельгардт, думается, был чересчур ригористичен в противопоставлении «строгой научности» и «критического толкования», поскольку в реальной практике граница между научным литературоведением и художественной критикой то и дело оказывается подвижной. Но его положение о том, что критика есть прежде всего толкование, заслуживает внимания и в наше время. Б.М. Энгельгардт видел предназначение критики в том, чтобы «дешифровать в духе времени многозначную криптограмму художественного произведения» [Энгельгардт, 1927, с. 115]. То есть художественное произведение по природе своей рассчитано на множественность толкований.

Полемика Б.М. Энгельгардта с «формалистами» по этому поводу не получила продолжения, а вскоре функция толкования и «дешифровки» была узурпирована государственной идеологией. Интерпретация произведений текущей словесности в официальной критике сделалось однозначной и директивной. Объектом нормативно-схематического толкования стали и отечественная классика, и зарубежная литература: допущенный до советского читателя книжный «импорт» сопровождался «конвойными» предисловиями, где давалась заданная интерпретация в духе «критики капитализма», «антибуржуазности» и т.п.

4.

Возвращение критической интерпретации в литературный обиход приходится на время «оттепели». Легендарная статья В. Померанцева «Об искренности в литературе» («Новый мир», 1953, № 12)

обозначила поворот к свободному проявлению индивидуальности в литературно-критическом дискурсе. «Шестидесятническая» критика (М. Щеглов, В.Я. Лакшин, И.И. Виноградов, А.М. Турков, Б.М. Сарнов, С.Б. Рассадин и др.) толковала современную ей словесность в духе свободолюбия и гуманизма, вступая в полемику с «охранителями», догматиками и начавшими тогда поднимать голову националистами. В это время формируется и то, что потом станут называть «современным прочтением классики», то есть актуализирующее толкование шедевров отечественной словесности XIX в. Большую интерпретаторскую активность спровоцировала публикация в 1966–1967 гг. ставшего впоследствии «культовым» романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита».

В 1970-е гг. формируется тенденция к «эмансипации» критики, обретению ею собственно творческого статуса. Наиболее полно она проявилась в статьях и эссе Л.А. Аннинского, по-своему продолжившего традиции Д.И. Писарева и В.В. Розанова. Л.А. Аннинский был склонен к свободным интепретациям произведений, причем его трактовки нередко расходились с замыслами и концепциями самих авторов. Чрезвычайно показательным в этом смысле явился диалог Л.А. Аннинского и Ю.В. Трифонова, состоявшийся незадолго до кончины прозаика и опубликованный уже после нее в «Новом мире». Трифонов здесь выступает против критического субъективизма и своеволия, а его оппонент защищает право критика на «самовыражение»:

«**Л. Аннинский.** Мы тут подходим к обсуждению очень горячего сейчас вопроса: что должна делать литературная критика? Эта проблема всегда была болезненной, и в XIX веке тоже, потому что тогда не только писатели, но и критики верили, что критика существует для писателей. Сейчас писатели по-прежнему в это верят, а критики, так сказать, эмансипировались. Критика стала совершенно автономна, и я только тем и живу.

Ю. Трифонов. Но здесь по отношению к писателям есть какая-то безнравственность, если уж хотите точное слово. То есть критик, который хочет утвердить свою автономность и своеобразие, не задумывается, справедлив его суд или нет. Ему не это важно. Он выдергивает какую-то цитату, что-то подрезает — и самовыражается.

Л. Аннинский. Все верно. Можно обойтись даже и без цитат[7]».

Весьма темпераментный диалог выявил позиции сторон, но не привел к какому-либо согласию. В итоге критик по-прежнему заявляет о своем праве на свободу интерпретации и прямой контакт

[7] *Трифонов Ю.* Как слово наше отзовется... Диалог с Л. Аннинским о современной критике // Новый мир. 1981. № 11. С. 237.

с читателем, а писатель настаивает на требовании трактовать произведение в соответствии с творческим намерением автора:

«**Л. Аннинский.** Критик так же высказывается о духовной реальности, как высказался о ней писатель.

Ю. Трифонов. Почему же критик не задумывается над тем, что́ именно хотел сказать автор?[8]».

Если в этом случае позиция прозаика выглядит несколько наивной и нормативной по отношению к лукавой и «амбивалентной» позиции критика-эстета, то иная ситуация возникла в самом начале 1980-х гг., когда интерпретатором так называемой «прозы сорокалетних» выступил критик-просветитель И.А. Дедков. Этот критик не принял тип «амбивалентного» героя прозы, представленный в прозе В.С. Маканина, Р.Т. Киреева и ряда других писателей. Наследник традиции Чернышевского и Добролюбова, Дедков в своей вызвавшей большой резонанс статье «Когда рассеялся лирический туман» («Литературное обозрение», 1981, № 8) находил в анализируемой прозе своего рода индивидуалистический «месседж» и решительно выступал против него как публицист.

Данные примеры свидетельствуют о том, что субъективно-личностный момент в интерпретации произведений современной литературы неизбежен. Между художественной прозой и критикой идет сложный и полемичный диалог, который в целом способствует адекватному выявлению общественных и нравственно-философских позиций участников, стимулирует читательское внимание к литературе.

5.

В период перестройки и гласности интерпретаторская активность была направлена главным образов на произведения «возвращенной» литературы, то есть на прежде запрещенные цензурой тексты и впервые опубликованную на родине эмигрантскую прозу и поэзию. В освещении же новинок прозы и поэзии наметилось определенное переключение акцентов с вопросов общественных и нравственно-философских на творчески-эстетическую проблематику. Само по себе повышенное внимание к вопросам жанра, языка, композиции плодотворно, однако отсутствие конкурирующих критических интерпретаций произведений новых прозаиков и поэтов ведет к определенным издержкам. Романы и повести Людмилы Улицкой и Татьяны Толстой, Владимира Сорокина и Виктора Пелевина, Дмитрия Быкова и Александра Терехова, Захара Прилепина и Сергея Шаргунова, а также многих других авторов в литера-

[8] Там же.

турной прессе оцениваются прежде всего с точки зрения «качества текста». Само по себе это, казалось бы, недурно, но исторический опыт свидетельствует о том, что в оценке чисто эстетического качества произведений критики-современники зачастую ошибаются, а читатель ждет от критики не столько оценочных рекомендаций, сколько той самой дешифровки многозначных художественных «криптограмм», о которой некогда говорил Б.М. Энгельгардт.

Да и писатели, склонные к серьезной саморефлексии, большее удовлетворение получают не от дежурных комплиментов, а от оригинального толкования их произведений. Есть определенная координация между эстетическим уровнем прозы и возможностями ее интерпретаций. Произведение масскульта по сути не нуждается в трактовке, его смысл полностью сводится к пересказу фабулы. Трудно даже гипотетически представить оригинальное критическое прочтение очередного романа Александры Марининой или Дарьи Донцовой. Произведение средне-беллетристического уровня рассчитано на прочтение довольно однозначное и определенное — как, к примеру, знаменитый некогда роман Владимира Дудинцева «Не хлебом единым» или популярная в наши дни проза Дины Рубиной. Наконец, произведение, претендующее на статус высокой, «элитарной» словесности, должно обладать художественной многозначностью, а потому — провоцировать ансамбль разных, порой взаимоисключающих интерпретаций. Создать произведение, исправно работающее в качестве «генератора интерпретаций» (по У. Эко), — это тайная или явная мечта каждого серьезного писателя. Кстати, в качестве примера такого «генератора» можно привести и прозу Ю.В. Трифонова, обнаруживающую такие смысловые обертоны, которых, возможно, не осознавал сам автор. Название недавно вышедшей в серии «Жизнь замечательных людей» книги С.А. Экштута о Юрии Трифонове снабжено примечательным подзаголовком: «Великая сила недосказанного»[9]. Это недосказанное и раскрывается в новых критических интерпретациях (такова, например, в названной книге трактовка романа «Старик»), оно потенциально богаче того, «что́ именно хотел сказать автор».

И все же, как ни наивен вопрос о том, «что хотел сказать автор своим произведением», критике приходится им задаваться для того, чтобы дать ответ, который сложнее и неожиданнее самого вопроса, чтобы вступить в контакт и с писателем и с читателем. Скучноватые квазифилологические «разборы текстов» современных авторов не могут заменить полноценную критику, духовно-эмоциональной доминантой которой неизбежно остается толкование художественного «месседжа». Без него критика превращается либо

[9] *Экштут С.А.* Юрий Трифонов. Великая сила недосказанного. М., 2014.

в ухудшенный вариант литературоведения на современном материале, либо в утилитарную информацию о книжных новинках.

Нынешняя социокультурная ситуация внушает на этот счет серьезные опасения. «Критика как род литературы снята с производства»[10], — читаем в статье авторитетного критика и главного редактора журнала «Знамя», то есть одного из реальных руководителей и организаторов того самого «производства». Вопрос о статусе литературной критики, о ее культурно-общественной роли стоит сегодня чрезвычайно остро. Но в любом случае позитивная перспектива дальнейшего развития критики предполагает возвращение к традиции активно-творческой интерпретации литературы в социальном, философском и эстетическом контексте времени.

Список литературы

Богомолов Н.А. У истоков символистской критики // Критика русского символизма. Т. I. М., 2002.

Зонтаг С. Против интерпретации и другие эссе. М., 2014.

Тынянов Ю.Н. Литературная эволюция. Избранные труды. Сост., вступит. статья, комментарии Вл. Новикова. М., 2002.

Энгельгардт Б.М. Формальный метод в истории литературы. Л., 1927.

Поступила в редакцию
16.10.2014

[10] *Чупринин С.* Дефектура // Знамя. 2014. № 7. С. 184.

А.Ю. Сергеева-Клятис, доктор филологических наук, старший научный сотрудник кафедры литературной критики и публицистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: annaklatis60@yahoo.com

КОМИССАРЖЕВСКАЯ: МИФОЛОГИЗАЦИЯ ОБРАЗА

Статья посвящена первым некрологам Блока, опубликованным в течение месяца после смерти В.Ф. Комиссаржевской в феврале и марте 1910 г. В соответствии с символистской традицией Блок создал идеальный образ талантливой женщины, посвятившей свое дарование и жизнь людям, не сумевшим принять ее жертвы. После публикации этих текстов последовал взрыв поминальных публикаций в периодической печати, по большей части так или иначе обыгрывающих главные мысли и образы Блока. В конце концов фигура Комиссаржевской утратила связь с реальностью и превратилась в мифологизированный образ русской театральной культуры.

Ключевые слова: *журналистика, театральная критика, миф и реальность, символистская традиция, сценический образ, мифологизация.*

The article is devoted to the first obituaries by A. Block published in the very first weeks after the death of Komissarzhevskaya in February and March of 1910. According to symbolic tradition Block created the ideal image of angelic woman gifted her talent and life to the people who didn't accept her. After edition of these texts there was an explosion of funeral publications of different kinds, the majority of them repeated the main ideas and imageries of Block. Finally the legendary figure of Komissarzhevskaya has lost links with her real character.

Key words: *journalism, theater criticism, myth and reality, symbolist tradition, scenic image, mythologizing.*

Стала в небе кликом ранним
Будить человека
«Скоро ль, мертвые, мы встанем
Для юного века?»

Вяч. Иванов «Памяти Комиссаржевской», 1915

Заявленная тема тесно связана с трагическими страницами биографии В.Ф. Комиссаржевской — ее смертью и почти мгновенным переходом в бессмертие, хронологически определенное отчетливой границей, — некрологом А.А. Блока, напечатанным 12 февраля 1910 г. в газете «Речь» сразу после получения печального известия в Петербурге.

Коротко напомним перечень последних событий жизни актрисы.

За три месяца до смерти В.Ф. Комиссаржевская приняла решение покинуть сцену: «Я ухожу потому, — объясняла она 15 ноября

1909 г. в своем открытом письме труппе, — что театр в той форме, в какой он существует сейчас, — перестал мне казаться нужным, и путь, которым я шла в исканиях новых форм, перестал мне казаться верным»[1]. Идея создания театральной школы захватила ее и волновала тем сильнее, чем более отчетливо она чувствовала тупик своей сценической деятельности. Перед труппой она обязывалась довести до конца намеченные гастроли, которые географически охватывали огромные российские пространства. Из Харькова, где А.П. Зонов по поручению В.Ф. огласил ее открытое письмо, труппа перебирается в Полтаву, затем — Екатеринослав, Ростов-на-Дону, Тифлис, после небольшого перерыва в середине декабря — в Баку, Ашхабад, Самарканд, Ташкент... 19-го января, через два дня после приезда в Ташкент, заболевают две актрисы из труппы, днем позже двое актеров. Диагноз ставится только через неделю — 26-го января доктору М.И. Слониму становится очевидно, что болезнь, настигшая труппу Комиссаржевской, — оспа. В тот же день вечером назначен спектакль «Бой бабочек», и с первыми признаками болезни В.Ф. все-таки выходит на сцену и отыгрывает всю пьесу до конца в сложнейших условиях, когда почти половина исполнителей экстренно заменена. Уезжает из театра уже в сильном жару. Несмотря на неоднократное привитие оспы, болезнь развивается очень быстро, жар не спадает в течение недели. Однако 2 февраля наступает долгожданное облегчение. Несмотря на потерю сил, отсутствие аппетита, естественные результаты тяжелого заболевания, у близких появляется и крепнет надежда. Уже ведутся разговоры о возможном продолжении гастролей, о скором возвращении В.Ф. к делам. Но улучшение длится только несколько дней. В ночь на 9 февраля наступает резкая перемена к худшему, вновь сильный жар, оспа принимает самую опасную — гнойную — форму, начинается сепсис, отказывают почки. Консилиум врачей признает, что положение безнадежно. В час сорок дня 10 февраля 1910 г. В.Ф. скончалась.

Случившееся было неожиданностью даже для родственников, ободренных недавними сообщениями об улучшении состояния больной. Кроме того, В.Ф. часто болела, особенно во время гастролей, и часто чрезмерно пугалась своих болезней. Никто не ожидал трагического исхода. Да и первая телеграмма о фатальном ухудшении ее положения пришла лишь накануне.

---

[1] *Комиссаржевская В.Ф.* Труппе театра, 15 ноября 1909 // Комиссаржевская В.Ф. Письма актрисы. Воспоминания о ней. Материалы. М., 1964. С. 177.

Для широкой общественности сообщение о смерти Комиссаржевской вообще было подобно грому: 45-летняя актриса, находившаяся в расцвете своего таланта, энергичная, полная планов, внезапно умерла от неведомой болезни на окраине империи, вдали от столиц. Пораженный известием А.А. Блок на следующий же день пишет и отдает в газету «Речь» пронзительный некролог (далее — НБ). Выпишем из него опорные пункты: основные положения и образы, с помощью которых он описывает личность, жизнь и смерть В. Ф., разбив их на тематические группы:

1. Молодая/весенняя жизнь/смерть/бессмертие.

«*...мучительная, но молодая, но предвесенняя смерть*»;

«*... бытие вот этой умершей юности*»;

«*...ей точно было пятнадцать лет. Она была моложе, о, насколько моложе многих из нас*»

«*Она была — вся мятеж и вся весна...*»

«*Да это и не смерть <...> Это еще новый завет для нас <...> далекий голос синей Вечности...*»

«*Она не умерла, она жива во всех нас*»

2. Маленькая быстрая фигура, магия голоса, синие глаза (слово «синий» в терминологии Блока имеет символическое значение обращенности в иные миры, к вечности).

«*...маленькая фигурка со страстью ожидания и надежды в синих глазах, с весенней дрожью в голосе, вся изображающая один порыв...*»

«*...то, что светилось за ее беспокойными плечами...*»

«*...то, к чему звали ее бессонные глаза и всегда волнующий голос*»

«*...ее легкую, быструю фигуру в полумраке театральных коридоров...*»

«*...ее печальные и смеющиеся глаза, обведенные синим*»

«*...ее впитывающие, требовательные и увлекательные речи*».

3. Непонимание окружающих, неумение оценить по достоинству.

«*Отчего при жизни человека мы всегда так смутно и так бледно помним о нем, не умеем достаточно ценить его...*»

«*Мы и не знали тогда, кто перед нами...*».

7 марта 1910 г. в зале Петербургской городской думы на вечере памяти В.Ф. Комиссаржевской Блок произнес речь (далее — РБ), которая вскоре после этого была опубликована во 2-м выпуске «Ежегодника императорских театров» за 1910 г., который выходил с периодичностью 8 раз в год. Второй выпуск, таким образом, приходился на конец марта — начало апреля 1910 г. В этой знаменитой речи — знаменитой прежде всего тем, что завершалась она новым стихотворением Блока на смерть Комиссаржевской «Пришла порою полуночной...», — содержались характеристики таланта и личности В.Ф., которые расширяли семантическое поле некролога. Добавим их в уже имеющийся список, выделив повторяющиеся мотивы:

4. Душа Комиссаржевской — «самый сложный и самый нежный и самый певучий музыкальный инструмент», «настроенная скрипка», создающая гармонию мирового оркестра.

«*Душа ее была нежнейшая скрипка*»

«*...теперь, после смерти, она поет где-то в нем, за то, что при жизни не нарушала его стройности; она не лукавила, она была верна музыке среди визгливых нот современной действительности*».

5. Комиссаржевская — свет, озаряющий землю.

«*...смотрят сквозь тучи и говорят: там есть* ***весна****, там есть заря*»

«*опрокинутый факел* ***юности*** *ярче старых оплывающих свеч*».

6. Глаза, устремленные в иные сферы, и голос, доносящий музыку иных сфер.

«*У Веры Федоровны Комиссаржевской были* ***глаза и голос*** *художницы*».

«*...обладает взглядом ребенка, но во взгляде этом светится сознание взрослого человека...*»

«*...видит не один только первый план мира, но и то, что скрыто за ним...*»

«*В.Ф. Комиссаржевская видела гораздо дальше, чем может видеть простой глаз...*»

«*...эти большие* ***синие глаза****, глядящие на нас со сцены, так удивляли и восхищали нас; говорили о чем-то безмерно большем, чем она сама*»

«*Не меркнет* ***вечная юность*** *таких глаз...*»

«*В.Ф. Комиссаржевская голосом своим вторила мировому оркестру. Оттого ее требовательный и нежный голос был подобен* ***голосу весны****, он звал нас безмерно дальше, чем содержание произносимых слов*»

«***...скрипка*** *такого голоса сливается с мировым оркестром...*».

7. Очистительная (весенняя) смерть.

«*Тот, кто видел, как над ее могилой открылось* ***весеннее*** *небо, когда гроб опускали в землю, был в эту минуту блаженен и светел...*».

8. Недооцененность при жизни, мотивированная романтическим (символистским) противопоставлением художника толпе:

«*О том, как мы* ***не узнали ее при жизни****...*»

«*Насколько все это просто для художника, настолько же непонятно для обывателя, а что для обывателя непонятно, то для него и недопустимо, то для него и ненавистно*».

Эти же мотивы, некоторые в детальном и подробном, другие — в свернутом виде, насыщают стихотворение Блока «На смерть Комиссаржевской» (1910). Его главная антитеза: «крайний полюс», «мертвый край», «склеп», «порою полуночной» застигнутый внезапным наступлением зари и весны. Здесь есть и «юный голос», который «пел и плакал о весне», и звучащие в «незнакомой выши-

не» струны, прямо соответствующие образности блоковских прозаических текстов. Находятся также и другие почти точные соответствия: названы глаза и голос («Умер вешний голос, / Погасли искры синих глаз»), лейтмотивом стихотворения становится непонимание, вернее, *неузнавание* толпы («Что в ней рыдало? Что боролось? / Чего она ждала от нас? / Не знаем»), упомянут и «погребальный факел» (вспомним «опрокинутый факел юности»). Завершается стихотворение мистической картиной небесной славы героини, которую эскизно Блок тоже наметил в своей поминальной речи:

Пускай хоть в небе — Вера с нами.
Смотри сквозь тучи: там она —
Развернутое ветром знамя,
Обетованная весна.

Шквал некрологов, коротких и длинных мемуаров, поминальных слов и слов благодарности в адрес внезапно и страшно умершей актрисы обрушился на страницы разнообразных периодических изданий практически сразу после известия о ее смерти и не стихал в течение нескольких лет, неизменно набирая силу к памятным биографическим датам. Опорные смысловые и образные пункты этих материалов зачастую повторялись, так или иначе воспроизводя блоковские тексты, за всех современников выразившие охватившее их смятение и сожаление, а также запоздалое восхищение личностью и деятельностью В.Ф. Комиссаржевской. Блок своими прозаическими и поэтическими высказываниями о смерти актрисы практически предложил трафарет, по которому послушно двигалась публицистическая мысль на протяжении нескольких лет[2]. Таково было мощное воздействие Блока на эпоху, такова была магия его слова, что как сознательно, так и подсознательно цитаты из его текстов воспроизводились от раза к разу, постепенно оформляя мифологизированный образ актрисы, во многом совпавший с одной из ее ролей. Скорбь и святость Сестры Беатрисы из одноименной драмы Метерлинка окрасила реальную личность ее исполнительницы: «Ее могли хоронить не люди, не мы, а небесное воинство. Ее могли хоронить высокие и бледные монахини на крутом речном обрыве у подножия монастыря, в благоухании полевых цветов и в озарении длинных восковых свеч. Ее певучую душу могли нести блаженные и не знающие греха ангелы из этого “мира печали и слез”».

[2] Для этой статьи мы воспользовались некрологами и близкими по жанру материалами за пятилетие, прошедшее после смерти Комиссаржевской (1910–1915). Не привлекались нами преимущественно статьи биографического характера и театроведческие работы.

Использованное Блоком сопоставление В.Ф. Комиссаржевской с сестрой Беатрисой выходит на первый план во многих материалах, посвященных памяти актрисы. Так, Сергей Ауслендер в статье «Наша Комиссаржевская», опубликованной в траурном номере журнала «Аполлон» (1910, № 5, февраль), говорит о периоде работы актрисы в собственном театре, «когда Коммиссаржевская явила нам свой новый и последний лик лучезарной Беатрисы»[3]. Лейтмотивом рассуждений о жизни и деятельности актрисы становится образ Сестры Беатрисы в статье Георгия Чулкова «Памяти Комиссаржевской» в том же номере «Аполлона»: «Ее мучения нам были близки, ее искусство нам было внятно, и образ ее сохранится в сердцах наших, как прекрасное видение страдающей, влюбленной и вечно женственной Сестры Беатрисы»[4]. Все творчество Комиссаржевской Чулков описывает с помощью этой метафоры, считая, что именно Метерлинк в полной мере передал индивидуалистическое и лирическое мироощущение современного человека. Главное качество таланта Комиссаржевской, по мнению Чулкова, — умение воплотить время, стать его символом: «Пережить до конца драму Метерлинка <...> это значит быть дочерью Современности...»[5].

С образом Сестры Беатрисы чрезвычайно гармонируют те черты Комиссаржевской, которые стали определяющими в писаниях о ней Блока. Попытаемся восстановить тот мифологический образ актрисы, который вслед за Блоком был отчетливо прорисован современными ей театральными критиками.

Начнем с описаний души и сердца Комиссаржевской, которыми изобилуют посмертные публикации. Подчеркивая восприимчивость актрисы к движению времени, к новым веяниям искусства, а также ее тонкость и ранимость, критики обычно пользовались музыкальной метафорой, предложенной и развернутой в речи Блока. Сравнение души Комиссаржевской со скрипкой или другим струнным инструментом (эоловой арфой) — общее место поминальных статей (цитаты мы располагаем в хронологическом порядке):

«Тайна скрипки чаще всего лежит в душе того, кто держит смычок. Ни одна скрипка в мире не умела так рыдать и так захватывать и потрясать слушателей, как скрипка Паганини. А ее тайна заключалась в том, что великий маэстро пережил великую драму. Тайна грустных, захватывающих, проникающих в самое сердце и покоряющих нот в голосе Комиссаржевской имела своим первоисточником, несомненно, драму ее жизни»[6].

---

[3] *Ауслендер С.А.* Наша Комиссаржевская // Аполлон. 1910. № 5 (февраль). С. 21.
[4] *Чулков Г.И.* Памяти В.Ф. Комиссаржевской // Там же. С. 24.
[5] Там же. С. 23.
[6] *Туркин Н.В.* Комиссаржевская в жизни и на сцене. М., 1910. С. 29.

«Она, которая ушла от жизни, разбившей ее личные радости, на сцену и принесла сцене целый океан отвергнутых настоящей жизнью чувств и трепетаний. Для жизни оказалось ненужным чуткое, как Эолова арфа, сердце, струны которого дрожали от легчайшего прикосновения»[7].

«Ах, этот голос, эта натянутая струна, эта драгоценная скрипка Страдивариуса! Я сказал, что тогда она пела, а не говорила. Ее музыкальная душа, ее ритмическое исполнение давали сладкое ощущение мелодии. Сначала тихо, потом усиливая звук, наконец вырывая из своей слабой груди такие звуки, какие есть только в груди старинных скрипок, оброненных на землю ангелами, Комиссаржевская пела нам тогда свои создания»[8].

Итак, первый пункт мифа — разбитая личная жизнь, пережитые страдания толкнули артистку на сцену, утончили ее душу, сделали ее подобной скрипке, способной к передаче тончайших эмоций. Обратим внимание на промелькнувшую в статье Ю. Беляева ангельскую тему, источником которой, по всей вероятности, тоже был блоковский текст. Эта тема еще не раз появится в некрологических заметках, посвященных Комиссаржевской.

С нею связан и мотив вечной юности, предвосхищающий тему бессмертия актрисы, который тоже был позаимствован публицистами у Блока. И в НБ, и в РБ выстроена отчетливая антитеза между ощущением юности, которое исходило от Комиссаржевской в связи с ее смелым поиском в искусстве и приверженностью к его новым формам, и вечностью, ради которой она работала и которой после смерти в полной мере принадлежит ее личность. Эти мотивы тоже были подхвачены прессой и растиражированы разными ее представителями.

Актер Юрий Озаровский передает свои воспоминания от первой встречи с Комиссаржевской во время ее дебюта на Александринской сцене и подчеркивает детскость ее поведения, которая резко выделяет ее среди прочих актеров: «А как вы думаете, — спрашиваю я — скоро наладятся репетиции? — Вера Федоровна прыскает от смеха и убегает на сцену...»[9]. И далее: «И во все остальное время совместной службы моей с Верой Федоровной в театре я всегда любовался в ней необычайно привлекательной,

---

[7] *Хавкин В.А.* Над свежей могилой: Памяти В.Ф. Комиссаржевской // Рампа и жизнь. 1910. № 8 (21 февраля). С. 123.

[8] *Беляев Ю.Д.* О Комиссаржевской // Сборник памяти В.Ф. Комиссаржевской. СПб., 1911. С. 110. То же: Апофеоз Комиссаржевской // Галерея сценических деятелей. М., 1915. Т. 1. С. 53.

[9] *Озаровский Ю.Э.* В.Ф. Комиссаржевская за кулисами и на сцене // Аполлон. 1910. № 5 (февраль). С. 25.

милой шаловливостью, какой она умела облечь свои восприятия внешней жизни...»[10].

«Она была ребенком, когда веселилась, смеялась, шутила, прыгала, кружилась, напевала <...>, — описывает совместные санные катания в своих воспоминаниях Филипп Купчинский. — Были тут молодые барышни, веселые, шаловливые, но Вера Федоровна казалась моложе всех, бодрее, веселее всех»[11].

«Все в ней вдруг изменялось, загоралось, просветлялось, и становилась она юнее самой юности и прекрасней самой красоты»[12], — вспоминает Петр Ярцев.

«Смерть Комиссаржевской — это смерть нашей молодости»[13], — заключает свою статью к годовщине смерти актрисы Осип Дымов.

Таков второй пункт мифа: Комиссаржевская таила в себе нерастраченные молодые силы, юность в складе ее личности была вечной, неугасающей, притягательной силой, к которой тянулась молодежь (неслучайно свою биографическую книгу о Комиссаржевской Н.В. Туркин посвятил «нашей молодежи») и которая позволяла ей несколько раз заново начинать свою жизнь.

С этой темой тесно сплетена другая — влюбленность в актрису, которая распространяется лично от А.А. Блока на все русское общество.

Процитировав соответствующее место из НБ, С. Ауслендер замечает: «Блок, один из самых близких этому театру поэтов, написал <...> о всеобщей влюбленности в Комиссаржевскую. Да, это было так. Она <...> действительно была “Прекрасной Дамой”, своим высоким примером вдохновлявшей рыцарей, носивших ее цвета, на бесстрашие, на прекрасные подвиги за нее и во имя того, чему она и сама, королева, смиренно служила...»[14].

«С Комиссаржевской мы были связаны, — пишет Ю. Беляев, — тайными думами нашими, сладкими вожделениями чувства, всем, что реализует искусство до степени живой любви. Ведь, кроме открытой любви к театру <...>, есть еще иная любовь, сокровенная, застенчивая, почти болезненная, почти преступная. Эта любовь долго молчит и прячется»[15].

---

[10] Там же.

[11] *Купчинский Ф.П.* Ее памяти (о В.Ф. Комиссаржевской) // Сборник памяти В.Ф. Комиссаржевской. СПб., 1911. С. 414–415.

[12] *Ярцев П.М.* В.Ф. Комиссаржевская // Сборник памяти В.Ф. Комиссаржевской. СПб., 1911. С. 278.

[13] *Дымов О.* В.Ф. Комиссаржевская: К годовщине со дня смерти // Всеобщий журнал литературы, искусства, науки и общественной жизни. СПб., 1911. № 3 (февраль). С. 52. То же: Обозрение театров, 1911. № 1316 (10 февраля). С. 14.

[14] *Ауслендер С.А.* Наша Комиссаржевская // Аполлон. 1910. № 5 (февраль). С. 22.

[15] *Беляев Ю.Д.* О Комиссаржевской // Сборник памяти В.Ф. Комиссаржевской. СПб., 1911. С. 112. То же: Апофеоз Комиссаржевской // Галерея сценических деятелей. М., 1915. Т. 1. С. 54.

