Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**

Издательство Московского университета

№ 2 • 2022 • МАРТ—АПРЕЛЬ

Выходит один раз в два месяца

Содержание

Экономика СМИ

Смирнов С. С. Финансовая транспарентность крупного медиабизнеса в России: изменение аспектов проблемы 3

История журналистики

Минаева О. Д. Рабселькоры и их задачи в 1920-х гг. Опыт журналов «Работница» и «Крестьянка» 21

Растягаев А. В., Сложеникина Ю. В. Религиозно-философская категория добродетели в метатексте журнала А. П. Сумарокова «Трудолюбивая пчела» (1759) 50

Акчурина А. Р. Модель сентименталистского издания 1790-х гг. в России 68

Современная журналистика: тематика и проблематика

Долохова А. Д., Соболева Е. Д. Представление движения *Black Lives Matter* в издании КПК «Хуаньцю шибао» 94

Язык СМИ

Константинова А. А. Когнитивно-дискурсивный анализ функционирования идиомы *Glass Ceiling* в американских социальных медиа 111

CONTENTS

Media Economics

Sergey S. Smirnov. Financial Transparency of Large Media Businesses in Russia: Changes in the Aspects of the Problem..... 3

History of Journalism

Olga D. Minaeva. Worker-Peasant Correspondents and Their Tasks in the 1920s. The Experience of the Rabotnitsa and Krestyanka Magazines 21

Andrey V. Rastyagaev, Yulia V. Slozhenikina. The Religious and Philosophical Category of Virtue in the Metatext of the Trudoliubivaya Pchela Journal (1759) Published by A. P. Sumarokov 51

Alexandra R. Akchurina. The Sentimentalist Publication Model of the 1790s in Russia 68

Modern Journalism: Subjects and Issues

Anastasiya D. Dolokhova, Elena D. Soboleva. Representation of the Black Lives Matter Movement in the CPC's Newspaper Global Times 95

Media Language

Anna A. Konstantinova. Cognitive-Discursive Analysis of the Idiom "Glass Ceiling" in American Social Media 111

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2022

ЭКОНОМИКА СМИ

Смирнов Сергей Сергеевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: smirnov_s@rambler.ru

ФИНАНСОВАЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТЬ КРУПНОГО МЕДИАБИЗНЕСА В РОССИИ: ИЗМЕНЕНИЕ АСПЕКТОВ ПРОБЛЕМЫ

В статье рассматриваются особенности законодательных норм по формированию и раскрытию финансовой отчетности для разных типов медиапредприятий в современной России. Анализируются трудности, связанные с различием действующих юридических подходов к форматам предоставления информации. В рамках изучения ряда отраслевых кейсов зафиксированы пробелы, мешающие системному сбору и изучению экономических показателей конкретных игроков медиарынка. Автор приходит к выводу, что главной проблемой сегодня является отсутствие в российском государстве обязательного требования именно о консолидированной финансовой отчетности для всех медиакомпаний, представляющих собой холдинговые объединения. Это, в частности, не дает возможности проводить корректные подсчеты объемов национальной медиаиндустрии в целом и ее отдельных сегментов.

Ключевые слова: *медиахолдинг, юридическое лицо, отчетность, показатель, прозрачность, законодательство, требования.*

Sergey S. Smirnov, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: smirnov_s@rambler.ru

FINANCIAL TRANSPARENCY OF LARGE MEDIA BUSINESSES IN RUSSIA: CHANGES IN THE ASPECTS OF THE PROBLEM

This paper examines the legislative norms on forming and revealing financial accountability for different types of media enterprises in modern Russia. The author analyzed the difficulties related to the differences among the existing legal approaches to the formats of information provision. The documents the analysis was based on were as follows: the Tax Code of RF (1998), the laws "On the Stock Market" (1996), "On the Official Statistical Records and the System of State Statistics in the Russian Federation" (2007), "On Consolidated Financial Statements" (2010) and "On Accounting" (2011). The current versions of the texts were borrowed from the information and reference system KonsultantPlus. While investigating a number of industry cases, some gaps were found that prevented

systematic collection and study of economic indicators of certain players in the media market. The sample included six largest media enterprises of the country (Yandex, Mail.Ru, Google, Gazprom-Media, National Media Group and VGTRK) as well as six leaders of the industry's individual segments. The websites of the companies, the Rosstat base and the Internet resource of the Federal Tax Service were used as a source of financial information. The author of the paper concluded that the main problem today is the absence of a mandatory requirement of consolidated financial accountability for all media companies that appear to be holding corporations. This, in particular, makes it imposible to correctly calculate the volumes of the national media industry in general and its individual segments.

Key words: *media holding, legal entity, accountability, indicator, transparency, legislation, requirements.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2022.320

Введение

Относительно невысокая финансовая транспарентность (прозрачность) российского медиабизнеса давно стала для отечественных исследователей отраслевой экономики своего рода аксиоматическим положением. Привычный тезис сводится к тому, что многое можно было бы подсчитать, вычислить, сравнить, сопоставить, отследить и т. д., если бы в наличии имелся системно обновляемый массив показателей большинства участников рынка, в т. ч. всех крупнейших игроков. Оснований опровергать такое утверждение нет: проблема объективно существует уже три десятилетия. Однако сама констатация этого факта еще не раскрывает комплекса причинно-следственных связей, лежащих в его основе. В рамках данной статьи мы ставим перед собой задачу детально разобраться в том, какие именно объективные и субъективные факторы сегодня приводят к тому, что исчерпывающая финансовая отчетность многих действующих российских медиапредприятий не всегда доступна для изучения широкому кругу заинтересованных лиц.

Данный вопрос не относится к категории подробно изученных в отечественных медиаисследованиях. Невысокая прозрачность отрасли как объективная проблема была обозначена еще на рубеже веков (Качкаева, 2000; Блинова, 2001) и не раз констатировалась позднее в трудах, посвященных рыночным трансформациям профессии журналиста (Иваницкий, 2010) и национальной медиасистемы в целом (Гуревич, 2006; Вартанова, 2013). Наличие трудностей выявлялось и при изучении региональных рынков СМИ

(Таиров, 2014), факторов развития медиасистем в разных субъектах федерации (Кирия, Довбыш, 2014а; 2014б), а также государственно-контрактной модели финансирования медиабизнеса (Довбыш, Гудова, 2016). Существуют и отдельные исследования, посвященные анализу финансовых результатов крупных медиакомпаний (Фролова, Хань, 2017).

Но все же вопрос о финансовой транспарентности медиабизнеса (т. е. наличии отчетности и открытого доступа к ней) скорее затрагивается исследователями лишь косвенно, при рассмотрении других экономических процессов в российских медиа. Ранее мы уже пытались очертить комплекс существующих именно в этой сфере пробелов, касающихся деятельности ведущих медиахолдингов (Смирнов, 2014). Однако ситуация с тех пор объективно изменилась, и новые юридические обстоятельства заставляют подробно пересмотреть некоторые аспекты данной проблемы. А именно: нас интересует актуальный комплекс действующих правовых норм и то, как на практике российские медиакомпании исполняют существующие требования.

Методология

В Российской Федерации почти нет специальных правовых норм, регламентирующих финансовую отчетность медиапредприятий (формально – группировки кодов ОКВЭД 2[1] с 58 по 63). Существуют особые исключения, касающиеся некоторых категорий организаций. Во-первых, с 2016 г., согласно Статье 19.2 закона «О средствах массовой информации» (1991), редакции СМИ, издатели и вещатели, получающие денежные средства (в т. ч. за распространение рекламы и контента) из любых иностранных источников обязаны регулярно по установленной форме уведомлять об этом Роскомнадзор, который, в свою очередь, должен публиковать полученные сведения. Вторым исключением является требование, установленное Статьей 25.1 закона «О средствах массовой информации» и Статьей 32 закона «О некоммерческих организациях» (1996). С 2019 г., в случае если организация[2] внесена в Реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, который ведет Министерство юстиции РФ, она обязана регулярно предоставлять в этот орган исполнительной власти среди прочего «отчет о целях расходования денежных средств и использования иного имущества, в том

числе полученных от иностранных источников, и о фактическом расходовании и использовании денежных средств и иного имущества, полученных от иностранных источников»[3]. Но отметим, что главной целью указанных норм является сбор информации именно о происхождении и назначении доходов организаций и составляемая ими документация юридически не эквивалентна финансовой отчетности как таковой.

По умолчанию же на все российские медиапредприятия (включая получающие иностранное финансирование и признанные СМИ-иноагентами) распространяются общие требования законодательства. Таким образом, основой нашего исследования стал анализ текстов следующих нормативных правовых актов: Налогового кодекса РФ (1998), федеральных законов «О рынке ценных бумаг» (1996), «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» (2007), «О консолидированной финансовой отчетности» (2010) и «О бухгалтерском учете» (2011). Актуальные редакции документов брались из информационно-справочной системы «КонсультантПлюс»[4].

Из медиапредприятий в выборку изначально вошли все организации, годовой доход которых превышает 10 млрд руб., что позволяет отнести их к крупному бизнесу (официальный порог в РФ – от 2 млрд руб.). По этому основанию можно выделить следующую «большую шестерку» игроков: ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (ВГТРК), АО «Газпром-Медиа Холдинг» (ГПМ), АО «Национальная Медиа Группа» (НМГ), ООО «Яндекс»/*Yandex N.V.*, ООО «Мэйл.Ру»/*Mail.Ru Group, Ltd.*[5] и ООО «Гугл»/*Google*[6]. Дополнительной частью выборки стали еще десять игроков условного «второго эшелона», являющихся признанными лидерами в своих сегментах медиарынка. Таким образом, суммарно нами были рассмотрены шестнадцать значимых кейсов. Источниками данных для анализа финансовых показателей конкретных юридических лиц послужили официальные сайты самих организаций (или организаций-владельцев), а также база ГМЦ Росстата (доступ через *Integrum*)[7] и ГИР БО Федеральной налоговой службы. Временная рамка исследования охватывает последние десять лет, что позволяет выявить долгосрочную динамику происходящих изменений.

Результаты

Если отследить изучаемый вопрос в исторической перспективе, становится очевидно, что на рубеже 2000–2010-х гг. ситуация с прозрачностью медиабизнеса в России была очень далека от идеала. Корень проблемы в том числе заключался в непроработанной нормативной правовой базе, трудностях в области межведомственного взаимодействия и, конечно, в нигилистическом отношении самого медиабизнеса к отчетной дисциплине. Свою роль, безусловно, играли технологии: документация в регулирующие органы сдавалась преимущественно на бумажных носителях, а количество и функциональность любых электронных сетевых ресурсов были сильно ограничены. И в целом отсутствующая в доступных официальных базах бухгалтерская (финансовая) отчетность (БФО) организаций фактически была скорее правилом, чем исключением. Если конкретизировать, то в рамках Российских стандартов бухгалтерского учета (РСБУ) речь, прежде всего, идет о двух ключевых документах – Бухгалтерском балансе и Отчете о финансовых результатах (до 2012 г. – Отчете о прибылях и убытках).

Согласно нормам Налогового кодекса РФ (Статья 23), ФЗ «О бухгалтерском учете» (Статья 18) и ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» (Статья 8), финансовая отчетность должна была сдаваться в органы Федеральной налоговой службы (ФНС) и Федеральной службы государственной статистики (Росстат) в соответствии с действующими Положениями по бухгалтерскому учету (ПБУ) и в установленных ведомствами форматах (по КНД[8], ОКУД[9] и др.). Отметим, что требования к отчетности и срокам ее предоставления для разных организационно-правовых форм (согласно ОКОПФ[10]) субъектов предпринимательской деятельности, их форм собственности (согласно ОКФС[11]), а также для разных режимов налогообложения (ОСНО, УСНО[12] и др.) всегда были дифференцированы. Главная же проблема заключалась в том, что многие организации – участники медиарынка, предоставляя отчетность в территориальные налоговые органы, не дублировали ее в территориальные органы статистики, в результате чего в базе Росстата, в принципе открытой для широкой общественности, наблюдались системные пробелы.

Но в течение 2010 г. ситуация с базой Росстата постепенно выправлялась: общий объем предоставляемых медиакомпаниями

(как и любыми иными организациями – резидентами РФ) финансовых данных объективно увеличился. Свою роль, безусловно, сыграла цифровизация работы всех государственных и банковских учреждений: бизнесу были предложены более удобные электронные сервисы для подачи отчетности, а фискальные органы получили возможность быстрее отслеживать любое движение денежных средств. Итак, к концу десятилетия отчетность по РСБУ, сдаваемая медиапредприятиями в органы статистики, агрегировалась ГМЦ Росстата и стала доступна через различные коммерческие сервисы (*Integrum, Spark-Interfax, Rusprofile* и др.) неограниченному кругу лиц на платной основе (по подписке).

А в 2020 г. ситуация изменилась радикально: в России был запущен новый Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности (ГИР БО или Ресурс БФО). В соответствии с поправками, внесенными в 2018 г. в ФЗ «О бухгалтерском учете», функции по его формированию и ведению возложены только на ФНС России, в Росстат с 2020 г. финансовая отчетность больше не сдается[13]. На специальном веб-сайте *(https://bo.nalog.ru)* теперь размещается документация, в обязательном порядке предоставляемая юридическими лицами в налоговые органы: Бухгалтерский баланс, Отчет о финансовых результатах, Отчет об изменении капитала, Отчет о движении денежных средств, а также Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах и Аудиторское заключение (при наличии). Принципиально важно то, что новый ресурс ФНС полностью открыт и бесплатен для любых пользователей. Для доступа к отчетности нужны или ИНН[14], или ОГРН[15], или адрес/официальное наименование хозяйствующего субъекта (эти сведения можно найти по открытым источникам). Существует только несколько особых категорий организаций, отчетность которых на ГИР БО не представлена[16]. Пока на ресурсе также не размещается отчетность индивидуальных предпринимателей (ИП) и других форм экономической деятельности без образования юридического лица.

Таким образом, по большому счету проблема публикации финансовой отчетности медиакомпаний по РСБУ с 2020 г. деактуализировалась (см. табл. 1). Осталась одна техническая сложность: поиск организаций на ГИР БО осуществляется в «ручном режиме». То есть, для того чтобы узнать финансовые показатели какой-то выборки медиапредприятий, необходимо знать (найти) точное название каждого юридического лица и/или его реквизиты. Как

показывает практика, сделать это по-прежнему не всегда просто из-за известных несовпадений имен собственных – наименований СМИ/медиабрендов и хозяйствующих субъектов (например, издание «Коммерсантъ» учреждено АО «Коммерсантъ», но издание «Ведомости» – АО «Бизнес Ньюс Медиа»). Тем не менее случившееся вполне можно назвать «революцией прозрачности», которая произошла в рамках общей цифровизации работы органов государственной власти в России. Понятно, что само наличие данных еще не является залогом их корректности и не уникальны случаи, когда ключевые финансовые показатели отдельных организаций приводят в недоумение (например, величины неправдоподобно малы). Но все же обычные поисковые запросы на данный момент дают гораздо более содержательные результаты, чем это было ранее.