«Можно любить театр и не любить, — но Комиссаржевскую нельзя было не любить»[16], — патетически заявляет писатель Николай Крашенинников, посвятивший свою заметку пятилетию со дня смерти актрисы.

Как видим, речь повсюду идет о магии личности Комиссаржевской, которая распространялась на всех без исключения. Не ее театр, не ее дар, а ее саму нельзя было не любить.

Следующая черта, отмеченная Блоком, — это постоянное стремление актрисы в иные сферы, в иные миры, которые поэт романтически обозначил как «величавую», «несбыточную» мечту, «устремление куда-то, за какие-то синие, синие пределы человеческой здешней жизни» (НБ). Комиссаржевская относилась к тем, «кто роковым образом, даже независимо от себя, по самой природе своей, видит не один только первый план мира, но и то, что скрыто за ним, ту неизвестную даль, которая для обыкновенного взора заслонена действительностью наивной...» (РБ). Одна эта способность делает ее не просто художником, но сверхсуществом, которому ведомы судьбы мира и, уж конечно, судьбы мирового искусства.

Один из критиков использовал в своем некрологе такую метафору: «Она создала свой театр и отважно, смотря вперед своими удивительными глазами, поплыла как большой корабль с мачтами, уходящими в облака...»[17].

Петр Ярцев вспоминает свое впечатление от сверхчеловеческих проявлений в Комиссаржевской: «Теперь была она другая, “настоящая”, и показалось мне тогда, что такое лицо, глаза такие — не лицо, не глаза человека»[18].

Брат актрисы Ф.Ф. Комиссаржевский писал о ней в 1912 г.: «Страдальческой была ее смерть и страдальческой была ее жизнь. Она никогда не была удовлетворена действительностью; живя в настоящем, она уже предчувствовала будущее; ее духовный взор был всегда устремлен в даль, в прекрасную страну новых истин»[19].

В поминальной заметке о Комиссаржевской, появившейся без подписи в 1913 г., было сказано: «...Комиссаржевской, как художнику, было дано видеть своими духовными очами дальше, чем видят простые люди, видеть “за” окружающую нас действительность,

---

[16] *Крашенинников Н.А.* В.Ф. Комиссаржевская. Памятка писателя // Галерея сценических деятелей (Издание журнала «Рампа и жизнь»). М., 1915. Т. 1. С. 54.

[17] *Виль.* Помолчим... светлой памяти В.Ф. Комиссаржевской // Рампа и жизнь. 1910. № 8 (21 февраля). С. 122.

[18] *Ярцев П.А.* В.Ф. Комиссаржевская // Сборник памяти В.Ф. Комиссаржевской. СПб., 1911. С. 278.

[19] *Комиссаржевский Ф.Ф.* 10-е февраля: Памяти В.Ф. Комиссаржевской // Студия. М., 1912. № 19. С. 4.

стоять на той грани, где “тайна земная соприкасается с тайной небесной”...»[20].

Тема острого духовного зрения, отрешенности от земного существования в пользу высшего бытия искусства, полумистических прозрений раскрывается Блоком преимущественно с помощью описания заведомо хрупкой «маленькой фигурки» (неприспособленной для жизни в этом мире), синих «бессонных глаз», глядящих в «неизвестную даль», и «голоса художницы», сливавшегося с мировым оркестром. Очевидно, что характеристики такой яркости первыми запомнились читателям и слушателям текстов Блока.

«В сущности, совсем небольшого роста, с худенькой, что называется, щупленькой фигуркой...»[21], — пишет о сценических данных Комиссаржевской Юрий Озаровский.

Н.Н. Окулов (Тамарин): «Артистка передавала всю высоту и глубину женского сердца и голосом, и взглядом своих проникновенных, дивных глаз, в которых сменялись отражения душевных переживаний...».

Лекин сходным образом вспоминает о ее внешности: «В первый раз я остановился, пораженный кротким, наивным взглядом ее больших глаз. <...> Вся ее маленькая фигурка хрупкая, тоненькая фигурка говорила о любви ко всем людям...»[22].

«Эта душа неотразимо притягивала к себе всех и обвевала мягкою нежною лаской. Она смотрела на нас через глаза, такие огромные, такие прекрасные, такие печальные...»[23].

«Ее печальные глаза, глаза васнецовских мучениц, глубокие, провидящие и усталые и удивленные, горели тогда вдохновением. Голос пел»[24].

«В ней была огромная, стыдливая сдержанность, она не умела жаловаться, и все глубоко скорбное, мучительное, чем была полна ее душа, находило себе выражение только в нотках ее изумительного голоса, только в выражении ее единственных глаз»[25].

«При имени В.Ф. Комиссаржевской <...> — писал к пятилетию ее смерти Николай Евреинов, разворачивая метафору запредель-

---

[20] Драматический театр В.Ф. Комиссаржевской (Офицерская, 39) // Маски. Ежемесячник искусства и театра. М., 1912–1913. № 4. С. 62–63.

[21] *Озаровский Ю.Э.* В.Ф. Комиссаржевская за кулисами и на сцене // Аполлон. 1910. № 5 (февраль). С. 27.

[22] *Лекин.* Рози, Нора и Нина // Обозрение театров. СПб, 1911. № 1316 (10 февраля). С. 16.

[23] *Зигфрид* (*Старк Э.А.*) Памяти В.Ф. Комиссаржевской // Там же. С. 14.

[24] *Беляев Ю.Д.* О Комиссаржевской // Сборник памяти В.Ф. Комиссаржевской. СПб., 1911. С. 106. То же: Апофеоз Комиссаржевской // Галерея сценических деятелей. М., 1915. Т. 1. С. 52.

[25] *Яблоновский С.В.* (*Потресов С.В.*) Светлой памяти // Рампа и жизнь. 1910. № 7 (14 февраля). С. 103.

ного взгляда и неземного голоса. — На меня смотрят глаза, большие и печальные, как вопросы о жизни и смерти, о добре и зле, о красоте и безобразии. При имени В.Ф. Комиссаржевской в моей памяти звенит низкий грудной голос, твердый и мягкий в одно и то же время, голос совсем нездешнего очарования. Я слышу самые простые слова — "хотите чаю?", "вы не устали?", "сегодня так холодно", как слова какого-то особого значения, слова, весь смысл которых для меня не в сказанном, а в задушевных звуках, выразивших сказанное, звуках, рожденных вечно верной себе женственностью. Самые обыкновенные слова покойной всплывают в моей памяти, как слова необыкновенные, как "слова Комиссаржевской", и я снова в плену отзвучавшей музыки, для которой еще не выдуман нотный стан и нет примеров модуляции в учебниках гармонии»[26].

Совершенно очевидно, что по милости Блока все эти характеристики сливались в одно представление о душе не от мира сего, облеченной в хрупкую плоть, как бы заранее обреченной, обладавшей явными признаками своей сопричастности иным сферам. Ангелоподобие, почти святость — главная черта Комиссаржевской, сопровождающая ее облик в многочисленных посмертных публикациях. В некоторых практически впрямую:

«В ее голосе угадывалось что-то вещее, и во взмахе ее белых крыльев был отсвет идеи, пославшей и благословившей ее на служение и подвиг»[27] (ср. с блоковским стихотворением: «Ушла. От всех великолепий — / Вот только: крылья на заре» и с НБ: «И я молю ее светлую тень — ее крылатую тень...»); «как легендарный ангел, она подходила, будто во сне, совсем близко... она почти касалась дрожащей рукой нашего сердца и смотрела в самые глаза наши широко открытыми очами, затуманенными от слез»[28]; «теперь она уже почти святая в анналах драматического искусства»[29].

Заметим, что знаковый эпитет «синий», которым лаконично и исчерпывающе Блок описывает глаза Комиссаржевской, никем практически не повторяется. Современники, лично знакомые с актрисой, отлично знали, что ее глаза синими не были. Во многих мемуарах упоминаются ее «темные» глаза, на портретах изображены

---

[26] *Евреинов Н.Н.* Поминальная анафора // Комиссаржевская. Альбом Солнца России. СПб., 1915. С. 19.

[27] *Дымов О.* В.Ф. Комиссаржевская: К годовщине со дня смерти // Всеобщий журнал литературы, искусства, науки и общественной жизни. СПб., 1911. № 3 (февраль). С. 43–44. То же: Обозрение театров, 1911. № 1316 (10 февраля). С. 13.

[28] *Купчинский Ф.П.* Ее памяти (о В.Ф. Комиссаржевской) // Сборник памяти В.Ф. Комиссаржевской. Спб., 1911. С. 412.

[29] *Евреинов Н.Н.* Поминальная анафора // Комиссаржевская. Альбом Солнца России. СПб., 1915. С. 20.

карие, семейные легенды говорят о серых глазах. Многократно акцентированный Блоком эпитет «синий» был справедливо воспринят не в цветовой конкретике, а в абстрактном символистском значении. Зато сопровождающий Комиссаржевскую в текстах Блока тоже вполне символистский образ весны стал общим местом. Заметим, что и у Блока он возник скорее из сценической реальности. «Солнце России», «Весна русской сцены» — подобные надписи с легкостью обнаруживаются на лентах с венков, которые подносились В.Ф. во время ее спектаклей и многочисленных гастрольных поездок. Однако Блок устраняет эти тривиальные штампы: «предвесенняя смерть», «весенняя дрожь в голосе», она была «вся весна», открывшееся «весеннее небо» во время похорон, «ее требовательный и нежный голос был подобен голосу весны», и наконец, из стихотворения: «...голос юный / Нам пел и плакал о весне...», «вешний голос» и «обетованная весна» в финале.

Очевидно, что эти весенние коннотации дополняют и распространяют уже сказанное: «...Эта маленькая фигура со страстью ожидания и надежды в синих глазах, с весенней дрожью в голосе, вся изображающая один порыв, одно устремление куда-то, за какие-то синие, синие пределы человеческой *здешней* жизни». Весна здесь имеет значение воскресения, и ангелическое, святое, неземное в образе Веры Федоровны притягивает эти ассоциации. В конце стихотворения они приобретают гиперболизированные религиозно-экстатические интонации, связанные с мотивом спасения — «новый завет для нас». То же происходит с другим мотивом — исходящего от Комиссаржевской потустороннего света «синей Вечности», носителем которого она так или иначе выступает: «нас **ослепили** окружающие огни», мы были влюблены в то, «что **светилось** за ее беспокойными плечами», «**ослепительная** и страшная волна горя и восторга», «**светлая** тень», «опрокинутый **факел**» (здесь же «погребальный **факел** — в ночь»), «**звезды** синих глаз». Посмотрим теперь, как эти мотивы преломляются у критиков:

«Искусство — это проявление души художника, это великое и святое таинство, при котором самое заветное, скрытое и таинственное в прекрасной душе вдруг делается видимым, озаренным напряженно-ярким светом»[30].

«Есть что-то свежее, благоухающее, как весеннее утро, в этой прячущейся от посторонних взоров душе. На лице ни одного лишнего движения мускулов, а как оно живет, волнуется, страдает! Пугливые глаза притягивают к себе своим упорным блеском. В них — сила

[30] *Яблоновский С.В.* Светлой памяти // Рампа и жизнь. 1910. № 7 (14 февраля). С. 103.

затаенного порыва; в них — призыв к далекой тайне; в них — молитва и озарение»[31].

«На туманном горизонте образов бледных и слабых, среди фигур робких и покорных, почему она выступила, окруженная таким сиянием, что нынче после тягостной кончины, опустили молитвенно головы даже враги, ослепленные сиянием ее духа?»[32]

«Но после того, как — словно факел во тьме — метнулся перед нами образ Комиссаржевской, сразу и четко осветилось пустынное царство сцены...»[33].

Отметим, что ключевые символы, заявленные Блоком и широко распространенные поминальными материалами, посвященными Комиссаржевской, нашли воплощение и в речи Вяч. Иванова, произнесенной им 7 марта 1910 г. — на том же вечере в Петербургской городской думе, на котором выступал Блок. Известно, что в конце 1900-х гг. Иванов и Блок тематически и идеологически в своих статьях и выступлениях были очень близки. Порою Блок боялся совпасть с Ивановым «чуть не текстуально»[34]. Эти опасения были обоснованными, именно такого рода совпадения, которые невозможно считать заимствованиями или цитатами, окрашивают речь Вяч. Иванова. Перечислим их, учитывая, что речь была опубликована одновременно с блоковской во 2-м выпуске «Ежегодника императорских театров» за 1910 г., т.е. обе они стали доступны читателям в значимом соседстве, подчеркивающем и акцентирующем важнейшие образы.

— блоковский факел («хоть погребальный факел в ночь», «опрокинутый факел юности») горит и в речи Вяч. Иванова:

«Когда я думаю о Вере Федоровне, мне представляется смоляной факел, лижущий пустынную мглу горных высот, вспыхивающий неверным светом, протягивающий ввысь жадные языки пламени, вдруг перебросившийся длинным зигзагом куда-то в сторону, в какую-то тьму, населенную призраками, — и внезапно потухший»[35].

— взгляд, устремленный в иные миры («видит не один только первый план мира, но и то, что скрыто за ним»):

---

[31] *Хавкин В.А.* Над свежей могилой: Памяти В.Ф. Комиссаржевской // Рампа и жизнь. 1910. № 8 (21 февраля). С. 123.

[32] *Купчинский Ф.П.* Ее памяти (о В.Ф. Комиссаржевской) // Сборник памяти В.Ф. Комиссаржевской. СПб., 1911. С. 412.

[33] *Вознесенский А.С.* Бродячая певичка // Галерея сценических деятелей. М., 1915. Т. 1. С. 56.

[34] Письмо А.А. Блока Вяч. Иванову 7 марта 1909. Цит. по: *Белькинд Е.Л.* Блок и Вячеслав Иванов // Блоковский сборник: Труды второй научной конференции, посвященной изучению жизни и творчества А.А. Блока. Тарту, 1972. С. 374.

[35] *Иванов Вяч.* Памяти В.Ф. Комиссаржевской // Ежегодник императорских театров. 1910. Вып. 2. С. 103.

«В Вере Федоровне я вижу и чту тип вещей женщины, ставшей на рубеже двух столетий со взором надежды и требовательного вызова, устремленным вдаль, откуда должен прийти новый человек»[36].

— весна (или мотив воскрешения), противопоставленная зиме, заморозкам, полюсу «в хладном серебре» — вечной смерти:

«Это женщина эпохи высоких чаяний, — эпохи, когда искусство уже не хочет быть только искусством — как оно не хочет быть и слугою действительности, — когда искусство хочет стать жизнью иначе, преобразив всю жизнь своею вещею красотою в красоту нераздельную, нераздробленную, религиозно-целостную — так, как мечтал об этом великом свершении Ибсен в его драме «Когда мы мертвые встанем». Вера Федоровна сделала все, что было ей дано для этого таинственного дела; мертвые не встали из гробов, но уже различала она, как зыблется снежный покров могил, скрывающий цветущие перси подземной Весны-Персефоны. И она ушла к ней, на ее луг, чтобы торопить воскресение, чтобы ускорить пришествие весеннего Диониса»[37].

Как видим, сходство образов и идей у Блока и Вяч. Иванова разительно. Повторимся: такое единомыслие, по нашему убеждению, могло только усилить впечатление от опубликованных одновременно текстов обеих речей и заставить современников глубже осознать и крепче запомнить их впечатляющую образность.

В заключение этой темы приведем цитату из мистической повести с говорящим названием «Бессмертие. Посвящено Беатрисе предчувствуемой», написанной А. Дьяконовым к третьей годовщине смерти В.Ф. Комиссаржевской, в финале которой все выше названные характеристики актрисы обозначены более чем отчетливо. Описываются похороны героини по имени Марианна, свидетелем которых становится любящий ее и безмерно страдающий от утраты возлюбленной Иоанн:

«Казалось, уже настигла Иоанна смерть и окаменел он. Но вдруг глухо, едва слышно крикнул:

— Солнце! Солнце!

И в тот миг, как упали в тишину, как камни драгоценные, его слова, — в высоком небе загорелось солнце. Открылись облака жемчужные, и яркий луч упал щедро на землю. Как изваянный, стоит Иоанн, ослепленный потоком света. Горит лицо его восхищением, блаженной радостью сияют глаза и ликует в сердце любовь. Открылось небо, и солнце золотою ризою покрыло землю. С безмерной высоты до краев земли сияющими ступенями ниспадал горящий луч, и вся в пурпуре, вся из огня нисходит Марианна,

[36] Там же.
[37] Там же.

и лик ея — лик ангела в нимбе света, и рука ея благословляет нежно Иоанна»[38]. Как кажется, блоковские сакральные коннотации обнажены здесь до предела. Происходит то, что в теории литературы называется реализацией метафоры, что, несомненно, еще раз указывает на особую популярность темы посмертного торжества Комиссаржевской.

Последний пункт, на котором мельком остановился Блок в своих прозаических текстах и который он сделал поворотным в тексте стихотворения, можно обозначить как «художник и толпа». К толпе он многозначительно причисляет и самого себя, объединяя тех, кто «не верил», «не ждал» и не почувствовал прихода весны, местоимением «мы». О «нашем» неумении ценить человека при его жизни Блок скажет и в НБ. Однако и там, и в стихотворении «На смерть Комиссаржевской» в противовес этому утверждению звучат и другие, в которых авторское «я» существует совершенно отдельно от всяких «мы»: «никогда не забуду», «я вспоминаю», «я молю ее светлую тень — ее крылатую тень — позволить мне вплести в ее розы и лавры цветок моей траурной и почтительной влюбленности». Правда, эти авторские прозрения относятся тоже ко времени после гибели актрисы, а не к ее прижизненной славе. В РБ Блок выделяет особый слой людей, не принимавших таланта Комиссаржевской, и дает им характерный для романтического мировоззрения ярлык — «обыватели» (за спиной которых стоит знаменитый гофмановский «филистер»). Здесь особенно подчеркивается преображение тех, кто сначала коснел в своем непонимании актрисы, а потом «видел, как над ее могилой открылось весеннее небо». Блок варьирует два мотива: неузнанности и непризнанности актрисы при жизни слепой профанной толпой и внезапного просветления, узнавания ее величия после ее «очистительной смерти». Собственно с этим узнаванием связан мотив вечной жизни, воскрешения и спасения, открыто заявленный в финале стихотворения. В текстах современников эта тема приняла более упрощенный вид.

В поминальной статье Николая Евреинова, напечатанной в феврале 1910 г., которая носила говорящее название «В.Ф. Комиссаржевская и толпа», полностью выдержана символистская антитеза: «Прекрасная душа несла толпе цветы своих стремлений... — толпа смеялась. Свободный ум дарил толпе свои раздумья... — толпа с презрением отвергала дар. Большое сердце на глазах толпы точилось кровью... — толпа не тронулась, — не верила, ответила насмешкой, отвернулась...»[39]. У Евреинова даже появляется мотив

[38] *Дьяконов А.* Бессмертие. Сказание // Венок В.Ф. Комиссаржевской. СПб., 1913. С. 35–36.

[39] *Евреинов Н.Н.* В.Ф. Комиссаржевская и толпа // Аполлон. СПб., 1910. № 5 (февраль). С. 30.

бегства от толпы, который он раскрывает, с одной стороны, через сцену ухода ибсеновской Норы от Гельмера, а с другой — подсвечивает гибелью актрисы: «Преступная толпа! — на ее совести великий, тяжкий грех! и этот грех не искупить ей своими грошовыми венками!.. Комиссаржевская не первая. Припомним, скольких при жизни не признала толпа, ее облагодетельствовавших! скольким послала тернии!.. — Поистине не стоит жить там, где ее смрадное дыхание гасит священные огни, где она равнодушно топчет ослиными копытами чудесные ростки творческой жизни! Поистине хорошо уйти от толпы»[40]. Как видим, широкое противопоставление профанного и сакрального вбирает в себя и характерную для символизма антитезу «обыватель — творец», что у Евреинова скорее заимствовано из воздуха эпохи, чем непосредственно из текста Блока. Это один из первых откликов на смерть актрисы, его автор в феврале 1910 г. мог читать только текст НБ, где все упомянутые связи выражены вполне имплицитно.

Прочитаем другие поминальные материалы, в которых сквозят те же образы, в более поздних влияние Блока чувствуется сильнее:

«О, они ведали, что творили, когда сытая, откормленная пошлость прогнала ее светлую, большую, большую, великую в сравнении с ними — прогнала ее в провинцию, в грязь и азиатчину. Прогнали! Вместо того чтобы открыть перед ней все храмы, в которых они, как черные ночные птицы, свили себе гнезда<...>. Они даже пустили ее сначала, не сообразивши сразу своими, тусклыми от окружающей их вечной темноты, мозгами, но потом спохватились вовремя и так крепко закупорили свитой уже раньше долгими годами паутиной все двери и окна, что она, сама — свет, не смогла бороться с окружившей ее тьмой пошлости и интриг и бросилась бежать из их храмов»[41].

«Она в чарующих вариациях, но всегда одну и ту же рассказывала нам историю о том, как пришла в мир девушка-подросток, радостная, счастливая, нежная и доверчивая, и потянулась навстречу к счастью. Доверчиво. И ответили ей так, как обыкновенно отвечают на доверчивость: равнодушием, насмешкой, злобой, предательством или животной, тупой страстью. И на наших глазах, не успевши расцвесть, увядал милый цветок»[42].

«Она верила, что искусство создает новую жизнь, преображенную красотой. Ради этой веры она работала, окруженная почти

---

[40] Там же. С. 31.

[41] *Виль.* Помолчим... светлой памяти В.Ф. Комиссаржевской // Рампа и жизнь. 1910. № 8 (21 февраля). С. 122.

[42] *Яблоновский С.В.* Светлой памяти // Рампа и жизнь. М., 1910. № 7 (14 февраля). С. 103.

злобой и преследованиями тех, кто не способен был смотреть в прекрасную даль»»[43].

«В ее страданием горящие глаза толпа кидает криком: ты безумна!»[44]

Подведем итоги. Первый вывод, который напрашивается сам собой, связан, скорее, с историей взаимоотношений литературы и публицистики, литераторов и журналистов. Слово Блока (и отчасти Вяч. Иванова), даже в самой своей насущной публицистичности высоко художественное, произвело практически мгновенный эффект, задало парадигму, внутри которой авторы некрологов и поминальных статей так или иначе нащупывали свой собственный путь, но почти никто из них, даже самые самостоятельные и свободные от штампа, не могли совсем оторваться от заданной поэтом схемы. Слово Блока, образы Блока, круг блоковских идей оказались для них при всей малости жанра основным источником бесконечного воспроизведения. Пользуясь музыкальной терминологией — темой для многочисленных вариаций. Думается, что это лишь частное проявление действия извечного механизма зависимости публицистики от большой литературы. А если говорить шире — вообще человеческого сознания от формующего влияния творческого гения. С этим утверждением связан второй вывод.

Он касается непосредственно того образа, который был создан Блоком и творчески преобразован его последователями: В.Ф. Комиссаржевская не только в памяти современников, но и в сознании потомков надолго, практически навсегда лишилась реальных земных черт. Зато обрела черты ангела, надмирного создания, которому неуютно и плохо жилось на земле, гонимого толпой, но все же упорно и жертвенно обращавшего к ней призыв в заоблачные дали искусства. Ее подвиг, ее очистительная жертва были восприняты как устойчивая мифологема, к 1915 г. полностью сформированная. И прав оказался Осип Дымов, который в своей поминальной статье об актрисе произнес пророческую фразу: «Комиссаржевской уже нет. Но есть и будет жить всегда прекрасная легенда о Комиссаржевской»[45].

* * *

Сопроводим нашу статью рядом методологических замечаний, которые отчасти объяснят ее заведомую неполноту. Мы не имели

---

[43] *Комиссаржевский Ф.Ф.* 10-е февраля: Памяти В.Ф. Комиссаржевской // Студия. М., 1912. № 19. С. 4.

[44] *Вознесенский А.С.* Бродячая певичка // Галерея сценических деятелей. М., 1915. Т. 1. С. 56.

[45] *Дымов О.* В.Ф. Комиссаржевская: К годовщине со дня смерти // Всеобщий журнал литературы, искусства, науки и общественной жизни. СПб., 1911. № 3 (февраль). С. 51.

возможности в рамках заявленного жанра привести более широкий спектр цитат из журналистских публикаций, посвященных памяти Комиссаржевской, которые не только не укладываются в представленное пятилетие, но выходят далеко за его пределы. Решение такой задачи требует не короткой статьи, а многостраничной книги. Отсюда, возможно, некоторая недостаточность аргументации. Существует еще одна сторона рассматриваемой проблемы, которая практически не затронута в этой статье, но важность которой осознается автором: необходимо произвести сопоставление прижизненных оценок Комиссаржевской театральной критикой с теми темами и образами, которые обнаружились в некрологических заметках, посвященных актрисе. Это позволит выявить время формирования тех мифологизированных черт, которые так отчетливо проявились в текстах, написанных о ней Блоком. Вполне вероятно, что поэт отчетливо сформулировал то, что витало в воздухе, что было очевидно современникам, но до поры не укладывалось в стройную систему взглядов. Тогда и роль Блока в создании посмертного образа Комиссаржевской иная: он явился не творцом, а глашатаем, наиболее отчетливо выразившим мнение эпохи. В этом случае уникальным оказывается единство образа актрисы не только для ее современников, но и в истории культуры. Все названные задачи исполнимы, но в рамках более детального исследования, введением в которое можно считать публикуемый нами материал.

Список литературы

Волков Н.Д. А.А. Блок и театр. М.: Государственное музыкальное издательство, 1926.

Рыбакова Ю.П. Комиссаржевская. Л.: Искусство, 1971.

Родина Т.М. Александр блок и русский театр начала XX века. М.: Наука, 1972.

Блоковский сборник: Труды второй научной конференции, посвященной изучению жизни и творчества А.А. Блока. Тарту: Тартуский государственный университет, 1972.

Пайман А. Ангел и камень: Жизнь Александра Блока. М.: Наука, 2005.

Титова Г.В. Мейерхольд и Комиссаржевская: модерн на пути к Условному театру. СПб.: СПбГАТИ, 2006.

Поступила в редакцию
16.10.2014

С.А. Филиппов, научный сотрудник кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: s_a_filippov@mail.ru

БРОБДИНГНЕГСКИЕ ЧУДОВИЩА И РЕЦЕПЦИЯ НАТУРАЛЬНОЙ ВЕЛИЧИНЫ: КРИТИКА УКРУПНЕНИЯ В АМЕРИКАНСКОЙ КИНОПРЕССЕ 1910-х

Крупный план утверждался в системе языка экранного медиума с большими трудностями, которые имеют не вполне ясное происхождение. Чтобы разобраться в нем, имеет смысл обратиться к первоисточникам — к отзывам о среднем и крупном планах в кинопрессе начала 1910-х гг. Проанализировав их, автор приходит к выводу, что в раннем кино существовала особая форма пространственной рецепции экранной плоскости — рецепция натуральной величины.

Ключевые слова: *раннее кино, кинопресса, историческая рецепция экранных искусств, восприятие пространства в плоских визуальных искусствах.*

It is well known that the arising of the close-up in the early cinema faced a strong resistance, although the genesis of the resistance is not quite clear. In order to understand it, the author analyses the discussion of the size of the screen image in "The Moving Picture World" of the early 1910s. The core of the discussion was the notion of necessity of the natural size of the depicted objects on the screen. This indicates the existence of the specific form of space perception in early film — the life-size reception.

Key words: *early film, film journalism, historical reception of the cinema, space perception in the flat visual arts.*

Введение

Кинокритика как полноценная разновидность художественной критики сформировалась лишь после того, как кинематограф осознал себя искусством, а общество смогло его в качестве искусства принять, что произошло лишь к концу 1910-х — началу 1920-х гг. Конечно, в прессе писали о кино и раньше, так что 10 октября 1909 г., когда в «The New York Times» вышла первая рецензия на фильм[1], иногда считается днем рождения кинокритики (во всяком случае, американской), хотя до подлинной институционализации ей на тот момент было еще очень далеко.

[1] Browning Now Given in Moving Pictures. «Pippa Passes» the Latest Play Without Words to be Seen in the Nickelodeons // The New York Times. 1909. October, 10. P. 8. Показательно, что в этой статье фильм Девида Гриффита рассматривался не как самостоятельное произведение, а прежде всего как экранизация пьесы Роберта Браунинга, — так что кинокритика появилась в контексте именно *литературно*-художественной критики.

Однако в отличие от старших видов искусства, кинематограф всегда рассматривался не только (и зачастую не столько) как художественный феномен, но также и как часть индустрии развлечений, — и к тому же он действительно является довольно мощной индустрией. Так что по мере формирования киноиндустрии как отрасли экономики в ведущих странах уже в середине 1900-х гг. начали выходить film trade magazines — профессиональные периодические издания о кино. Таким образом, кинопресса заметно старше кинокритики: первое сравнительно независимое специализированное американское периодическое киноиздание «Views and Films Index» вышло в свет 25 апреля 1906, а второе — и уже действительно независимое — «The Moving Picture World» печаталось с 9 марта 1907. «"Moving Picture World" быстро превзошел "Views and Films Index" (который он купил в 1911) в качестве наиболее важного профессионального еженедельника в индустрии» [Abel, 2005, p. 451] и оставался таковым до середины 1910-х гг.

Разумеется, эти издания не претендуют на сколько-нибудь глубокий анализ кинематографа в целом и отдельных кинофильмов в частности. Однако и там встречаются весьма прозорливые тексты. В «The Moving Picture World» можно найти, например, большую статью, где пророчески отмечается, что «кинематография сейчас становится одним из изящных искусств»[2], — задолго до того, как она действительно начала им становиться. Или же глубокую и точную рецензию на гриффитовскую «Нетерпимость»[3] — опровергающую тем самым устоявшийся киноведческий миф о неприятии и непонимании этой картины современниками. Первый вариант, т.е. опережающий свое время текст, является скорее исключением, чем правилом. А вот второй вариант, позволяющий нам оценить истинную реакцию современников на то или иное событие в далекой от нас ранней истории кино, встречается гораздо чаще. И именно для этого ранняя кинопресса и представляется наиболее полезной сегодня.

В качестве примера такого анализа рассмотрим широко известные (и не вполне понятные в наше время) трудности, с которыми утверждались в системе экранного языка начала 1910-х гг. сперва средний, а потом и крупный план. В современных визуальных медиа планы этой крупности играют определяющую роль: достаточно

[2] *Hoffman H.F.* Cutting Off the Feet // The Moving Picture World. Vol. 12. N 1 (April, 6, 1912). P. 53.

[3] *Denig L.* «Intolerance» World's Greatest Motion Picture // The Moving Picture World. Vol. 29. N 2 (September 23, 1916). P. 1950–1951.

сказать, что, например, в кинофильмах мирового мейнстрима 1999 г. 40% всех кадров составляли средние и 48% — крупные и сверхкрупные планы (по данным: [Salt, 2009, p. 369]), и с тех пор их персентаж отнюдь не уменьшился. В двадцатые годы двадцатого века ситуация была иной, и большинство составляли средние планы, тогда как доля крупных планов была примерно втрое меньше, чем сейчас (по данным: [ibid., p. 158–160, 241, 243–245]). При этом отношение в профессиональной среде к крупному плану находится в своего рода обратной зависимости от его частотности: если в наше время доминирующий на экране крупный план считается одним из равноправных и не более того, то в те времена его полагали одним из важнейших выразительных средств экранного искусства и иногда даже — специфическим для кино элементом.

Видимо, такая завышенная оценка крупного плана экранной теорией 1920-х гг. была реакцией на резкую критику, которой подвергалось укрупнение до среднего и крупного плана десятилетием раньше. Но и критика 1910-х, и переоценка 1920-х на непредвзятый взгляд выглядят довольно странными: в изобразительном искусстве такая крупность известна, по крайней мере, со времен фаюмских портретов, да и породившая кино фотография во второй половине XIX в. прекрасно владела техникой крупного плана. Вероятно, в той или иной мере ощущая это противоречие, позднейшие исследователи выдвигали различные объяснения, обычно связанные с якобы желанием зрителей видеть актера целиком или даже с их страхом увидеть актеров «разрезанными на части». Все это, впрочем, не объясняет, почему таких проблем не было в «старших» искусствах, да и в любом случае нуждается в проверке.

Но как узнать, что на самом деле хотели и чего боялись зрители сотню лет тому назад, если зритель — по природе своей существо бессловесное, и даже современные социологические методы позволяют реконструировать содержимое его головы весьма приблизительно, да и те годятся только для ныне живущего зрителя. Очевидно, из сколько-нибудь прямых методов нам доступно лишь исследование синхронных отзывов, оставленных теми немногими зрителями, которым молчаливое большинство остальных делегировало право высказываться от его имени — то есть пишущими о кино, журналистами. И здесь в нашем распоряжении имеется заочная дискуссия о крупности (и, шире, вообще о размере экранного изображения), развернувшаяся в 1909–1912 гг. в самом тогда влиятельном периодическом издании о кино — все в том же «The Moving Picture World»[4].

[4] Надо оговориться, что к тому времени у «The Moving Picture World» появился серьезный конкурент — издававшаяся с 1908 газета «Moving Picture News», осенью 1913 г., после поглощения «Exhibitors' Times», переименованная в «Motion Picture

Нельзя сказать, чтобы эта дискуссия до сих пор ускользала от внимания коллег — например, она цитируется в работе [Brewster and Jacobs, 1994, p. 165–167]. Но там она изучалась не системно, мы же попытаемся разобрать ее всю, обратив внимание на каждый из применявшихся в ней аргументов. В результате мы, возможно, сумеем реконструировать, как именно ранние зрители воспринимали планы разной крупности, то есть лучше понять *раннюю рецепцию*[5] *экранной плоскости*, изучение которой началось с классической работы [Цивьян, 1991], в которой, к сожалению, проблема утверждения крупного плана практически не рассматривалась.

Дискуссия о крупности

Дискуссия открылась редакционной статьей «Фактор единообразия» на первой полосе номера от 24 июля 1909 г. Она начинается грозно и эпично: «Если порядок — первый закон небесный, то единообразие должно быть одним из его важнейших правил»[6]. Суровым нарушением этого небесного порядка будет отсутствие единообразия крупности в кино, примером чего является недавно просмотренный авторами фильм, крупность в разных фрагментах которого была различной (речь явно идет не об отдельных внутриэпизодных укрупнениях, а именно об отличиях крупности в разных эпизодах).

Особенно, как нетрудно догадаться, не понравился авторам фрагмент, где крупность была наибольшей, хотя она и не выходила за пределы того, что мы теперь называем общим планом: «фигуры были столь велики, что они занимали все вертикальное измерение полотна, то есть фигуры были слишком близки к камере. Результатом было то, что люди в театре думали, что фильм показывает историю, которая разыгрывается... племенем гигантов и гигантш». Во второй части фильма фигуры были уже чуть подальше, и только в третьей «фигуры были настолько далеко от камеры, что они выглядели в их натуральную величину — результат, который был более приемлем для публики»[7].

News». К 1914 г. тиражи двух газет практически совпадали (15 тыс. у «The Moving Picture World» и 16 тыс. у «Motion Picture News» [Abel, 2005, p. 451]), а затем «Motion Picture News» вышла на первое место. Но в рассматриваемый в данной статье период «The Moving Picture World» — все еще явный лидер.

[5] Надо сказать, что понятие рецепции, интуитивно очевидное для большинства искусствоведов и культурологов, не имеет четкого общепринятого определения в этих науках. Мы будем понимать под ней культурно-обусловленную часть человеческого восприятия вообще и восприятия медиа в частности.

[6] The Factor of Uniformity // The Moving Picture World. Vol. 5. N 4 (July 24, 1909). P. 115.

[7] Ibid.

Далее авторы размышляют о разных технических и производственных проблемах, которые могли привести к этой чехарде «между размерами бробдингнегских чудовищ и лилипутских пигмеев», и в заключении возвращаются к уже использованному совершенно неожиданному для нас аргументу о натуральной величине (natural size) фигур на экране: «Странно представить, что... посетитель видит бесконечное разнообразие видимых размеров вещей, показанных в кинофильме. Это абсурд. В водевиле или на театральной сцене человеческие фигуры не увеличиваются и не уменьшаются причудливо и нелогично; они остаются одного размера». И если бы авторы статьи снимали фильмы, то они «делали бы их не в масштабе мастодонтов, но в согласии с тем, что нужно для передачи правильного чувственного впечатления»[8].

Таким образом, установленное свыше единообразие требует не просто поддержания стабильной крупности на протяжении всего фильма, но поддержания ее таким образом, чтобы объекты на экране имели определенные физические размеры — а именно свои натуральные. Это необходимо как для обеспечения театрально-ориентированного восприятия кинозрелища (сравнение со сценой), так и для нормального восприятия как такового, безотносительно к театру (упоминание «чувственного впечатления»). На современный взгляд такой ход мысли выглядит совершенно непостижимым, поскольку ни одно из названных положений не имеет ни малейшего отношения к тому, как мы сейчас трактуем экранную рецепцию. Причем если само по себе театральное восприятие кино — кинематограф как заснятый театр — мы еще можем без особого труда вообразить, то для того, чтобы ощутить физические размеры изображения на экране и мысленно сравнить их с естественными размерами изображаемых объектов, нам потребуются значительные рецептивные усилия.

Воззрения на природу киновосприятия авторов другой редакционной статьи — передовицы «Глаз и изображение. Где сидеть в кинотеатре», вышедшей 26 марта 1910 г., — заметно ближе к современным взглядам, но все же расходятся с ними в общих принципах. Авторы согласны, что зачастую в кино можно увидеть «набор гигантов», но этого «можно избежать, сев на подходящем расстоянии от экрана», что они иллюстрируют своими впечатлениями от просмотра «Жокея» фирмы бр. Пате (вероятно, «Жокей Джим Блэквуд» 1910 года). Они сидели в первых рядах, откуда «лошади были почти в пропорциях мастодонтов», но вот если бы они пересели в середину зала, то «лошади выглядели бы натурально

[8] Ibid. P. 116.

по величине (natural in size)»[9]. Таким образом, эти авторы, признавая важность «натуральной величины», склонны связывать ее не с объективными абсолютными размерами, а с воспринимаемыми субъективными, зависящими от расстояния — т.е., вероятнее всего, с угловыми размерами.

Но, однако, это чисто теоретическое допущение, не проверенное, судя по статье, даже на личном опыте ее авторов. Вообще говоря, доминирующий в киномысли начиная с двадцатых годов (и единственно возможный в современной рецепции) ренессансный подход к киноэкрану, в соответствии с которым имеют значения только угловые размеры изображения, а не линейные, до середины десятых если и встречался в кинотекстах, то лишь в обрывочном виде. И только что приведенный половинчатый пример является единственным случаем во всей дискуссии о крупности в «The Moving Picture World», когда размер экрана рассматривался в относительных величинах, а не в абсолютных.

Следующий текст на интересующую нас тему появился в газете только через год: 11 марта 1911 г. вышла статья «Размер изображения», подписанная Дж.М.Б. Начинается она достаточно показательно: «Насколько мы можем помнить, театральные менеджеры пытались представить исполнителей и сценические эффекты в их натуральных размерах и формах, и так точно, как только возможно. Кинематографу осталось только разрушить все былые традиции и представить пьесы в искаженном виде. Почему?» Потому, отвечает автор, что «мыслительных способностей» показчиков хватает только на то, чтобы прикрыться своим обычным «глупым ответом: “Этого требует публика!”»[10].

Автор спросил одного показчика, «почему он хочет такой большой экран — экран, на котором фигуры на треть больше своей натуральной величины. Его ответ был той же старой песней: “Публика требует большое изображение”. Нет, мистер Показчик, публика не просит большое изображение, поскольку у фильмов и так достаточно дефектов, чтобы еще и увеличивать их на большом экране. Возможно, сидевшие в дальнем ряду старик или старуха со слабыми глазами могли сказать: “Почему бы им не показать картинку побольше?”, и мистер Показчик, приняв эту реплику за общее требование публики, вызывает неудовольствие всей аудитории». В общем, автор уподобляется мистеру Показчику своим владением сокровенным знанием о зрителях, но важное отличие,

[9] The Eye and the Picture. Where to Sit in the Theater // The Moving Picture World. Vol. 6. N 12 (March 26, 1910). P. 458.

[10] *J.M.B.* The Size of the Picture // The Moving Picture World. Vol. 8. N 10 (March 11, 1911). P. 527.

конечно, состоит в том, что он-то *на самом деле* знает, что чувствует и хочет публика, и его знание к тому же совершенно бескорыстно, поскольку автор своим кошельком не рискует... Дальше он возвращается к театру, патетически восклицая: «Почему же кинематограф должен показывать нам актеров от одной четверти до одной трети больше натуральной величины, когда опера и театр удовлетворяют поколения публики актерами натуральной величины (life size)? Нет причин для больших изображений, не считая увеличения дефектов»[11].

Пока что, как нетрудно заметить, речь в статье шла только о стремлении показчиков увеличивать размеры экранов, но не о росте крупности изображения — что само по себе интересно и что отличает этот текст от остальных, рассматриваемых здесь. Но, конечно, не одни показчики виноваты во всех бедах кинематографа вековой давности: «Нет ничего более абсурдного со стороны производителя, ничего уничтожающего искусство и красоту сцены более, чем показ сильно увеличенных лиц ведущих актеров». Но, в отличие от показчиков с их мыслительными способностями, на которые только и остается, что махнуть рукой, на кинематографистов еще есть какая-никакая надежда, и статья заканчивается пожеланием, что они, наконец, покончат с этой дурной традицией «показывать нам то, что они называют выражением лица»[12].

Нетрудно заметить, что новых аргументов в этой саморазоблачительной в своем неоправданном интеллектуальном высокомерии статье нет, но повторение уже знакомых нам доводов свидетельствует о том, что это были не чьи-то личные соображения, а более или менее носившиеся в воздухе идеи. Кроме того, можно обратить внимание и на цифры превышения натуральной величины — оказывается, даже такое небольшое превышение естественного размера, как 25–33%, может вызывать столь резкую негативную реакцию.

Через две недели выходит еще одна статья на ту же тему — опять редакционная первополосная «Слишком близко к камере», которая лишает нас забрезжившей в конце статьи Дж.М.Б. надежды, что склонность к крупномасштабному изображению — это блажь главным образом показчиков: «В очень многих кинокартинах, сделанных в наши дни даже уважаемыми кинематографистами, фигуры слишком близки к камере, так что они приобретают излишне крупные и, следовательно, гротескные пропорции. Существует множество причин для этого. Кинематографисты считают, что публика хочет видеть лица крупнее, поэтому камера распо-

[11] Ibid.
[12] Ibid.

лагается слишком близко к фигурам»[13]. Выходит, не одни только показчики придерживаются такого мнения о пожеланиях публики, но и кинематографисты тоже. Однако, утверждают авторы, изображения «отображают правильное чувственное впечатление размера» только при достаточно большом расстоянии от камеры до исполнителей, и, заключают они, «конечно, самое фундаментальное правило... состоит в том, что никакая фигура не может представать перед глазами большей, чем в натуральную величину (life size)»[14].

В номере от 19 августа того же года появляется короткое ироничное письмо редактору от известного оптика и биолога Саймона Хенри Гейджа, которое можно привести целиком: «Дорогой сэр! Наблюдая сцены, показываемые в кинематографических театрах в разных городах, я был озадачен размерами актеров. В том ли цель кинематографической пьесы, чтобы представить актеров в героических размерах, или она предназначена к тому, чтобы представлять сцены так, как будто актеры — это реальные мужчины и женщины? Кажется, что это важный вопрос с художественной точки зрения, а также и с точки зрения реальности. Ваш С.Х. Гейдж»[15]. Ответом редакции на это можно считать столь же ироничный и по-английски невозмутимый заголовок, которым она снабдила это письмо: «“Героические” актеры его озадачили». Особенно здесь показательны кавычки вокруг «героизма» — вроде бы и цитирующие, но и дистанцирующие, с другой стороны.

Наконец, 6 апреля 1912 г. выходит последний в «The Moving Picture World» текст по интересующей нас теме — статья Х.Ф. Хоффмана «Срезание ног». В ней новомодное стремление кинематографистов к демонстрации мимики («не заходит ли выражение лица слишком далеко?») критикуется не только за то, что оно приводит к появлению на экране «гигантов былых времен», но, главным образом, за «ампутированные ноги» этих гигантов. Нетрудно заметить, что это первый — а заодно и единственный — за всю дискуссию случай применения аргумента об отрезанных конечностях. При этом интересно, что Хоффман обосновывает этот аргумент не театральными аллюзиями и не «естественным восприятием» и даже не столько «натуральной величиной» (life size), сколько, как ни странно, отсылками к живописи, где якобы «единственные

[13] Too Near the Camera // The Moving Picture World. Vol. 8. N 12 (March 25, 1911). P. 633.

[14] Ibid. P. 634.

[15] The Moving Picture World. Vol. 9. N 6 (August 19, 1911). P. 469. Оговоримся, что хотя словари рекомендуют переводить обращение «Dear Sir» как «Милостивый государь», такая форма представляется не отвечающей культурным реалиям Америки начала XX века.

картины с обрезанными ногами — это этюды персонажей и портреты»[16] — что, разумеется, в корне противоречит элементарным фактам.

Как видим, дискуссией все это можно назвать лишь с изрядной долей натяжки: из пяти статей и одного письма в редакцию в четырех случаях укрупнение явно осуждается, в пятом осуждение замаскировано ироническим вопросом, и лишь однажды прогнозируется, что при определенных зрительных условиях (из центра зала) даже крупное изображение должно выглядеть естественно. Справедливости ради следует также процитировать и напечатанную еще 19 сентября 1908 г. большую статью «Кинематографическая драма и сценическая драма», посвященную актерской игре, а не киноизображению, в которой, между делом, прямо утверждается следующее: «Кинематограф может изображать фигуры б**о**льшими, чем в натуральную величину (life size), без потери иллюзии, и если эмоциональная кульминация хорошо проработана, то способность хороших фильмов передавать фазы этих эмоций через выражения лиц актеров сильнее, чем театральной сцены»[17].

Используемые в дискуссии о крупном плане аргументы

Источник / **Аргумент**	«Фактор единнообразия»	«Глаз и изображение»	Дж. М. Б.	«Слишком близко к камере»	Хоффман	Гейдж	«Кинематографич. и сценич. драма»
Обрезанные конечности					+		
Пример живописи					+		
Пример театра	+		+				
Выражение лица			+		+		+
Метафоры	+	+		+	+	+	
Натуральная величина	+	+	+	+	+	+	+

[16] *Hoffman H.F.* Cutting Off the Feet // The Moving Picture World. Vol. 12. N 1 (April 6, 1912). P. 53. Несколько подробнее этот уже упоминавшийся выше весьма разнородный по своему содержанию текст анализируется в работе [Филиппов, 2014а].

[17] The Moving Picture Drama and the Acted Drama. Some Points of Comparison as to Technique // The Moving Picture World. Vol. 3. N 8 (September 19, 1908). P. 213.

Итак, у нас есть пять статей и одно короткое письмо по теме, а также одна важная фраза из статьи не по теме — итого семь текстов. Применяемую в них аргументацию можно свести в таблицу, из которой хорошо видно, что доводы, наиболее понятные сейчас, в те времена были не самыми популярными.

Аргумент с ампутированными конечностями, ставший впоследствии доминирующим, используется здесь всего лишь однажды, да и то совсем не в таком виде, в каком он стал применяться позднее. Если авторы середины XX в. (например, Бела Балаш или Михаил Ромм) говорят обычно о том, что «видеть человека без ног поначалу было очень странно»[18], явно или неявно апеллируя к, так сказать, естественному восприятию, то Хоффман, напротив, обращается не к жизненному, а к культурному опыту, утверждая, что в традиционном искусстве ноги не обрезались. Вероятнее всего, свое значение ампутационный аргумент приобрел ретроспективно, когда подлинная причина идиосинкразии к крупному плану была давно забыта и потребовалось дать ей хоть какое-то объяснение.

К желанию видеть исполнителя нерасчлененным, на первый взгляд, близок и аргумент театра, в котором мы тоже видим актера целиком. Но на самом деле это аргумент совсем из другой области, поскольку пользующиеся им авторы никогда не говорят о том, что актер в театре виден весь, и всегда подчеркивают, что в театре он виден в свой натуральный рост. По существу, это — как и в случае с живописью — тоже не связанный с естественным восприятием культурно-ориентированный аргумент, так как раннее кино во многом опиралось на традицию сценических искусств и, где могло, подчеркивало свою преемственность с театром. Да и, в любом случае, театральный довод используется лишь в двух работах из семи.

Несколько чаще, почти в половине текстов, обсуждается аргумент видимости выражения лица — один из основных и наиболее очевидный довод *в пользу* крупного плана и большого экрана, а не против них. Неудивительно, что как собственно аргумент он используется в единственной работе, агитирующей за крупный план, тогда как в двух других статьях авторы его либо просто отбрасывают (Хоффман), либо парируют его тем, что при росте размеров экрана увеличиваются не только лица, но и дефекты изображения, а крупный план вообще «уничтожает искусство и красоту сцены» (Дж.М.Б.).

---

[18] *Ромм М.* Беседы о кинорежиссуре. М.: Союз кинематографистов СССР, Бюро пропаганды советского киноискусства, 1975. С. 33.

Весьма распространено и метафорическое снижение в качестве полемического приема: из шести работ, агитирующих против укрупнения, в пяти случаях используются разного рода иронические метафоры, указывающие на несерьезность затеи превышения величины изображения над естественным масштабом: гиганты и гигантши, бробдингнегские чудовища, мастодонты; гротескные, героические и полугероические размеры... Для современного читателя все эти метафоры выглядят не очень убедительно, поскольку сейчас, как уже упоминалось, от нас требуются довольно значительные усилия воображения, чтобы представить себе изображение на экране, ощущаемое в его линейных размерах. Но для авторов — а значит, и публики — столетней давности это, определенно, было совершенно очевидной иллюстрацией к самому главному аргументу.

Аргумент «натуральной величины», означающий равенство линейных размеров изображаемых на экране объектов их естественным физическим размерам, используется во всех семи работах без исключения (считая и агитирующую за крупное изображение, где он без лишних слов отметается). Он часто упоминается и в книгах того времени (скажем, экран 9×12 футов зачастую называется там «экраном натуральной величины» — life size screen), и в тех газетах, которые, в отличие от «The Moving Picture World», мы исследовали не системно. И в «The Nickelodeon»: «важный фактор, которым, однако, иногда пренебрегают, это размеры фигур в проецируемых изображениях. Они должны быть, чтобы получить наилучшие результаты, так близко к натуральным, насколько возможно; то есть таких размеров, как они выглядели бы, если бы были настоящими живыми актерами на сцене»[19]. И в «Exhibitors' Times»: «мы полагаем, что изображение должно воспроизводиться на экране в своих натуральных размерах»[20]. Это, правда, говорит уже известный нам Дж.М.Б.: авторов серьезных текстов о кино в те времена было немного...

Заключение

Таким образом, судя по прессе, восприятие кино по театральным лекалам заходило тогда настолько далеко, что вместо рецепции экранной плоскости по законам ренессансной перспективы имела место рецепция линейных размеров изображаемых на нем объектов — *рецепция натуральной величины*, впервые обнаружен-

[19] The Size of the Picture // The Nickelodeon. Vol. V. N 6 (February 11, 1911). P. 154.

[20] *J.M.B.* Motion Picture Theatre Construction Department // Exhibitors' Times. Vol. 1. N 8 (July 12, 1913). P. 11.

ная Беном Брюстером и Ли Джейкобсом [Brewster and Jacobs, 1994, p. 164–167], которые, впрочем, избегали ее прямого противопоставления ренессансной рецептивной системе, да и вообще не пользовались термином «рецепция». Но хотя рассмотренные ими и нами тексты свидетельствуют о наличии рецепции натуральной величины совершенно определенно, все же они еще не являются исчерпывающим доказательством ее существования. Несмотря на то что журналисты и пишут для публики от ее имени, их почти единодушное мнение не обязательно должно совпадать с мнением зрителей — тем более, что в начале 1910-х зрители весьма охотно смотрели фильмы с бробдингнегскими чудовищами, и в 1913 г. укрупнение применялось уже в большинстве американских лент [Bordwell et al., 1985, p. 197]. Но даже если настроения журналистов и соответствовали настроениям зрителей (пусть и с некоторой задержкой), не факт, что эти настроения соотносились с практикой кино.

Поэтому, конечно, одни лишь газеты не способны дать окончательный результат — здесь нужно масштабное изучение кинофильмов и практики кинопоказа. И, как демонстрируют исследования крупности в ранних фильмах и размеров экранов в ранних кинотеатрах, проводимые автором этих строк [Филиппов, 2014b, 2014c], в середине–конце 1900-х гг. (т.е. до распространения укрупнения) кинематограф действительно тяготел к тому, чтобы основные объекты в типичном кадре в типичном кинотеатре демонстрировались в свою натуральную величину. Так что рецепция натуральной величины в кино и в самом деле имела место, хотя и очень недолгое время.

Этот феномен, уникальный во всей человеческой культуре (хотя и оставивший множество следов в другие времена и в других искусствах — см. [Филиппов, 2014a]), очевидно, и был ответствен как за неприятие укрупнения в начале 1910-х, так и за завышенную его оценку в профессиональной среде в 1920-е. И хотя существование такого феномена доказуемо только с помощью методов науки об экранных искусствах, в установлении любого нетривиального факта самое сложное — не доказательство исходной гипотезы, а ее выдвижение. А без изучения ранних кинотекстов гипотеза натуральной величины возникнуть бы не могла.

Список литературы

Филиппов С.А. Угловое и линейное: Элементы рецепции натуральной величины в плоских визуальных искусствах // Искусствознание. 2014a. № 1–2.

Филиппов С.А. Рецепция натуральной величины в раннем кинематографе // Ракурсы. Вып. 10. 2014b.

Филиппов С.А. «В натуральную величину»: пространственная рецепция в раннем кино // Киноведческие записки. Вып. 106/107. 2014с.

Цивьян Ю.Г. Историческая рецепция кино: Кинематограф в России 1896–1930. Рига: Зинатне, 1991.

Abel R. (ed.) Encyclopedia of Early Cinema. NY, Oxon: Routledge, 2005.

Bordwell D., Staiger J., Thompson K. The Classical Hollywood Cinema. Film Style and Mode of Production to 1960. N.Y.: Columbia University Press, 1985.

Brewster B., Jacobs L. Theatre to Cinema: Stage Pictorialism and the Early Feature Film. Oxford etc.: Oxford University Press, 1997.

Salt B. Film Style and Technology: History and Analysis, 3rd ed. L.: Starword, 2009.

Поступила в редакцию
16.10.2014

К.А. Алексеев, кандидат филологических наук, доцент кафедры истории журналистики факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета; e-mail: cheslav83@gmail.com

СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ПОСЛЕ ОКТЯБРЯ 1917 ГОДА: ОСОБЕННОСТИ ПРОИСХОЖДЕНИЯ СОВЕТСКОЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ПЕЧАТИ

В статье рассматриваются ключевые и переломные моменты российской истории — Октябрьская революция 1917 г. и Гражданская война — в контексте их влияния на спорт и спортивную журналистику. На основе изучения изданий о спорте, выходивших с 1917 до начала 1920-х гг., обосновывается тезис о том, что дореволюционная спортивная журналистика не закончилась после октябрьского переворота, она продолжала существовать и далее, оказывая определяющее влияние на формирование советской физкультурно-советской журналистики. Это влияние можно рассматривать как очевидный пример преемственности традиций, демонстрирующий не только неповторимое своеобразие спортивной печати XIX — начала XX столетия, но и ее генетическое родство со спортивной прессой советского периода, а через нее — с современной спортивной журналистикой.

Ключевые слова: *спорт, пролетаризация спорта, физическая культура, спортивная журналистика, физкультурно-спортивная печать, функции спортивной прессы, традиции спортивной журналистики.*

This article deals with crucial moments of Russian history — October revolution in 1917 and Civil War — in the context of the effect made on sport and sports journalism. The thesis that pre-revolutionary journalism wasn't over after October coup, but continued to exist and influence the Soviet sports journalism formation is proved on the basis of studying sports press published between 1917 and the beginning of 1920-s. This impact could be considered as obvious example of the traditions' continuance which shows not only uniqueness of sports press in XIX and the beginning of XX centuries, but also its affinity with Soviet sports press and through it with modern sports journalism.

Key words: *sport, sports proletarization, sports journalism, sports press, functions of sports press, traditions of sports journalism.*

Введение

Значимость исследования проблемы преобразования системы дореволюционной спортивной печати в кардинально отличавшуюся от нее по принципам работы, функциям и задачам систему советской физкультурно-спортивной периодики кроется в необходимости понимания генетического родства и преемственности спортивной журналистики на наиболее важных этапах ее развития. Временной отрезок в истории журналистики о спорте и физическом развитии, совпадающий с хронологическими рамками

Гражданской войны, до сих пор не подвергался тщательному и объективному рассмотрению. Между тем особенности указанного периода предопределили крайнее своеобразие целой группы периодических изданий, достойных быть изученными и введенными в научный оборот.

Вопрос прекращения дореволюционной спортивной прессы, а также зарождения и становления спортивной печати в СССР затрагивался в публикациях историков спорта: Г.С. Деметера [Деметер, 2005], Р. Эдельмана [Эдельман, 2008] и в особенности — А.Б. Суника [Суник, 2004], достаточно глубоко изучившего именно дореволюционный период и 1920–1930-е гг. Десятилетия кропотливого труда добросовестного и высококвалифицированного историка были посвящены разнообразным аспектам становления спорта и олимпийского движения в России и, в том числе, стержневой проблеме передачи и усвоения спортивных традиций.

Много ценных фактических данных и точных наблюдений содержит исследование профессора русской истории университета Калифорнии в Сан-Диего Р. Эдельмана. В его работе проведен анализ процесса становления зрелищных видов спорта в СССР и их места на общем идеологическом поле советского общества. Исследование Р. Эдельмана во многом построено на материале советской спортивной периодической печати, но сама проблематика возникновения этой печати не стала предметом рассмотрения американского ученого. А.Б. Суник, Р. Эдельман и другие историки спорта обращаются в своих исследованиях к спортивной печати как к источнику информации и мнений о развитии спорта в России. Поэтому разработка вопросов, связанных с изменениями в самой спортивной прессе, носит в их работах прикладной характер. Если же говорить об исследованиях, посвященных истории спортивной журналистики, в особенности — вышеназванного периода, тот тут мы сталкиваемся с фактором недостаточной изученности темы.

За весь советский период, помимо отдельных публикаций в спортивных изданиях, была предпринята лишь одна попытка комплексного исследования, посвященного истории спортивной журналистики первой четверти XX в., — ею стала кандидатская диссертация С.И. Орлова [Орлов, 1974]. При всей значимости работы, положившей начало изучению истории не только советской физкультурно-спортивной печати, но и спортивной журналистики дореволюционной эпохи, ее воплощение с позиций исключительно классового подхода, анализ форм и методов деятельности спортивных изданий на основе ленинского учения о двух культурах не могли не привести к односторонности, неполноте, искажению одних неудобных фактов и игнорированию других.

В 1990–2000-е гг. интерес к дореволюционному периоду в развитии спортивного движения и его печати в нашей стране значительно возрос. Тем не менее специальных работ, за исключением разрозненных журнальных и газетных публикаций, по истории возникновения, развития (и прекращения) спортивной дореволюционной печати не появилось. Одним из немногих исключений явилось диссертационное исследование Е.А. Слюсаренко [Слюсаренко, 2003], в котором присутствовал раздел, посвященный генезису отечественных спортивных журналов. Однако, исходя из направленности работы, этот раздел имеет краткий обзорный характер и не предлагает ответов на многие вопросы, в том числе связанные и с интересующим нас периодом.