Таблица 1

Организация доступа к финансовой отчетности российских предприятий

Нормативная правовая база	Период	Агрегатор отчетности (по РСБУ)	Условия доступа
ФЗ «О бухгалтерском учете» ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в РФ»	до 2020 г.	ГМЦ Росстата	Через платные информационные системы
ФЗ «О бухгалтерском учете»	с 2020 г.	ГИР БО ФНС России	Напрямую бесплатно

Источник: составлено автором

При этом на повестке дня остается другой вопрос – о ведении консолидированной финансовой отчетности (КФО) российскими медиакомпаниями. Если идти от определения, то под КФО подразумевается финансовая отчетность группы взаимосвязанных организаций, рассматриваемых как единое хозяйственное образование. Проще говоря, это общие показатели холдинговых структур, представляющих собой иерархичную совокупность материнского и дочерних (внучатых) юридических лиц. Как известно, на российским медиарынке подобных игроков достаточно много: формально чуть ли не каждая вторая компания сама называет себя медиахолдингом (или медиагруппой), и зачастую это действительно подтверждается структурой собственности, зафиксированной в

ЕГРЮЛ[17] (в случае с ООО, ФГУП, ГУП, МУП, АНО и др.) или держателем реестра акционеров[18] (в случае с АО и ПАО). Для оценки экономического положения холдингов наличие КФО принципиально, поскольку в противном случае имеет место только разрозненная отчетность отдельных организаций (в т. ч. головной), что не дает корректного представления о реальных масштабах и успешности бизнес-объединений целиком. Например, попытка просто суммировать выручку взаимосвязанных юридических лиц для определения их совокупного показателя может дать совершенно неверный результат, поскольку доходы одной организации медиахолдинга зачастую являются расходами другой организации этого же холдинга (продакшн-студия получает средства от телевещателя за контент, типография – от издателя за печать тиража и т. п.).

Согласно ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» (Статья 2), ряд категорий хозяйствующих субъектов в России с 2012 г. обязаны формировать КФО. К ним относятся: кредитные организации, страховые организации (за исключением тех, которые работают только в системе ОМС), негосударственные пенсионные фонды, управляющие компании инвестиционных фондов, паевых инвестфондов и НПФ, клиринговые организации. Также формировать КФО обязаны все организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список (за исключением специализированных обществ и ипотечных агентов). Наконец, с 2015 г. норма распространяется на ФГУП и АО, находящиеся в федеральной собственности, перечень тех и других устанавливает Правительство РФ. Таким образом, медиакомпания может подпадать под требования закона только в двух случаях: либо если ее ценные бумаги обращаются на бирже, либо если она является ФГУП или АО из правительственного перечня.

Закон «О консолидированной финансовой отчетности» (Статья 3) также устанавливает, что КФО составляется в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). Среди прочего это, например, подразумевает детализацию структуры выручки (по сегментам) и структуры расходов (по направлениям). Документация сдается (Статья 4) в Центральный банк РФ (ЦБ), требования к составу отчетности и срокам ее предоставления для разных типов организаций дифференцированы. Как известно, МСФО/*IFRS*[19] и РСБУ отнюдь не эквивалентны (разные

цели, принципы и методы); на данный момент достаточно гармонизированными стандартами считаются *IFRS* и *GAAP (US, UK)*[20]. При этом ведение отчетности по МСФО/*IFRS* и предоставление ее в ЦБ головной компанией бизнес-объединения (холдинга) не освобождает всех его участников (и основное юридическое лицо, и зависимые) от необходимости вести отчетность по РСБУ и предоставлять в ФНС.

Тем же законом «О консолидированной финансовой отчетности» (Статья 7) установлены и требования к раскрытию (публикации) КФО. Если конкретизировать, то в рамках МСФО/*IFRS* речь идет, прежде всего, о двух основных документах – *Accounting balance* и *P&L Statement*. К ним прилагается аудиторское заключение, призванное исключить вуалирование и ошибки. Отчетность считается раскрытой, если она опубликована в информационных системах общего пользования (т. е. в Интернете) или в СМИ (см. табл. 2). Если организация размещает КФО не на собственном веб-сайте, то она должна указать, где именно документация доступна всем заинтересованным лицам (например, площадкой может быть Центр раскрытия корпоративной информации ИА *Interfax*). Аналогичные требования содержит ФЗ «О рынке ценных бумаг» (Статья 30).

Таблица 2

Организация доступа к консолидированной финансовой отчетности российских предприятий

Нормативная правовая база	Период	Агрегатор отчетности (по МСФО)	Условия доступа
ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» ФЗ «О рынке ценных бумаг»	с 2012 г.	Центральный банк РФ	Напрямую бесплатно – на сайте компаний или в иных указанных местах

Источник: составлено автором

Однако, при наличии достаточно подробной нормативной правовой базы, в реальности КФО у российских медиакомпаний пока остается редким явлением. В актуальной редакции вышеупомянутого перечня[21] Правительства РФ соответствующих организаций нет вообще (в документе присутствовало ФГУП «ИТАР-ТАСС»,

но уже исключено из него)[22]. Если же взять медиакомпании, эмиссионные ценные бумаги которых допущены к биржевым торгам, то здесь список ограничивается лишь двумя – это ПАО «РБК» и ПАО «Медиахолдинг»[23], акции которых включены в котировальный список *MOEX* (Россия). Других представителей отрасли, ценные бумаги которых размещены на торговых площадках, нам найти не удалось. В особом положении находятся еще два участника медиарынка – «Яндекс» и *Mail.Ru*. Но на бирже представлены не сами ООО «Яндекс» и ООО «Мэйл.Ру», а их иностранные материнские организации – *Yandex N.V.* и *Mail.Ru Group, Ltd.,* т. е. эмитенты, находящиеся вне российской юрисдикции. Эти компании по умолчанию формируют КФО в соответствии с требованиями площадок, на которых в свое время состоялись *IPO*[24] – *NASDAQ* (США) и *LSE* (Великобритания)[25].

Переходя непосредственно к анализу отобранных кейсов, отметим, что очевидным экономическим «флагманом» среди них сейчас является «Яндекс», увеличивший в 2020 г. стоимость акций в два раза (см. рис. 1) и установивший абсолютный рекорд для российского медиарынка по капитализации – более 20 млрд долларов США.

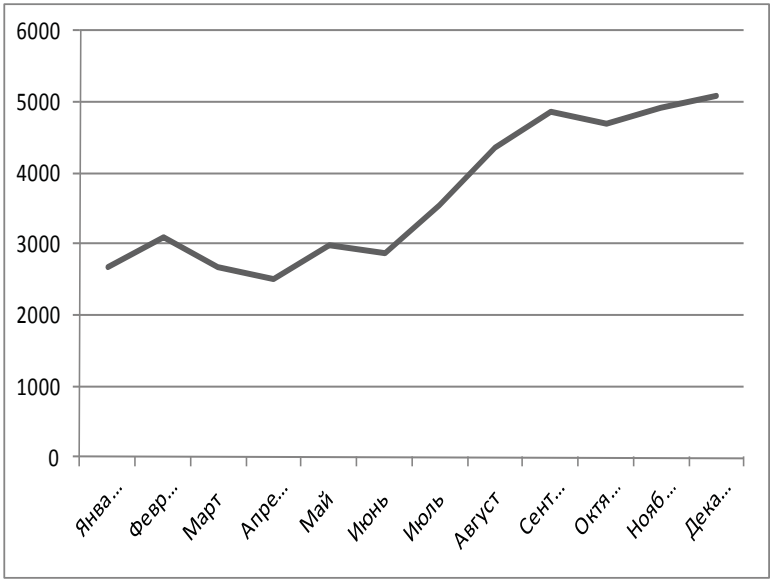


Рисунок 1. Обобщенная динамика курса акций Yandex на MOEX в 2020 г. (руб.)

Источник: MOEX

Поскольку РБК и «Медиахолдинг» пока имеют выручку менее 10 млрд руб. (т. е. не попадают в «большую шестерку»), первостепенный интерес для нас представляют «цифровые гиганты» «Яндекс» (*Yandex*) и *Mail.Ru*, каждый из которых представляет собой группу юридических лиц. Их КФО по *US GAAP* и *IFRS* регулярно публикуется на корпоративных сайтах. Также в открытом доступе можно найти показатели «Газпром-Медиа», головная организация которого – АО «Газпром-Медиа Холдинг» – сама КФО не публикует, но при этом вместе со своими дочерними организациями попадает в периметр консолидации своего собственника – АО «Газпромбанк» (кредитной организации, которая обязана формировать КФО по *IFRS*)[26]. Для указанной тройки холдинговых компаний 2020 год не стал исключением: главные параметры КФО были опубликованы всеми (см. рис. 2).

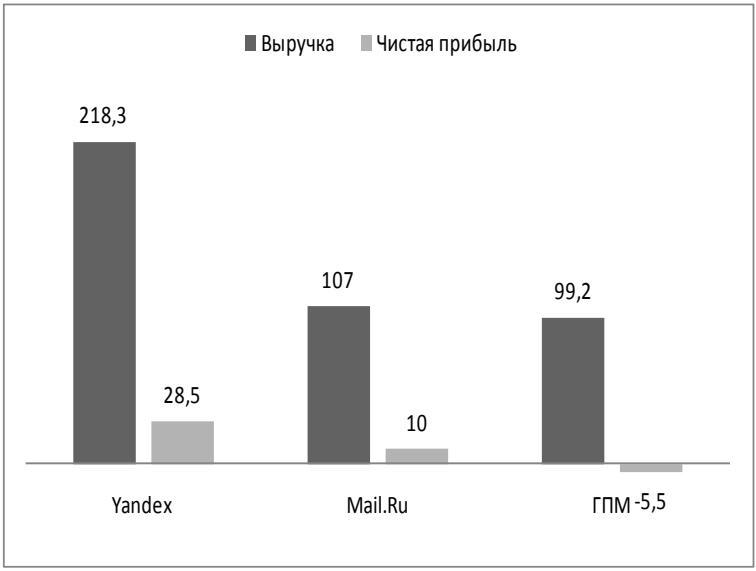


Рисунок 2. Консолидированные выручка и чистая прибыль/убыток российских медиахолдингов в 2020 г. (млрд руб., US GAAP и IFRS)

Источник: Yandex N.V., Mail.Ru Group, Ltd. и АО «Газпромбанк»

К сожалению, на этом примеры КФО крупнейших российских медиапредприятий и заканчиваются: у ООО «Гугл», АО «Национальная Медиа Группа» и ФГУП «ВГТРК» ее нет (по крайней мере, в общедоступном режиме). И если «Гугл» является одиночным юридическим лицом, то НМГ и ВГТРК представляют собой весьма раз-

ветвленные холдинговые структуры (и имеют право формировать КФО по собственной инициативе). За 2020 г. неконсолидированные финансовые показатели были представлены в ГИР БО всеми головными организациями участников «большой шестерки» (см. рис. 3). И при сравнении с консолидированными показателями *Yandex*, *Mail.Ru* и особенно ГПМ становится очевидным, насколько существенна разница между данными по РСБУ и по *IFRS (GAAP)*. В то же время размещаемые на ГИР БО Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах в случае с «Гугл», НМГ и ВГТРК теперь дают гораздо более полное понимание структуры доходов и расходов конкретных организаций.

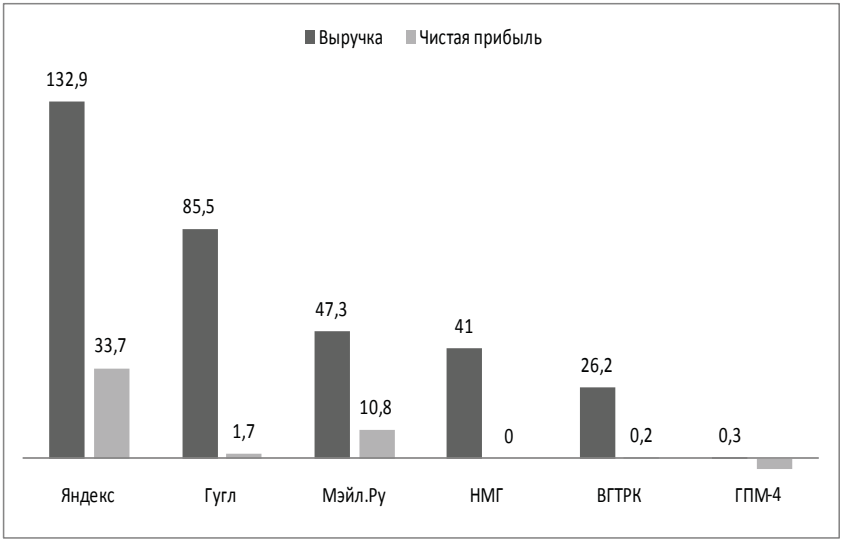


Рисунок 3. Неконсолидированные выручка и чистая прибыль/убыток головных организаций российских медиахолдингов в 2020 г. (млрд руб., РСБУ)

Источник: ГИР БО (URL: https://bo.nalog.ru/)

Поскольку ГПМ, НМГ и ВГТРК являются крупнейшими игроками на рынке телевидения и производства аудиовизуального контента, а «Яндекс», *Mail.Ru* и *Google* – на интернет-рынке, для полноты картины еще имеет смысл отдельно рассмотреть компании-лидеры в сегментах радиовещания и периодической печати (топ-5 самостоятельных игроков[27]). К ним, если опираться на аудиторные показатели[28], в настоящее время относятся «Европейская медиагруппа» (ЕМГ), «Русская медиагруппа» (РМГ), *Krutoy Media*, «Муль-

тимедиа Холдинг» (ММХ), «Румедиа», «ИМ Медиа»[29], *Burda*, *Hearst Shkulev Media* (*HSM*), «Толока» и «Комсомольская правда» (КП). Показательно, что при формировании финансовой отчетности ведущие радиохолдинги и издательские дома России демонстрируют полное совпадение подходов (см. табл. 3).

Таблица 3

Финансовая отчетность топ-5 радиохолдингов и издательских домов России в 2020 г.