Е.А. Слюсаренко начинает отсчет советского социально-исторического этапа в развитии спортивной печати непосредственно с октябрьской революции 1917 г. При этом, выделяя хронологически первое спортивное издание новой эпохи, петроградский журнал «Борец-атлет», и справедливо отмечая, что его содержательная модель продолжала дореволюционные традиции и не соответствовала новому физкультурно-спортивному подходу, исследователь проходит мимо этого очевидного несоответствия без всяческих оценок и выводов. В дальнейшем Е.А. Слюсаренко выпускает из внимания целый временной промежуток до 1923 г., когда было принято решение об организации издательства «Физкультура и спорт», и даже не упоминает (за исключением шахматной периодики) целый ряд изданий, возникших в это время и отразивших в своей судьбе те споры и метания, которые наполняли сферу физической культуры и спорта в данный переломный период.

В свете вышеуказанных обстоятельств основными источниками сведений о состоянии спортивной печати в данное время могут являться, прежде всего, сами органы прессы. На основании содержательного анализа данных изданий, сравнения их друг с другом, с их дореволюционными предшественниками и советскими последователями, при условии строгого соблюдения принципа историзма можно надеяться получить более-менее точную и объективную картину тех изменений, которые постигли отечественную спортивную журналистику в революционную эпоху.

Спортивная журналистика и 1917 год

К началу Первой мировой войны спортивная журналистика Российской империи функционировала как эффективная система, для которой были характерны внутренняя обусловленность существования, устойчивая структура отношений и единство при

большом типологическом разнообразии составлявших ее элементов. Мировая война крайне усложнила условия выхода всех спортивных изданий, для многих из них эти условия оказались критическими и привели к закрытию. Тем не менее ко времени февральской революции в России выходило около 20 спортивных изданий, выживших, невзирая на тяжелейшую экономическую ситуацию, порожденную военным временем, что свидетельствует о качестве, устойчивости и востребованности системы дореволюционной спортивной прессы. Издания лишились большей части прежних сотрудников, выходили в урезанном формате и объеме, печатались на бумаге низкого качества, терпели прочие трудности типографского кризиса, но продолжали содействовать развитию российского спорта.

В восприятии двух революций 1917 г. уцелевшие спортивные издания разделились. Большая часть их восторженно приняла февральский переворот. Безусловный лидер сегмента спортивной прессы журнал «Русский спорт» буквально ликовал в марте 1917 г.: «Приветствуя освобожденную Россию и новый уклад политической жизни, редакция журнала выражает полную уверенность, что <...> новым, созданным свободным народом правительством не будут забыты нужды физического развития и воспитания этого народа»[1].

Меньшая часть спортивной прессы, отражая иные настроения, имевшиеся в спортивном сообществе, встретила февральские события достаточно индифферентно. Так, редактор-издатель журнала «Коннозаводство и спорт» В.В. Генерозов считал: «“Коннозаводство и спорт” — издание специальное: содержание его определяется его названием, и потому оно всегда стояло в стороне от политических течений <...> Лошадь нужна всегда и везде, при всяком строе»[2]. В высшей степени проигнорировал все политические изменения редактор-издатель московского ежемесячника «Автомобилист» В.Г. Соколов. Титульные листы номеров журнала, вышедших не только в 1917 г., но и в январе и феврале 1918 г., были отпечатаны еще с клише 1915 г., и на них значилось: «Подписка принимается во всех почтовых отделениях Российской империи».

В работе Р. Эдельмана можно встретить объяснение того, почему идеи спорта и социал-демократические теории до 1917 г. практически не пересекались. Он отмечал: «Когда теории государственного социализма и практики современного зрелищного спорта возникли практически одновременно, в конце XIX в., тесной связи между ними не было. И то и другое было продуктом индустриали-

[1] 12 марта 1917 г. // Русский спорт. 1917. № 10. С. 3.

[2] *Генерозов В.* Да здравствует свободная Россия! // Коннозаводство и спорт. 1917. № 2265. С. 157.

зации и урбанизации, но они редко фигурировали в общем контексте. Даже если социалисты <...> и думали о подобных вещах, в их понимании спорт являлся фактором, ослаблявшим перспективы революции. В рядах большевистской партии <...> определенно было очень мало закоренелых болельщиков <...> Зрелищный спорт так же, как и джаз, кино, мюзик-холлы и парки развлечений, считался анестезирующим средством, создающим иррациональный мир, далекий от мира политики» [Эдельман, 2008, с. 23].

Однако осенью 1917 г. эти два мира неизбежно пришли в соприкосновение, и большевистский переворот с последовавшими вслед за ним шагами новой власти уже никого из деятелей спорта и спортивной печати не оставили равнодушным. Тот же В.В. Генерозов, весной считавший, что «лошадь нужна всегда и везде», на исходе года резюмировал: «В феврале 1917 года Россия получила все, чтобы стать великой страной, и скоро дошло до такого положения, когда все великое исчезло и на место великого встало ничтожное»[3]. Его издание подвергло резкой критике декрет о земле и другие распоряжения большевиков, затрагивавшие вопросы коннозаводства и конного спорта.

Журнал «Коннозаводство и спорт» в 1918 г. уже не вышел в свет. В конце 1917 г., когда бурные политические события поглотили прочие аспекты общественной жизни, история спортивной журналистики прервала свое поступательное развитие. Революция, гражданская война, террор, разрушение уклада прежней жизни — все эти пертурбации стерли с мировых карт Российскую империю и нарушили сложившуюся в ней систему общественных отношений, в том числе в области спорта и в сфере спортивной журналистики, сформировавшейся для удовлетворения потребностей общества, которого уже не было.

Но, как ни парадоксально звучит на первый взгляд, история дореволюционной спортивной журналистики на этом не закончилась. Остались в стране многие ее сотрудники, в 1918 г. продолжали выходить созданные ими журналы — и даже появлялись новые издания! Считать, что в октябре 1917 г. дореволюционная спортивная журналистика разом перестала существовать — это примерно то же, что, по словам А.Б. Суника, «вести отсчет истории советского спорта <...> со следующего после Октябрьского переворота дня — с 26-го октября 1917 года» [Суник, 2004, с. 182]. Исследователь предостерегал от такого чисто схематического и поверхностного подхода, обедняющего и искажающего историю: «В реальной действительности <...> все было многократно сложнее, драматичнее.

[3] Москва, 16-го ноября // Коннозаводство и спорт. 1917. № 2296. С. 548.

Спортивная жизнь в России, по меньшей мере в 1917–1918 годах, продолжалась по законам и устоявшимся традициям, сложившимся в предреволюционную эпоху» [там же].

Советский спорт

Существуют две крайние точки зрения на то, что стало с российским спортом после революции. Первая, рожденная в советское время, сводила все к тому, что в спорте, как и в жизни, произошел переворот, и с организацией в 1917 г. Всевобуча прежних спортсменов на спортивных площадках сменили пролетарии-физкультурники. Противоположную точку зрения можно встретить уже у современных исследователей истории спорта. В частности, С.С. Толстой, автор исследования «Власть и массовый спорт в СССР», полагал: «Революция ударила больнее, чем мировая война. Прежде всего потому, что она перестала считаться с личностью, а ведь на личности основан всякий спорт. Спорту, кроме того, угрожала общая судьба всей России — задохнуться в тисках политической борьбы, политических споров и недоразумений. Но здесь спорт вышел победителем <...> политическая борьба периода революции и Гражданской войны в России прошла мимо спорта, почти его не коснувшись. Лишь в 1920-е гг. новая власть обратила внимание на спорт и физкультуру, поняв всю важность последних в процессе собственного влияния на общество» [Толстой, 1998, с. 16–17].

Истина же, скорее всего, обнаруживается где-то посередине. Советское правительство постепенно выстраивало свою систему управления обществом, в том числе и в сфере физического развития, и в ней уже не находилось места прежним принципам и нормам взаимоотношений. Но ключевое слово здесь — «постепенно», то есть — далеко не сразу. Содержание спортивных изданий свидетельствует, что спортивная жизнь России, даже в условиях мировой войны продолжавшая оставаться разнообразной и насыщенной, не замерла и после октября 1917 г. Наоборот, исследователи отмечают, что в чем-то она была даже оживленней: «С началом Первой мировой войны произошел перелом в истории страны, и на спортивный досуг у людей уже не хватало времени. Клубная жизнь затихла. <...> В советское время, в 1918–1920 годах, некоторые спортивные организации возобновили свою деятельность, проводили соревнования и даже развлекательные вечера» [Баталов, Вайнтрауб, 2012, с. 203].

Но было очевидно, что сама сущность спорта в той его неизбежно тяготеющей к зрелищности форме, которая развивалась в России до революции, противоречила важнейшим постулатам социалистической идеологии, в частности — идее социально-эко-

номического равенства. Поэтому негативное отношение новой власти к спорту, который рассматривался и оценивался в ряду прочих «тяжких наследий старого общества», было закономерно. Р. Эдельман заключает: «Большинство большевиков и их культурных попутчиков питали глубокие сомнения в отношении спорта. Многие считали, что дореволюционный спорт был слишком тесно связан с царским милитаризмом и правыми политическими силами. Некоторые большевики, в частности Ленин, признавали преимущества физических упражнений и здорового образа жизни, однако подлинных фанатиков спорта среди тех, кто осуществлял Октябрьскую революцию, было немного» [Эдельман, 2008, с. 24].

Современный российский исследователь Б. Дубин описывает, как сложно и противоречиво протекали первые годы послереволюционного спорта: «Идеология спорта развивается параллельно в нескольких контекстах — милитаризации общества; выработки определенной культуры современного промышленного труда; массового внедрения повседневных навыков гигиены. При этом за различными направлениями пропагандистской работы стоят заинтересованные группы советских руководителей разных уровней, между которыми на тех или иных этапах жизни страны идет конкуренция и борьба» [Дубин, 2004, с. 74].

Один из главных идеологов советского физкультурного движения в 1920-е гг. Б. Кальпус писал, каким должен быть спорт при диктатуре пролетариата: «Когда спортивное движение предоставлено самому себе, или им руководят люди со старой, отжившей и чуждой пролетарскому строительству идеологией, спорт приобретает уродливые внешние формы и внутреннее содержание. Вот эта самая “уродливость” спорта в связи с его буржуазным “происхождением” заставляет с опаской относиться к его пригодности для служения интересам и задачам пролетарской культуры. Несомненно, что спорт в том виде, в котором мы получили его от буржуазии, требует очищения и освобождения от приставших к нему налетов буржуазного происхождения: самоцели, индивидуализма, рекордомании, чемпионства, профессионализма и т.д.»[4].

Стремление к победе, к высшим достижениям, рекордам, имманентно присущее спорту, было чуждо внедряемой в умы населения идеологии коллективизма, рассматривалось как проявление эгоизма, желание выделиться. Однако была очевидна и польза от двигательной активности и выполняемых физических упражнений. Так что если спорт в Советской республике допускался, то только как средство и метод физической культуры. Об этом буквально кричали лозунги тех лет: «Нам нужна физическая культура,

[4] *Кальпус Б.* Спорт и физическая культура // Красный спорт. 1924. № 1. С. 10.

всестороннее физическое мышление, а не узкий спорт!», «Физическая культура как средство оздоровления, а не цель побития рекордов!» и т.д. Неприятие спорта было до того сильным, что сами слова «спортсмен», «тренер», «чемпион» исключались из обращения и объявлялись конкурсы на новые термины, созданные на идеологии революционного времени.

У новой власти были свои приоритеты: на кону стояло выживание первого в мире социалистического государства, насущным требованием стала физическая подготовка бойцов для Красной армии, а спорт, как таковой, был не нужен, как и культивировавшие его старые общества. Исследователь И.Г. Чудинов подсчитал: «Советская власть получила около 800 организаций, охватывающих, главным образом, мелкобуржуазные слои населения. Общая численность членов этих объединений достигала 40–50 тысяч человек. <...> Получив такое наследство, советская власть, создав в 1917 г. специальный орган (Всевобуч), ведающий физическим воспитанием и военным обучением трудящихся, объединила под его руководством разрозненные гимнастические и спортивные организации. Работа гимнастических и спортивных организаций была направлена по линии всеобщей подготовки молодежи к защите страны» [Чудинов, 1941, с. 152].

В системе Всевобуча создавались курсы, школы, секции, площадки, где с помощью реквизированного у дореволюционных спортклубов инвентаря бывшие спортсмены, мобилизованные в качестве инструкторов, обучали допризывников. Попутно Всевобуч занимался пропагандой физкультуры, устраивая выступления, выпуская плакаты, брошюры, книги. Роль Всевобуча в «спортизации» масс оценивалась тогда примерно так: «В распространении идей спорта из столичных и полустоличных городов в провинции, уезды, вплоть до волостей, <...> в приближении его к массам — главная заслуга органов Всевобуча. Всевобуч распахал и засеял большое поле, и если под плуг попали частью тепличные растения — буржуазно-мещанские, полуспортивные общества, — что же делать — “Лес рубят — щепки летят”»[5].

Нужно учитывать, что советская действительность с 1918 по 1921 г. — это царство вопиющей неразберихи во многих сферах, в том числе спортивной. Государство в его новой форме уже присутствовало и вмешивалось порой, и это вмешательство могло быть гибельно для «тепличных растений». Однако ни о каком тотальном контроле речи еще не шло, и те, кого миновал этот безжа-

[5] *Стариков В.* Всевобуч и спорт (текущий момент) // Физическая культура. 1922. № 1. С. 2–3.

лостный плуг, оказывались предоставленными сами себе, без поддержки, но и без диктата сверху. Уцелевшие спортивные общества приспосабливались соседствовать с новыми советскими организациями, пусть и уступив им часть своих площадок и имущества. Всевобуч принял на себя решение наиболее насущных задач подготовки новобранцев и для этого использовал ресурсы старых спортивных обществ, но не исключал вовсе их существования. Однако с началом НЭПа появилась, наконец, возможность полностью реформировать систему спорта.

В традициях громогласной советской риторики сфера физической культуры была объявлена очередным фронтом, на котором должна быть одержана победа над старым строем: «Тов. Луначарский <...> в одном из своих докладов назвал фронт культуры третьим фронтом <...> Третий фронт — фронт просвещения, фронт культуры ярко выявился с 1923 года <...> Фронт физической культуры является участком третьего фронта; успехи на этом фронте стали возможны только после побед на военных фронтах, после достижений на хозяйственном фронте»[6].

В 1923 г. был создан Высший совет физической культуры (ВСФК) при ВЦИК во главе с наркомом здравоохранения Н.А. Семашко, следом были созданы Московский совет физкультуры при исполкоме Моссовета и аналогичные местные органы в других республиках. Для дореволюционных спортивных обществ это означало конец их существования, ведь, в отличие от Всевобуча, ВСФК с его местными органами и отделами приходил именно на их место. Претворение в жизнь идей советской физкультуры требовало специальных мест и помещений, инвентаря и руководителей. Ничего этого у большевистской власти не было, зато еще оставалось у старых спортивных клубов. В их тренировочной и соревновательной деятельности по-прежнему культивировался спорт как самоцель, господствовали идеи аполитичности, согласно которым спортсмены должны быть внеклассовой корпорацией, чуждой политической борьбе. Но в рабоче-крестьянском государстве не могло быть внеклассовых объединений, тем более — предназначенных для молодежи. Спортивные общества, и так уже объявленные классово-враждебными и существовавшие в изоляции, неизбежно должны были быть распущены окончательно, что и произошло в 1923 г. Старые спортивные лиги и общества, созданные в первые годы после революции, были ликвидированы, и на этом формально прервалась связь прежнего российского спорта и зарождающегося советского спорта. Строилась принципиально иная система отно-

[6] *Собецкий М.* На фронте физической культуры // Спартак. 1924. № 1. С. 3.

шений, построенная на классовой идеологии, бюрократической централизации, строгом подчинении социально-политическим целям.

Новая спортивная пресса

Процессы, которые происходили в спорте, естественным образом повторялись в спортивной прессе. Продолжая понравившуюся метафору с фронтами, обозреватель ленинградского журнала «Спартак» М. Собецкий нагнетал драматизм: «Фронт физической культуры имеет немаловажный участок печати, на котором орудиями являются сотни пудов печатной бумаги, превращенной в брошюры, книги, журналы и газеты, заполненные разнообразным материалом по вопросам спорта и физической культуры. На участке печати проливается немало крови — правда, черной, типографской»[7].

Возникновение физкультурно-спортивной журналистики было связано с общим процессом становления партийно-советской печати, с созданием большевиками разветвленной системы изданий. Новой власти было чрезвычайно важно путем массовой агитации и пропаганды внушить населению веру в правильность своего курса, объяснить преимущества нового строя, добиться доверия и выполнения своих распоряжений. Она стремилась максимально расширить свое влияние в обществе, сделать так, чтобы не осталось ни одной категории читателей, которая не имела бы своей периодики. Партия была заинтересована в создании широчайшей сети самых различных по тематике изданий, в ряду которых получили место и физкультурно-спортивные издания. Их организация воспринималась как часть большого общепартийного дела, связанного с формированием новой идеологии и воспитанием нового человека. Однако далеко не сразу у новой власти дошли руки до спортивной прессы. Были типы изданий, организация которых представлялась более насущной задачей. К тому же не способствовали постановке физкультурно-спортивной печати гражданская война, голод и полная неразбериха с управленческими функциями, полномочиями и ответственностью постоянно сменявшихся больших и малых правителей и правительств во многих регионах страны. В итоге 1918–1921 гг. оказались периодом безвременья и даже безвластия для спортивной журналистики. Эти несколько лет даже сложно назвать переходным этапом от одной модели к другой, скорее просто имела место полная неясность перспектив, дальнейших задач и направлений развития.

В этот период часть спортивной периодики выпускалась еще по традициям дореволюционной прессы, ни по каким признакам не

[7] *Собецкий М.* О печати по физической культуре // Спартак. 1924. № 2. С. 42.

являлась советской, проповедовала спорт нейтральный, независимый от политики. В эту категорию мы отнесем московский журнал «Спорт», петроградские издания «Борец-атлет» и «Спорт и фавориты на сегодня», затем называвшийся просто «Спорт» и просуществовавший с перерывом до 1924 г. К дореволюционной эпохе принадлежал выходивший в 1918 г. в Омске журнал «Коннозаводство Сибири» редактора-издателя Г.И. Григорьева. В Омске при Временном Всесибирском правительстве собралось немало прежних коннозаводчиков, владельцев конюшен, тренеров, жокеев, военных кавалеристов, и журнал был предназначен для них так же, как и его предшественники, коннозаводско-спортивные издания дореволюционной России. В первом номере сообщалось: «В настоящий момент Омск является центром всего коннозаводства не только Западной Сибири, но и всей России. На учете в Комиссариате Государственного Коннозаводства Западной Сибири находится около 1000 лошадей, оставленных для испытаний и подготовки <...> Специалист найдет в нашем журнале все то, что затрагивает его как такового. <...> Военный — все, что касается армии и лошади <...> Коннозаводчики и коневоды <...> встретят у нас описания конских заводов, съездов коннозаводчиков <...> Владельцы беговых и скаковых конюшен, наездники, тренеры и жокеи найдут интересующий их материал. <...> Журнал отведет много места иностранной жизни, поставит хорошо и полно корреспонденции с мест»[8].

Даже для «Русского спорта», который в 1918–1919 гг. стал активно освещать деятельность Всевобуча и других советских спортивных организаций, это было в значительной мере лишь попыткой мимикрии к изменившимся внешним условиям. Да, журнал декларировал, что он принимает военно-спортивный характер и открывает свои страницы идеям всеобщего военного обучения на основах спортивных упражнений. Да, программа его действительно обновилась: начали печататься материалы о формах и методах физической подготовки допризывников, появился отдел «По отделам Всевобуча» (между прочим, позволивший увеличить объем журнала даже в условиях бумажного голода). Но о какой-то кардинальной трансформации концепции, структуры издания или, допустим, редакционного состава не было и речи — «Русский спорт» по-прежнему оставался представителем типа дореволюционного универсально-спортивного журнала.

В условиях политической жизни 1918–1921 гг., когда советская власть еще не приняла устойчивые формы и не создала четких об-

[8] Список повременных изданий за 1918 год. Сост. Л.К. Ильинский. Пг., 1922. С. 127.

разцов мышления и поведения в разных сферах, и тем более при относительной свободе выражения мнений, характерной для начала периода НЭПа, еще были возможны дискуссии, существование альтернативных идей, видимость вариативности развития. Революция открыла простор для дебатов о культуре во всех ее проявлениях: высокой и низкой, популярной и элитарной и т.д. В контексте общекультурных споров возникал вопрос о спорте, о физической культуре, о том, какие роли они будут играть в новом обществе и как распределят их между собой.

В рамках статьи не имеет смысла подробно останавливаться на взглядах различных групп — таких как «гигиенисты», вообще отвергавшие соревнования в любом виде и предпочитавшие им массовую физическую культуру пролетариата; или представители Пролеткульта, известные крайним новаторством, полностью отрицавшие все, что было достигнуто до революции, и предлагавшие свести физическую культуру к театрализованной гимнастике, основанной на движениях трудовых и военных процессов. Важнее отметить, что наряду с новыми, более или менее радикальными течениями и деятелями были и такие, кто не собирался отказываться от опыта дореволюционного спорта, считал более разумным строить на прежнем фундаменте. Поэтому, когда редактор «Русского спорта» К.Л. Ковзан писала в своем журнале, что именно после революции для развития спорта в России открылись такие широкие горизонты, о которых прежде нельзя было и мечтать, — это свидетельствовало о ее убежденности в том, что теперь возможно улучшить то, что уже было начато ранее. Поэтому она приняла активнейшее участие в 1919 г. в первом Всероссийском Съезде по физической культуре, спорту и допризывной подготовке — и выступала с докладом, и отдала значительный объем журнала под почти стенографический отчет о съезде, и вообще поставила журнал на службу Всевобуча. Поэтому и после закрытия «Русского спорта» она не оставила своей деятельности в организации советской физкультуры, участвовала в создании журнала «Всевобуч и спорт», была автором ряда методических пособий по физическому воспитанию.

Только в 1925 г. ЦК РКП(б) положил конец всем обсуждениям, приняв «историческое» постановление «О задачах партии в области физической культуры», которое определило программу деятельности советских физкультурных организаций на много лет вперед. Как отмечал Р. Эдельман, «В сфере спорта и физической культуры все дебаты завершились с принятием соответствующего постановления ЦК РКП(б). Отвергнув утопические и экспериментальные тенденции, партийное руководство приняло решение в пользу того подхода, который делал ставку на высокие достижения

и состязательность в спорте и который способствовал внушению нужных ценностей и уважения к власти» [Эдельман, 2008, с. 67].

Стало очевидно, что никакой вариативности физкультурно-спортивного движения в Советской России быть не может, и общее направление, равно как и отдельные частности этого движения, не определяются в ходе полемического обсуждения на страницах периодики, а регламентируются вышестоящими организациями и затем транслируются через печать в виде готовых формул и лозунгов. В дальнейшем стратегия развития физической культуры и спорта (следовательно, и профильной журналистики) намечалась партийными съездами или постановлениями ЦК. Они ставили перед прессой большие и ответственные задачи, и наличие четкой государственной политики предопределяло характерные черты и принципы физкультурно-спортивной журналистики, для которой партийные постановления стали программными установками.

Еще в период Гражданской войны делались попытки как в центре, так и на местах создать спортивную печать нового советского образца («Спорт на службе милиционной армии» в Петрограде, «Красный спортсмен» во Владикавказе, «Допризывник» в Ташкенте и т.д.), но они прекращались, как правило, после нескольких номеров. Эти издания только с большими оговорками можно называть спортивными, они были даже не вполне физкультурными, а имели в первую очередь прикладное военное значение — физическое воспитание рассматривалось ими как средство подготовки военных кадров. Неудивительно, что в 1922 г. именно в недрах Всевобуча созрел план организации периодического центрального органа, и этот год следует считать временем настоящего рождения советской физкультурно-спортивной печати. В мае 1922 г. вышел в свет первый номер «Физической культуры» — «Двухнедельного научно-популярного журнала Главного управления Всевобуча», за которым последовали остальные — «Известия спорта», «Красный спорт», «Известия физической культуры».

Создатели первых изданий советской спортивной печати стремились сделать их непохожими на зарубежные или прежние русские журналы о спорте, поскольку считалось, что зарубежная пресса чужда по идеологическим соображениям, а ориентироваться на дореволюционные образцы, «насквозь пропитанные убогими мелкомещанскими традициями некультурного пошиба»[9], казалось нецелесообразным. Но в значительной мере это были лишь декларации. Где-то невольно, а часто — вполне сознательно, с определенным расчетом, опыт дореволюционной спортивной журналистики

[9] *Прошин А.* Сорок лет спортивной прессы СССР // Физкультура и спорт. 1962. № 5. С. 2–3.

использовался — и довольно активно. Это касалось структуры отделов, размещения материалов, принципов оформления, подачи текста и иллюстраций. Однако и в самом характере изданий можно обнаружить нечто общее, скажем, с флагманом дореволюционной спортивной журналистики «Русским спортом» — не случайно начальник Всевобуча Н. Подвойский называл «Известия спорта» «чуть ли не белогвардейским» журналом.

Но ответственный редактор «Известий спорта» М. Шимкевич прояснил свою позицию: «Весь вопрос в том, чтобы втянуть в нашу работу, подчинить нашей воле постепенно и незаметно для нее самой бесформенную, аполитичную или даже враждебную нам обширную группировку спортсменов и молодежь, около нее группировавшуюся. Эту необходимость <...> яростно отвергали те, кто полагал создать октябрь в спорте одним ударом. По нашему мнению, этот удар не дал бы нам победы, так как если и возможно было захватить все позиции размахом пера, то удержать их за собой было задачей иного порядка»[10].

Шимкевич хотел, начав с журнала, сознательно построенного по образцу успешных дореволюционных проектов, постепенно меняя его содержание в сторону большей классовой и политической выдержанности, «перевоспитать» аполитичных спортсменов, привлечь их на свою сторону. С другой стороны, среди авторов «Известий спорта» имелось немало тех самых «старых» спортсменов — эрудированных, компетентных, авторитетных, но не разделявших взгляды большевиков на роль спорта и физической культуры, по возможности продолжавших работать по уже сложившимся представлениям. В результате получились довольно любопытные в своей эклектичности журналы, где идеологически выдержанная передовая статья соседствовала с прекрасным разбором техники «финского хода» на лыжах, а руководство по игре в баскетбол, рассчитанное на начинающих, — с подробной хроникой зарубежного спорта.

Уже процитированный ранее М. Собецкий, обозревая в 1924 г. развитие печати по спорту и физической культуре, обратил внимание на весьма показательное явление: «Первое, что бросается в глаза <...> — это довольно резкое подразделение книг, журналов, брошюр и газетных заметок по основному содержанию: одна группа имеет своим предметом спорт и спортивную деятельность в узком смысле этого, определившегося в буржуазный период, понятия, с тенденцией сохранять старые спортивные традиции, старые названия, старые формы и содержание. Революционирование, пролетаризация, орабочение этой, в общем, весьма консервативной

[10] *Шимкевич М.* Два года работы // Красный спорт. 1924. № 9–10. С. 5.

печати идет весьма медленными темпами, что объясняется определенным консерватизмом и большой опытностью в области старого буржуазного спорта обслуживающих эту печать: старых лидеров, идеологов буржуазного спорта — сторонников аполитичности спорта, спортивной этики, чистого любительства и т.п. Конкретными примерами такой печати являлись: проволочивший свое существование до начала 1924 г. петроградский еженедельный журнал "Спорт"; умерший в Москве журнал "Русский спорт"; недавно кончивший свое существование московский двухнедельный журнал "Известия спорта", сумевший передать часть своих традиций еще живущему московскому спортивному журналу "Красный спорт". Эти органы печати обслуживались преимущественно авторитетными спортивными деятелями и учеными дореволюционной эпохи, в общем отрицательно относящимися к революции в деле спорта и не признающими физической культуры пролетариата. В группе обслуживающих "спортивную печать" много от кладбища: "старички", полумертвые, уже умершие, умирающие и вымирающие»[11].

М. Собецкий сделал точное наблюдение. Он причислил к кладбищу вымирающих старичков не только сохранившиеся с дореволюционного периода издания К. Ковзан и М. Брейтмана, откровенно издававшиеся по прежним лекалам, но и два издания — «Известия спорта» и «Красный спорт», — созданные Всевобучем и бывшие его официальными органами — слишком явно проступали в них типологические черты дореволюционной спортивной прессы. Это даже забавно: в передовой статье «Красного спорта» начальник Главного управления Всевобуча К.А. Мехоношин писал: «Овладевая буржуазным спортом и давая ему новое содержание, пролетариат превращает его в красный спорт»[12], но сам журнал с таким названием не мог спрятать свое «буржуазное» происхождение.

Группе «консервативной» периодической печати о спорте М. Собецкий противопоставлял истинно пролетарские физкультурно-спортивные журналы: «Другой ряд произведений печати по спорту и физической культуре имеет своим предметом пролетаризованный, орабоченный спорт и физическую культуру трудящихся, в широком смысле слова. <...> К периодической печати этого рода, обслуживаемой сравнительно молодыми работниками орабочиваемого, опролетаризованного спорта и физической культуры трудящихся в СССР относятся: московский двухнедельный журнал "Известия физической культуры", солидный и выдержанный как по содержанию материала, так и технически, ежемесячный харьковский журнал "Вестник физической культуры" <...> и мо-

[11] *Собецкий М.* О печати по физической культуре // Спартак. 1924. № 2. С. 42.
[12] *Мехоношин К.* Красный спорт // Красный спорт. 1924. № 1. С. 6.

лодой ленинградский двухнедельный журнал “Спартак”, первый популярный массовый журнал по спорту и физической культуре пролетариата. Для этих журналов характерны их связанность с работой Высшего и местных Советов физической культуры и их идеологическая в коммунистическом направлении выдержанность. <...>

Ясно, что расцвет, сила и будущее находятся у этих, рожденных революционным периодом, органов печати. <...> Первой же группе “спортивной” печати ничего, кроме увядания и смерти, предсказать нельзя (очевидно, такая судьба ожидает и последнего могикана “спортивной” печати “Красного спорта”, если последний, действительно, не станет красным спортом)»[13].

Редактор «Красного спорта» М. Шимкевич объяснял, что мешает ему стать настоящим органом пролетарского спорта: «Проводить классовую политику и оставаться живым спортивным журналом — задача нелегкая, пока у нас нет организованного кадра своих рабочих и военных сотрудников — авторов и корреспондентов. <...> Мы нисколько не закрываем себе глаза на то, что и наши отечественные “истые спортсмены” хотели бы видеть “Красный спорт” вне классовой политики, <...> знаем отлично, что пока мы пользуемся трудом старых спортсменов и тех молодых, которые по своему положению мелкобуржуазны, одним редактированием, будь вполне налажен редакционный аппарат, не достичь желательного нами»[14].

Как мы видим, ответственные лица, назначенные советской властью на фронт физической культуры, и хотели бы сразу изменить облик физкультурно-спортивной журналистики, чтобы ничего в нем не осталось от дореволюционного прошлого, но по объективным причинам не могли этого добиться. Не хватало ни навыков такой деятельности, ни квалифицированных сотрудников, ни, по-видимому, четкого представления о том, как сделать первые издания советской спортивной печати непохожими на прежние русские журналы о спорте. Страстно не хотелось ориентироваться на дореволюционные образцы, но как избежать этого, как обойтись без «истых» спортсменов, приписанных к кладбищу, — они не знали.

Заключение

В дальнейшем физкультурно-спортивные издания СССР действительно все больше, пользуясь терминологией тех лет, «опролетаризовывались» и «орабочивались», старательно изживая признаки

[13] *Собецкий М.* О печати по физической культуре // Спартак. 1924. № 2. С. 42.

[14] *Шимкевич М.* «Истые спортсмены» и наша классовая политика // Красный спорт. 1924. № 6. С. 4.

дореволюционной спортивной журналистики. Но процессы эти затянулись до начала 1930-х гг., а их отголоски еще долго встречались потом в советской физкультурно-спортивной прессе. Пусть в искаженном, тщательно заретушированном виде, но они сохранялись, ведь создавался и советский спорт, и его печать не на пустом месте, а на прочном фундаменте мыслей, наработок, моделей, проверенных методов — на основании, которое осталось от прежней системы спортивной журналистики. И наследственные черты той «буржуазной» журналистики, которую так хотелось вычеркнуть из памяти, то и дело проступали сквозь безупречно пролетарскую внешность физкультурно-спортивных журналов. Молодая советская физкультурно-спортивная печать невольно оказалась наследницей традиций дореволюционной спортивной журналистики, отрекаясь и отмежевываясь от них, но не имея ни сил, ни возможности избыть в себе этот импульс преемственности.

Список литературы

Баталов А.Л., Вайнтрауб Л.Р. Спорт в Москве в XIX — начале XX века. Речной яхт-клуб и его роль в развитии московского спорта: от гребли до горных лыж. М., 2012.

Деметер Г.С. Очерки по истории отечественной физической культуры и олимпийского движения. М., 2005.

Дубин Б. Спорт в современных обществах: пример России // Вестник общественного мнения. 2004. № 2. С. 74.

Орлов С.И. Зарождение и становление советской спортивной журналистики (к вопросу о типологии изданий): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 1974.

Слюсаренко Е.А. Специализированные журналы о спорте: типологические и профильные характеристики: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2003.

Суник А.Б. Российский спорт и олимпийское движение на рубеже XIX–XX вв. М., 2004.

Толстой С.С. Власть и массовый спорт в СССР (на примере истории советского футбола в 1930–1950-е годы): Автореф. дисс. ... канд. ист. наук. М., 2009.

Чудинов И.Г. Гимнастика и спорт в помещичье-капиталистической России // Теория и практика физической культуры. 1941. № 4. С. 42–52.

Эдельман Р. Серьезная забава. История зрелищного спорта в СССР / Пер. с англ. И.С. Давидян. М., 2008.

Поступила в редакцию
24.09.2014

С. Сыракая, аспирантка факультета лингвистики, истории и географии (DTCF) Анкарского университета, аспирантка Института истории Казанского федерального университета; e-mail: edaska13@gmail.com

БОРЬБА ТУРЕЦКОЙ ГАЗЕТЫ «ТАН» ПРОТИВ ГЕРМАНСКОЙ ПРОПАГАНДЫ В НАЧАЛЕ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

В данной статье описывается сопротивление газеты «Тан», стоявшей на антифашистских, антиимпериалистических позициях и симпатизирующей коммунизму, германской пропаганде (в начале Второй мировой войны), направленной на завоевание доверия турецкой прессы и общественности и подрыв советско-турецкой дружбы. При написании статьи был проведен анализ материалов газеты, взятых в качестве первичного источника.

Ключевые слова: *отношения Турции и Германии, отношения Турции и СССР, Вторая мировая война, немецкая пропаганда, турецкая пресса, газета «Тан».*

This article describes the struggle of anti-imperialistic and anti-fascist «Tan» newspaper against the German propaganda aiming to win the Turkish public opinion and undermine Soviet-Turkish relations. The article is based on the newspaper's materials that have been examined and analyzed.

Key words: *Turkish-German relations, Turkish-Soviet relations, the Second World War, German propaganda, Turkish press, Tan newspaper.*

Введение

Эта статья посвящена вопросу, в турецкой печати получившему название «проблемы ДНБ» (*ДНБ, или DNB, — аббревиатура названия германского информационного агентства Deutsche Nachrichten Büro — С.С.*). Суть его заключается в том, что в начале Второй мировой войны Германия развернула в Турции интенсивную пропагандистскую деятельность[1], имевшую целью оказывать влияние на

[1] В качестве начала этой деятельности можно обозначить уже вторую половину 30-х гг. XX в. После смерти Ататюрка она стала набирать обороты. Пропаганда осуществлялась с помощью действующих на добровольной основе или за материальное вознаграждение агентов и имела целью распространить среди турецкой интеллигенции, писателей, влиятельных общественных деятелей и дипломатов симпатии к нацистскому режиму. Немалое значение при этом уделялось тому, чтобы сформировать прогерманские настроения в прессе и среди общественности. Когда в 1939 г. стали формироваться антигитлеровская коалиция и союз стран «оси», то добавилась еще одна цель — создание напряженности между Турцией и государствами, сражающимися против нацистского блока. Glasneck J. Türkiye'de Faşist Alman Propagandası. Ankara, 2007. S. 18–20; *Seydi S.* İkinci Dünya Savaşında Türkiye'de Alman beşinci kol faaliyetleri // I. Uluslar Arası Tarihi ve Kültürel Yönleriyle Türk-Alman İlişkileri Sempozyumu. Ankara, 2008. S. 426–427.

турецкую печать и общественное мнение, заставить Анкару выйти из антигитлеровской коалиции, внести напряжение в турецко-советские отношения, а также втянуть страну в войну. Газета «Тан» со своими публикациями, отражающими ее антифашистские и антиимпериалистические позиции, а также ее симпатии к Советской России и коммунизму, воспринималась немцами как угроза. Поэтому они развернули интенсивную деятельность, стремясь подорвать позиции этого издания. «Проблема ДНБ» до сегодняшнего дня не была в должной степени исследована ни в Турции, ни в России. По этой причине наша статья представляет особый интерес в этом отношении.

Для своих исследований наряду с относящимися к нашей теме публикациями «Тан» мы использовали документы, хранящиеся в «Республиканском архиве премьер-министра» (Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi), который является государственным архивом Турецкой Республики, а также в архиве Министерства внутренних дел РФ. Кроме того, мы пользовались «Сборником» («Düstur») законов, положений и постановлений, принятых Турецкой Республикой, публикациями ведущих турецких газет, таких как «Джумхурийет» (Cumhuriyet), «Улус» (Ulus), «Йени Сабах» (Yeni Sabah), «Сон тельграф» (Son Telgraf), «Акшам» (Akşam). Также в качестве источников для наших исследований выступали мемуары известных журналистов того времени, имеющих непосредственное отношение к «проблеме ДНБ», таких как М.З. Сертель, С. Сертель, А.Е. Йалман и Надир Нади.

«Тан» и германская пропаганда

Поскольку СМИ играют в политической жизни социума существенную роль, позволяя влиять на него, они всегда использовались разными силами внутри общества. Это наблюдение справедливо и в отношении Турции в период Второй мировой войны. В связи с объявлением в стране чрезвычайного положения для прессы избежать давления со стороны обладающих властью институтов и структур оказалось невозможно. Она находилась под постоянным контролем со стороны правительственных органов[2]. Но турецкие власти, сделав шаг вперед в этом направлении и проявляя недюжую гибкость, превратили прессу в эффективное орудие для проведения на международной арене своей так называемой «политики

[2] *Kabacalı A.* Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü. İstanbul, 1990. S. 133–134; *Sertel M.Z.* Hatırladıklarım. İstanbul, 1977. S. 189; *Yalman A.E.* Yakın tarihte gördüklerim ve geçirdiklerim. İstanbul, 1970. S. 301.

равновесия»[3]. Например, «Тан» использовалась для улучшения отношений с Советами и выражения недовольства Германии в ситуациях, угрожающих безопасности Турции[4]. Но, конечно же, в «проблеме ДНБ» эта газета[5], являвшаяся голосом той части общества, которая симпатизировала коммунизму, не просто выступала в качестве послушной марионетки в руках правительства, но и демонстрировала свою гражданскую позицию.

По данным министерства пропаганды Третьего рейха, кроме «Тан» антигерманской направленности придерживались также такие турецкие газеты, как «Йени Сабах» (Yeni Sabah), «Хабер», (Haber) «Сон Тельграф» (Son Telgraf) и «Ватан» (Vatan)[6]. Но в фокусе как явной, так и скрытой немецко-фашисткой пропаганды оказалась именно «Тан». С чем же это связано? Вероятно, причины этого следует искать в том, что эта газета с самого дня своего основания открыто демонстрировала свою антифашистскую, антиимпериалистическую позицию, выступая с критикой гитлеровского режима. А высокие тиражи показывали интерес читателей к таким материалам[7].

---

[3] В период Второй мировой войны на международной арене усилия Турции были направлены на то, чтобы остаться в стороне от военных действий и обеспечить политическую, национальную и экономическую независимость страны. Этот образ действий и получил название «политики равновесия». Следуя этой тактике, Анкара присоединялась к сильнейшей стороне, но не прерывала отношения и с другой. Например, в 1939 г. Турция подписала договор о союзничестве с Францией и Великобританией. В то же время, желая обезопасить себя от немецкой угрозы, 18 июня 1941 г. она заключила договор о ненападении с Германией. *Deringil S.* İkinci Dünya Savaşında Türk Dış Politikası // Tarih ve Toplum. 1986. N 35. S. 24.

[4] *Nadir Nadi.* Perde Aralığından. İstanbul, 1991. S. 24.

[5] В 1935–45 гг. «Тан» представляла собой ежедневную газету левого толка. В 1935 г. она была куплена Трудовым Банком Турции (Türkiye İş Bankası). После того как в 1938 г. из газеты ушел А.Е. Йалман, один из ее учредителей, она полностью перешла в распоряжение супругов Зекерии и Сабихи Сертель. В целом она оставалась оппозиционной, придерживаясь левой, антифашистской и антиимпериалистической направленности. 4 декабря 1945 г. в результате ряда провокаций, имеющих целью показать «Тан» в качестве рассадника и защитника коммунизма в Турции, редакция газеты была захвачена демонстрантами и разгромлена. После этого издание не смогло возобновить свою деятельность. Супруги Сертель были арестованы в связи со своими публикациями, вызвавшими демонстрации, и оставались под арестом 3 месяца. После этого они были оправданы. Сабихе Сертель, которая за свои статьи, критикующие власть, до этого наказывалась в общей сложности одним годом запрета на публикации, после этого в течение многих лет не позволяли писать. *Sertel S.* Roman Gibi. İstanbul, 1987. S. 172, 288; *Sertel Y.* Annem Sabiha Sertel Kimdi Neler Yazdı? İstanbul, 1994. S. 172, 186, 199–200; *Sertel M.Z.* Ibid. S. 212-215; *Baer M.D.* Selanikli Dönmeler. İstanbul, 2011. S. 274; *Berkes N.* Unutulan Yıllar. İstanbul, 1997. S. 289–290.

[6] *Glacneck J.* Ibid. S.25-26.

[7] *Vural M.K.* II. Dünya Savaşı Türkiyesinde Bir Muhalefet Örneği Olarak Tan Gazetesi // CTTAD. 2008. VII/16–17. S. 384.

Другой значимой причиной были взгляды «Тан» на внешнюю политику и ее оценки, в частности публикации, касающиеся союза Турции с Францией и Англией, турецко-советской дружбы, немецко-фашистской пропаганды и связанной с ней деятельностью.

«Проблему ДНБ» нельзя оценивать вне политической обстановки того времени. Чтобы понять ее суть и саму логику немецкой пропаганды, следует рассмотреть ряд событий, произошедших до и после начала Второй мировой войны.

Самим началом боевых действий, захватом населенных немцами земель в Европе Германия[8] ясно продемонстрировала, что отныне она не признает условий Версальского договора. Ее выход из Лиги наций и принятие в качестве основы для внешней политики теории «жизненного пространства» также не могли не внушать опасений соседним странам. Немалую опасность представляла и Италия[9], стремящаяся ради идеала возрождения «Великой Римской империи» усилить свое влияние на Средиземном море. Трезво оценивая обстановку, Анкара понимала всю исходящую от этих стран угрозу для своей национальной безопасности[10]. Вторжение 15 марта 1939 г. Германии в Чехословакию, а 7 апреля 1939 г. — Италии в Албанию заставило Турцию предпринять ряд шагов в своей внешней политике и занять одну сторону в четко разделившемся на два полюса мире. Уже 13 апреля 1939 г. она начала переговоры с Францией и Англией о создании союза[11]. Усилия Анкары были направлены и на то, чтобы в этот союз вступил и ее северный сосед — Советский Союз. Советы видели в Германии угрозу для себя, но выявившиеся в ходе переговоров с Францией и Англией разногласия с этими странами заставили Сталина заключить договор с Гитлером, чтобы выиграть время на подготовку к войне[12]. 23 августа 1939 г. между СССР и Германией был подписан пакт о ненападении[13]. Неделю спустя с вторжением немецких войск в Польшу началась Вторая мировая война.

После начала войны Турция стала ждать, чью же сторону примет Советский Союз. В ее интересах было видеть СССР в рядах антигитлеровской коалиции. Это нашло свое отражение и в печати, в частности, было ясно выражено на страницах «Тан».

---

[8] *Hart L.* II. Dünya Savası Tarihi c.I İstanbul. 2003. S. 18.

[9] *Badoglio P.* Italy in the Second World War Memories and Documennts. London, 1948. P. 25–27.

[10] *Yılmaz M.* İnönü Dönemi Türk Dış Politikası // Selçuk Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi. 1999. S. 8–17.

[11] *Deringil S.* Denge Oyunu. İstanbul, 1994. S. 74.

[12] Выступление по радио Председателя Государственного Комитета Обороны И.В. Сталина // Известия. 1941. 3 июля. С. 1.

[13] АВП РФ. Ф. 3а. Д. 243 и АВП РФ. Ф. 06. Оп. 1. П. 8. Д. 77. Л. 1–2.

Один из владельцев этой газеты и ее колумнист М.З. Сертель считал, что главной задачей прессы является поддержка интересов государства и защита от идей и течений, которые представляли угрозу для национальной безопасности[14]. Поэтому «Тан» с самого начала открыто противостояла немецко-фашистской пропаганде и выражала симпатии близкому ей по духу Советскому Союзу. М.З. Сертель полагал, что дружба с СССР наиболее отвечает интересам Турции, имевшей возможность на личном опыте испытать все отрицательные стороны империализма[15].

22 сентября министр иностранных дел Турции Шюкрю Сарачоглу отправился в Москву для подписания нового соглашения[16]. «Тан» с одобрением высказалась об этой инициативе. Когда московские переговоры только начались, в газете появились публикации касательно пакта, подписанного между СССР и Германией[17]. Автор одной из этих антигерманских публикаций М.З. Сертель писал, что первый советско-германский договор о ненападении был заявлен как соглашение между нацистами и коммунистами, но на самом деле его следует трактовать как политический успех Москвы. В качестве доказательства он привел факт занятия Красной Армией Польши, имевшего, по его словам, цель остановить немцев[18]. Сертель считал, что это Берлин хотел представить советско-германскую декларацию, опубликованную 28 сентября, как заключение военного союза. Но СССР не собирался вступать в войну на стороне Гитлера, сделав всего лишь формальную уступку Германии[19].

Спустя два дня после этого события газета «Тан» опубликовала перевод сообщения из зарубежных источников, в котором шла речь о капиталах Геббельса, Риббентропа и Гесса[20]. По всей видимости, тема была достаточно болезненной для германского руководства, так как сразу после этого оно предприняло ряд действий, собственно, и положивших начало «проблеме ДНБ»[21].

---

[14] *Sertel M.Z.* Tan'ın kazandığı büyük dava // Tan. 1939. 15 Mayıs. S. 1.

[15] *Sertel M.Z.* Hatırladıklarım. İstanbul. 1977. S. 216.

[16] Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi (BCA) 30.18.1.2 / 88.93.10.

[17] Германо-советский договор о дружбе и границе между СССР и Германией. 28 сентября 1939. АВП РФ. Ф. 3а. Д. 246.

[18] *Sertel M.Z.* Sovyet-Alman deklarasyonu boş bir kâğıttan ibarettir // Tan. 1939. 02 Ekim. S. 1.

[19] Ibid.

[20] Nazi şeflerinin servetleri // Tan. 1939. 04 Ekim. S. 4, 6.

[21] В конце 1937 г. министр пропаганды Германии Геббельс лично пригрозил С. Сертелю отрезать язык за разоблачение методов, используемых германской пропагандой на Балканах и в Турции. В связи с этим в адрес «Тан» поступила угроза закрыть издание, если только С. Сертель не перестанет публиковать свои статьи внутри страны до 1940 г. *Sertel M.Z.* Herr Goebbels Doğru Söylüyor // Tan. 1937. 18 Ekim. S. 1.

В это же время в Москве безрезультатно закончились советско-турецкие переговоры[22]. Тот факт, что они не завершились подписанием соглашения, газета «Тан» объяснила выдвижением СССР новых условий, не оговоренных ранее. Принятие же этих условий поставило бы под угрозу независимость и целостность Турции[23]. Анкара пыталась склонить Советский Союз на сторону антигитлеровской коалиции. Между тем в тот период заключение соглашения с Турцией или странами-союзниками не удовлетворяло внешнеполитическим интересам Москвы. При таких обстоятельствах 19 октября 1939 г. до переговоров с СССР Турция подписала соглашение с Великобританией и Францией,[24] что, по мнению «Тан», явилось одним из самых разумных решений, принятых ею в период Второй мировой войны[25].

В ноябре в «Тан» появился ряд важных публикаций, связанных с германским вопросом. 4 ноября в газете со ссылкой на парижский источник было опубликовано сообщение, содержавшее заявления польских государственных деятелей и упоминавшее о планах нападения Германии на СССР[26]. Два дня спустя была опубликована другая статья, где рассматривались причины сотрудничества этих двух стран. Ее автор высказывал мысль, что «Советскому Союзу следовало бы заключить договор не с Германией, а с Великобританией и Францией»[27]. Эти публикации привлекли пристальное внимание Берлина, который обратился к турецкому правительству, высказывая претензии к «Тан». Данная ситуация была необычной для газеты, так как та никогда не делала секрета из своей антифашистской позиции. Помимо этого, неожиданностью для издания стала реакция советской газеты «Правда»[28], обрушевшейся на него

---

[22] Türk-Sovyet müzakereleri Moskova'da neticelenemedi // Tan. 1939. 18 Ekim. S. 1; Türk-Sovyet müzakereleri // Cumhuriyet. 1939. 18 Ekim. S. 1; Saraçoğlu Ankara'ya dönüyor // Ulus. 1939. 18 Ekim. S. 1, 3.

[23] *Sertel M.Z.* Moskova müzakereleri niçin akim kaldı? // Tan. 1939. 19 Ekim. S. 1, 6. Среди требований, высказанных Советами Сарачоглу, были общий контроль над Черноморскими проливами, закрытие его для всех стран, не имеющих выхода к Черному морю, а также ряд других, касающихся содержания союза между Турцией, Англией и Францией. Публикации «Тан», в которых говорилось о переговорах с Москвой, согласовались с внешней политикой Турции и заявлениями премьер-министра Рефика Сайдама. BCA 30.1.00 / 42.248.6.

[24] Düstur 3. Tertip c.21. S. 15–18.

[25] *Sertel M.Z.* Türkiye Demokrasilerle mukadderatını birleştirmiştir // Tan. 1939. 21 Ekim. S. 1, 6.

[26] Berlin Rusya'ya karşı tecavüz planı çizmiş // Tan. 1939. 04 Kasım. S. 1, 6.

[27] *Ertem S.* Sovyet Rusya Almanya işbirliği sebepleri // Tan. 06 Kasım. S. 6.

[28] Д. Осипов в своей статье обвиняет «Тан» в том, что публикации от 4, 5, 20 и 25 октября, а также 2 и 4 ноября распространяют фантастическую ложь о советско-германских и советско-японских отношениях, позиции Советской России и советско-германском договоре, а редактора газеты называет невеждой. *Осипов Д.* В Анкаре базар, а на базаре газета «Тан» // Правда. 1939. 14 Ноября. С. 6.

с критикой. После этого «Тан» 17 ноября разместила статью под заголовком «Наш ответ “Правде”». В ней заявлялось, что газета освещает политику СССР (причины участия в разделе Польши, отношения с балканскими странами и т.п.) так же объективно, как и действия на международной арене Германии, Великобритании и Италии. По мнению «Тан», причиной нападок на нее со стороны «Правды» была одна из ее публикаций, в которой высказывалась мысль о том, что СССР хотят остаться в стороне от войны, намереваясь сыграть главную роль в установлении послевоенного порядка. В статье также говорилось: «Мы предоставили объективную информацию, воздерживаясь при этом от комментариев и критики. Поэтому нам непонятна причина агрессивности “Правды”»[29].

В октябре и ноябре ситуация еще более накалилась. Со стороны германского информационного агентства Дейче Нахрихтен Бюро (Deutsche Nachrichten B ro или ДНБ) последовала самая резкая реакция на опубликованную в «Тан» новость, в которой говорилось о стамбульских переговорах германского посла в Турции Фон Папена с румынским послом Стойкой[30]. Источником этого сообщения выступало британское информационное агентство. ДНБ высказалось так, что «турецкая пресса, в особенности “Тан”, публикует сообщения, имеющие цель внести напряженность в отношения Германии с СССР и Румынией, и распространяет недостоверную политическую информацию. Это один из примеров сотрудничества турецкой прессы с англичанами и евреями»[31]. В своем заявлении, опубликованном в бюллетене Анатолийского агентства, немецкое информационное бюро обратилось к турецкому правительству и призвало его принять меры.

Данное заявление ДНБ и последовавшее за ним обвинение привели к появлению большого количества антигерманских публикаций в турецкой прессе и бурной реакции общественности. Издания, поддерживавшие «Тан», подчеркивали, что сообщение, вызвавшее критику ДНБ, было опубликовано не только в «Тан», и его источником было британское агентство. Поэтому они настаивали на том, что ДНБ следует высказать обвинения в адрес этого агентства, а не упомянутой газеты. Помимо того, некоторые издания потребовали от ДНБ доказательств сотрудничества турецкой прессы с англичанами и евреями. Так конец 1939 г. ознаменовался бурным обсуждением в турецкой печати темы, получившей название «проблемы ДНБ». Почти все турецкие издания выступили с кри-

[29] Pravdanın bir yazısına cevabımız // Tan. 1939. 17 Kasım. S. 5.
[30] Papen-Stoika Mülakatı // Tan. 1939. 20 Kasım. S. 1.
[31] *Sertel M.Z.* Türk matbuatı para ile satın alınamaz // Tan. 1939. 21 Kasım. S. 1.

тикой немецкого информационного бюро[32]. Х.Дж. Ялчын, колумнист газеты «Йени сабах», в своей статье писал об отсутствии у этого бюро каких-либо смягчающих обстоятельств[33]. Подчеркивая необходимость показать Германии недопустимость подобных заявлений в адрес турецкой прессы, Э.И. Бенидже из газеты «Сон тельграф» заявил, что «Анкарский проспект не является колонией Германии»[34]. Х.Дж. Ялчын был более категоричен в своих заявлениях, высказавшись так, что «турецкая пресса — не служанка Германии, а свободный национальный орган»[35]. Н. Садак из газеты «Акшам» настаивал на том, что опубликованная в стамбульской газете новость взята из британских источников и вряд ли может рассорить два государства. Также, по его мнению, заявление, вызвавшее такую бурную реакцию турецкой прессы, являлось местью газете «Тан» после неудачной попытки установления контроля над нею[36].

«Тан» ответила ДНБ статьей, в которой не только доказывала несостоятельность обвинений в своей адрес, но и разоблачала германскую пропаганду в Турции в целом. Она резко высказывалась по поводу немецкого информационного бюро, оклеветавшего и оскорбившего всю турецкую прессу. В своей довольно жестко написанной статье от 21 ноября 1939 г. З. Сертель заявлял: «Если Германия, привыкшая покупать любые газеты и авторов, считает турецкую прессу служанкой, способной продаться иностранным державам, то она ошибается. Информационные агентства и правительство этой страны знают об этом лучше нас. Если они запамятовали, то с их позволения мы напомним им об одном секрете, который до настоящего момента не считали нужным раскрывать»[37]. Далее Сертель сообщает, что немцы хотели заставить замолчать газету «Тан», подкупив ее. Этот способ широко использовался Германией для получения контроля над печатными органами и в других государствах. Сначала немцы перестали публиковать в газете объявления своих фирм, а затем предприняли попытку подкупить издание, выплатив его банковский долг, но эти усилия не увенчались успехом[38]. 25 ноября «Тан» обнародовала список тех,

---

[32] Даже стоящая на прогерманских позициях газета «Джумхурийет» под нажимом общественного мнения, а также колумнистов из других газет, в период широко обсуждения «проблемы ДНБ» была вынуждена публиковать статьи, имеющие антигерманский характер, и поддерживать «Тан». *Nadir Nadi.* D.N.B. tefsiri münasebetiyle // Cumhuriyet. 1939. 22 Kasım. S. 1.

[33] *Yalçın H.C.* Alman D.N.B. ajansı // Yeni Sabah. 1939. 21 Kasım. S. 1.

[34] *Benice E.İ.* Ankara caddesi bir Alman müstemlekesi değildir // Son Telgraf. 1939. 21 Kasım. S. 1.

[35] *Yalçın H.C.* Ibid. S. 1.

[36] *Sadak N.* Dikkatler // Akşam. 1939. 21 Kasım. S. 1.

[37] *Sertel M.Z.* Türk Matbuatı para ile satın alınamaz // Tan. 1939. 21 Kasım. S. 1.

[38] Ibid. S. 6.

кто принял участие в этих действиях: «Байер угрожал нам тем, что прекратит публикацию своих объявлений. Дойче Ориент Банк (Deutsche Orient Bank) предложил финансовую помощь, желая подкупить нашу газету»[39].

В последующие дни «Тан» опубликовала серию статей, разоблачавших германскую пропаганду в Турции и тайную деятельность агентов Третьего рейха[40], при этом разъясняя механизм их деятельности. «Тан» полагала, что для оказания давления на прессу использовались в основном два метода: финансовое давление через публикацию объявлений, являвшихся главным источником дохода газеты, и подкуп изданий или авторов, испытывающих материальные трудности[41]. Данные методы были применены и к «Тан», но оказались безуспешными. Более того, газета обнародовала и эти поползновения, и схему работы германской агентуры в отношении прессы. Все это, безусловно, подрывало престиж Германии на международной арене.

После того как попытки усмирить «Тан» потерпели неудачу, перед агентством ДНБ была поставлена задача нанести удар по репутации этой газеты. Немцы, пытаясь оказать влияние и на правительство Турции, и на непокорное издание, перевели на турецкий язык ту самую статью из «Правды», в которой содержались нападки на «Тан»[42]. Более того, эта статья была издана в виде отдельной брошюры и распространялась в официальных конвертах, принадлежащих печатному отделу посольства Германии[43]. Брошюры были отправлены редакциям разных изданий[44].

Как известно, «Правда» была официальным печатным органом коммунистического СССР. Поэтому, перепечатывая статью из этой газеты, Германия, по мнению «Тан», пыталась подорвать турецко-советские отношения[45]. В этом русле следует оценивать и другие сообщения ДНБ. Так, 7 декабря это агентство опубликовало информацию о том, что Советский Союз и Турция стягивают войска

---

[39] *Sertel M.Z.* Satın alma meselesinin içyüzü // Tan. 1939. 25 Kasım. S. 6; Alman firmaları namına konuşan adam kimdir? // Tan 1939. 12 Aralık. S. 1.

[40] Türkiye'de Alman propagandasının gizli faaliyetleri // Tan. 1939. 09 Aralık. S. 1, 6; Alman propaganda servisi Türkiye'de nasıl çalışır? // Tan. 1939. 10 Aralık. S. 1, 6; Alman propaganda ve istihbarat teşkilatı nasıl çalışıyor // Tan. 1939. 11 Aralık. S. 1, 6.

[41] *Sertel M.Z.* Türk Matbuatı para ile satın alınamaz // Tan. 1939. 21 Kasım. S. 1.

[42] Эта статья под авторством Осипова была опубликована 14 ноября 1939 г. в газете «Правда» (*Осипов Д.* В Анкаре базар, а на базаре газета «Тан» // Правда. 1939. 14 ноября. С. 4). После этого 17 ноября 1939 г. З. Сертель написал свою статью «Наш ответ "Правде"».

[43] Sorabilir miyiz bu mektupları gazetelere niçin gönderiyorlar? // Tan. 1939. 11 Aralık. S. 1.

[44] *Sertel M.Z.* Bizi tahrik etmek mi istiyorlar // Tan 1939. 01 Aralık. S. 1.

[45] *Sertel M.Z.* Almanlar Türk-Sovyet dostluğunu bozmak için uğraşıyorlar // Tan 1939. 08 Aralık. S. 1.