Юридическое лицо*	Наличие консолидированной отчетности	Наличие неконсолидированной отчетности	Выручка (РСБУ, млн руб.)	Чистая прибыль/убыток (РСБУ, млн руб.)
Радиохолдинги				
ООО «Европейская Медиа Группа» (ЕМГ)	Под вопросом	Да	441	186
АО «Русская Медиагруппа» (РМГ)	Под вопросом	Да	645	4
ООО «Медиа Холд» (Krutoy Media)	Под вопросом	Да	245	23
ЗАО «Мультимедиа Холдинг» (ММХ)	Под вопросом	Да	137	- 83
ООО «Медиа Новости» («Румедиа»)	Под вопросом	Да	291	- 65
Издательские дома				
ООО «ИМ Паблишинг» («ИМ Медиа»)	Под вопросом	Да	365	- 651**
АО «Издательский дом “Бурда”» (Burda)	Под вопросом	Да	988	10
ООО «Хёрст Шкулёв Медиа» (HSM)	Под вопросом	Да	1 691	138
ООО «ИД “Толока”» («Толока»)	Под вопросом	Да	313	- 13
АО «ИД “Комсомольская Правда”» (КП)	Под вопросом	Да	2 982	83

Источник: ГИР БО (URL: https://bo.nalog.ru/)

* Взяты юридические лица холдингов, имеющие наиболее высокие показатели по БФО, поскольку у головных организаций они иногда бывают ничтожными.
**ООО «ИМ Паблишинг» было создано только в октябре 2020 г. и проводит реорганизацию бизнеса ликвидированного КТ «ООО “Бауэр СНГ” и “Компания”».

Если посмотреть на выручку представленных организаций, то получается, что почти никто из лидеров медиасегментов даже не дотягивает до статуса крупного бизнеса. Но при этом очевидно, что группа юридических лиц, образующих эти холдинги, должна иметь более высокие показатели (связанные фирмы точно есть у большинства[30]). Но, к сожалению, обнаружить КФО нам не удалось ни в одном случае (формально они не обязаны этого делать). Хотя размещаемые на ГИР БО Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах теперь также дают гораздо более полное понимание структуры доходов и расходов конкретных организаций.

Итак, именно эта проблема – отсутствие консолидированной финансовой отчетности – остается сегодня ключевой для достижения полной и системной транспарентности участников российской медиаиндустрии. И если в случае с «гигантами» она все же иногда решается, то в случае с игроками второго-третьего ряда, количество которых исчисляется уже десятками и сотнями, мы сталкиваемся исключительно с неконсолидированной отчетностью отдельных юридических лиц. Следовательно, данный вопрос в идеале еще требует детальной юридической проработки. На наш взгляд, решением может стать нормативное введение обязательной публичной КФО для всех холдинговых объединений, включая игроков национального медиарынка.

Выводы

Ретроспективный анализ деятельности российского медиабизнеса в целом показывает, что развитие законодательства и внедрение новых цифровых сервисов за 2010-е гг. изменило ситуацию с финансовой транспарентностью в лучшую строну. Но, резюмируя, мы вынуждены констатировать, что на данный момент этот вопрос именно для крупных медиапредприятий решен не в полной мере. С одной стороны, несправедливо было бы говорить, что данных нет вообще: они имеются в соответствующих базах и при использовании адекватного поискового инструментария доступны для исследователей. А в ряде случаев мы имеем и открытую публикацию всей искомой информации. Но с другой стороны, очевидная разница между консолидированной (по МСФО) и неконсолидированной (по РСБУ) отчетностью холдинговых организаций создает ситуацию, при которой полная экономическая картина по

медиаиндустрии просто распадается на отдельные фрагменты. Получается, что в конечном счете все упирается именно в отсутствие единых юридических требований для всех субъектов предпринимательской деятельности и, соответственно, регулярной практики их исполнения.

Негативный эффект для медиаисследований здесь, прежде всего, заключается в том, что из-за невозможности корректно обобщить разрозненные финансовые данные отсутствует валидная основа для многих вычислений. Так, чаще всего не удается установить объемы и динамику конкретных сегментов и субсегментов отрасли, и, следовательно, остается постоянно неизвестным ее объем и динамика в целом. А это, в свою очередь, крайне затрудняет или делает просто бессмысленными, например, любые расчеты уровня концентрации (индексов *CR, HHI* и *MOCDI*) и синергетического веса монополистов (индекс *SMCI*). Нехватка данных, разумеется, также осложняет изучение финансового управления и финансовых стратегий медиакомпаний. Если же взглянуть на проблему с позиции медиабизнеса, то, возможно, самим участникам рынка она и не представляется таковой: тактически у неполной прозрачности есть свои выгоды. Однако мы полагаем, что в стратегическом плане транспарентность нужна для адекватного государственного регулирования, конструктивного лоббизма, точной независимой экспертизы, повышения инвестиционной активности, а также реального понимания медиаотраслью своего экономического положения и для возможности содержательного прогнозирования перспектив.

Примечания

[1] Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ред. 2).

[2] Если СМИ-иноагентом признано иностранное юридическое лицо, иностранная структура без образования юридического лица или физическое лицо, они обязаны учредить в России юридическое лицо.

[3] Приказ Министерства юстиции РФ № 105 от 28.06.2021 г.

[4] Консультант Плюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 20.11.2021).

[5] В 2021 г. *Mail.Ru Group* объявила о смене бренда на *VK*.

[6] Речь идет именно о российской «дочке» *Google*, а не о всей международной группе компаний, возглавляемой *Alphabet, Inc*.

[7] Интегрум. Компании. Режим доступа: http://companies.integrum.ru (дата обращения: 05.12.2021).

[8] Классификатор налоговых документов.

[9] Общероссийский классификатор управленческой документации.

[10] Общероссийский классификатор организационно-правовых форм.

[11] Общероссийский классификатор форм собственности.

[12] Общая система налогообложения и Упрощенная система налогообложения.

[13] Отчетность за 2019 г. уже сдавалась организациями в ГИР БО, доступ к отчетности организаций за 2014–2018 гг. будет обеспечиваться Росстатом до окончания 2023 г.

[14] Идентификационный номер налогоплательщика.

[15] Основной государственный регистрационный номер.

[16] От представления обязательного экземпляра отчетности в ФНС освобождены: 1) организации бюджетной сферы; 2) Центральный банк РФ; 3) религиозные организации; 4) организации, представляющие бухгалтерскую (финансовую) отчетность в ЦБ РФ; 5) организации, бухгалтерская (финансовая) отчетность которых содержит сведения, отнесенные к государственной тайне в соответствии с законодательством РФ; 6) организации в случаях, установленных Правительством РФ.

[17] Единый государственный реестр юридических лиц.

[18] Правом на запрос информации (выписки) у хранителя реестра (регистратора или самого общества) о составе акционеров хозяйственного общества обладают только акционеры и номинальные держатели акций данного эмитента. Публичные (биржевые) компании сами обязаны раскрывать данную информацию.

[19] *International Financial Reporting Standards*.

[20] *Generally Accepted Accounting Principles*.

[21] Распоряжение Правительства РФ от 27.10.2015 N 2176-р (ред. от 08.07.2021) «Об утверждении перечня федеральных государственных унитарных предприятий и перечня акционерных обществ, на которые распространяется действие Федерального закона от 27.07.2010 N 208-ФЗ “О консолидированной финансовой отчетности”».

[22] В перечне имеются АО «Почта России» и ПАО «Ростелеком», но они все же являются участниками индустрии связи.

[23] Основным активом «Медиахолдинга» является неэфирный телеканал *O2TV*.

[24] *Initial Public Offering*.

[25] Ценные бумаги *Yandex* и *Mail.Ru* сейчас представлены и на *MOEX* (Россия).

[26] В периметр консолидации ПАО «Сбербанк» попадает ООО «Рамблер Интернет Холдинг» и его дочерние организации, однако их совокупная выручка также не достигает 10 млрд руб.

[27] Под «самостоятельными игроками» в данном контексте подразумеваются организации, не входящие в какие-либо более крупные бизнес-объединения на медиарынке.

[28] Учитываются совокупные показатели *AQH* и *AIR* по данным *Mediascope* за 2020 г. (проекты *Radio Index* и *National Readership Survey*).

[29] В 2020 г. в результате смены собственников ИД *Bauer Media* поменял название на ИД «Иванов Монамс Медиа».

[30] Данные Роскомнадзора об учредителях средств массовой информации из Перечня наименований зарегистрированных СМИ. Режим доступа: https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/ (дата обращения: 05.12.2021); Данные ГМЦ Росстата. Режим доступа: https://companies.integrum.ru/ (дата обращения: 05.12.2021).

Библиография

Блинова О. Н. Медиа-империи России. На службе государства и олигархии. М.: Центр политической информации, 2001.

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

Гуревич С. М. От издательского дома – к медиахолдингу // Медиаскоп. 2006. Вып. 1.

Довбыш О. С., Гудова Е. А. Государственные информационные контракты и их значение для медиарынков российских регионов // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 6. С. 156–174. DOI: 10.14515/monitoring.2016.6.08

Иваницкий В. Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. М.: Изд-во МГУ, 2010.

Качкаева А. Г. Российские средства массовой информации, власть и капитал (к вопросу о концентрации СМИ в России) // Правовое регулирование концентрации и прозрачности СМИ / под ред. *Г. В. Винокурова, А. Г. Рихтера, В. В. Чернышова*. М.: Центр Право и СМИ, 2000. С. 30–100.

Кирия И. В., Довбыш О. С. Региональные диспропорции в развитии медиасистем в России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014 а. № 3. С. 4–14.

Кирия И. В., Довбыш О. С. Региональные диспропорции в развитии медиасистем в России (Часть 2) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2014 б. № 4. С. 84–104.

Смирнов С. С. Медиахолдинги России: национальный опыт концентрации СМИ. М.: МедиаМир, 2014.

Таиров А. Р. Проблемы обеспечения прозрачности региональных рынков СМИ // Медиа. Информация. Коммуникация. 2014. № 9. С. 4–6.

Фролова В. Б., Хань Т. Ф. Оценка финансовых результатов медиахолдингов и факторов, их определяющих // Аудит и финансовый анализ. 2017. №1. С. 251–259.

Notes

Dannye Roskomnadzora ob uchreditelyakh sredstv massovoy informatsii iz Perechnya naimenovaniy zaregistrirovannykh SMI [Roskomnadzor data on the founders of media outlets from the List of Registered Mass Media]. Available at: https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/ (accessed: 05.12.2021); *Dannye GMTs Rosstata* [Rosstat data – Main interregional center]. Available at: https://companies.integrum.ru/ (accessed: 05.12.2021).

Integrum. Kompanii [Integrum. Companies]. Available at: http://companies.integrum.ru (accessed: 05.12.2021).

Konsul'tant Plyus [Consultant Plus]. Available at: http://www.consultant.ru/ (accessed: 20.11.2021).

References

Blinova O. N. (2001) *Mediaimperii Rossii. Na sluzhbe gosudarstva i oligarkhii* [Russian Media Empires. Serving the State and Oligarchy]. Moscow: Tsentr politicheskoy informatsii Publ. (In Russian)

Dovbysh O. S., Gudova E. A. (2016) Gosudarstvennye informatsionnye kontrakty i ikh znachenie dlya mediarynkov rossiyskikh regionov [State Information Contracts and Their Significance for the Media Markets of the Russian Regions]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* 6: 156–174. DOI: 10.14515/monitoring.2016.6.08 (In Russian)

Frolova V. B., Khan' T. F. (2017) Otsenka finansovykh rezul'tatov mediakholdingov i faktorov, ikh opredelyayushchikh [Evaluation of Financial Successes of Media Holdings and the Factors That Determine Them]. *Audit i finansovyy analiz* 1: 251–259. (In Russian)

Gurevich S. M. (2006) Ot izdatel'skogo doma – k mediakholdingu [From a Publishing House to a Media Holding]. *Mediascope* 1. (In Russian)

Ivanitskiy V. L. (2010) *Modernizatsiya zhurnalistiki: metodologicheskiy etyud* [Modernization of Journalism: a Methodological Essay]. Moscow: Moscow State Univ. Publ. (In Russian)

Kachkaeva A. G. (2000) Rossiyskie sredstva massovoy informatsii, vlast' i kapital (k voprosu o kontsentratsii SMI v Rossii) [Russian Mass Media, Power and Capital: Towards Media Concentration in Russia]. In G. V. Vinokurov, A. G. Rikhter, V. V. Chernyshov (eds.) *Pravovoe regulirovanie kontsentratsii i prozrachnosti SMI* [Legal Regulation of Media Concentration and Transparency]. Moscow: Tsentr Pravo i SMI Publ. Pp. 30–100. (In Russian)

Kiriya I. V., Dovbysh O. S. (2014 a) Regional'nye disproportsii v razvitii mediasistem v Rossii (Chast' 1) [Regional Disproportions in the Development of Russian Media Systems (Part 1)]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 3: 4–14. (In Russian)

Kiriya I. V., Dovbysh O. S. (2014 b) Regional'nye disproportsii v razvitii mediasistem v Rossii (Chast' 2) [Regional Disproportions in the Development of Russian Media Systems (Part 2)]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 4: 84–104. (In Russian)

Smirnov S. S. (2014) *Mediakholdingi Rossii: natsional'nyy opyt kontsentratsii SMI* [Russian Media Holdings: National Experience of Media Concentration]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Tairov A. R. (2014) Problemy obespecheniya prozrachnosti regional'nykh rynkov SMI [The Problems of Ensuring Transparency of the Regional Media Markets]. *Media. Informatsiya. Kommunikatsiya* 9: 4–6. (In Russian)

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

Поступила в редакцию
21.12.2021

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Минаева Ольга Дмитриевна, доктор филологических наук, заведующий кафедрой истории и правового регулирования отечественных СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: olg-minaeva@yandex.ru

РАБСЕЛЬКОРЫ И ИХ ЗАДАЧИ В 1920-Х ГГ. ОПЫТ ЖУРНАЛОВ «РАБОТНИЦА» И «КРЕСТЬЯНКА»

В статье рассматриваются задачи рабселькоровского движения, которое активно развивалось в СССР в 1920-х гг. Опыт центральных партийных журналов для женщин в создании рабселькоровского движения интересен с точки зрения реализации задач, поставленных партийными органами перед всей системой пропаганды. Проанализированы документы ВКП(б) этого периода, в которых были определены цели и приемы работы с самодеятельными корреспондентами. Анализ публикаций журналов «Работница» и «Крестьянка» позволил собрать материал о том, как строилась работа по созданию сети рабочих и крестьянских корреспондентов среди женщин. Рассмотрены практики редакций, которые позволяли из малограмотных работниц и крестьянок готовить преданных советской власти журналисток. Рассмотренные материалы позволили сделать выводы о том, что движение выполняло как общие для системы пропаганды задачи (давать центральной власти информацию о настроениях и положении дел в регионах, оценивать достижения и просчеты пропагандистской работы), так и специфические – для работы печати (информировать об эффективности публикаций, расширении тематики прессы и другие).