к своим границам на Кавказе[46]. С другой стороны, «Тан», верная принципам антифашизма и антиимпериализма, не скрывала своих симпатий к Советам. И немцы, перепечатывая статью «Правды», передавали ей сообщение: «Вы якобы поддерживаете коммунистов, выступаете на стороне Советского Союза, но посмотрите, они сами недовольны вашими публикациями». На самом деле в тот период «Тан» выступала то с критикой, то с поддержкой внешней политики СССР. Она одобряла линию Советского Союза, но по идеологическим соображениям была против его соглашения с немцами. Германия была фашистским государством, и, как говорил Гитлер, первой мишенью нацистов всегда будет коммунизм[47]. С другой стороны, «Тан» полагала, что соглашение с Берлином было выгодным для СССР[48]. В любом случае, взаимные нападки этой газеты и «Правды» продлились недолго.

В данный период турецкое правительство поддерживало дружественные отношения со странами антигитлеровской коалиции. Поэтому оно не препятствовало тому, чтобы в стране печатались публикации, направленные против Германии. Но в обстановке растущего напряжения между агентством ДНБ и турецкими изданиями власти не могли остаться безучастными. 30 ноября в редакции газет поступили звонки с требованием не размещать оскорбительные материалы в адрес Германии и Италии, если только в прессе этих стран не появятся сообщения, направленные против Турции[49]. Если же это все же произойдет, то, согласно поступившим указаниям, турецкая печать имеет право высказать свою реакцию, но при этом следует указывать статью, на которую дается ответ, а также разместившую ее организацию, дату публикации, название

---

[46] Almanlar Türk-Sovyet dostluğunu bozmak için uğraşıyorlar // Tan. 1939. 08 Aralık. S. 1.

[47] «Эти люди сегодня чувствуют гордость и радость от того, что заключили договор с Советской Россией. Но Советская Россия, как и мы, знает, что они же первыми и поднимут оружие против Москвы». *Gündüz A.* Alman matbuatı 'D.N.B. ajansı haklıdırlar!' // Tan. 1939. 12 Aralık. S. 1.

[48] «Советско-германский договор — это попытка остановить немецкую агрессию. Для Германии это не победа, а поражение». *Sertel M.Z.* Sovyet-Alman anlaşmasının gaye ve manası // Tan. 1939. 24 Ağustos. S. 1.

«Сталин, который вчера отказался таскать каштаны из огня для демократов, сегодня не будет обжигать себе руки для удовлетворения империалистических амбиций Гитлера... Вы наблюдаете за политикой Москвы после подписания советско-германского договора о ненападении? Советы заняты тем, что методично и последовательно укрепляют свои границы против возможного немецкого нападения. Присоединение балтийских государств, создание границ Литвы, оккупация половины Польши, закрытие румынских границ для Германии, воспрепятствование присутствию немцев в Черном море — всего этого достаточно, чтобы показать, какой линии следует Советская Россия в отношениях с Германией». *Sertel M.Z.* Sovyet-Alman deklarasyonu boş bir kâğıttan ibarettir // Tan. 1939. 01 Ekim. S. 6.

[49] BYEGM Akbaba Mecmuası Dosya. N A/664.

агентства и имя автора[50]. В это же время началось расследование по делу распространения германских брошюр. Так как они были напечатаны газетой «Тюркише Пост» (T rkishe Post), последняя была вынуждена защищаться в суде[51]. Таким образом, давление Германии на «Тан» ослабло. Можно даже утверждать, что газета одержала победу в этом противостоянии. Придерживаясь все той же направленности, она до самого окончания войны продолжала публиковать антигерманские статьи[52].

Заключение

Чтобы оценить усилия, приложенные «Тан» для своей защиты, нужно знать, насколько сильным было Дойче Нахрихтен Бюро в то время. Во-первых, это было центральное информационное агентство Третьего Рейха. Но занималось оно не только распространением новостей и информации. ДНБ было тесно связано с министерством пропаганды Германии, и членов его правления назначал сам Геббельс[53]. Кроме того, в его функции входила и разведывательная деятельность[54]. В тот период ДНБ обладало большим влиянием в Турции, являясь источником 25% турецких новостей. Центр турецкого отделения ДНБ находился в Анкаре и еще один офис — в Стамбуле. Помимо этого существовали и мелкие информационные агентства, связанные с ДНБ: Transcontinent Press, Transocean ve Nachrichten Press Dienst и т.п.[55]

Германия предпринимала попытки повлиять не только на «Тан», но и на другие печатные органы, во многом добившись успеха[56] в основном в отношении националистически настроенных изданий и авторов, стоящих на антисоветских позициях[57].

---

[50] Ibid.

[51] Türkishe Post adliyede // Tan. 1939. 22 Aralık. S. 1.

[52] Наиболее ярким примером, подтверждающим это, является воспоминание Сабихи Сертель, которое она записала в последние дни войны: «К нам в типографию зашел германский журналист, прибывший в Стамбул. Расхваливал фашизм. Потом поведал: “Ваши статьи наделали немало шума в Германии. Геббельс передает вам привет. По его словам, если он поймает вас, то отрежет вам язык”. Я же велела тоже передать привет от меня его господину и добавила, что буду сражаться с фашизмом, пока мне не отрежут язык. Могу утверждать, что по мере своих сил я использовала его в борьбе с Геббельсом и фашизмом». *Sertel S.* Nihayet dilimi kesemedi // Tan. 1945. 6 Mayıs. S. 1.

[53] *Буянова Ю.* Катынское дело: информационная борьба СССР и нацистской Германии (1943–1945 гг.) [Электронный ресурс] // URL: http://www.katyn-books.ru/library/katynskoe-delo-informatsionnaya-borba4.html

[54] *Manka A.G.* İkinci Dünya Savaşı yıllarında Anadolu Ajansı’nın dış haber politikası. Ankara. 2008. AÜ SBE Doktora tezi. S. 35.

[55] *Seydi S.* 1939–1945 Zor Yıllar. Ankara. 2006. S. 33–35.

[56] Ibid. S. 6–7.

[57] *Glasneck J.* Türkiye’de Faşist Alman Propagandası. Ankara. 2007. S. 27.

В противостоянии с германской пропагандой антифашистская и прокоммунистическая газета «Тан» одержала победу. Немцам не удалось склонить на свою сторону турецкую прессу и заставить замолчать это издание. Также неудачными оказались их попытки испортить отношения между Турцией и СССР. Занимаясь своей пропагандистской деятельностью и стараясь подчинить себе печатные издания, Германия стремилась обрести влияние на общественное мнение и привлечь Анкару на свою сторону в противостоянии Советскому Союзу. Однако эти действия не увенчались успехом. Можно утверждать, что не последнюю роль при этом сыграла позиция «Тан» и ее публикации, разоблачавшие пропагандистские маневры немцев. Анкара, к которой Германия периодически обращалась с жалобами на турецкие издания, каждый раз только подчеркивала, что пресса в стране свободна и независима. Но все же при этом правительство рекомендовало печатным органам принять ряд мер для разрядки сложившейся ситуации. Помимо всего прочего, с 1940 г. турецкие издания обязали публиковать только те международные новости, источником которых выступает Анатолийское агентство. Так была ослаблена подрывная деятельность информационных агентов, активно работавших в Турции и бесплатно распространявших новостные бюллетени. Для тех изданий и лиц, которые работали на Германию, этот закон имел самые негативные последствия.

Список литературы

Badoglio P. Italy in the Second World War Memories and Documennts. London, 1948.

Baer M. D. Selanikli Dönmeler. İstanbul, 2011.

Berkes N. Unutulan Yıllar. İstanbul, 1997.

Deringil S. Denge Oyunu. İstanbul, 1994.

Deringil S. İkinci Dünya Savaşında Türk Dış Politikası // Tarih ve Toplum. 1986. N 35. S. 23–24.

Glasneck J. Türkiye'de Faşist Alman Propagandası. Ankara, 2007.

Hart L. II. Dünya Savası Tarihi c.I. İstanbul, 2003.

Kabacalı A. Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü. İstanbul, 1990.

Manka A.G. İkinci Dünya Savaşı yıllarında Anadolu Ajansı'nın dış haber politikası. Ankara, 2008. AÜ SBE Doktora tezi.

Nadir Nadi. Perde Aralığından. İstanbul, 1991.

Sertel M. Z. Hatırladıklarım. İstanbul, 1977.

Sertel S. Roman Gibi. İstanbul, 1987.

Sertel Y. Annem Sabiha Sertel Kimdi Neler Yazdı? İstanbul, 1994.

Seydi S. 1939–1945 Zor Yıllar. Ankara, 2006.

Seydi S. İkinci Dünya Savaşında Türkiye'de Alman beşinci kol faaliyetleri // I. Uluslar Arası Tarihi ve Kültürel Yönleriyle Türk-Alman İlişkileri Sempozyumu. Ankara, 2008. S. 420–436.

Vural M.K. II. Dünya Savaşı Türkiyesinde Bir Muhalefet Örneği Olarak Tan Gazetesi // CTTAD. 2008. VII/16-17. S. 381–395.

Yalman A.E. Yakın tarihte gördüklerim ve geçirdiklerim. İstanbul, 1970.

Yılmaz M. İnönü Dönemi Türk Dış Politikası // Selçuk Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi. 1999. Sa:8. S. 14–31.

Поступила в редакцию
25.04.2014

Ю.Г. Котариди, кандидат филологических наук, доцент кафедры истории зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: a-a-s@yandex.ru

МОТИВЫ АРХАИЧЕСКОЙ СКАЗКИ И НЕОПЛАТОНИЧЕСКАЯ МИФОЛОГЕМА В «ЗОЛОТОМ ГОРШКЕ» Э.Т.А. ГОФМАНА

В статье рассматриваются структурные особенности романтической новеллы Э.Т.А. Гофмана «Золотой горшок», напрямую восходящие к моделям архаической сказки и неоплатонизма. Архетипическая основа сюжета и неоплатоническая парадигма выступают в новелле в синкретическом единстве и обеспечивают повествованию универсальность и многозначность.

Ключевые слова: *архаическая сказка, неоплатонизм, романтизм.*

The article considers the structural characteristics of Romantic short story by E.T.A. Hoffmann «The Golden Pot», directly dating back to the models of archaic fairy tales and Neoplatonism. Archetypal base of the plot and platonic paradigm are combined in syncretic unity, which provides universality and polysemy of the narration.

Key words: *archaic fairy tale, Neoplatonism, romanticism.*

Введение

Фридрих Шлегель утверждал не без основания: только тот может подражать греческой поэзии, кто знает ее вполне. И романтики оправдали его ожидания. Несмотря на всю их обращенность к Средневековью, на их отталкивание от классицистической поэтики, они не отошли от Античности.

Интерес к рецепции неоплатонической эстетики был обусловлен в романтизме несколькими причинами. Как и идеалистическая философия Фихте и Шеллинга, философия неоплатоников противостоит всему тому, что так возмущало романтиков в эпохе Просвещения, становится своего рода «оружием» в полемике с декартовским рационализмом: «В основе мифологического сознания романтиков, — отмечает Е.Н. Корнилова, — лежат два важнейших постулата, один из которых имеет явно философское происхождение, другой — теснейшим образом связан с поэтикой фольклора, конкретнее, сказки. Кантеанско-фихтеанское признание существования трансцендентального (в истоках — *неоплатоновского*) мира, между которым и реальным не существует непроницаемой границы, — есть точка отсчета романтического мифотворчества» [Корнилова, 2001, с. 21].

Идеалистическое учение Платона и его последователей, находящееся где-то на междумирье рационального и иррационального,

философии и мифологии, становится как нельзя более востребованным в очень разнородном по составу кружке йенцев. Вслед за Новалисом, который активно использует в своем творчестве философские мифологемы античности, неоплатоническую идею с новой силой озвучит и Э.Т.А. Гофман. Она станет одним из философских оснований немецкого писателя и в тоже время поводом для романтической иронии и изящной игры с художественной реальностью, которая мерцает у Гофмана то потусторонними, то посюсторонними образами.

Стремление к созданию собственной мифопоэтической модели обуславливает не только использование философских мифологем, но и обращение Гофмана к фольклорным истокам. Так, в знаменитом «Золотом горшке» отпадение от божества и постепенное угасание Единого коррелируется с сюжетом архаической сказки о потерянных женах, который повторяется в новелле трижды с разными вариациями.

«Золотой горшок»

Первая его вариация — любовь Фосфора и Лилии — во многом воспроизводит мотив брака с тотемной женой, который в фольклорной сказке отражает «нормально-экзогамные» браки: «Я хочу быть твоим, о прекрасная лилия; но тогда ты должна как неблагодарное детище *бросить отца и мать, забыть своих подруг*, ты захочешь быть больше и могущественнее, чем все то, что теперь здесь радуется наравне с тобою»[1].

В соответствии с распространенным мотивом архаической сказки о чудесных женах нарушение табу влечет за собой разлуку возлюбленных и смену облика возлюбленной, превращение ее в крылатое существо: «как бы пронзенная светом вспыхнула она в ярком пламени, из него вышло новое существо, которое, *быстро улетев из долины* («schnell dem Tale entfliehend»), понеслось по бесконечному пространству, не заботясь о прежних подругах и о возлюбленном юноше»[2].

Возвращение Фосфором возлюбленной, как это нередко бывает с сюжетами подобного типа, возможно только после сражения с драконом, который у Гофмана выступает в новелле то ли волшебным помощником, то ли хтоническим персонажем, который стремится взять себе в жены или наложницы царевну. Победа над драконом и последующее освобождение лилии влечет за собой восстановление «брака», созвучного в гофмановской трактовке победе Космоса над Хаосом: «Лилия была освобождена, юноша

[1] *Гофман Э.Т.А.* Библиотека мировой новеллы. М., 2000. С. 39.
[2] Там же.

Фосфор обнял ее, полный пламенного желания небесной любви, и все цветы, птицы и даже высокие гранитные скалы в торжественном гимне провозгласили ее царицей долины»[3].

Вторая вариация сюжета о потерянных женах в целом повторяет мотивный ряд предшествующей (любовь Саламандра к зеленой змее, похищение ее у матери, нарушение табу, потеря возлюбленной). Однако восстановление брака (а значит, — утраченной мировой гармонии) не происходит, оно возможно только в далеком будущем, и после «трудных испытаний» Саламандра в земном обличии: «Ниспади к земным духам, пусть они издеваются над тобой, и дразнят тебя, и держат в плену»[4].

Третья вариация сюжета архаической сказки о чудесной жене воплощается непосредственно в истории Ансельма и Серпентины. По сравнению с предшествующими двумя вариациями мотивный ряд этой версии значительно расширен, хотя наказание за невыполненную «трудную задачу», получение с помощью звериной жены волшебного предмета и, наконец, брак Серпентины и Ансельма как нельзя лучше соответствуют логике построения архаической сказки. Тем не менее эта история — все-таки «сказка из новых времен». Архаическое табу не вступать в брак с чудесной женой из другого рода здесь наполняется вполне конкретным содержанием, становится требованием любви и веры в чудеса природы.

Пространственно-временной континуум «Золотого горшка» напрямую отсылает нас не только к миру сказки и мифа, но также тесно связан с традицией неоплатонизма. Не отказываясь в эпизодах, посвященных золотому веку, от цикличности, связанной с временным умиранием и последующим воскресением природы, Гофман все-таки больше тяготеет к плотиновской модели постепенного угасания Единого.

Человек оторвался от «гармонического круга», возвращение Золотого века вынесено за пределы вечности и оказывается возможным только при выполнении определенных условий («не прежде, чем найдутся три таких юноши и сочетаются с тремя дочерьми, можно будет Саламандру сбросить его тяжелое бремя[5]»). После изгнания Саламандра из сада Фосфора цикличность мифа в новелле заметно ослабляется. Неизменное постоянство античного космоса, его круговое движение сменяется роковой необратимостью линейного времени, миф становится историей.

Если иерархия времени и вечности в «Золотом горшке» восходит к более поздним взглядам Плотина, то пространство новеллы

---

[3] *Гофман Э.Т.А.* Библиотека мировой новеллы. С. 40.

[4] Там же. С. 75.

[5] Там же.

явно ориентировано на платоновскую космологию. В дуализме пространства Атлантиды и вполне конкретного и зримого мира Дрездена, где и происходят основные события, легко распознать платоновскую оригинальную концепцию мироздания, разделенного на мир земной и мир Идей.

Пространственная модель «Золотого горшка» предопределена платоновским дуализмом, базирующимся на алгоритмах пралогического мышления. В архаическом мифе все происходящее на верхнем этаже пространства дублируется, отражается на нижних его уровнях. События в Атлантиде и в Дрездене нанизаны на одну нить: ведь как бы ни отделено было мифическое прошлое от современности, у Гофмана оно так же реально, как настоящее, их можно сопоставить и связать.

Дуальная организация пространства в «Золотом горшке» коррелируется также с хронотопом сказки, в которой обычно мифологическая трехчленная вертикаль сжимается до одного чудесного мира или двух миров — потустороннего и посюстороннего. Стоит отметить, правда, что если пространство сказки обычно не слишком разработано, шаблонно и условно, то Гофман в топографии Дрездена много более точен.

Давно замечено, что зачин сказания об Атлантиде («дух взирал на воды») представляет собой реминисценцию книги Бытия, которая сразу же отсылает действие новеллы к началу вселенной, в мифическое первовремя[6]. В архаическом сознании вода выступает как один из образов древнего хаоса, а постепенный переход от водяной стихии к суше обычно воплощает упорядочивание мира. Однако, несмотря на отсылку к Библии, Гофман, по сути, очень далек от ветхозаветного монотеизма, где личное волевое начало упорядочивает мироздание и служит источником возникновения всего живущего.

Этиологический миф «Золотого горшка» тяготеет к совершенно иной космогонической модели самозарождения вселенной: «И вот они заколыхались, и поднялись пенистыми волнами» (*вода*), «как торжествующие победители, подняли гранитные скалы свои... головы» (*земля*), «*солнце* приняло ее в свое материнское лоно» (*огонь*), «она произвела *бурный вихрь*, который сокрушительно прошел через них»[7] (*воздух*).

В пралогическом мышлении огонь, земля, вода и воздух обычно образуют первичный материал для вселенной: смешанные и

[6] См., например: «Сущность и библейский стиль этого отрывка, разумеется, сильно напоминает Творение. Источник тем не менее претерпел значительные изменения и художественно оформлен, как мы увидим, и различия, которые возникают, возможно, более важны, чем сходства» [Negus, 1965, p. 55].

[7] *Гофман Э.Т.А.* Библиотека мировой новеллы. С. 38–39.

неразделенные в хаосе, они разъединяются и «очищаются» в космосе. В духе натурфилософских тенденций своего времени Гофман оказывается ближе к античному типу космогонии и, в частности, к платоновскому «Тимею», в котором космос представляет собой живое существо, возникшее из сопряжения огня с землей, водой и воздухом.

Но не только пространственная организация, но и символика «Золотого горшка» смыкается с учением Платона о душе. В соответствии с ним человеческая душа вынуждена покидать умопостигаемый мир, возвращаясь в мир земной, пока, наконец, очищенная окончательно от телесного, она не поселится в царстве эйдосов. Погружение в стихию материального символизирует в новелле Гофмана, прежде всего, образ Ансельма, заключенного в кристалл. Попадание героя в стеклянную темницу связано не только с вышеозначенным мотивом нарушения табу, но и представляет собой явную аллюзию на платоновское представление о теле, являющемся «тюрьмой» для души.

Пребывание Ансельма в кристалле равнозначно платоновскому падению души в чуждый ей материальный мир, где она вынуждена, прибегая к помощи чувств, смотреть на все сквозь решетки телесного. А поскольку падение души из мира идей не единично, мучения Ансельма не прекращаются даже тогда, когда он несколько раз переживает временную смерть, вновь и вновь просыпаясь в стеклянной тюрьме после глубокого обморока: «Он чувствовал, что и смерть не может его освободить»[8].

При этом характерно, что череда платоновских падений и восхождений души затрагивает в «Золотом горшке» не только незадачливого студента. Обращаясь к читателю с просьбой представить себя в положении Ансельма, а потом вводя в повествование образ учеников и писцов Крестовой школы в стеклянных темницах, Гофман прибегает к приему вторичной условности и выводит эту, лишь на первый взгляд, индивидуальную ситуацию на уровень философского обобщения.

Неоплатоническая модель строится на бинарных оппозициях, изначально предполагая некую раздвоенность, разрыв между идеалом и его земным воплощением, эйдосом и его тенью. Присутствие материального начала в разных душах неодинаково, и неудивительно, что, как и в платоновском мифе о пещере, тот, кто соприкоснулся с миром эйдосов, всегда кажется смешным тем, кто видит на стене лишь тени истинных вещей, тем, кто не замечает, как пишет Гофман, «тяжести темницы»: «Тут ученики и писцы подняли громкий хохот и закричали: “Студент-то с ума сошел:

[8] *Гофман Э.Т.А.* Библиотека мировой новеллы. С. 86.

воображает, что сидит в стеклянной банке, а стоит на Эльбском мосту и смотрит в воду"»[9].

При этом, гофмановское двоемирие неизбежно предопределено именно индивидуальным видением. «Существование каждого из миров, на самом деле, необходимо понимать только субъективно» [Cramer, 1966, s. 60], «раскол мира — это не только свойство самого мира, оно зиждется на восприятии человека, который его рассматривает» [Pikulik, 1987, s. 28], — неоднократно замечают немецкие исследователи. В сущности, это субъективное освоение действительности и есть то самое «наиболее чистое, последовательно проведенное ценностное постижение человека и мира на основе чистого самопереживания», которое представляет собой неоплатонизм, по точному определению М.М. Бахтина [Бахтин, 1986, с. 54–55].

Поэтика «Золотого горшка», без сомнения, вообще тесно сплетается с платоновской гносеологией. У Платона знание отнюдь не означает чувственное, а значит, обманчивое восприятие предметов. Это наше припоминание о мире идей, где душа должна была существовать, «прежде чем попала в оковы тела». А поскольку человеческая душа вынуждена вновь и вновь воплощаться в земном теле, то о высшем идеальном бытии она сохраняет лишь смутное «припоминание», которое порождает тоску о своей потерянной, изначальной родине (ср. Weltschmerz), платоновский анамнезис, оформленный в новелле в духе сентиментально-руссоистской традиции.

Тоска по высшему бытию, «блаженная томительная скорбь» в душе Ансельма возникает только тогда, когда он соприкасается с миром природы, прижимаясь ли к кусту бузины, или же наблюдая за отражением блестящих огней фейерверка в волнах Эльбы: «Он почувствовал удивительное влечение *к зеленому родному местечку* на траве; но едва он на него сел, как все, что он тогда созерцал в небесном восторге и что как бы чуждою силою было вытеснено из его души, снова представилось ему в живейших красках, будто он это *вторично видел*»[10].

И все же круговорот падений и восхождений не бесконечен. Несмотря на то что ограничить свою связь с материальным душа может уже на земле, окончательно отрешиться от оков телесного ей все-таки помогает ее небесный вожатый. Именно он способствует возвращению души к блаженному состоянию, перенося ее после череды падений в царство идей, на ее изначальную родину.

---

[9] *Гофман Э.Т.А.* Библиотека мировой новеллы. С. 87.
[10] Там же. С. 45.

Подобным божественным помощником в новелле Гофмана выступает Серпентина. Она внушает Ансельму любовь к идеальному миру и избавляет его наивную поэтическую душу от непомерной тяжести материи: «О Серпентина, Серпентина, спаси меня от этой адской муки!». И вот как будто тихие вздохи повеяли кругом него и облегли склянку, словно зеленые прозрачные листы бузины; гул прекратился, ослепительное дурманящее сияние исчезло, и он вздохнул свободнее»[11].

В описании Серпентины Гофман неспроста верен плотиновской иерархии красоты, которая была усвоена европейской культурой еще в эпоху Средневековья. Героиня «Золотого горшка» озарена загадочным светом, идущим из запредельного мира, а образ ее, притягательный, неуловимый, временами лишается в новелле четкого телесного контура: «Он затрепетал в глубине души, неподвижно *вперил взоры вверх*, и *два чудных темно-голубых* глаза смотрели на него с невыразимым влечением, и неведомое доселе чувство высочайшего блаженства и глубочайшей скорби (der höchsten Seligkeit und des tiefsten Schmerzes) как бы силилось разорвать его грудь»[12].

Гофмановская Серпентина неотделима в «Золотом горшке» от мифа о происхождении мира, не случайно именно она рассказывает в новелле историю своего отца в восьмой вигилии. Об этой органичной связи между миром Дрездена и эпохой «первотворения», а точнее, между внешней рамой и вставными элементами, восходящей еще к «Декамерону» Боккаччо, упоминается, в частности, в масштабном исследовании «E.T.A. Hoffmann. Leben, Werk, Wirkung». Как утверждает D. Kremer, наглядным примером согласованности («Zusammenspiel») между мужским и женским, между произнесенным (Серпентина) и записанным (Ансельм) текстом становится «Золотой горшок», где «поэтическая запись («Niederschrift») обещает стать непосредственным результатом суфлирующей речи в случае, если писарь Ансельм привяжется чисто *платонически* к своей духовной возлюбленной Серпентине»[13].

Любовь к Серпентине способствует выходу Ансельма за пределы материального, помогает соприкоснуться ему с миром эйдосов. И в этом смысле Гофман верен и платоновскому идеализму, в котором Эрот — «самый могущественный из богов», способный «наделить людей доблестью и даровать им блаженство при жизни и после смерти»[14] («Пир»), и Плотину, который представляет Эроса и Психею в качестве Бога и души, связанных супружеским союзом («Эннеады»).

---

[11] *Гофман Э.Т.А.* Библиотека мировой новеллы. С. 86.

[12] Там же. С. 30.

[13] E.T.A. Hoffmann: Leben, Werk, Wirkung. Berlin; Boston, 2012. S. 50.

[14] *Платон.* Избранные диалоги. М., 2002. С. 338.

Однако Серпентина связана не только с идеальным миром, но и с миром материального, миром вещей, на что указывает, в частности, ее хтонический облик и имя (лат. serpens, serpentis — змея). Являясь одним из самых распространенных в пралогическом мышлении образов, змея обычно имеет непосредственное отношение к этиологии, выступая в архаических мифах как один из символов плодородия.

К архетипу змеи как одному из порождающих начал вселенной восходят в новелле также черный крылатый дракон, и зеленая змея, и до известной степени стихийный дух Саламандр, его брат дракон, который живет в кипарисовом лесу около Туниса, и две безымянные золотисто-зеленые змейки. Все они, как и в архаике, так или иначе связаны со стихиями воздуха и огня: «Заключил он зеленую змею в свои объятия, она распалась в пепел, и из пепла рожденное *крылатое существо* с шумом поднялось *на воздух*»[15].

Впрочем, в самом загадочном образе «Золотого горшка» реконструируются не только пласты архаического мифа. Исследователи не случайно сопоставляют Серпентину с Царевной-лягушкой и с Королевой ужей. Ее переменчивый животный облик легко соотносится со сказками о чудесной жене, которая помогает жениху пройти трудные испытания в царстве тестя: «В это мгновение ему представлялось, что любовь Серпентины могла быть наградой за *трудную и опасную работу*, которую он должен предпринять, и что эта работа есть не что иное, как списывание («das Kopieren») Лингорстовых манускриптов»[16].

Несмотря на устремленность к этиологии и частично к эсхатологии и неожиданные превращения и резкие повороты событий, свойственные мифу, хронотоп «Золотого горшка» все-таки содержит в себе многие черты классической волшебной сказки. Как и в фольклорных вариациях, жизнь героя ограничивается в «Золотом горшке» одним возрастным этапом с сопутствующими ему предбрачными испытаниями, после которых Ансельм обязан вступить в род своей жены.

При этом брак является не только конечной целью всех чаяний героя, но и выступает как форма его неизменного благополучия, застывшая в некой точке вечности: «Ты узришь великолепные чудеса золотого горшка и будешь *счастлив навеки*»[17] — не без оснований обещает архивариус Линхорст Ансельму.

Структурная модель волшебной сказки совмещается в новелле с философскими мифологемами неоплатонизма. По Плотину

[15] *Гофман Э.Т.А.* Библиотека мировой новеллы. С. 75.
[16] Там же. С. 58.
[17] Там же. С. 64.

душа в ее земном существовании загрязняется «в силу смешения и соединения с материей», подобно золоту, которое покрывается грязью. Чтобы вернуть себе прежний высший облик, ей необходимо очищение, которое достигается традиционно в «презрении к вещам тленным». Однако отнюдь не каждая душа может вернуться на свою изначальную родину и упокоиться в лоне Единого.

У Плотина на это способны только души с обостренной интеллектуальной интуицией, у Гофмана наивные поэтические души, которые близко соприкасаются с Мировой душой. В неоплатонизме эта связь между микрокосмом и макрокосмом неразрывна: существование души у вселенной предполагает соответственно существование души индивидуальной, как и наоборот: «Все, что было сказано о картине мира («Hoffmans Welt») у Гофмана в целом, аналогично может быть сказано и об изображении человека, — констатирует Лотар Пикулик, отмечая, с одной стороны, разорванность, а с другой, неизбежное единство гофмановского двоемирия. — Макрокосм, как и микрокосм, есть тайна» [Pikulik, 1987, s. 29].

«Если бы в мире не было Бога, его не было бы в нас», — объявляет Плотин. «Кто знает мир?» — «Тот, кто знает себя» — вторит ему Новалис. У Плотина каждый уровень реальности различается присутствием небытия, однако они диффузны, неизбежно перетекают один в другой. Индивид в такой системе координат чувствует себя мистически единым с миром, именно поэтому переход Ансельма в блаженное царство Атлантиды у Гофмана означает не только его личное спасение из плена небытия, но и освобождение из рабства материи всего мироздания. Правда, в далеком будущем и «не прежде, чем найдутся три таких юноши и сочетаются с тремя дочерьми, можно будет Саламандру сбросить его тяжелое бремя»[18].

И это очень существенное уточнение. В духе плотиновской космологии каждый следующий брак с тотемной женой оказывается все более вынесен Гофманом из идеального в материальный мир, в далекое будущее отодвигая окончательную победу Космоса над Хаосом и восстановление исходной гармонии человека и природы.