Ключевые слова: *история советской печати, рабочие и сельские корреспонденты, женские журналы.*

Olga D. Minaeva, Doctor of Philology, Head of the Chair of History and Legal Regulation of Domestic Media, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: olg-minaeva@yandex.ru

WORKER-PEASANT CORRESPONDENTS AND THEIR TASKS IN THE 1920S. THE EXPERIENCE OF THE RABOTNITSA AND KRESTYANKA MAGAZINES

The purpose of this article is to consider the tasks of the worker-peasant correspondent movement, which developed in the USSR in the 1920s. The historical conditions of the establishment of the press by the Bolshevik Party are examined. Its peculiarity consists in the fact that in the 1920s the audience of the Soviet press was

almost illiterate. Despite this, great efforts were made to attract workers and peasants to work in the press as assistants. The analysis of the documents of the Bolshevik Party (including the interview of I.V. Stalin in 1924) made it possible to identify the tasks that were set before the worker-peasant correspondent movement. The study is based on the examination of the experience of the well-known women's magazines Rabotnitsa and Krestyanka, which actively created a network of their readers in the 1920s, who acted as non-professional journalists. As a result, the author of the article was able to collect data on how the editorial boards of these magazines trained non-professional journalists, what methods were used to attract them to work, what difficulties were overcome. The study made it possible to formulate some conclusions. Part of the tasks of the worker-peasant correspondent movement relates to the performance of the Soviet system of agitation and propaganda, created in the 1920s. This movement helped to create channels of communication between authorities and representatives of the people, it simultaneously formed and expressed public opinion. Part of the tasks of the movement relates to the operation of Bolshevik and Soviet newspapers and magazines. For example, it helps to evaluate the effectiveness and relevance of press publications.

Key words: *history of the Soviet press, worker-peasant correspondents, women's magazines.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2022.2149

Введение

В сложных условиях 1920-х гг., когда формировалась система партийно-советской прессы, возникло движение рабочих и крестьянских корреспондентов (рабселькоров). Цель данного исследования – рассмотреть методы работы центральных женских журналов «Работница» и «Крестьянка» по созданию широкого круга рабселькоров и задачи движения.

В 1920-е гг. партийно-советская пресса обращалась к малограмотным и неграмотным людям, имеющим весьма смутные представления о марксизме, коммунизме и целях новой власти. Пресса была (за очень редким исключением в годы нэпа) в руках убежденных коммунистов, которые должны были простым языком, максимально понятно для аудитории изложить свои взгляды и цели, привлечь на свою сторону людей разного возраста, различных национальностей, принадлежащих к разным социальным классам и т. п. В период нэпа, помимо финансовых проблем, постоянным спутником печати был дефицит кадров. Все эти факторы нужно иметь в виду, рассматривая историю рабселькоровского движения 1920-х гг.

О рабселькорах много писали в советскую эпоху[1], рассматривая движение как свидетельство тесной связи партии большевиков и народа. Современные научные трактовки более разнообразны: «можно говорить о феномене рабселькорства» (Сафонов, 2015: 81); рабселькоровское движение можно рассматривать как институт политического контроля (Веселовский, 2012: 66); печать «была призвана показать связь власти и трудящихся, восприимчивость власти к критике снизу», хотя «фактически письма в газету превращались в официальное обращение в компетентные органы» (Слезин, 2002: 545); движение рабселькоров было социокультурным феноменом (Хуако, Жаде, 2020: 73); рабселькоров можно считать «добровольными помощниками» редакций (Веселовский, 2013: 65), а прессу – инструментом массового медиаобразования (Евдокимова, 2020: 60), средством развития социальной активности и общественного диалога (Старкова, 2015: 68). Привлекают внимание работы, в которых рабселькоровское движение рассматривается в контексте исторических условий 1920-х гг. и задач региональной печати (Шитова, 2017; Якимов, 2008).

Выбор женских журналов связан с тем, что история этого типа партийной прессы мало изучена, хотя система печати для советских женщин в 1920–1930-х гг. активно развивалась, включала в себя около 100 периодических изданий, обращалась к значительной аудитории. Отдел по работе среди женщин (Женотдел) ЦК ВКП(б), руководивший центральными партийными журналами «Работница» и «Крестьянка», в значительной степени повлиял на освещение «женского вопроса» в партийно-советской печати в целом.

Рабселькоровское движение, как оно выглядит в истории журналистики, вызывает вопросы о его задачах и сомнения в том, можно ли было тысячи малограмотных людей быстро превратить в почти профессиональных журналистов. Цель данной статьи – на конкретном материале партийных женских журналов 1920-х гг. рассмотреть технологию развития рабселькоровского движения. Можно назвать следующие основные задачи исследования: провести анализ документов РКП(б) / ВКП(б) 1920-х гг., в которых затрагиваются вопросы организации и цели движения рабселькоров; рассмотреть практику женских журналов в работе с рабселькорами; выявить максимально широкий спектр задач рабселько-

ровского движения с точки зрения системы пропаганды в целом и работы редакций женских журналов в частности.

Цель и задачи исследования предопределили применение методов историко-типологического и проблемно-хронологического анализа. Они подразумевают как анализ доступных источников официального характера (документов РКП(б) / ВКП(б) 1920-х гг.), так и изучение конкретно-исторических условий выбранного периода и особенностей работы системы печати. Для сбора сведений по интересующим нас вопросам применялся постраничный просмотр подшивок женских журналов. Руководствуясь принципом объективности и историзма, автор рассматривал явления прошлого в их причинно-следственной связи и в историческом контексте, но с учетом современных оценок советского прошлого. Рабселькоровское движение рассматривается как сложное, многомерное явление, тесно связанное и с системой пропаганды в целом, и с работой редакций партийных женских журналов.

Движение рабселькоров в документах РКП(б) / ВКП(б) в 1920-е гг.

В начале 1920-х гг., когда началось формирование системы партийно-советской прессы, партийные органы неоднократно рассматривали различные аспекты функционирования и повышения эффективности системы печати. В 1921–1932 гг. более чем в десяти партийных документах о печати упоминалось движение рабселькоров и не менее семи документов посвящены конкретным задачам его развития.

В статье «Контроль масс и рабкоры», напечатанной в журнале «Рабочий корреспондент» в 1924 г., Н. К. Крупская, ссылаясь на труды В. И. Ленина, писала, что рабкор «помогает рабочей массе лучше понять коммунизм, научает массу «видеть», критиковать, осуществлять контроль»[2]. То есть подчеркивалась функция рабочего контроля над чиновниками-бюрократами, о которой писал Ленин.

Какие задачи движения рабселькоров были обозначены в партийных документах 1920-х гг. о печати?

- Сформулирована задача контроля за местными органами власти – «разоблачительный» характер «работы рабкоров,

который нужно связать с работой Центральной контрольной комиссии, рабоче-крестьянской инспекции и прокуратуры»[3].

- Разработан алгоритм работы печати и местных партийных комитетов с рабселькорами: «усилить вербовку селькоров», провести их учет и анкетирование, устраивать для них совещания, вести с ними индивидуальную переписку и инструктирование»[4].
- Определены методы работы с рабселькорами:
  – учет напечатанных заметок и запросов по ним в государственные ведомства, учет заметок, по которым начато следствие;
  – обсуждение в газете форм улучшения ее содержания с читателями;
  – своевременная публикация заметок рабселькоров;
  – организация клубов, библиотек для рабселькоров и читателей;
  – созыв уездных, городских и губернских совещаний рабселькоров[5];
  – комсомолу вменяли в обязанность вести воспитательную работу с юнкорами, потому что «движение приобрело громадный размах» (1925 г.)[6].

Очевидно, что эти и другие задачи не могли выполнить редакции газет и журналов, значительную их часть должны были взять на себя центральные и местные партийные комитеты.

В июне 1924 г. в журнале «Рабочий корреспондент» была опубликована беседа с И. В. Сталиным «О рабкорах», в которой названы «роли» или задачи рабселькоров как организованной силы: «выразитель и проводник пролетарского общественного мнения»; «неутомимый борец за улучшение нашего строительства»[7]; не только будущие журналисты или общественники, но «обличители недочетов нашей советской общественности» и борцы с этими недочетами; «командиры пролетарского общественного мнения»[8].

Рабселькор должен быть, по мнению Сталина, независим от учреждений и лиц, с которыми соприкасается в своей работе. С ним нужно вести воспитательную работу, а также обучать минимуму техники журналистики.

Особо отмечено, что рабселькорам нужно вырабатывать в себе чутье журналиста-общественника. Идейное руководство рабселькорами должны осуществлять «редакции газет, связанные с партией», «цензура корреспонденции должна быть сосредоточена в руках газет»[9].

Преследования рабочих и сельских корреспондентов Сталин называет «варварством, пережитком буржуазных нравов». Защищать рабселькоров должна газета, которая способна «поднять жестокую обличительную агитацию против мракобесия»[10].

Уже в 1925 г. в Постановлении ЦК РКП(б) «О рабселькоровском движении» отмечается, что более 150 тысяч рабселькоров объединены вокруг центральных и местных газет[11].

В 1926 г. рабселькоры названы «одной из форм рабоче-крестьянской общественности»[12], то есть они были потенциальными союзниками советской власти, полностью или отчасти включенными в политическую и экономическую сферы.

Рабселькоры рассматривались как «источник формирования кадров» журналистов (и даже кадров руководящих работников редакций), дефицит и низкий уровень подготовки которых отмечался в 1930 г.[13]

В 1931 г. задачи рабселькоров, сформулированные в партийных документах, несколько изменились. Если в 1920-х гг. они разоблачали «мелкие» недостатки, то в 1931 г. они должны «добиваться решительного улучшения качества работы всех звеньев государственного, хозяйственного аппарата, давать отпор классовым врагам и показывать достижения и победы соц.строительства»[14].

С января 1924 г. редакцией «Правды» издавался журнал «Рабочий корреспондент», с января 1925 г. он стал называться «Рабоче-крестьянский корреспондент», главным редактором его была М. И. Ульянова. В журнале обобщался опыт движения рабселькоров, публиковались рекомендации региональной прессе, как привлечь больше самодеятельных журналистов и помочь им.

М. И. Ульянова считается одним из основных организаторов рабселькоровского движения. В очерке «Жена. Сестра» М. Кольцов написал: «Мария Ильинична учит рабочий класс писать. Она вкладывает в перепачканную руку пролетария перо: – Пиши о себе!»[15]. В 1928 г. М. И. Ульянова написала брошюру «Вопросы

руководства рабселькоровским движением». Подобного рода брошюры для местной прессы издавались и в 1924, 1925, 1930 гг.[16] О рабселькоровском движении писали журналы отдела агитации и пропаганды ЦК ВКП(б) «Большевистская печать», «Вестник агитации и пропаганды», «Красная печать» и журнал «Журналист».

Подводя итоги анализа партийных документов и публикаций журналов отдела агитации и пропаганды ЦК ВКП(б), можно отметить, что разнообразные задачи рабселькоровского движения были достаточно четко сформулированы с самого начала его организации. Инициатором создания движения и его руководителем выступала партия большевиков и ее комитеты (от ЦК до местных комитетов).

Документы РКП(б) / ВКП(б) 1920-х гг. и статьи руководящих партийных изданий написаны сухим, бюрократическим языком, с употреблением новой лексики, принятой в среде партийных и советских деятелей: партвоспитание, политучеба, совработа, укомы (уездные комитеты) и губкомы (губернские комитеты), волорганизаторы (волостные организаторы), женотделы, женорганизаторы, охрана матмлада (материнства и младенчества), агитпропотделы, обслуживание широких масс печатью и т. п. Например, заголовок статьи «Задачи агитода»[17] из «Вестника агитации и пропаганды» означал «задачи отдела агитации». Возник целый ряд новых слов, называющих самодеятельных журналистов из народа: рабкоры, селькоры, военкоры, стенкоры, пионеркоры, аулкоры, копкоры (писали о кооперации). Соответственно, феминитивы – женкорка, рабкорка, селькорка, пионеркорка, юнкорка, стенкорка, делькорка (освещали работу делегатского собрания). Слова «рабкорша» и «стенкорша» не прижились, но в 1920-е гг. встречаются часто. Л. Сталь (с 1924 г. редактор журнала «Коммунистка») писала, что напрасно «товарищи начинают сочинять замысловатые названия типа «делькорок» и «копкорок»[18], но сама привычно писала: «рабселькорки».

Опыт центральных партийных женских журналов в создании и развитии рабселькоровского движения

Борьба за равноправие женщин была одним из важных направлений деятельности партийных и советских органов после Октябрьской революции. В 1919 г. в ЦК РКП(б) был создан отдел

по работе среди женщин[19] (далее – Женотдел), который участвовал в разработке большей части документов агитационно-пропагандистского отдела ЦК, конкретизируя общие задачи агитпропаганды применительно к женской аудитории[20].

Центральные партийные журналы «Крестьянка» (выходил с 1922 г.) и «Работница» (выходил с 1923 г.) играли роль «локомотивов» для региональной женской прессы, показывали, как нужно строить агитацию и пропаганду, оценивали эффективность работы печати, а также разрабатывали методы взаимодействия с аудиторией. Задачи «Крестьянки» и «Работницы», как центральных массовых пропагандистских журналов, были следующие: трансляция коммунистической идеологии на определенные группы женской аудитории, пропаганда новых ценностей; пропаганда идей женского равноправия; всемерное увеличение количества женщин, поддерживающих советскую власть; разъяснение политики партии и советского государства в целом и в «женском» вопросе в частности и др.

В 1924 г. на всесоюзном совещании заведующих женотделами были приняты тезисы по «агитпропработе». Было отмечено, в частности, что «рабкоры и селькоры возникают на местах исключительно самостоятельно», что местные женотделы не руководят их работой[21].

Л. Сталь в статье «Наша печать и участие в ней работниц и крестьянок» в 1925 г. четко сформулировала задачу женских журналов – стать «массовыми организаторами». Для этого она предлагала «увеличивать рост корреспондентов из среды работниц и крестьянок» и «ввести в редакции» группу работниц и крестьянок, участие которых в содержании журналов названо «недостаточно осязательным»[22]. То, что женские журналы заполняются статьями профессиональных журналистов (в том числе и самой Л. Сталь. – *О.М.*), признано недостатком. Превратить неграмотных женщин в журналистов предлагалось с помощью коллективных «читок» коммунистической прессы и участия женщин в кружках «друзей печати».

«Наш журнал «Работница» с большими усилиями выпестовал себе группки рабкорок. Они пишут, пишут с каждым разом все лучше. И все полнее отражают жизнь рабочего коллектива», – писала в 1924 г. в журнале «Красная печать» Ф. Нюрина, работница Женотдела ЦК. Она назвала важной задачу при-

влечь рабкорок не только в женскую, но и в стенную и прочую печать[23].

В таблице 1 приведены данные из «Работницы» о том, как менялось количество рабкоров в 1924 г.[24]

Таблица 1

Количество рабкоров «Работницы» в 1924 г.

	Количество рабкоров 1 января 1924 г.		Количество рабкоров в декабре[25] 1924 г.	
Производственницы	162	47,6 %	331	59,9%
Общественницы	50	14,6%	72	13,2%
Учащиеся	-	-	18	3,4%
Работники женотделов	129	37,8%	129	21,7%
Домашние хозяйки (жены рабочих)	-	-	8	1,8%
Всего	341	-	558	-

За 1923 г. – первый год выхода «Работницы» – редакции удалось привлечь 212 женщин-рабкоров. Через год очевиден резкий рост количества производственниц-корреспондентов «от станка». И в первом, и во втором столбце в общее число засчитываются работники женотделов.

В конце 1924 г. Ф. Нюрина написала в «Красной печати» о «Крестьянке», что журнал имел тираж 5 000, но это были не индивидуальные подписчики, а партийные организации, учреждения, библиотеки, избы-читальни и проч. Рост тиража, по мнению Ф. Нюриной, начался с 1924 г. за счет индивидуальных подписчиков: за год, с апреля 1923 по апрель 1924 г., количество писем выросло с 58 до 150, количество корреспондентов – до 450[26]. Очевидны противоречия в этом отчете: журнал получил гораздо меньше писем, чем было сельских корреспондентов, а тираж не рос и вырос в один и тот же год.

Поскольку в журналах Агитпропа и центральных женских журналах данные о количестве рабселькоров и тиражах приводятся хаотично, в таблице 2 собраны вместе все найденные данные за 1924–1932 г. Сведения о тиражах взяты из подшивок журналов.

Таблица 2

Сводные данные о количестве женщин-рабселькоров и тиражах центральных женских журналов

Год	Работница (вых.с 1923 г.)		Крестьянка (вых. с 1922 г.)	
	Количество рабкоров	Тираж	Количество селькоров	Тираж
1924 г.	341[27] (на 1 января) / 558[28] (конец 1924 г.)	От 45 000 до 100 000	450 (апрель 1924 г.)	5 000[29] 6 500[30] (конец 1924 г.)
1925 г.	558[31] (к началу года) / 746[32]	100 000	711[33]/ 825[34] / 956[35] (к концу года)	От 40 000 до 50 000
1927	Свыше 1 350[36]	165 000	1 632[37]	23 750 – 35 000
1929 г.	-	От 170 000 До 270 000	1 500[38]	От 50 000 до 75 000
1932 г.	3 700[39]	265 000 (600 000 спецномера)[40]	-	От 28 500 до 50 000

За первый год выпуска «Крестьянка» «получила едва 500 писем с мест. И большая часть из них от уездных работников женотделов, затем от волорганизаторов и меньше всего от самих крестьянок»[41]. К началу 1925 г. в «Красной печати» приводится цифра 711 корреспонденток у «Крестьянки», из которых 76% – делегатки, члены сельсоветов, нарзаседатели и т. д., 11% – работники уездных женотделов, 6% – сельские учительницы и 7% – «крестьянки от сохи, не втянутые еще в делегатские собрания»[42]. Итак, большинство рабселькоров к 1925 г. – делегатки-общественницы и работники женотделов.

Данные об общем количестве рабселькоров во всех женских журналах 1920-х гг. тоже противоречивы. В «Коммунистке» и «Красной печати», а также в Постановлении ЦК ВКП(б) «Об обслуживании печатью женских трудящихся масс» (1927 г.) приводятся такие цифры:

- 1925 г. – 2 811 рабселькоров[43] или в конце 1925 г. – 5 012[44]

- в конце 1926 г. – 8 500[45]
- в начале года – 12 500 рабкоров+8 000 селькоров=20 500 рабселькоров[46], в конце 1927 г. – приблизительно 5 000 рабкоров и селькоров[47].

В целом ясно, что количество рабселькоров в женских журналах растет, хотя и медленно. Отделу печати ЦК было поручено изучить опыт женских журналов, он был в целом положительным, но участие женщин в «общей» печати было названо «слабым»: всего 9% рабкоров и 6% селькоров[48].

Интересен вопрос о том, влиял ли рост числа рабселькоров на рост тиражей женских журналов.

Тиражи определялись директивно, т. е. партийными органами. На протяжении 1920–1930-х гг. тиражи «Работницы» и «Крестьянки» пытались поднимать без учета спроса – в надежде, что удастся их распространить. Юбилейные или праздничные номера (8 марта, 1 мая, 7 ноября) выпускались бóльшим, чем обычно, тиражом. Затем приходилось возвращаться к прежним цифрам. Задача распространения партийной прессы ставилась перед местными партийными комитетами как один из критериев эффективности их работы. Распространителями были агитаторы и книгоноши, партийные ячейки, например на заводах.

Конечно, редакции тоже отвечали за то, чтобы привлекать читателей. Кампании за повышение тиражей проводились постоянно. И все же в 1937–1941 гг. тираж «Работницы» удалось стабилизировать на цифре в 400 000 экземпляров, а тираж «Крестьянки» – 300 000. Повышали ли тиражи женщины-рабселькоры? До какой-то степени: они выписывали журналы, часто выступали «читчиками», агитаторами.

Однако задачи рабселькоровского движения лежали в другой плоскости. Очевидно, что редакциям приходилось вести большую работу с текстами писем и заметок, которые присылали самодеятельные журналисты. Вопрос был не только в количестве рабселькоров и качестве их корреспонденций, но и в том, что они из себя представляли. Так, например, в заметке о Всесоюзной конференции читательниц «Работницы» отмечено, что журнал «выращивает активисток, группирует их вокруг партии»[49]. Именно поэтому с ними работали не только редакции газет и журналов, но и местные партийные агитаторы, организаторы женского движения, борьбы с неграмотностью, с религией и т. п.

Пять шагов от письма в журнал до рабселькора

В первые годы своего существования «Крестьянка» и «Работница» обращались в каждом номере (в рубрике «Почтовый ящик») к читательницам с просьбой написать, что нравится читать, о чем еще хотелось бы узнать и т. д. Публиковали и рассылали анкеты для читательниц, устраивали заочные «суды» по важным темам, обещали гонорар за публикацию или подписку на журнал. В «Почтовом ящике» помещались как письма, так и ответы редакции на почту. Постепенно пошел «ручеек» писем в редакции.

«Я сначала не могла поверить, что на мою анкету прислали ответ, – написала в «Крестьянку» читательница. – Но теперь я вполне убедилась, что там, в центре, думают и заботятся о нас, я теперь вполне уверена и твердо могу сказать, что власть наша – рабоче-крестьянская»[50].

Из воспоминаний журналистов «Крестьянки»: «В первое время существования журнала чрезвычайно тяжело приходилось в отношении налаживания связи с крестьянками. Крестьянки не писали ни в газеты, ни в журналы <...> На первых порах была использована Всесоюзная сельскохозяйственная выставка <...> съезд ли советов, комитетов взаимопомощи, то или другое совещание, поездка в провинцию инструкторов – все использовалось для создания актива крестьянок вокруг журнала <...> Путем кропотливой работы по завязыванию связей, путем вдумчивого, внимательного отношения к каждой записочке из деревни, путем обязательных дельных ответов на вопросы тов. Куйбышева создала довольно крупную организацию селькорок вокруг журнала. Мало было призвать крестьянок писать, надо было научить их, о чем и как писать <...> Помимо заметок в «Почтовый ящик», помимо «ответов на вопросы», в деревню ежедневно летит ряд писем, отвечающих на заметки, статьи, дающая указание, как писать, как сообщать журналу кусочки живой жизни»[51].

Итак, *первый шаг* читательницы – написать в журнал. Конечно, эти письма были малопригодны для печати, и это заметно в рубрике «Почтовый ящик» (1923–1924 г.), в которой переписка не связана с содержанием журналов. «Личные» отношения читательниц со своими журналами – это важная особенность женской прессы. «Надо сказать, что у работницы любовное отношение к своему журналу»[52], – замечает автор отчета о читательской конференции «Работницы». «Еще тысячи раз, – пишут читательницы «Крестьянки», – благодарим вас за журнал и за ваше предложение

быть корреспонденткой вашего журнала, каковое звание принимаем с очень и очень великой радостью и с большой гордостью»[53]; «Когда мне попал в руки журнал – невольно слезы на глаза навернулись. Для нас журнал издается <...> Нас просят писать...»[54].

Вот типичное письмо: «...стала думать, как бы это мне написать в «Крестьянку» о своей жизни. Сейчас сначала-то трудно писать. Сяду, думаю, думаю, чтобы написать-то, да в голове путается. А писать хочу. Буду, как умею писать, а там научусь, да и сам-то журнал меня научит. А редакцию-то прошу почаще мне писать письма, с указанием, как и что писать. Ох, хоть бы научиться писать. Прилети ко мне «Крестьяночка»»[55].

Л. Каган, сотрудница женотдела Московского городского комитета партии, написала в 1928 г. брошюру «Работница и печать (как организовать работу печати среди работниц на производстве)». В этой брошюре описан опыт московского журнала «Делегатка», который по качеству мало в чем уступал центральным журналам. В предисловии автор подчеркивает, что основная проблема женщин – неграмотность (1928: 10).

Л. Каган перечисляет типичные причины, по которым работницы «не идут в рабкорки»: нет времени, дома забот хватает; в прошлом писала – не напечатали, не ответили; малограмотность; «напишешь» на мастера или других работниц – на тебя волком смотрят; пусть молодые пишут (Там же: 17).

Вывод автора: «Огромное значение имеет терпеливое разъяснение вопроса. Доводы: стараешься за свое близкое, важное дело. Малограмотность – редакция разберет, подправит и напечатает, если деловая заметка. Заметку можно продиктовать. Надо объяснять, почему не напечатали (мало фактов, факты мелкие, характерны для стенгазет)» (Там же: 18).

Еще пример переписки редакции и читательницы: «Журнал “Работница” это наша гордость, он говорит о том, что женщина равноправна, как и мущина, она завоевала себе свободу и может иметь свой родной журнал “Работница” и писать в него <...> Не читая журнала, каждой женщине кажется недоступным писать в газету, но прочитав его, как-то инстинктивно влечет быть корреспондентом, писать в газету, в особенности в свой родной журнал, зная, что тебя не осмеют, если не особенно грамотно написано. Журнал – это *азбука* вновь начинающих рабкорок»[56]. То есть *второй шаг*, чтобы стать рабселькором, – начать постоянно читать женские журналы.

В обоих журналах появляются слова «рабкорка» и «селькорка» в позитивном контексте, но не объясняется, что они означают. Вот пример частушки из «Крестьянки»:

На загоне спеет рожь,
За загоном горка.
Меня, Ваня, не тревожь:
Я теперь селькорка...[57]

В стихотворении «Рабкорка» рассказывается, как работница после смены спешит домой, перебирает в мыслях, какие дела нужно сделать:

Пора б и спать. Она ж садится, пишет
О том, что у станка продумано, в журнал.
Не слышит, как часы тенями в ночь уходят.
Набегавшись за день, ее ребята спят.
Как на письме к любимому выводит:
«Работнице», Тверская, номер пять...
Ей вспомнится ликбез и первая заметка, –
Да разве радость эту передашь?
И как с тех пор по вечерам заветным
Товарищем ей стал любимый карандаш.
Как в перерыв работницы, собравшись,
Статейку вслух прочтут при ней...[58]

В этом стихотворении четко указано, что ликбез – *третий шаг* работницы и крестьянки к сотрудничеству с журналом. Хотя логичнее, чтобы именно с обучения грамоте начиналась история знакомства женщины с журналом. Однако ждать победы над безграмотностью партийные идеологи не собирались, ведь система агитации и пропаганды была нацелена в основном на устное взаимодействие с неграмотными людьми.

Редакции женских журналов и женотделы местных партийных комитетов, как и депутатские собрания, занимались организацией на предприятиях, в сельсоветах, в библиотеках «читок» с обсуждением интересных публикаций. Решалась также задача подробного объяснения политики партии в социальной сфере и в «женском вопросе». Одной из задач «Работницы» и «Крестьянки» было взаимодействие с партийными агитаторами на местах. Журналы корректировали их работу, определяли актуальные задачи пропагандистской работы среди женщин, снабжали материалами с примерами «правильной» постановки вопросов.

В приведенном выше стихотворении пропущен один важный этап становления рабкора. «Читатель, подписчик и рабочий корреспондент... Эти три ступени должны пройти все», – писала «Работница» в 1923 г.[59] Задача из каждой читательницы сделать подписчицу стояла перед всеми женскими журналами, подписка на женский журнал – *четвертый шаг* становления самодеятельного корреспондента.

Женские журналы постоянно вели борьбу за то, чтобы всех читательниц сделать подписчицами, публиковали призывы подписываться самим и «вербовать» подруг и знакомых, книгоноши рекламировали женскую прессу на предприятиях.

В «Работнице» в 1924 г. был опубликован ответ Ржевскому Женотделу: «Нам нужно добиваться того, чтобы, во-первых, рабкорки не выделялись (женотделом. – *О.М.*), а добровольно втягивались в работу, а во-вторых, жизнь и быт работниц должны освещаться самими работницами, а отнюдь не со стороны»[60]. Женщины-рабселькоры нужны для достоверности и убедительности публикаций – это очевидно. Письма отражали также изменения в сознании читательниц, рассказывали, что происходило в разных концах страны, а также давали возможность оценить эффективность работы журналов в пропаганде идей равноправия и вовлечения женщин в общественную и другие сферы. Рабселькоры становились лучшими агитаторами за политику советской власти и равноправие среди женщин.

Был ли полноценным диалог партийных женских журналов с аудиторией? Изучение писем показывает, что рабселькоры повторяют лозунги и целые фразы из публикаций журналов. Нужно учесть, что язык печати, плакатов, собраний стал постепенно языком народа и формировал систему новых ценностей, письма отражали этот процесс.

Почта редакций давала представление о желаниях и чаяниях аудитории. Можно предположить, что письма заставляли больше объяснять и убеждать, искать аргументы, когда определялись спорные темы. Но запросы аудитории не определяли содержание женских журналов. Наоборот, рабселькоры были агитаторами за те идеи и ценности, которые продвигались в журналах.