Материальный мир — есть отражение высшего мира эйдосов, не случайно одним из главных свойств золотого горшка является то, что, как говорит Фосфор, «в его блеске ослепительно-чудесно отражается наше великолепное царство». Однако двоемирие Гофмана — это комната смеха со сложной системой зеркал. И точно так же, как зеркальная поверхность золотого горшка способна отражать царство эйдосов, мир материи тоже мелькает на его глади «в тысячах мерцающих отражений».

[18] *Гофман Э.Т.А.* Библиотека мировой новеллы. С. 76.

Заключение

Диалектический принцип, характеризующий философские построения Платона, находит воплощение в концепции романтической иронии, нашедшей отражение в новеллах Гофмана. Именно ирония, представляющая собой, по определению Ф. Шлегеля, «абсолютный синтез абсолютных антитез, постоянный взаимный обмен двух мыслей, спорящих друг с другом», дает ключ к гофмановской эстетике.

Неоплатонизм с его строгой иерархией категорий тоже подвергается ироническому развенчанию. Именно поэтому мистическое постижение Единого в неоплатонизме вдруг снижается рамочным замечанием Гофмана о том, что ви́дение блаженной Атлантиды возникает в воспаленном мозгу автора только после того, как он выпивает зажженный арак, в котором для пущей убедительности плавает сам архивариус Линхорст, совсем без шлафрока.

И тем не менее даже в свете концепции романтической иронии «Золотой горшок» не лишается цельности мифа. Точно так же, как философия Платона и Плотина, которая находится в промежуточном положении между мифологией и ее понятийным, рационализированным оформлением, Гофман опирается на мифопоэтическое мышление — эмоционально насыщенное, наполненное образами и идеями архаической мифологии.

Гофмановский космос, так же как и космос Платона, рождается из брака материального и идеального. Эта «диалектика мифа», берущая свое начало еще в пралогическом мышлении, легко эксплицируется в новелле через образ золотого горшка, объединяющего в себе телесную и бестелесную природу, идеальное и вещное, огненную лилию как символ высшего бытия и царство материи, «первобытную земную силу», из которой она и произрастает.

Список литературы

Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1986.

Корнилова Е.Н. Мифологическое сознание и мифопоэтика западноевропейского романтизма: Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. М., 2001.

E.T.A. Hoffmann: Leben, Werk, Wirkung. Berlin; Boston, 2012.

Cramer T. Das Groteske bei E.T.A. Hoffmann. München, 1966.

Negus K. E.T.A. Hoffmanns Other World. Romantic Author and his New Mythology. Philadelphia, 1965.

Pikulik L. E.T.A. Hoffmann als Erzähler: Ein Kommentar zu den «Serapions-Brüdern». Göttingen, 1987.

Поступила в редакцию
14.04.2014

СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

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

М.А. Любимцева, аспирант кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: lyubimtseva.m@gmail.com

ВОСПРИЯТИЕ АУДИТОРИЕЙ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТЕКСТА В РОССИЙСКИХ ДЕЛОВЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

В данной статье ставится задача выявить особенности восприятия различных видов текста: как вербального, так и визуального, и аудиовизуального контента в российских деловых интернет-СМИ, определить наиболее и наименее популярные у аудитории типы материалов. Теоретическая база исследования затрагивает определения текста и медиатекста, автор выделяет ключевые характеристики контента в интернет-СМИ в целом и особенности вербального, визуального, аудиовизуального и синтетического контента. Эмпирическая часть исследования построена на анкетировании респондентов с элементами эксперимента. Проведен опрос с использованием скриншотов главных страниц сайтов трех деловых интернет-СМИ — Forbes.ru, Slon.ru и Vedomosti.ru, который выявляет, как внимание аудитории распределяется по страницам и какие критерии респонденты предъявляют к текстам СМИ.

Ключевые слова: *виды текста, медиатекст, контент, интернет-СМИ, внимание аудитории.*

The main task of the article is to identify the particularity of perception of different types of text: verbal and visual, as well as audio-visual content in Russian business online media, to show the most and the least popular types of information. The theoretical base of the study deals with definition of text and mediatext, the author outlines key characteristics of content in online media in general and more particular characteristics of verbal, visual, audiovisual and synthetic content. The empirical part of the study is based on the questionnaire of respondents with experimental elements. The author made research using screenshots of three business online media's front pages — Forbes.ru, Slon.ru and Vedomosti.ru, that reveals how the audience's attention disperses through the pages, and which criteria of media texts are the most important for respondents.

Key words: *types of text, mediatext, content, online mass media, audience's attention.*

Введение

За последний десяток лет интернет-СМИ заняли прочное место в системе российских медиа, среди них выделились массовые и узконаправленные СМИ, универсальные и тематические. Тем не менее сегмент онлайновых СМИ все еще находится в стадии раз-

вития, и их владельцев и сотрудников волнуют вопросы привлечения аудитории и, соответственно, ее монетизации, что возможно лишь при позитивном восприятии продукта СМИ — текста во всех его формах — потребителями. Однако в России восприятие аудиторией материалов на сайтах интернет-СМИ изучено очень слабо. Задача данной статьи — заполнить существующую лакуну, представив результаты анализа того, какие виды медиатекстов в интернет-СМИ представляют для аудитории наибольший интерес, а также мотивов выбора читателя.

Теория и литература

Понятие текста в журналистике ближе к семиотическому, чем к лингвистическому, и «подразумевает последовательность любых, а не только вербальных знаков» [Добросклонская, 2005, с. 28; Засурский, 2005, с. 3]. Таким образом, к текстам относятся и телесюжет, и материал в интернет-СМИ, включающий в себя фотографии и/или видео, и радиотекст, и текст в прессе. Многомерность текста обусловлена развитием новых информационных технологий в настоящее время.

Применительно к электронным СМИ имеет смысл использовать понятие «медиатекст», сочетающий в себе вербальные и невербальные элементы, так как отличительной особенностью медиатекста в интернет-СМИ принято считать мультимедийность.

Медиатекстом сегодня можно считать и медиасообщение, и его часть, и отдельно взятое издание (газета, журнал, радиопередача и т.п.), и печать, телевидение, радио, интернет как таковые [Деминова, 2011]. В. В. Славкин под медиатекстом также подразумевает журналистский текст и утверждает, что изучение текста в принципе, а журналистского — в особенности, должно представлять собой анализ коммуникативной деятельности автора и реципиента [Славкин, 2005, с. 18]. То есть для медиатекста важно его восприятие аудиторией.

Одним из ключевых свойств медиатекста является многоплановость, то есть наличие в составе текста элементов разного типа: визуальных, вербальных, аудиовизуальных. К свойствам медиатекста относятся также динамизм и универсальность.

Медиатекст в интернет-СМИ приобретает некоторые качества, которыми выделяется из среды медиатекстов в целом. Более распространено в медиаиндустрии понятие «контента», или содержания, которое Е.Л. Вартанова определяет как «любые данные — текст, звук, зрительные образы или комбинация мультимедийных данных, представленные в аналоговом или цифровом формате на разнообразных носителях» [Вартанова, 2010, с. 22]. Контент явля-

ется основным продуктом СМИ, созданным для реализации на рынке товаров.

Особенностью текстов в интернет-СМИ является многообразие элементов, которые могут входить в цельный материал — медиатекст. Имеет смысл рассматривать вербальные, визуальные и аудиовизуальные элементы медиатекстов, за счет разнообразных сочетаний которых и строятся «тела» материалов. Стоит отметить, что к видам текстов (или медиатекстов) мы относим как составные части мультимедийного материала, так и самодостаточные медиатексты, содержащие только один тип информации (инфомолекулы).

Для целей нашего исследования мы выделяем следующие виды текстов (медиатекстов) в интернет-СМИ:

— *Вербальные тексты*

М.С. Кухта отделяет вербальные тексты от визуальных на этапе кодирования: «вербальный текст делится на дискретные единицы — знаки, <...> текст строится как вневременная структура на уровне языка и во временной протяженности — на уровне речи» [Кухта, 2004, с. 116]. Вербальный элемент медиатекста определяет направление всего материала. Имеет смысл классифицировать вербальные тексты в интернет-СМИ по жанрам, так как жанр для традиционного вербального журналистского текста является типообразующим фактором.

В эмпирической части данной работы новостные материалы мы обобщаем словом ***«новости»***. Обобщающий характер по отношению к типам текста эмпирическая часть имеет по двум причинам. Во-первых, простой читатель, не вовлеченный в медиасферу профессионально, не делает разграничений между новостными жанрами, для него есть определенные критерии оценки текста, но они не относятся к его жанровой форме. Во-вторых, как уже было сказано, в интернет-СМИ границы жанров особенно размыты, разные виды жанров переплетаются. Поэтому в качестве «новостей» мы берем тексты, целью которых является информирование, а не анализ.

Существуют также многообразные классификации жанров аналитических материалов, но мы выделяем только такой жанр, как ***рейтинг*** — ранжирование объектов по каким-либо признакам. В деловых интернет-СМИ рейтинги занимают особое место, ими прославились деловые издания Fortune и Forbes. Прочие аналитические жанры в эмпирической части мы объединили под словом «***статьи***», сыграв на противопоставлении с «новостями».

— *Визуальные тексты*

М.С. Кухта отмечает следующие отличительные особенности визуальных текстов: «визуальный текст не делится на дискретные

единицы, а знаковость возникает в результате некоторых правил проекции объекта на плоскость, <...> значение порождается всей формой как неделимой целостностью» [там же, с. 116]. То есть визуальный элемент изначально обладает завершенностью, но может выступать как элемент другого материала. В эмпирической части работы из визуальных элементов представлены ***фотографии*** — статичные иллюстрации.

— *Аудиовизуальные тексты*

К аудиовизуальным произведениям Гражданский кодекс РФ относит и просто визуальные, без звукового сопровождения, но в данной работе мы будем основываться на том, что аудиовизуальная информация обязательно предполагает наличие видеоряда [Черчес, 2013, с. 257]. То есть в медиатексте аудиовизуальные тексты представляют собой разные формы видеозаписи. В эмпирической части данной работы аудиовизуальные тексты упрощенно обозначены словом «***видео***».

— *Синтетические тексты* (*инфографика*)

Под синетическими текстами подразумеваются неделимые элементы медиатекстов, в которых совмещены различные виды информации — вербальная и визуальная либо вербальная и аудиовизуальная. Наиболее распространенным синтетическим жанром в деловых СМИ является инфографика. По определению А.В. Вырковского, инфографика — это «форма предоставления информации в графическом виде» [Вырковский, 2012, с. 651]. В эмпирической части данной работы представлена только статичная ***инфографика***.

Методология исследования

Эмпирическая часть исследования построена на анкетировании респондентов с элементами эксперимента. Были выбраны три деловых интернет-СМИ, которые объединяет общая экономическая направленность: Forbes.ru, Slon.ru и Vedomosti.ru. При этом они представляют собой разные типы СМИ: новостное СМИ, большая часть текстов которого близка к газетному формату (Vedomosti.ru, сайт ежедневной газеты); СМИ с преимущественно текстами журнального формата (Forbes.ru, сайт ежемесячного журнала); самостоятельный деловой портал без бумажной версии с уклоном в журналистику мнений (Slon.ru).

Эмпирической базой исследования был опросник, состоящий из 29 вопросов, часть которых закрытые (предлагают готовые варианты ответов), часть открытые (предлагается ответить на вопрос в свободной форме) и часть вопросов подразумевает оценку их компонентов по 10-балльной шкале. Все вопросы являются обяза-

тельными, пропустить ни один из них было нельзя. В общей сумме за март–апрель 2014 г. анкету заполнили 126 человек, погрешность составляет ±8,73%. Характеристики выборки: возраст от 20 до 40 лет включительно, исключительно жители Москвы и Московской области, соотношение мужчин и женщин среди респондентов — 50,8 и 49,2% соответственно. Респонденты подбирались с помощью социальных сетей (vk.com, linked.in), опрос рассылался преимущественно тем, кто подписан на одно из СМИ, участвующих в опросе, в социальных сетях. В случае с LinkedIn предварительно задавался уточняющий вопрос, читает ли респондент хотя бы иногда (пару раз в месяц) одно из этих СМИ. В начале анкетирования предлагалось ответить на вопросы о поле, возрасте и роде деятельности респондентов. В диапазоне от 20 до 40 лет было выделено 4 группы, соотношение между которыми исследователь в процессе опроса старался максимально контролировать, результат можно увидеть на рис. 1.

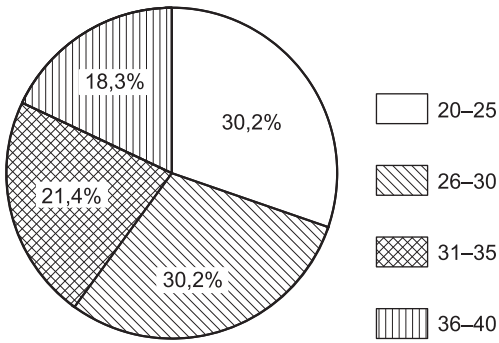


Рис. 1. Возраст респондентов

Данное разделение было проведено с целью определить особенности восприятия текстов интернет-СМИ у разных возрастных групп. Аудитория также делится в соответствии с основным родом деятельности респондентов. Целью деления является выявление особенностей восприятия группы людей, которые имеют один социальный статус. Процентное соотношение респондентов разных социальных групп по роду занятий можно увидеть на рис. 2.

Сдвиг к более молодой аудитории (20–40 лет) обусловлен особенностями аудитории социальных сетей, которые использовались в качестве базы для опроса. В стандартный набор родов занятий читателей добавлен пункт «предприниматель», так как это изначально активная аудитория с нестандартным восприятием.



Рис. 2. Род занятий респондентов

В процессе анкетирования была сделана попытка выявить особенности восприятия разных видов текста в интернет-СМИ как в целом, так и на примере конкретных деловых порталов. Для общего вопроса были предложены следующие виды медиатекстов: Статьи, Новости, Фотографии, Видео, Инфографика, Рейтинги, Спецпроекты, Опросы. Деление на виды текстов условно, это скорее виды контента, элементы медиатекстов. Респондентам было предложено оценить каждый из видов текста по 10-балльной шкале, на основе которых высчитывался усредненный балл. Упрощенное название (например, «статьи» для любых аналитических текстов) служит для облегчения понимания вопроса респондентом.

В рамках опроса использован также метод эксперимента: были сделаны скриншоты главных страниц сайтов вышеперечисленных интернет-СМИ, выделены главные разделы, по которым переходит читатель, заходя на сайт. Респондентам было предложено поставить каждому разделу оценку от 1 до 10 баллов по степени привлечения внимания при просмотре главной страницы. Критерии, в соответствии с которыми респонденты оценивают материалы, выявлялись при помощи открытого вопроса о наиболее интересном разделе.

Также были сделаны скриншоты трех–пяти главных материалов каждого интернет-СМИ, из которых было предложено вы-

брать один. В этом случае факторы, которые могли повлиять на выбор, были заложены уже в опросе, респонденту можно было выбрать несколько из них. Были проанализированы развернутые ответы разных категорий респондентов по поводу каждого из трех СМИ с целью выявления особенностей восприятия каждого из них, а также были изучены критерии, которые предъявляет аудитория к материалам в целом.

Результаты исследования

Восприятие текстов главных страниц Forbes.ru, Slon.ru и Vedomosti.ru

Респондентам был задан вопрос «На какие виды текста в СМИ Вы обращаете внимание в первую очередь?» и было предложено оценить уровень своего интереса по шкале от 1 до 10, где 10 — наивысший интерес, а 1 — не интересуют совсем. На основе выставленных баллов был вычислен средний для каждого вида текста.

Из рис. 3 видно, что Новости являются лидером по интересу аудитории и всего на 0,61 балла от них отстают Статьи (аналитика). Разрыв между вторым и третьим местом (Спецпроекты) значительно больше — почти два балла. Разница между средним баллом Спецпроектов, Фотографий, Рейтингов и Инфографики незначительна, можно считать интерес аудитории к ним в целом одинаковым. Меньше всего привлекают аудиторию Видео и Опросы, средний балл которых не дотягивает и до пяти.

Стоит уточнить, что подразумевается под Спецпроектами, так как данный тип текста не был рассмотрен в теоретической части. Это в большей степени рекламные материалы, написанные однако же в соответствии со стилем и требованиям СМИ. Также из не упомянутых ранее видов контента следует отметить Опросы — интерактивный инструмент, предназначенный для сбора мнений читателей.

Рассмотрим оценки, которые выставила аудитория разным типам материалов на сайте Forbes.ru, отвечая на вопрос: «Какие материалы наиболее привлекают ваше внимание на главной странице?». В вопросе было предложено зайти на сайт Forbes.ru или посмотреть на скриншоты в опросе. Важным для восприятия разделов на сайте является их расположение, так как оно отражает мнение редакции о значимости каждого раздела.

Пять «главных» материалов расположены в левой части главной страницы под рубрикатором, они «переключаются», если навести на них курсор, и каждый из них сопровождает фотография. «Мнения» также расположены слева, но ниже, чтобы увидеть их, нужно спуститься вниз. Раздел «Самое обсуждаемое» расположен справа, сейчас он называется «Самое читаемое» (без фото). Ниже

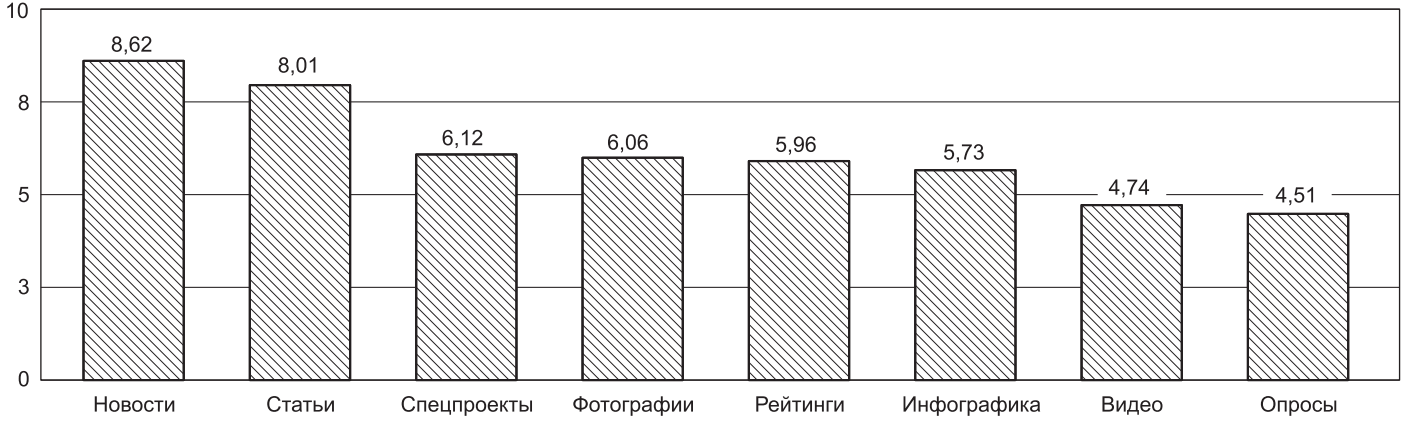


Рис. 3. Распределение внимания аудитории по разным видам текста в СМИ

слева один за другим идут разделы «Фотогалереи», «Видео», «Инфографика», «Рейтинги» и «Миллиардеры», остальные разделы по тематикам, каждый из перечисленных разделов на главной странице дополняют мини-фотографии из материалов. Справа расположены «Опрос» и «Спецпроекты», без фотографий.

Среднюю оценку каждого из разделов можно увидеть на рис. 4.

Безоговорочным лидером ожидаемо стали пять «главных» материалов (8,2 балла). Всего на 0,45 балла ниже аудитория оценила тематические разделы, интерес к которым у каждого читателя индивидуален (7,25). Далее следуют с минимальным отрывом разделы «Самое обсуждаемое» (6,66) и «Мнения» (6,39). Интересно, что и на сайте они расположены очень близко друг от друга. Следующие пять разделов — «Рейтинги» (5,43), «Инфографика» (5,21), «Фотогалереи» (5,19), «Миллиардеры» (5,17), «Спецпроекты» (5,09) стоят практически на одном уровне. На последнем месте снова оказываются «Видео» (3,96 балла) и «Опрос» (3,91 балла), хотя они расположены даже не в самом низу страницы. Мы опустили новостной раздел на странице Forbes.ru, так как специализация данного СМИ — тексты формата «long read», Forbes.ru представляет собой интернет-СМИ журнального типа. По первым двум диаграммам уже можно сделать вывод, что читателей деловых СМИ слабо интересуют опросы и видео. Из последней диаграммы видно, что на распределение внимания больше всего влияет расположение материала и его тематика, раздел по интересам занял второе место по популярности у аудитории. Примерно одинаково аудиторию интересуют мнения экспертов и мнения таких же читателей («Самое обсуждаемое»), фирменные форбсовские рейтинги же оказались ниже по популярности, а еще ниже — визуальный контент.

Аналогичный вопрос респондентам был задан о главной странице Slon.ru. Расположение разделов на Slon.ru совсем иное, нежели на Forbes.ru, аналогичным образом расположены и выглядят только пять главных материалов. С момента составления опроса (начало марта 2014 г.) расположение материалов и сама рубрикация на сайте Slon.ru изменились, добавился раздел «Новости» (под главными материалами слева), раньше же на этом месте был расположен раздел «Сейчас читают», без фотографий, но с количеством просмотров рядом с каждым заголовком. Не изменили расположения разделы «Фото» (отдельно на главной странице не представлен, не дополнен фотографиями), «Авторы» (линейка портретов под тематическими разделами в левой части страниц, «Проекты Slon» (в самом низу страницы, без фотографии). «Тест» с правой части страницы исчез. Баллы между разделами распределились следующим образом (рис. 5).

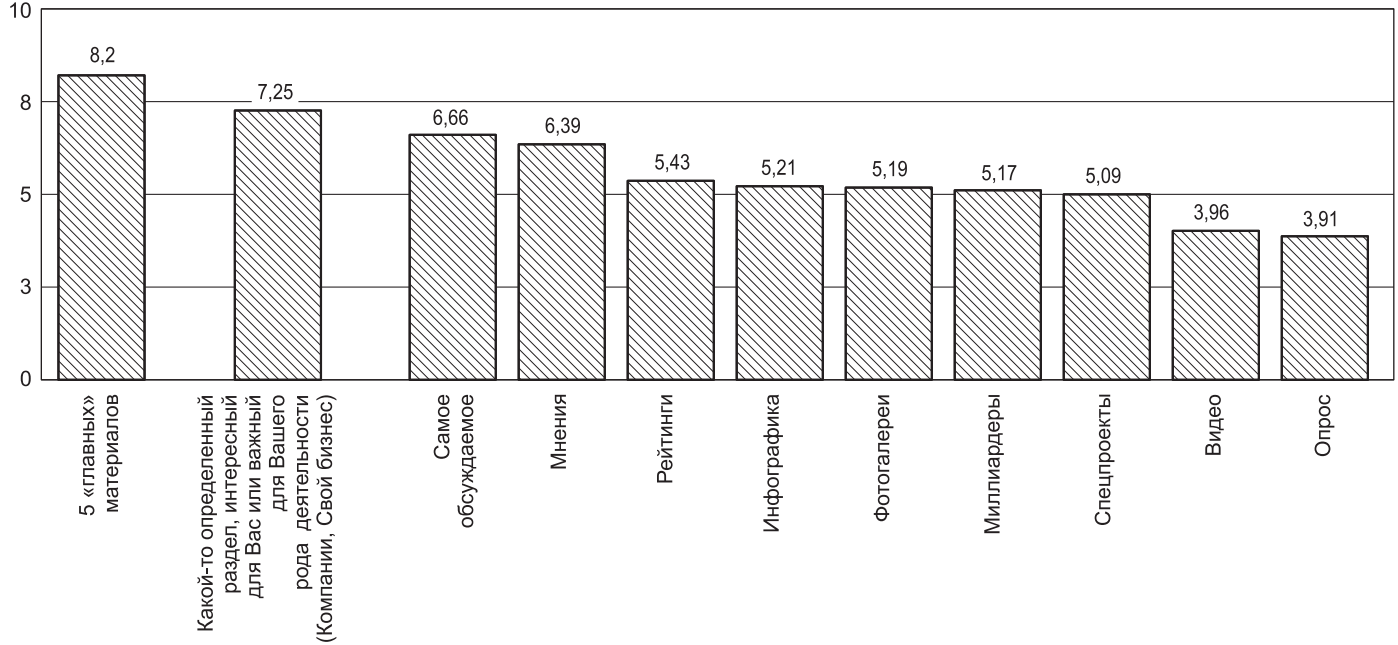


Рис. 4. Распределение внимания аудитории по разделам на главной странице Forbes.ru

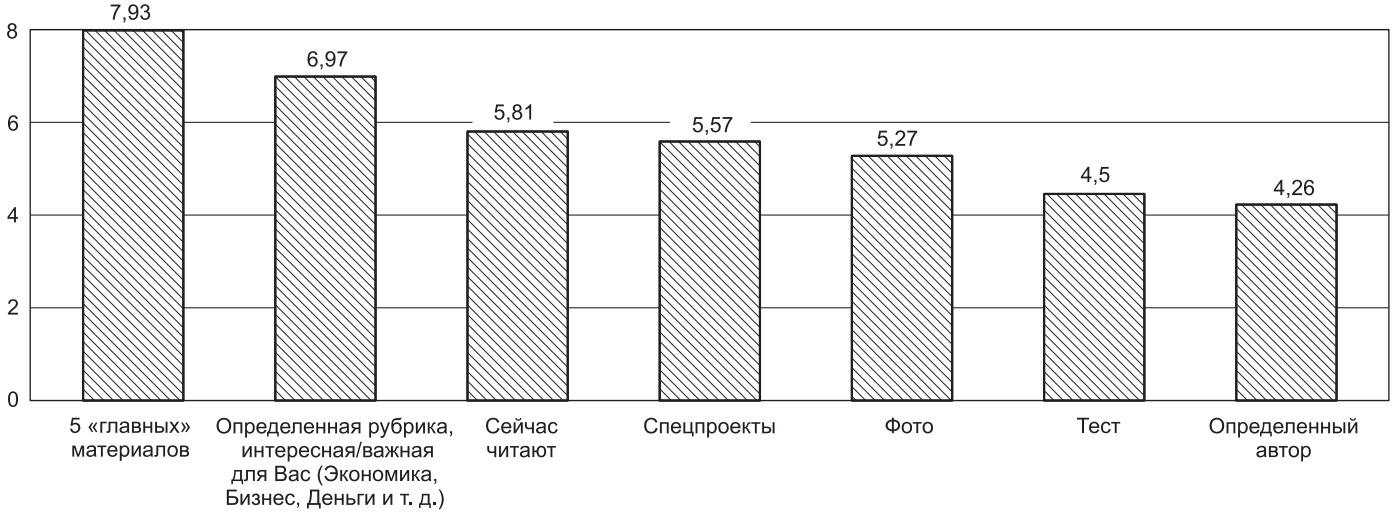


Рис. 5. Распределение внимания аудитории по разделам на главной странице Slon.ru

Как следует из диаграммы, безоговорочным лидером также являются пять главных материалов, почти на балл от них отстают тематические разделы, интересные индивидуально для каждого читателя (6,97 балла). Еще на балл меньше аудитория оценила раздел «Сейчас читают» (5,81), ненамного менее интересны читателям «Проекты Slon» (5,57) и никак не выделенный редакцией раздел «Фото» (5,27). Интерактивным элементом на Slon.ru являлся «Тест», и аудитория оценила его в 4,5 балла. Менее всего же аудитории интересны конкретные авторы (4,26).

Аналогичным образом был сформирован вопрос о материалах на главной странице Vedomosti.ru. Расположение материалов и рубрики на Vedomosti.ru значительно отличаются от двух предыдущих интернет-СМИ. Сразу под рубрикатором идет Спецпроект (в виде красивой линейки), под ним слева идет самый главный материал с фотографией (или несколько материалов, аналитических), еще ниже, по степени уменьшения значимости, расположены новости, две из них также снабжены мини-фотоиллюстрацией. Слева от них находятся разделы «Видео» и «Фото», снабженные стоп-кадрами и примерами фотографий, справа — «Мнения» и другие тематические разделы (с фотографиями), еще правее — «Самое популярное» (без фотографии). Возле каждого материала указано количество отзывов (комментариев) о нем. С момента составления опроса главная страница успела несколько видоизмениться, но расположение материалов в целом осталось тем же. Оценки респондентов различных разделов (типов текстов) представлены на рис. 6.

Лидируют в оценках аудиторией «Новости», интерес к ним оценивается в 8,15 балла. За ними следует главный материал (или несколько) с фотографией (7,5 балла) — это уже аналитические материалы, которые названы в общем вопросе словом «статьи». Ненамного от новостей и главных материалов отстают тематические разделы, выбранные каждым читателем индивидуально (7,16), и «Самое популярное» (6,54), на балл ниже аудитория оценивает свой интерес к разделам «Мнения» (5,83), Спецпроекту (5,56), «Фото» (5,32). И в очередной раз замыкает цепочку раздел «Видео» (4,27).

Сравним оценки по типам текста в каждом издании и интерес аудитории к каждому типу контента в целом представлены в табл. 1.