О чем журналы просили писать читательниц в рубрике «Почтовый ящик» в 1924 г.? Вот выдержки из разных номеров «Работницы»: пишите о том, как провели работницы свой отпуск «в деревне, в доме отдыха, на курорте, в экскурсиях», «как работницы помогают поднять производительность труда и как они там рабо-

тают, об участии работниц в культурно-просветительной работе, воспоминания о Октябрьской революции, о делегатках, о смычке (с деревней. – *О.М.*)», «занимаются ли работницы спортом», пишите «о стенкорках и рабкорках, сколько их на вашем предприятии, о делегатках женотдела и о их работе в секциях совета», «шлите материал об участии в производстве и в частных предприятиях, мастерских, об участии работниц в спортивных кружках», «пишите о жизни жен рабочих, о домашней прислуге» и т. д. Темы сформулированы не очень конкретно, много сложных по значению слов, не ясно, что именно нужно писать на эти темы.

В стихотворении Н. Ладынина «Токариха» (редкий феминитив!) не очень удачные рифмы, но автор наглядно показывает, как рабкор находит темы для публикаций:

За моим станком напротив –
Быстроглазка-токариха.
От работы лоб свой вспотив,
Стружки в ящик сыплет лихо.
Целый день в шутливом тоне,
Улыбается, гуторит,
Всех и каждого затронет,
Обо всем поговорит...
Про собрание услышит,
Спросит живо: А о чем
На повестке нынче пишут?
И заспорит горячо...
Чуть услышит, что не ладно,
Матершиной кто «кройнет»,
Вмиг напишет, хоть нескладно,
И в газету отошлет...[61]

В «Работнице» в статье «Наш журнал и наши рабкорки»[62] (в начале 1925 г.) подчеркивалось, что «связи через письма» стало мало, «явилось необходимостью установить живую связь с журналом через кружки рабкоров и «Друзей Рабочей газеты»[63], которые имеются на местах»[64]. Они учили малограмотных людей выбирать тему, отбирать факты для заметки, логично выстраивать текст. *Пятый шаг* – участие в кружках «друзей печати», кружках рабкоров, в стенгазетах своих предприятий, в региональных и всероссийских совещаниях, в делегатских собраниях и во всех возможных формах общественной работы. Празднование Дня печати 5 мая было превращено в «праздник рабкора и рабкорки»[65]. Активное расши-

рение круга «женкорок» происходило на всех совещаниях, съездах, слетах и собраниях «Друзей печати». Местные женотделы выдвигали активисток-общественниц в рабселькоры[66]. «Мне очень хочется писать в журнал, но я не умею. Прошу редакцию научить меня писать», – типичный отклик на такую кампанию «Работницы»[67].

Поощряли женщин-корреспондентов разными способами. В 1933 г. был объявлен сбор денег на самолет[68], названный «Орденоносная «Работница», на нем катали стахановцев и рабселькорок[69]. Эскадрилья «крылатых агитаторов» имени М. Горького участвовала во многих агитационных проектах. Возглавлял эту эскадрилью М. Кольцов – энтузиаст авиации, известный журналист и опытный пропагандист.

В начале 1930-х гг. в связи с изменением задач системы пропаганды, связанным с процессами модернизации, количество газет и журналов, их тиражи значительно увеличились, как и количество рабселькоров. Если в 1928 г. выходило 1 197 газет, то в 1930 г. их стало 3 000, в 1931 – 5 359, в 1933 г. – 8 319, а в 1934 г. – 10 668. Разовый тираж только газет, не считая журналов, с 9,4 млн экз. в 1928 г. увеличился до 34,7 млн экз. в 1934 и до 38 млн экз. в 1939 (Минаева, 2018: 178). Естественно, увеличилось и количество рабселькоров.

В учебнике для студентов Всесоюзного Коммунистического института журналистики (1934 г.) работе с рабкорами посвящена целая глава. Например, приведен такой опыт: «Редакция газеты “Правды”, например, тщательно следит за социальным составом ее ударников, идет на нужные в данный момент предприятия-колхозы, совхозы и МТС – и там вербует ударников, сохраняя полностью принцип добровольности. Редакция заводит на своих ударников анкеты или карточки, учитывая <...> и его роль на производстве, и в общественной жизни. Она стремится иметь не просто количество рабселькоров, а их на каких-то конкретных участках народного хозяйства»[70]. С рабселькорами и в 1930-е гг. продолжали вести активную работу: съезды и совещания (от уездных до центральных изданий), литературная учеба и кружки, «день рабкора» в редакции, «коллективное рабкорство низовых газет» и т. д.

Есть несколько публикаций о том, как «Крестьянка»[71] и «Работница»[72] посылали своих рабселькорок на учебу в ГИЖ. Таких женщин было немного, журналы рассказывали о том, как сложно

и интересно им там учиться. Активно публиковалась в обоих журналах выпускница ГИЖа и в прошлом рабкорка Е. Чернышева. Она автор репортажей, очерков и стихотворений[73].

Какие трудности были у рабселькоров, разоблачавших местную власть

По публикациям «Работницы» и «Крестьянки» создается впечатление, что рабселькорам предлагали достаточно широкий выбор тем, в первую очередь связанных с положением женщин на производстве, в деревне и в семье. Но задача бороться с недостатками местной власти была более понятна, привлекательна и актуальна.

Вот, например, стихотворение «О селькорке Наташе и о кулацких шашнях» из «Крестьянки» 1925 г. Она была «для кулаков в глазу бельмо», потому что «в газетах часто тянет того, кто путь кривит прямой»[74]. В длинном стихотворении рассказано, как кулак Ермила «обжулил» батраков, добыл себе лучшую пашню: «подмазал» секретаря, которого после разоблачений Наташи сняли с должности, а самогонщика Никиты она «пропечатала портрет». Фигуранты публикаций собрались на совет: самогонщик предлагает «нацелить на нее обрез», «побить», но решили, что надежнее будет выдать ее замуж, чтобы муж «ей воли не давал».

Автор «Работницы» сформулировала свою задачу четко: «Вся моя мечта и желание направлены к тому, как бы больше вскрыть массу темных проделок посредством печати»[75].

Не удивительно, что в журналы попадали (хотя и редко) истории реальных преследований рабселькоров за их «разоблачения». Причем в таких историях местная власть обычно не поддерживает «обвинения» или активно борется с их авторами.

О деле селькора Дарьи Смирновой[76] – колхозницы из Татарской автономной области – писала «Крестьянка» в 1934 г. Дарья «подмечала все, что делалось в колхозе и сельсовете, и о всех творимых там безобразиях и кулацком засилье» (пьянство председателей колхоза и сельсовета, сокрытие хлеба своих родственников-единоличников, кража 20 пудов колхозного хлеба и т. д.) сообщала в журнал. Райком партии и местный партийный комитет Смирновой не помогали, а жалобы селькора поручали рассматривать тем, на кого она жаловалась. Активистку исключили из колхоза и всячески третировали. Журнал обратился в обком ВКП(б) Татарии,

который провел проверку и установил, что все факты, о которых сообщала Смирнова, верны. В результате были исключены из партии и сняты с работы руководители сельсовета и колхоза, работники райкома партии (особенно сотрудница женотдела) получили партийные взыскания. Это не единственный пример того, как преследовали селькоров, критиковавших местные власти[77]. И только женские журналы своими обращениями в центральные органы власти (включая Верховный суд) могли защитить своих корреспондентов и добиться справедливости.

В партийных документах, в печати постоянно подчеркивалось, что рабселькоры находятся под защитой советской власти, их поддерживает пресса. Прокурор Верховного суда, а с 1935 г. прокурор СССР А. Я. Вышинский написал статью для журнала «Журналист» (1925 г.) о правовом статусе журналистов и рабселькоров[78]. Он призвал местные власти проявлять «политически обоснованный подход», не особо карая рабселькора за недостоверную заметку, так как «понятие об ответственности может стать резиновым, слишком растяжимым в руках законника-формалиста»[79].

А. Я. Вышинский писал: «Оскорбляя кулака, селькор не имеет намерения “ущемить” именно конкретного Ивана Ивановича, а ему важно уничтожить его как кулака (как классового врага)»[80]. «Наше право» – это способ осуществления пролетарской диктатуры, целесообразность карать то, что вредно для государства. Поэтому рабселькоры не могут считаться обычными гражданами, они должны рассматриваться как «должностные лица республики», а покушение на них должно караться как контрреволюционное преступление высшей мерой наказания.

Заключение

На основании изученных документов ВКП(б) и анализа опыта партийных женских журналов «Работница» и «Крестьянка» можно сформулировать следующие выводы.

Пропагандистский аппарат ВКП(б) создавал рабселькоровское движение, руководил им и формулировал его задачи. Поэтому обоснованным представляется разделение задач рабселькоровского движения на две группы: с одной стороны, это задачи первостепенные, напрямую связанные с системой агитации и пропаганды в целом, с другой – локальные задачи участия рабселькоров в печати.

В системе пропаганды 1920-х гг. печатная пресса играет важную, но не основную роль, являясь частью системы, ориентированной в первую очередь на устную пропаганду. Публикации являются источником материалов и аргументов для агитаторов, работой которых руководили партийные комитеты.

Движение рабселькоров можно рассматривать как наиболее быстрый и эффективный способ пропаганды коммунистической идеологии, привлечения целевой аудитории (рабочих и крестьян) на сторону советской власти, формирования и развития образа народной власти и т. п.

Общие задачи рабселькоровского движения с точки зрения системы пропаганды в целом:

- помогать центральной власти получать информацию о настроениях и положении дел в регионах;
- показывать настроения аудитории, достижения прессы и просчеты пропагандистской работы ВКП(б);
- показывать примеры активной, деятельной поддержки советской власти со стороны рабселькоров;
- принимать активное участие во многих общественно-политических структурах (фабричных и заводских комитетах, комсомольских и партийных ячейках, сельских советах, женсоветах и т. п.);
- быть «проводниками» политики партии среди рабочих и крестьян, «сознательными борцами за проведение в жизнь всех очередных задач, поставленных партией и советами»[81];
- осуществлять контроль за местными органами власти и разоблачать их преступления и ошибки;
- обличать недостатки советского общества и бороться за его улучшение;
- быть не только выразителями, но и «командирами» общественного мнения, то есть формировать его;
- отражать жизнь трудовых коллективов;
- агитировать за подписку на газеты и журналы.

Специфические задачи рабселькоров с точки зрения работы печати:

- показывать эффективность воздействия партийно-советской прессы на аудиторию, выделяя правильно поставленные темы и просчеты редакций;
- расширять тематику газет и журналов, снабжать редакции новой информацией;

- быть примером нового образа жизни общественника;
- быть источником кадров журналистов, дефицит которых отмечался в партийных документах;
- выполнять функцию агитаторов: рассказывать о журналах и газетах, устраивать «читки», отвечать на вопросы, объяснять политику советской власти и непонятные слова,
- формировать постоянную аудиторию читателей и подписчиков партийно-советской прессы;
- повышать достоверность и убедительность публикаций в женских журналах и в печати в целом;
- «вербовать» новых рабкоров, помогать малограмотным написать заметку.

В 1920-х гг. предпринимались попытки создать каналы коммуникации органов власти и народа, сформировать институты гражданского общества и обеспечить широкое участие населения в них, рабселькоры должны были одновременно формировать и выражать общественное мнение. В силу ряда исторических причин были выполнены далеко не все задачи, которые ставились перед движением рабселькоров, а потребность в рабселькорах постепенно снижалась – и в системе пропаганды, и в работе редакций.

Примечания

[1] Работа с рабселькорами. М.: Госполитиздат, 1959; *Пельт В. Д.* М. Горький и рабселькоры. М.: Изд-во МГУ, 1968; *Алферов В. Н.* Возникновение и развитие рабселькоровского движения в СССР. М.: Мысль, 1970; *Корконосенко С. Г.* Рабселькоровское движение как проявление демократизации социалистического общества (по материалам газет Ленинградской области. 1971–1975 гг.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Л., 1979 и др.

[2] *Крупская Н. К.* Контроль масс и рабкоры // *Крупская Н. К.* Будем учиться работать у Ленина: сб. статей. М.: Партиздат, 1933. С. 153–155.

[3] О рабочей печати. Постановление оргбюро ЦК РКП(б) (1924 г.) // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. С. 218.

[4] О крестьянской печати. Постановление Оргбюро ЦК РКП(б) (1924 г.) // Там же. С. 220.

[5] О формах связи газет с рабочими и крестьянскими читателями. Постановление Оргбюро ЦК РКП(б) (1924 г.) // Там же. С. 221.

[6] О работе комсомола в области печати. Постановление ЦК РКП(б) (1925 г.) // Там же. С. 231.

[7] *Сталин И. В.* О рабкорах: беседа с сотрудником журнала «Рабочий корреспондент» // *Сталин И. В.* Сочинения. Т. 6. М.: ОГИЗ; Государственное издательство политической литературы, 1947. С. 261–263.

[8] Там же. С. 262.

[9] Там же. С. 262.

[10] Там же. С. 263.

[11] О рабселькоровском движении. Постановление Оргбюро ЦК РКП(б) (1925 г.) // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. С. 229.

[12] Об очередных задачах партии в области рабселькоровского движения. Постановление ЦК ВКП(б) (1926 г.) // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. С. 238–239.

[13] О кадрах газетных работников. Постановление ЦК ВКП(б) (1930 г.) // Там же. С. 255.

[14] О перестройке рабселькоровского движения. Постановление ЦК ВКП(б) (1931 г.) // Там же. С. 261.

[15] *Кольцов М.* Жена. Сестра // Работница. 1924. № 5. С. 4–5.

[16] Рабкор и стенная газета. М.: Новая Москва, 1924; Итоги и перспективы рабселькоровского движения. Астрахань, 1925 и др.

[17] Вестник агитации и пропаганды. 1920. № 3. С. 25.

[18] *Сталь Л.* Наша печать и участие в ней работниц и крестьянок // Коммунистка. 1925. № 3. С.24.

[19] Название отдела несколько раз несущественно изменялось.

[20] См., например: Основные положения о производственной пропаганде среди работниц // Вестник агитации и пропаганды. 1920. № 3. С. 11–12; Что дал Октябрь работнице и крестьянке (Тезисы для агитаторов) // Вестник агитации и пропаганды. 1920. № 2. С. 27–28.

[21] Тезисы по агитпропработе в городе, принятые на всесоюзном совещании зав. женотделами // Коммунистка. 1924. № 3. С. 28–30.

[22] *Сталь Л.* Наша печать и участие в ней работниц и крестьянок // Коммунистка. 1925. № 3. С. 23.

[23] *Нюрина Ф.* Рабкорка // Красная печать. 1924. № 21–22. С.4.

[24] Работница. 1925. № 2. С. 28.

[25] Так в оригинале.

[26] *Нюрина Ф.* Печать работниц и крестьянок к 7-й годовщине // Красная печать. 1924. № 35. С. 59.

[27] Работница. 1925. № 2. С. 27.

[28] Там же.

[29] Там же.

[30] Тираж указан в журнале.

[31] Наш журнал и его читательницы // Работница. 1928. № 1. С. 16.

[32] *Сталь Л.* О работе с рабкорами// Коммунистка. 1925. № 5. С. 33.

[33] Красная печать. 1925. № 6–7. С. 8.

[34] *Сталь Л.* О работе среди рабкорок и селькорок// Красная печать. 1925. № 17–18. С. 33.

[35] Крестьянка. 1927. № 9. С. 3.

[36] Наш журнал и его читательницы // Работница. 1928. № 1. С. 16.

[37] Крестьянка. 1927. № 9. С. 3.

[38] *Торская Н.* Даешь 200-тысячный тираж // Крестьянка. 1929. № 9. С. 3.

[39] Работница. 1933. № 3. С. 23.

[40] Тиражом 600 000 экз. выпущены номера 6 и 30 (спецномера: к 8 марта и 15-летию Октябрьской революции).

[41] За год работы // Крестьянка. 1923. № 10. С. 5.

[42] Красная печать. 1925. № 6–7. С. 8.

[43] *Сталь Л.* О работе с рабкорами // Коммунистка. 1925. № 5. С. 33.

[44] Об обслуживании печатью женских трудящихся масс. Постановление ЦК ВКП(б) (1927 г.) // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. С. 245.

[45] Там же.

[46] *Торская Н.* На фронте рабселькорок // Коммунистка. 1927. № 4. С. 15–16.

[47] *Заславская Е.* Задачи женской печати // Коммунистка. 1928. № 1. С. 23.

[48] Об обслуживании печатью женских трудящихся масс. Постановление ЦК ВКП(б) (1927 г.) // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. С. 245.

[49] *Подсотская А.* От агитации к организации // Коммунистка. 1928. № 1. С.26.

[50] Крестьянка. 1924. № 6. С. 33.

[51] Крестьянка. 1926. № 3. С. 7.

[52] Работница. 1928. № 4. С. 6.

[53] Крестьянки о «Крестьянке» // Крестьянка. 1925. № 1. С. 24.

[54] За год работы // Крестьянка 1923. № 10. С. 5.

[55] Крестьянки о «Крестьянке» // Крестьянка. 1925. № 1. С. 24.

[56] *Ильина Е.* Азбука рабкорок // Работница. 1924. № 15. С. 29.

[57] Крестьянка. 1927. № 6. С. 17.

[58] *С. Л.* Рабкорка // Работница. 1928. № 47. С. 11.

[59] *Сирота Н.* Почему я стала рабкором // Работница. 1923. № 8. С. 3.

[60] Работница. 1924. № 24. С. 32.

[61] *Ладыгин Н.* Токариха // Работница. 1925. № 7. С. 4.

[62] Работница. 1925. № 2. С. 28.

[63] «Работница» в этот период издавалась в издательстве «Рабочей газеты».

[64] Работница. 1925. № 2. С. 28.

[65] День печати – праздник рабкора и рабкорки // Работница. 1926. № 8. С. 8.

[66] Почтовый ящик // Работница. 1924. № 1. С. 32.

[67] Научите писать в журнал // Работница. 1932. № 1. С. 32.

[68] Строим самолет «Работница» // Работница. 1933. № 4. С. 9.

[69] *Поляков А.* «Орденоносная Работница» на боевом посту // Работница. 1936. № 31. С.16.

[70] Редактирование и массовая работа большевистской печати: учеб. пособие / под ред. *В. Ноделя*. М.: ВКИЖ, 1934. С. 295.

[71] Крестьянка. 1926. № 3. С. 11.

[72] Работница. 1925. № 24. С. 8–9; 1926. № 8. С. 8–11.

[73] Работница. 1923. № 4. С. 2; 1925. № 2. С. 13, № 24. С. 9; 1926. № 8. С. 11;1927. № 32. С. 19; № 34. С. 5–6; 1928. № 1. С. 10; № 8. С. 4; №12. С. 7; 1932. № 6. С. 32; № 7. С. 10; № 9. С. 31; 1941. № 13. С. 12; № 14. С. 6–7 и др. Крестьянка. 1927. № 13. С. 12; № 15. С. 4 и др.

[74] Архип. О селькорке Наташе и о кулацких шашнях // Крестьянка. 1925. №13. С. 12-13.

[75] *Сирота Н.* Почему я стала рабкором // Работница. 1923. № 8. С. 3.

[76] Дело селькорки Смирновой // Крестьянка. 1934. № 10. С. 13.

[77] Крестьянка. 1934. № 9. С. 14; № 11. С. 14.

[78] *Вышинский А. Я.* Печать, закон и корреспонденты // Журналист. 1925. № 1. С. 4–6.

[79] Там же. С. 4.

[80] Там же. С. 5.

[81] Крестьянка. 1932. № 10. С. 17.

Библиография

Веселовский А. Г. Действенность рабселькоровских заметок и «сигналов» в 1920-е гг. // Вестн. Томск. гос. ун-та. 2012. Вып. 7 (111). С. 65–71.

Веселовский А. Г. Первые шаги рабселькоровского движения (по материалам тамбовских газет первых лет советской власти) // Вестн. Череповец. гос. ун-та. Филологические науки. 2013. № 3. Т. 1. С. 65–68.

Евдокимова Е. В. Журнал как инструмент массового медиаобразования целевой аудитории и потенциальных авторов в 1920-е годы (на примере издания «Сибирский рабселькор) // Вестн. Новосибир. гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2020. Т. 19. № 6. С. 59–69. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-59-69

Каган Л. Работница и печать (как организовать работу печати среди работниц на производстве). М.; Л.: Гос. изд-во, 1928.

Минаева О. Д. История отечественной журналистики. 1917–1945: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2018.

Сафонов Д. А. Рабселькоры как явление советской действительности 1920–1930-х годов // Вестн. Оренбург. гос. пед. ун-та. Электронный научный журнал. 2015. № 2. С. 80–91. Режим доступа: http://vestospu.ru/archive/2015/articles/Safonov_D2-14.html (дата обращения: 12.04.2022).

Слезин А. А. Рабселькоровское движение: неизвестная грань // Вестн. Тамбов. гос. тех. ун-та. 2002. Т. 8. № 3. С. 544–548.

Старкова Г. И. Стенные газеты как форма проявления и средство развития социальной активности молодежи Удмуртии в 1920-е гг. XX века // Ученые записки Казан. гос. ун-та. 2009. Т. 151. Кн. 5. Ч. 2. С. 191–201.

Старкова Г. И. Довоенная молодежная пресса Удмуртии в контексте общественного диалога // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2015. № 5. С. 66–76.

Хуако З. Ю., Жаде З. А. Рабселькоровское движение советского периода в российской журналистике как социоисторический и социокультурный феномен // Вестн. Адыгейск. гос. ун-та. 2020. № 2 (259). С. 73–85.

Шитова А. А. Рабселькоровское движение, стенные и «живые» газеты 1920-х гг.: организация и мотивация деятельности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. № 11 (85). С. 204–208.

Якимов О. Д. Рабселькоровское движение в национальных регионах Восточной Сибири: генезис и трансформация // Вестн. Якут. гос. ун-та. 2008. Т. 5. № 4. С. 27–35.

Notes

Alferov V. N. (1970) *Vozniknovenie i razvitie rabsel'korovskogo dvizheniya v SSSR* [Emergence and Development of the Worker-Peasant Correspondent Movement in the USSR]. Moscow: Mysl' Publ.

Arkhip (1925) O sel'korke Natashe i o kulatskikh shashnyakh [About Worker-Peasant Correspondent Natasha and About the Kulak Love Affair]. *Krest'yanka* 13: 12–13.

Chto dal Oktyabr' rabotnitse i krest'yanke (Tezisy dlya agitatorov) [What the October Revolution Granted Women Workers and Women Peasants (Theses for Agitators)] (1920) *Vestnik agitatsii i propagandy* 2: 27–28.

Delo sel'korki Smirnovoy [The Case of Worker-Peasant Correspondent Smirnova] (1934) *Krest'yanka* 10: 13.

Den' pechati – prazdnik rabkora i rabkorki [The Press Day, the Feast of the Worker Correspondent and Woman Worker Correspondent]. (1926) *Rabotnitsa* 8: 8.

Il'ina E. (1924) Azbuka rabkorok [ABC of Women Worker Correspondents]. *Rabotnitsa* 15: 29.

Itogi i perspektivy rabsel'korovskogo dvizheniya [Results and Prospects of the Worker-Peasant Correspondent Movement] (1925) Astrakhan': b.i.

Kol'tsov M. (1924) Zhena. Sestra [Wife. Sister]. *Rabotnitsa* 5: 4–5.

Korkonosenko S. G. (1979) *Rabsel'korovskoe dvizhenie kak proyavlenie demokratizatsii sotsialisticheskogo obshchestva (po materialam gazet Leningradskoy oblasti. 1971–1975 gg.)*: avtoref. dis. ... kand ist. nauk [The Worker-Peasant Correspondent Movement as a Manifestation of Democratization of the Socialist Society: a Case Study of Newspapers in the Leningrad Region. 1971–1975: extended abstract of PhD hist. sci. diss.] Leningrad.

Krasnaya pechat' (1925) No 6–7: 8.

Krest'yanka (1924) No 6: 33.

Krest'yanki o «Krest'yanke» [Women Peasants About the Krestyanka Magazine] (1925) *Krest'yanka* 1: 24.

Krest'yanka (1926) No 3: 11.

Krest'yanka (1927) No 6: 17.

Krest'yanka (1932) No 10: 17.

Krest'yanka (1934) No 9: 14.

Krest'yanka (1934) No 11: 14.

Krupskaya N. K. (1933) Kontrol' mass i rabkory [Control over Masses and Worker Correspondents]. In N. K. Krupskaya *Budem uchit'sya rabotat' u Lenina. Sbornik statey* [Let's Learn to Work the Way Lenin Did. A Collection of Articles]. Moscow: Partizdat Publ. Pp. 153–155.

Ladygin N. (1925) Tokarikha [A Woman Turner]. *Rabotnitsa* 7: 4.

Nash zhurnal i ego chitatel'nitsy [Our Magazine and Its Women Readers] (1928) *Rabotnitsa* 1: 16.

Nauchite pisat' v zhurnal [Teach Me How to Write for Magazines] (1932) *Rabotnitsa* 1: 32.

Nodelya V. (ed.) (1934) *Redaktirovanie i massovaya rabota bol'shevistskoy pechati: ucheb. posobie* [Editing and Working with Masses of the Bolshevik Press. A Study Guide]. Moscow: VKIZh Publ. P. 295.

Nyurina F. (1924) Rabkorka [A Woman Worker Correspondent]. *Krasnaya pechat'* 21–22: 4.

Nyurina F. (1924) Pechat' rabotnits i krest'yanok k 7-y godovshchine [Women Workers' and Women Peasants' Press to the 7th Anniversary]. *Krasnaya pechat'* 35: 59.

O formakh svyazi gazet s rabochimi i krest'yanskimi chitatelyami. Postanovlenie Orgbyuro TsK RKP(b) (1924 g.) [On the Forms of Ties of Newspapers with Worker and Peasant Readers. The Provision of the Organization Bureau of the Central Committee of RKP(b) (1924)] (1987) In *KPSS o sredstvakh massovoy informatsii i propagandy* [The CPSU on Mass Media and Propaganda]. Moscow: Politizdat Publ. P. 221.

O kadrakh gazetnykh rabotnikov. Postanovlenie TsK VKP (b) (1930 g.) [On Human Resources of Newspaper Workers. The Provision of the Central Committee of RKP(b) (1930)] (1987) Ibid. P. 255.

O krest'yanskoy pechati. Postanovlenie Orgbyuro TsK RKP (b) (1924 g.) [On the Peasant Press. The Provision of the Organization Bureau of the Central Committee of RKP(b) (1924)] (1987) Ibid. P. 220.

O perestroyke rabsel'korovskogo dvizheniya. Postanovlenie TsK VKP (b) (1931 g.) [On the Reorganization of the Worker-Peasant Correspondent Movement. The Provision of the Central Committee of VKP(b) (1931)] (1987) Ibid. P. 261.

O rabochey pechati. Postanovlenie orgbyuro TsK RKP (b) (1924 g.) [On the Peasant Press. The Provision of the Organization Bureau of the Central Committee of RKP(b) (1924)] (1987) Ibid. P. 218.

O rabote komsomola v oblasti pechati. Postanovlenie TsK RKP (b) (1925 g.) [On Komsomol's Work in the Area of the Press. The Provision of the Central Committee of RKP(b) (1925)] (1987) Ibid. P. 231.

O rabsel'korovskom dvizhenii. Postanovlenie Orgbyuro TsK RKP (b) (1925 g.) [On the Worker-Peasant Correspondent Movement. The Provision of the Organization Bureau of the Central Committee of RKP(b) (1925)] (1987) Ibid. P. 229.

Ob obsluzhivanii pechat'yu zhenskikh trudyashchikhsya mass. Postanovlenie TsK VKP (b) (1927 g.) [On the Way the Press Caters for Female Working Masses. The Provision of the Central Committee of VKP(b) (1927)] (1987) Ibid. P. 245.

Ob ocherednykh zadachakh partii v oblasti rabsel'korovskogo dvizheniya. Postanovlenie TsK VKP (b) (1926 g.) [On the Next in Turn Objectives of the Party in the Area of the Worker-Peasant Correspondent Movement. Provision of the Central Committee of VKP(b) (1927)] (1987) Ibid. Pp. 238–239.

Osnovnye polozheniya o proizvodstvennoy propagande sredi rabotnits [The Main Regulations on Industrial Propaganda Among Women Workers]. (1920) *Vestnik agitatsii i propagandy* 3: 11–12.

Pochtovyy yashchik [The Mailbox] (1924) *Rabotnitsa* 1: 32.

Podsotskaya A. (1928) Ot agitatsii k organizatsii [From Agitation to Organization]. *Kommunistka* 1: 26.

Polyakov A. (1936) «Ordenonosnaya Rabotnitsa» na boevom postu [The Rabotnitsa Airplane Decorated with an Order Is in the Line of Duty]. *Rabotnitsa* 31: 16.

Pel't V. D. (1968) M. Gor'kiy i rabsel'kory [M. Gorky and Worker-Peasant Correspondents]. Moscow: Moscow State Univ. Publ.