Конечно, на восприятие аудиторией разных типов текста и разделов оказывают влияние особенности каждого из СМИ. Попробуем проанализировать, как тип СМИ отражается на восприятии. Стоит повторить, что по разделам данных СМИ деление на «Новости» и «Статьи» условно. Мы отнесли раздел «Мнения» к аналитике, так как эти материалы ближе к аналитическим, чем к новостным. Тематические разделы в целом могут содержать как новости, так и аналитику, так же как и разделы «Самое популяр-

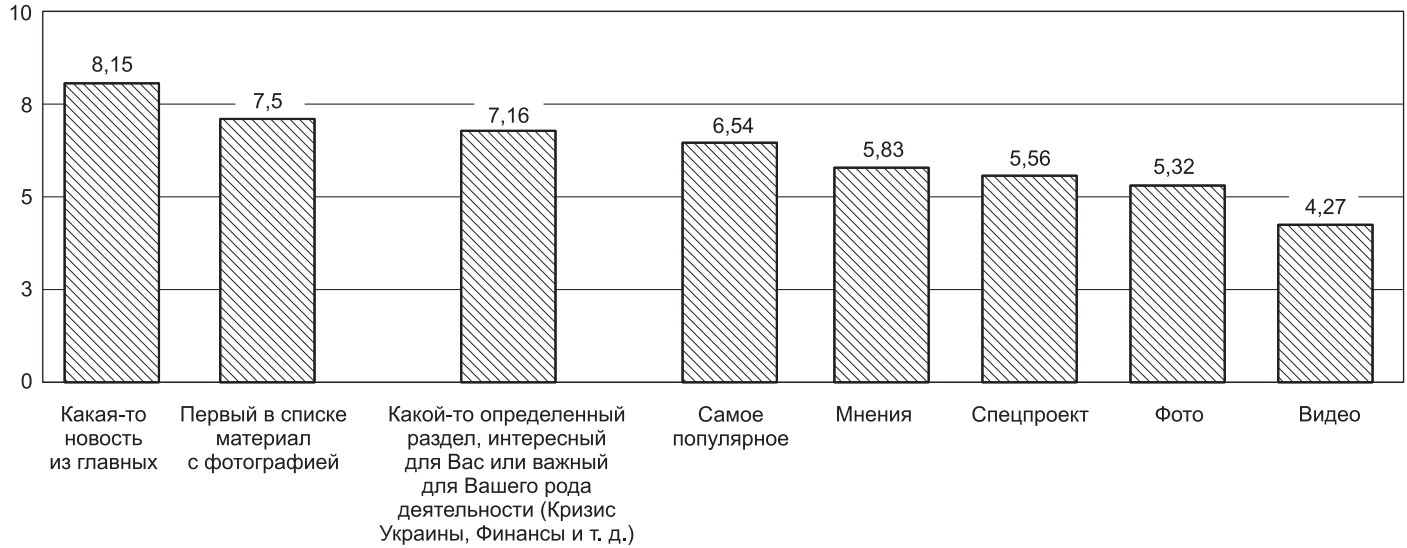


Рис. 6. Распределение внимания аудитории по разделам на главной странице Vedomosti.ru

Таблица 1

Интерес аудитории к различным разделам на главных страницах Forbes.ru, Slon.ru, Vedomosti.ru и интерес к данному типу контента в целом

Типы текста/ названия разделов	Интерес к типу текста вообще, средний балл	Средний балл по трем СМИ	Forbes.ru, средний балл	Slon.ru, средний балл	Vedomosti.ru, средний балл
Новости	8,62	8,15	—	—	8,15
Статьи	8,1	7,9 — главные материалы	8,2 — пять главных материалов	7,93 — пять главных материалов	7,5 — главный материал
		7,1 — тематические разделы	7,25 — тематические разделы	6,97 — тематические разделы	7,16 — тематические разделы
		6,3 — Самое обсуждаемое/ популярное	6,66 — «Самое обсуждаемое»	5,81 — «Сейчас читают»	6,54 — «Самое популярное»
		5,5 — Мнения или Авторы	6,39 — «Мнения»	4,26 — «Определенный автор»	5,83 — «Мнения»
Спецпроекты	6,12	5,4	5,09	5,57	5,56
Фотографии	6,06	5,26	5,19	5,27	5,32
Рейтинги	5,96	5,43	5,43	—	—
Инфографика	5,73	5,21	5,21	—	—
Видео	4,74	4,1	3,96	—	4,27
Опросы	4,51	4,2	3,91	4,5 — Тест	—

ное/обсуждаемое», да и главные материалы, но превалирует в них все же аналитика. До недавнего времени на Slon.ru новости не были выделены на главной странице, поэтому они не вошли в опрос. Большая часть портала Slon.ru — журналистика мнений, но раздел «Авторы» особенно ярко демонстрируют данный тип текстов, поэтому мы сравнили его с разделами «Мнения». Тест на Slon.ru мы приравняли к опросам из-за элемента интерактивности.

Наибольший интерес аудитория проявляет к Новостям (8,62), немного не дотягивают до этой оценки новости на Vedomosti.ru (8,15). Высокой оценке Статей в целом (8,1) соответствует лишь оценка пяти главных материалов на Forbes.ru (8,2), пять главных материалов на Slon.ru несколько им проигрывают (7,93), главный материал на Vedomosti.ru оценен еще ниже (7,5). Следом аудитория оценивает разделы разной тематики, особенной для каждого респондента, от 7,25 балла на Forbes.ru до 6,97 на Slon.ru. Приблизительно одинаково оценены разделы «Самое обсуждаемое» на Forbes.ru (6,66) и «Самое популярное» на Vedomosti.ru (6,54), мы приравняли к ним и раздел «Сейчас читают» на Slon.ru (5,81). Примерно так же аудитория оценивает свой интерес к спецпроектам — 6,12 балла в целом, практически одинаково на Slon.ru (5,57) и Vedomosti.ru (5,56) и чуть ниже на Forbes.ru (5,09). Недостаточно высоко оценены и разделы с фотографиями во всех трех СМИ: против 6,06 балла интереса к фотографиям в целом 5,32 для Vedomosti.ru, 5,27 для Slon.ru и 5,19 для Forbes.ru. Почти совпали оценки интереса к рейтингам в целом (5,96) и рейтингам на Forbes.ru (5,43), к инфографике в целом (5,73) и инфографике на Forbes.ru (5,21). Менее всего аудитории деловых СМИ интересно видео (4,74 балла в целом, 4,27 для Vedomosti.ru и 3,96 для Forbes.ru) и опросы (4,51 в целом, 3,91 для Forbes.ru, 4,5 для теста на Slon.ru). Средний балл по трем СМИ самый низкий все же у видео (4,1).

По итогам проведенного на основе результатов опроса сравнения можно сделать выводы, что наибольшее внимание аудитории привлекают вербальные тексты, при этом новости представляют больший интерес, нежели аналитика разных видов. Новости на Vedomosti.ru получили самый высокий балл среди всех разделов трех СМИ. Визуальный контент интересен аудитории, в общем вопросе традиционные фотографии получили оценку выше, чем инфографика. Однако на Forbes.ru инфографика с минимальным отрывом опередила раздел «Фотогалереи». Выше, чем фотографии, аудитория оценила Спецпроекты на Slon.ru и Vedomosti.ru, соответственно выше и их средний балл по трем СМИ, а также балл в общем вопросе по видам текста. Аудиовизуальный контент же в интернет-СМИ не пользуется особым спросом, видео получили самую низкую оценку в общем вопросе, в вопросе о Slon.ru и по среднему баллу между Slon и Forbes. Возможно, в этом играет

роль сложность одновременного восприятия видеоряда и аудиоряда, упомянутая в соответствующем разделе второй главы теоретической части. В интернет-СМИ же аудитория идет за удовлетворением своих индивидуальных потребностей, что объясняет популярность разделов по интересам и потребностям аудиторий, которые мы объединили под прилагательным «тематические». У Forbes.ru и Slon.ru этот пункт занял второе по популярности место, а у Vedomosti.ru — третье. Не менее важен в восприятии и социальный фактор — влияние общества на интересы индивида, это подтверждается неплохими оценками «популярного» контента (третье место у Slon и Forbes и по среднему баллу между тремя СМИ). Также стоит отметить, что оценки контента в целом практически всегда выше, чем на примерах конкретных СМИ, то есть медиатексты деловых СМИ недотягивают до идеального представления в сознании аудитории.

Критерии выбора текста

Избирательность восприятия аудитории основана не только на не зависящих от нее факторах, таких как расположение материала на сайте, но и от системы критериев, которые предъявляет к тексту аудитория. Причины, по которым читатель выбирает тот или иной материал, исследовались в работе несколькими способами. Было предложено несколько описаний стиля вербального текста, каждый из которых респондент должен был оценить по 10-балльной шкале, где 1 — не согласен/не имеет значения, 10 — абсолютно согласен/имеет наибольшее значение. Средние оценки, которые получило каждое описание стиля текста, представлено в табл. 2.

Таблица 2

Восприятие аудиторией разных стилей написания вербального текста

Описание стиля текста	Средний балл
Материал равным образом освещает мнение каждой стороны конфликта и не делает акцента на мнении какого-либо из участников статьи. Мнение автора в материале проследить очень сложно	8,10
В материале выражена четкая и определенная точка зрения, но при этом автор никак не пытается очернить противоположную сторону конфликта	7,54
Материал убеждает читателя фактами, но язык статьи — иронический, с долей скептицизма, хотя позиция разных сторон конфликта показана беспристрастно	7,13
Материал написан сухо и беспристрастно, лаконично, без эмоций.	5,88
Язык статьи — живой, эмоциональный, близкий к литературному, текст написан в очень язвительных интонациях либо, напротив, с трагизмом	5,84

Таким образом, можно сделать вывод, что эмоциональные статьи наименее востребованы у читателей, слишком сухие тоже не пользуются особой популярностью. Аудитории важнее всего наличие в статье мнений разных сторон конфликта, она ценит объективность автора материала. Журналистика мнений (второй вопрос) также достаточно востребована, тексты авторов-скептиков пользуются чуть меньшей популярностью.

Причины, по которым аудитория выбирает тот или иной тип текста, мы попытались выяснить с помощью открытых вопросов. После вопроса о видах текста, на которые аудитория обращает внимание в первую очередь, следовал вопрос «Почему вы обращаете больше всего внимания на... в СМИ и меньше всего на..?». Следует интерпретировать результаты по этому вопросу, учитывая погрешность (часть людей просто дали ни о чем не говорящие ответы). В случае когда респондент говорит о типе материалов, которым он поставил наивысшие баллы, мы будем говорить о положительном отзыве/оценке/комментарии, а когда, наоборот, респондент поясняет низкую оценку — об отрицательном.

Наиболее часто встречающимся критерием выбора конкретного типа материалов была нехватка времени. Эта причина была упомянута в ответе каждого седьмого респондента. Однако мнения респондентов, какие материалы позволяют сэкономить время, а какие — тратят его зря, расходятся. Для большинства опрошенных важны новости, оперативная информация, факты, потому что они хотят «быть в курсе». Важность новостей упоминает одна треть респондентов. О новостях практически нет негативных комментариев (всего один), так же, как и о статьях, некоторые респонденты выделяют на первом месте новости и оперативную информацию, а другие — мнения, аналитику. Статьи один из респондентов определяет так: «квинтэссенция знаний плюс мнения знающих людей», другой — как «суррогат нормальной, настоящей литературы, способ узнать точку зрения однозначно умных людей». Некоторые читатели упоминают, что любят анализировать мнения по одному и тому же поводу либо искать мнения, аналогичные своему. Есть и пара негативных комментариев по типу: «чужое мнение мне не интересно».

В каждом третьем ответе также присутствовал фактор личного или профессионального интереса. Расположение материала было названо в качестве причины, почему тип текста больше привлекает внимание, только в двух ответах. В том или ином виде были названы следующие критерии, на которые ориентируется аудитория, выбирая материалы: оперативность (4 ответа), информативность (7 ответов), полезность информации (5 ответов), уникальность контента (2 ответа).

Мнения по поводу рейтингов разделились: 7 опрошенных отзываются о них негативно, аргументируя свою позицию тем, что рейтинги «не несут никакой полезной информации», «имеют задержку», «часто не соответствуют действительности», от них нет практической пользы, имеют большую погрешность. Есть и противоположные мнения: некоторые респонденты заявляют, что рейтинги, как и новости, «информативны и полезны для бизнеса».

Интересно разделение респондентов на приверженцев вербальной и визуальной информации. О фотографиях в медиатексте положительно отозвались 7 респондентов. Критерии, которые предъявляют респонденты к фотографиям: качество, интересная подача материала, «красивое». Несколько человек отметили, что визуально им воспринимать информацию проще. Негативно отозвались о фотографиях 10 респондентов, причины были названы следующие: «не содержат аналитику», «больше постановочные», «фиксируется просто какой-то момент, а не причины и результат», невысокая информативность и необходимость детального просмотра, не содержат полезной информации. Трое респондентов отметили, что фотографии — не конек деловых изданий, поэтому там они не привлекают особого внимания. Один из респондентов, профессионально связанный с медиасферой, характеризует фотографии так: «полуразвлекательный материал, позволяющий разбавить стандартную газетную сетку». Преимущества визуального контента один из респондентов выразил следующим образом: «Фотографии ярче и заметнее любого текста, и в них компактно содержится сразу очень много информации». Эти же качества респондент относит и к инфографике. По поводу последней мнения также разделились, положительные отзывы оставили 7 респондентов, отрицательные — 2 человека. Один из респондентов сравнил инфографику с новостью, так как оба эти вида текста «позволяют быстро получить много информации». Также причинами положительной оценки были названы следующие: «и информативно, и полосу разбавляет», «есть возможность одним взглядом охватить всю информацию». Причиной негативной оценки инфографики было названо отсутствие в ней достоверной информации, а также был получен следующий эмоциональный отзыв (авторский стиль сохранен): «Инфографика доводит до состояния невменяемости от бешенства — потому что встречается совершенно на каждом шагу и — ощущение, что рассчитана на детей с умственными отклонениями. Я не знаю, кто был прародителем инфографики и всех современных течений, но я совершенно против всех новшеств, т.к. считаю, что они ведут к тотальному отупению нации». Из этих ответов респондентов можно сделать вывод, что инфографика хорошо прижилась среди более традиционного контента, но

все же, как и ко всем новшествам, к ней пока негативное отношение у консервативной части общества, инфографике доверяют пока далеко не все.

Видео многие респонденты признает тратой времени либо просто наименее значимым контентом, на который времени уже не остается. Негативно о видео отзываются 15 опрошенных (12%). Причинами служат недостаточная информативность, недостоверность, недостаток полезности, «не тянет телефон», вероятность искажения контекста видео. Некоторые респонденты говорят о том, что видео — не «деловой» контент. Но есть и положительные мнения по поводу видео, например один из респондентов называет следующие причины своей высокой оценки: «большая наглядность, эффект вовлечения, соучастия, эмпатии», другой говорит о том, что видео «позволяет за меньшее время получить информацию и запомнить ее с помощью визуализации и слухового восприятия». По поводу опросов не было ни одного положительного комментария, только негативные (12 ответов), о их недостоверности и о том, что они «показывают мнение лишь ограниченной аудитории».

Открытые вопросы по поводу разных типов текста (контента) были заданы и относительно каждого из трех деловых интернет-СМИ. Вопрос звучал так: «Почему именно этот вид текста (которому Вы поставили наивысший балл) у Forbes (Slon, Vedomosti) Вас привлекает?». На основе ответов аудитории были выделены десять основных факторов, влияющих на восприятие материалов на главной странице (табл. 3).

Разберем сначала данные по Forbes.ru. Личный интерес снова оказался самым популярным критерием при выборе типа текста. Ненамного меньше респондентов отметили и актуальность материалов. В отличие от общего вопроса, где расположение не играло особой роли в ответах, при предоставлении респонденту скриншота сайта критерий расположения материалов оказался на третьем месте. Чуть меньше респондентов выделяли подачу материала, схожий критерий. Мы отнесли к нему также ответы о стиле материала, что «выделено главное», «удобно», «сделан оптимально», а также один ответ о том, что привлек заголовок, в общем особенности публикации. Почти настолько же важным для респондентов является наглядность материала, к этому критерию мы также отнесли ответы о том, что внимание привлекли фотографии. Мнения экспертов как привлекающий внимание фактор оказались еще менее популярными. И меньше всего респондентов выделили такие свойства материалов, как полезность («нужные знания») и выделенные в один критерий краткость и ясность. В таблицу мы включили критерии, которые можно было извлечь из ответов хотя бы троих респондентов. Причина выбора, основанная на особен-

Таблица 3

Критерии выбора типа текста аудиторией на главных страницах Forbes.ru, Slon.ru и Vedomosti.ru

Критерий	Средний % от общего числа респондентов	Кол-во ответов, Forbes.ru	% от общего числа респондентов, Forbes.ru	Кол-во ответов, Slon.ru	% от общего числа, Slon.ru	Кол-во ответов, Vedomosti.ru	% от общего числа, Vedomosti.ru
Личный интерес (тематика)	~21	31	~24	28	~22	23	~18
Актуальность	~17	27	~21	18	~14	21	~17
Подача материала	~9,7	13	~10	12	~10	11	~9
Наглядность (+ фотографии)	~8,7	10	~8	12	~10	10	~8
Расположение	~8	19	15	7	~5	5	~4
Профессиональный интерес	~7	14	~11	9	~7	5	~4
Полезность (важность)	~4	6	~5	3	~2	6	~5
Авторство	3,5	-	-	6	~5	2	~2
Мнения экспертов	~3	8	6	3	~2	3	~2
Краткость и ясность	2,5	4	~3	3	~2	—	—

ностях данного интернет-СМИ, была названа только одна: «“Рейтинги” — визитная карточка данного издания».

Проведем аналогичный анализ причин выбора читателями материалов Slon.ru. Личный интерес читателей и в этот раз стал основным фактором, а второе место занял критерий актуальности. Третье место поделили между собой критерии подачи материала и его наглядности. Критерии профессионального интереса и расположения материалов сместились вниз. На Slon.ru, изначально бывшем интернет-СМИ аналитики, мнений и блогов, остается важным критерий авторства. Среди респондентов был и постоянный читатель определенного автора: «“Мои пять копеек” И. Давыдова — то, ради чего стоит дожить до очередной субботы». Один из респондентов проследил механизм привлечения внимания к конкретному материалу на Slon.ru: «В первую очередь обращаешь внимание на фото, по которому можно понять тему статьи. И, разумеется, затем уже ищешь информацию по интересующим тебя событиям».

Два главных критерия выбора типа текста при аналогичном вопросе по сайту Vedomosti.ru остались теми же — личный интерес и актуальность, они находятся практически наравне по количеству упоминаний респондентов. Как и в вопросе о Slon.ru, следующие два критерия — это подача материала и его наглядность. На пятое место в вопросе о Vedomosti.ru выходит критерий полезности, затем расположения материала и профессионального интереса респондента, замыкают список критерии мнений экспертов и авторства. Краткость и ясность не указал никто, возможно, потому, что это стиль Vedomosti.ru в целом. Стоит отметить, что несколько раз респонденты отмечали интересные заголовки, что было редкостью в вопросах о Forbes.ru и Vedomosti.ru (эти ответы вошли в критерий подачи материала). Отмечали и стиль «Ведомостей»: «четко прослеживается мысль в тексте», «без лишней воды». В этом вопросе появились такие критерии, как «высокий уровень анализа», «качественно, понятно и без фактических ошибок», появился фактор доверия редакции.

Мы вычислили средний процент респондентов по каждому критерию. Самым важным критерием для респондентов является их личный интерес или тематика материала (21% респондентов в среднем), близко к этому значение актуальности текста (17%). Третье место занял критерий подачи материала (9,7%), всего на 1% меньше респондентов в среднем выделили критерий наглядности или наличие фотографий, еще на 0,7% меньше — расположение материала. Блок наименее важных для аудитории критериев возглавляет полезность материала (4% в среднем), за ней следует авторство (3,5%), наличие мнений экспертов (3%) и критерий краткости и ясности материала (2,5%).

Респондентам также предложено было выбрать один из трех или пяти «главных» материалов на Forbes.ru, Slon.ru и Vedomosti.ru (которые были представлены скриншотами) и ответить на вопрос: «Что повлияло на Ваш выбор?». На выбор предложено было четыре-пять вариантов ответа. Результаты исследования по Forbes.ru представлены на рис. 7.

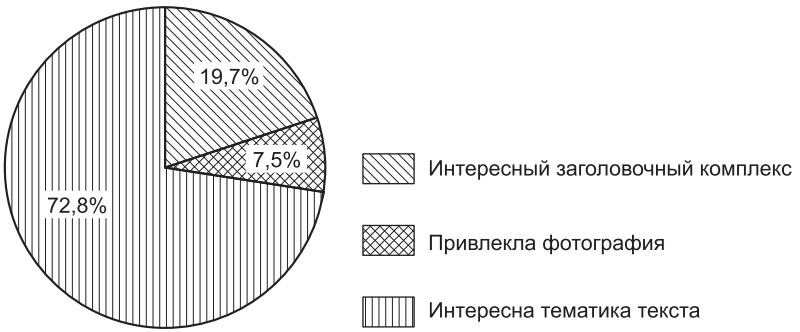


Рис. 7. Факторы, влияющие на выбор аудиторией материала на Forbes.ru

Как видно из диаграммы, личные или профессиональные интересы аудитории являются основным критерием при выборе конкретного материала, намного менее на восприятие влияет заголовочный комплекс и еще меньше фотография. Вариант «Автор текста (знаю, что он пишет качественные материалы)» не выбрал ни один респондент. Результаты опроса по Slon.ru представлены на рис. 8.

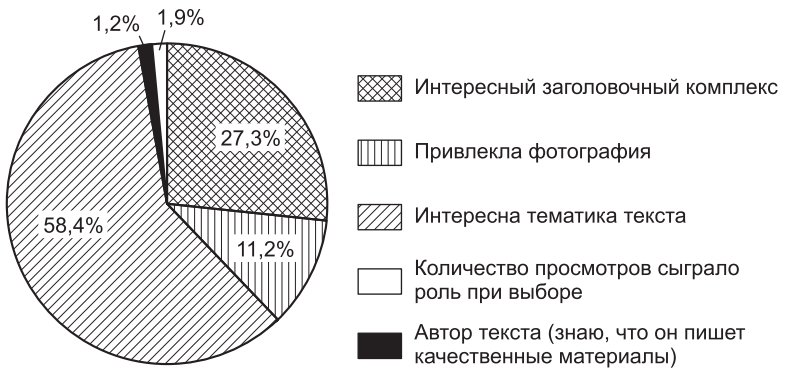


Рис. 8. Факторы, влияющие на выбор аудиторией материала на Slon.ru

Пусть минимальное количество респондентов, но все же выбрали ответ «автор текста», не стоит забывать и о том, что материалы выбираются случайно и вероятность совпадения с любимым автором респондента (если он есть) невелика. На Slon.ru возле

каждого текста есть показатель количества просмотров, мы предположили, что он тоже может влиять на выбор читателей. Но в лидерах остались те же три причины, что и в случае с Forbes.ru, но уменьшилась доля респондентов, ориентирующихся на тематику, и увеличились доли тех, кого привлекает заголовок или фотография. Анализ ответов по Vedomosti.ru представлен на рис. 9.

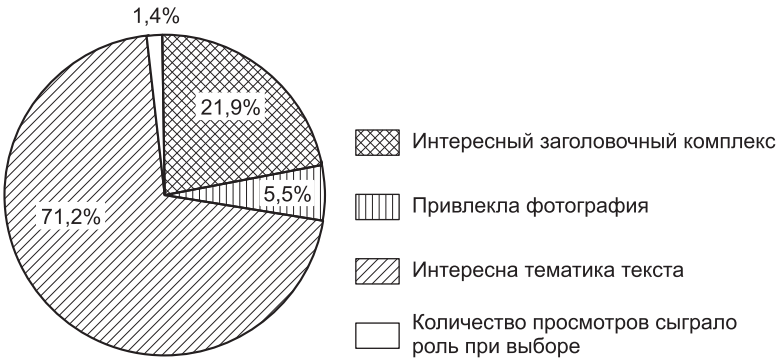


Рис. 9. Факторы, влияющие на выбор аудиторией материала на Vedomosti.ru

Первые три места распределились так же, как и в двух предыдущих вопросах, но вариант «автор текста» снова никто не выбрал. На основе трех предыдущих диаграмм была вычислена средняя доля аудитории по каждому фактору выбора текстов на Forbes.ru, Slon.ru и Vedomosti.ru (рис. 10).

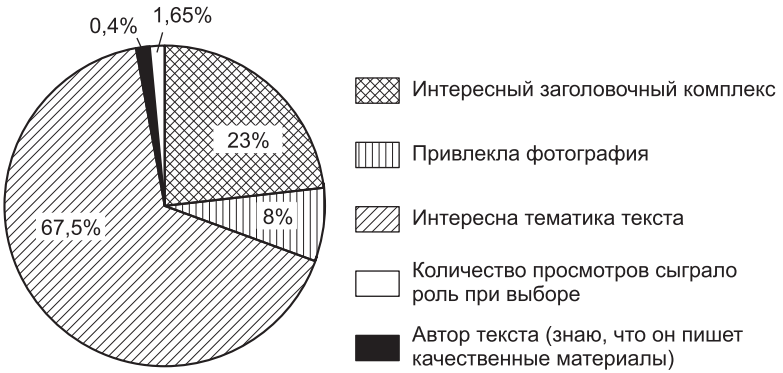


Рис. 10. Факторы, влияющие на выбор аудиторией материала: среднее значение

Личный интерес респондентов на конкретном примере выбора одного из нескольких материалов оказался важнее всего, в среднем этот фактор отметили 67,5% респондентов. Заголовочный комплекс является во всех случаях вторым по популярности фактором при-

влечения внимания к конкретному материалу (23% в среднем), а фотография — на третьем месте (8%). Минимальное количество респондентов привлекает количество просмотров, указанное рядом с заголовком (1,65% в среднем), и совсем единицы ориентируются на автора текста при выборе материала (0,4%).

По критериям, которые аудитория предъявляет к текстам деловых интернет-СМИ, можно сделать следующие выводы. Если говорить о стиле вербального текста, то аудитория больше всего ценит объективность автора материала, представленность разных точек зрения. Почти одинаково низко респонденты оценили сухой и эмоциональный стиль. В абстрактном вопросе о причинах оценки интереса к разным типам текста наиболее частой причиной называлась нехватка времени (каждый седьмой респондент), на втором месте был фактор интереса, личного или профессионального (каждый третий респондент). Личный интерес, или тематика текста, занял первое место по популярности по среднему числу респондентов, упомянувших его в вопросах по трем СМИ, далее по значимости оказались актуальность и подача материала. Интерес к тематике текста в качестве причины выбора занял первое место и в вопросах с примерами конкретных материалов. Второй по популярности из предложенных причин привлечения внимания к материалу стал заголовочный комплекс, третьей — фотография. Для части опрашиваемых проще воспринимать вербальную информацию, для другой части — визуальную, это тоже индивидуальная особенность каждого. Однако приверженцев аудиовизуальной информации не нашлось, видео многие респонденты называли тратой времени. Мнения респондентов по поводу рейтингов разделились, одни считают их бесполезными и неинформативными, другие — наоборот. Треть респондентов в общем вопросе наиболее интересным и важным типом контента выделили новости, многие также положительно отзывались о статьях и о том, как для них важно проанализировать разные мнения по одной теме. Расположение материала в общем вопросе почти не упоминалось, но в вопросе по Forbes.ru этот критерий вышел на третье место по популярности. Особенность формата Slon.ru проявилась в важности критерия авторства, и только по отношению к Vedomosti.ru респондентами упоминался фактор доверия к редакции.

Выводы

Таким образом, исследование — как опрос, так и эксперимент — показало, что новости и статьи являются лидером по интересу аудитории. Примерно равное внимание аудитория в целом уделяет спецпроектам, фотографиям, рейтингам и инфографике. Меньше всего привлекают аудиторию видео и опросы (тесты).

Визуальный и синтетический контент в целом меньше интересен аудитории, при этом фотографии интересуют большую долю аудитории, чем инфографика. Аудиовизуальный контент же в интернет-СМИ не пользуется особым спросом ни в общем вопросе, ни в одном из СМИ. Большую роль играют индивидуальные интересы респондентов: у Forbes.ru и Slon.ru тематические материалы занимают второе место по популярности, а у Vedomosti.ru — третье.

С помощью открытых вопросов мы выяснили, чем руководствуется аудитория при выборе текста в интернет-СМИ. Наиболее часто упоминаемым критерием в абстрактном вопросе о причинах выбора какого-либо типа текста была нехватка времени. В аналогичном конкретном вопросе самым частым критерием стал личный интерес или тематика материала, на втором месте критерий актуальности текста, на третьем — критерий подачи материала. При выборе конкретного материала из подборки в центре главной страницы большая часть читателей руководствуется опять же своими интересами, тематикой текста, почти четверть респондентов ориентируются на заголовочный комплекс и примерно десятая часть — на фотографию. Аудитории в целом больше импонирует объективный стиль вербального текста, в котором представлены несколько точек зрения, меньше всего — сухой или, напротив, эмоциональный стиль. Формат СМИ тоже влияет на восприятие, например только в Slon.ru некоторым читателям действительно важен автор текста.

Список литературы

Деловая журналистика / Отв. ред. А.В. Вырковский. М.: МедиаМир, 2012.

Деминова М.А. Онтология современного медиатекста // Факультет журналистики УРГУ им. А.М. Горького: [сайт]. Екатеринбург, 2011. URL: http://www.journ.usu.ru/index.php/component/content/article/418

Добросклонская Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 28–34.

Засурский Я.Н. Колонка редактора: Медиатекст в контексте конвергенции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 3–6.

Кухта М.С. Модели восприятия информации в вербальных и визуальных текстах // Вестн. ТГПУ. Сер. Гуманитарные науки (филология). 2004. № 3 (40). С. 116–119.

Славкин В.В. Журналистский текст в динамическом аспекте // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 16–20.

Черчес Т.Е. Психологические особенности восприятия аудиовизуальной информации в СМИ // Человек. Коммуникация. Культура: Материалы пятой Международной научно-теоретической конференции. С.-Петерб. Гос. ун-т кино и телевидения; редкол.: А.И. Климин [и др.]. СПб., 2013. С. 256–262.

Поступила в редакцию
03.10.2014

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 (объемом не более 10 строк) должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова (не более 5) после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде постраничных сносок (если есть).

Через постраничные сноски также оформляются подстрочные 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 (Список литературы) 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 подстрочные библиографические ссылки и/или отсылки в тексте статьи (затекстовые библиографические ссылки).

Отсылку в тексте приводят в квадратных скобках в строку с текстом документа: указывается фамилия автора(ов), год издания и страница. Например: [Иванов, 1998, с. 125]. При повторном цитировании: [там же, с. 128] для русскоязычных источников или [Ibid, p. 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.