Rabotnitsa (1925) No 2: 28.

Ibid. P. 27.

Rabotnitsa (1925) No 24: 8–9.

Rabotnitsa (1926) No 8: 8–11.

Rabotnitsa (1928) No 4: 6.

Rabotnitsa (1933) No 3: 23.

Rabkor i stennaya gazeta [The Worker Correspondent and the Wall Newspaper] (1924) Moscow: Novaya Moskva Publ.

Rabota s rabsel'korami [Working with Worker-Peasant Correspondents] (1959) Moscow: Gospolitizdat Publ.

S. L. (1928) Rabkorka [A Woman Worker Correspondent]. *Rabotnitsa* 47: 11.

Sirota N. (1923) Pochemu ya stala rabkorom [Why I Became a Woman Worker Correspondent]. *Rabotnitsa* 8: 3.

Stal' L. (1925) Nasha pechat' i uchastie v ney rabotnits i krest'yanok [Our Press and Women Workers' and Women Peasants' Participation in It]. *Kommunistka* 3: 24.

Ibid. P. 23.

Stal' L. (1925) O rabote s rabkorami [On Working with Worker Correspondents]. *Kommunistka* 5: 33.

Stal' L. (1925) O rabote sredi rabkorok i sel'korok [On Working Among Women Worker Correspondents and Women Peasant Correspondents]. *Krasnaya pechat'* 17–18: 33.

Stalin I. V. (1947) O rabkorakh: beseda s sotrudnikom zhurnala «Rabochiy korrespondent» [On Worker Correspondents: a Conversation with a Staff Member of the Rabochiy Korrespondent Magazine]. In I. V. Stalin. *Sochineniya. T. 6* [I.V. Stalin. Written Works. Vol. 6]. Moscow. Pp. 261–263; P. 261.

Stroim samolet «Rabotnitsa» [Building the Rabotnitsa Airplane] (1933) *Rabotnitsa* 4: 9.

Tezisy po agitproprabote v gorode, prinyatye na vsesoyuznom soveshchanii zav. Zhenotdelami [Theses on Agitation and Propaganda in Cities and Towns Adopted at the All-Union Meeting of Heads of Women's Sections] (1924) *Kommunistka* 3: 28–30.

Torskaya N. (1927) Na fronte rabsel'korok [On the Front of Women Worker-Peasant Correspondents]. *Kommunistka* 4: 15–16.

Vestnik agitatsii i propagandy (1920) No 3: 25.

Vyshinskiy A. (1925) Pechat', zakon i korrespondenty [The Press, Law and Correspondents]. *Zhurnalist* 1: 4–6.

Za god raboty [In the Course of a Year of Work] (1923) *Krest'yanka* 10: 5.

Zaslavskaya E. (1928) Zadachi zhenskoy pechati [Objectives of the Women's Press] *Kommunistka* 1: 23.

References

Evdokimova E. V. (2020) Zhurnal kak instrument massovogo mediaobrazovaniya tselevoy auditorii i potentsial'nykh avtorov v 1920-e gody (na primere izdaniya «Sibirskiy rabsel'kor) [The Magazine as a Tool of Mass Media Education of the Target Audience and Potential Authors in the 1920s: a Case Study of the Sibirskiy Rabselkor Publication]. *Vestn. Novosib. gos. un-ta. Seriya Istoriya, filologiya* 19 (6): 59–69. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-59-69 (In Russian)

Kagan L. (1928) *Rabotnitsa i pechat' (kak organizovat' rabotu pechati sredi rabotnits na proizvodstve)* [A Woman Worker and the Press (How to Organize the Operation of the Press Among Women Workers at the Production Site)]. Moscow; Leningrad: State Publ. (In Russian)

Khuako Z. Yu., Zhade Z. A. (2020) Rabsel'korovskoe dvizhenie sovetskogo perioda v rossiyskoy zhurnalistike kak sotsioistoricheskiy i sotsiokul'turnyy fenomen [The Worker-Peasant Correspondent Movement of the Soviet Times in Russian Journalism as a Socio-Historical and Socio-Cultural Phenomenon]. *Vestn. Adygeysk. gos. un-ta* 2 (259): 73–85. (In Russian)

Minaeva O. D. (2018) *Istoriya otechestvennoy zhurnalistiki. 1917–1945. Uchebnoe posobie* [A History of Russian Journalism. 1917–1945. A Study Guide]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Safonov D. A. (2015) Rabsel'kory kak yavlenie sovetskoy deystvitel'nosti 1920–1930-kh godov [Worker-Peasant Correspondents as a Phenomenon of Soviet Life of the 1920s–1930s]. *Vestn. Orenburg. gos. ped. un-ta. Elektronnyy nauchnyy zhurnal* 2: 80–91. (In Russian). Available at: http://vestospu.ru/archive/2015/articles/Safonov_D2-14.html (accessed: 12.04.2022).

Shitova A. A. (2017) Rabsel'korovskoe dvizhenie, stennye i «zhivye» gazety 1920-kh gg.: organizatsiya i motivatsiya deyatel›nosti [The Worker-Peasant Correspondent Movement, Wall and Scenic Newspapers of the 1920s: Organization and Motivation of Activity]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* 11 (85): 204–208. (In Russian)

Slezin A. A. (2002) Rabsel'korovskoe dvizhenie: neizvestnaya gran' [The Worker-Peasant Correspondent Movement: an Unknown Dimension]. *Vestn. Tambov. gos. tekh. un-ta* 8 (3): 544–548. (In Russian)

Starkova G. I. (2009) Stennye gazety kak forma proyavleniya i sredstvo razvitiya sotsial'noy aktivnosti molodezhi Udmurtii v 20-e gg. XX veka [Wall Newspapers as a Form of Manifestation and a Tool for Development of Udmurt Youth's Social Activity in the 1920s]. *Uchenye zapiski Kazan. gos. un-ta* 151 (5 (2)): 191–201. (In Russian)

Starkova G. I. (2015) Dovoennaya molodezhnaya pressa Udmurtii v kontekste obshchestvennogo dialoga [The Pre-War Youth Press in Udmurtia in the Context of Public Dialogue]. *Vestn Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 66–76. (In Russian)

Veselovskiy A. G. (2012) Deystvennost' rabsel'korovskikh zametok i «signalov» v 1920-e gg. [Effectiveness of Worker-Peasant Correspondent Notes and "Signals" in the 1920s]. *Vestn. Tomsk. gos. un-ta* 7 (111): 65–71. (In Russian)

Veselovskiy A. G. (2013) Pervye shagi rabsel'korovskogo dvizheniya (po materialam tambovskikh gazet pervykh let sovetskoy vlasti) [The First Steps of Worker-Peasant Correspondent Movement: a Case Study of Tambov Newspapers of the First Years of Soviet Power]. *Vestn. Cherepovetsk. gos. un-ta. Filologicheskie nauki* 3 (1): 65–68. (In Russian)

Yakimov O. D. (2008) Rabsel'korovskoe dvizhenie v natsional'nykh regionakh Vostochnoy Sibiri: genezis i transformatsiya [Worker-Peasant Correspondent Movement in the National Regions of Eastern Siberia: Genesis and Transformation]. *Vestn. Yakut. gos. un-ta* 5 (4): 27–35. (In Russian)

Поступила в редакцию
11.01.2022

Растягаев Андрей Викторович, доктор филологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия; e-mail: avr67@yandex.ru

Сложеникина Юлия Владимировна, доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия; заведующий кафедрой филологии Московского финансово-промышленного университета «Синергия», Москва, Россия; e-mail: goldword@mail.ru

РЕЛИГИОЗНО-ФИЛОСОФСКАЯ КАТЕГОРИЯ ДОБРОДЕТЕЛИ В МЕТАТЕКСТЕ ЖУРНАЛА А. П. СУМАРОКОВА «ТРУДОЛЮБИВАЯ ПЧЕЛА» (1759)[1]

Первый частный ежемесячный журнал «Трудолюбивая Пчела», издававшийся А. П. Сумароковым в течение 1759 г., стал для авторов издания коммуникативной площадкой для выражения общественно-политических и религиозно-философских взглядов. В статье представлены результаты анализа обращений к категории добродетели в помесячных книжках сумароковского журнала. Нарративный потенциал данной универсалии объединил разножанровые публикации в особый метатекст. На страницах «Трудолюбивой Пчелы» в 8 номерах (из 12) напечатано 19 произведений, напрямую связанных с рецепцией добродетели авторами журнала. Большинство из них стали рыцарями истинного Просвещения – масонами. Неслучайно представления о добродетели Сумарокова и его сочувственников испытали влияние «Конституции Андерсона», составленной британским масоном Д. Андерсоном. Опираясь на журналистский опыт Дж. Аддисона и Р. Стила, редакция «Трудолюбивой Пчелы» апеллировала именно к добродетели как к неотъемлемому деятельному началу каждого человека и к обязанности достойного гражданина. В статье со ссылкой на частотность обращений к понятию добродетели делается вывод: в журнальном метатексте универсальная нравственная категория стала ключевым нарративным элементом, позволившим Сумарокову превратить ежемесячное издание в инструмент коммуникативного воздействия на читателей. Большинство из них рано или поздно стали «трудолюбивыми пчелами» – масонами.

Ключевые слова: *русская литература, история журналистики, Сумароков, Трудолюбивая Пчела, добродетель, метатекст, циклизация.*

Andrey V. Rastyagaev, Doctor in Philology, Associate Professor, Leading Research Associate, Samara University, Samara, Russia; e-mail: avr67@yandex.ru

Julia V. Slozhenikina, Doctor in Philology, Professor, Chief Researcher, Samara University, Samara, Russia, Head of the Department of Philology, Synergy University, Moscow, Russia; e-mail: goldword@mail.ru

THE RELIGIOUS AND PHILOSOPHICAL CATEGORY OF VIRTUE IN THE METATEXT OF THE TRUDOLIUBIVAYA PCHELA JOURNAL (1759) PUBLISHED BY A. P. SUMAROKOV

The first private monthly journal Trudoliubivaya Pchela, published by A. P. Sumarokov in 1759, became a communicative platform for the authors of the publication and an opportunity to express their socio-political as well as religious and philosophical views. This article records and studies the cases of reference to the category of virtue in the monthly books of Sumarokov's journal. The narrative potential of this universal united different-genre publications into a special metatext. On the pages of Trudoliubivaya Pchela in 8 issues out of 12, 19 works directly linked to the authors of the journal's reception of virtue were published. Most of the authors became knights of the true Enlightenment – Masons. It is no coincidence that Sumarokov's and his sympathizers' conceptions of virtue were influenced by the so-called Anderson Constitution – a Masonic constitution written by the British Freemason D. Anderson. Drawing on the journalistic experience of J. Addison and R. Steele, the editors of Trudoliubivaya Pchela appealed specifically to virtue as an inalienable active principle of everyone and the duty of a worthy citizen. On the ground of frequency of references to the concept of virtue, the article concludes that this universal moral category in the journal's metatext became the key narrative potential that enabled Sumarokov to turn this monthly publication into a tool of communicative influence on its readers. Most of them sooner or later became "industrious bees" – masons.

Key words: *Russian literature, history of journalism, Sumarokov, Trudoliubivaya Pchela, virtue, metatext, cyclization.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2022.5067

Введение

В ряде предшествующих статей авторами был предложен взгляд на первый частный журнал XVIII в. – «Трудолюбивую Пчелу» (1759) А. П. Сумарокова – как на метатекст. В частности, в качестве одного из сквозных был рассмотрен сатирический образ подьячего, явленный в разных жанрах в 6 номерах журнала (Растягаев, Сложеникина, 2020: 203–217). Под метатекстом понимаем составное текстовое единство, имеющее общий коммуникативный код, задающий сквозную тему (Киселев, 2004; Вроон, 2009; Сложени-

кина, Растягаев, 2011; Абрамзон, Петров, 2018). Было доказано, что метатекстовые объекты служат циклизации журнальных публикаций первого частного ежемесячного издания.

Еще одной скрепой, объединяющей все 12 номеров журнала, является религиозно-философская категория добродетели. Глубина ее проработки в творчестве Сумарокова позволила С. Н. Глинке, подготовившему и издавшему в 1841 г. избранные произведения писателя, утверждать, что «некоторые статьи о добродетели» стали текстом, из которого «Г. Р. Державин заимствовал мысли в свою поэзию» (Глинка, 1841: 36).

Из истории изучения категории добродетели в творчестве Сумарокова

Г. А. Гуковский объяснял внимание Сумарокова к добродетели огромным расхождением внутренних установок писателя, приобретенных в Сухопутном кадетском корпусе (служение отечеству, честь, культура, достоинство), с господствующим мировоззрением дворянского общества, которое он считал варварским и невежественным. Роль литератора, как считал Сумароков, позволяла ему быть руководителем «общественной мысли своего класса», идти «путем великого служения идеалу, пусть только дворянскому, но все же по-своему возвышенному» (Гуковский, 1941: 352). Именно дворянству отводилась главная роль: «Монархи не сердцеведцы и не всевидцы <...> отягощены многими делами; надобны такие вельможи, которые бы им помоществовали в сем важнейшем должности их деле. Чем вельможи просвещеннее и добродетельнее, тем более чистится и народ. Когда вельможи любят науки, любит и народ» (Сумароков, 1781: 252).

В «бесстрастном анализе страстей» персонажей ученый видел попытку отца русской трагедии выступить в роли проповедника: «...у Сумарокова герои очень часто начинают проповедовать мысли автора со сцены, как бы превращая сцену в кафедру» (Гуковский, 1941: 392). Его трагедии становились иллюстрацией того, как следование добродетели ведет к счастливой развязке. С точки зрения поэтики отмечалась также разножанровость произведений, обращенных к теме добродетели; ее воплощение в языке, необычайно простом, но страстном; разнообразие стихотворных ритмов (Там же: 417).

Д. В. Иванов исследовал категорию добродетели с точки зрения психологических взглядов писателя: рефлексии Сумарокова не противоречат отечественной «философии Сердца», архетипичной для древнерусского периода и оказавшейся востребованной в Просвещении. Как пишет Сумароков, «человек, не имущий благодарного сердца, почти совсем добродетели лишается, и не достоин никакой милости» (1781: 269). Сердце «становится тем духовным, психологическим критерием, который позволяет оценить благополучие состоявшегося в этом мире человека» (Иванов, 2013: 12). Поскольку человеческая природа состоит из добра и зла, добродетель может дать возможность преобразить себя.

Концептуальный подход к масонской интерпретации категории добродетели предложил А. Н. Пашкуров в работе «Тринитарное мышление в религиозно-философском учении масонства в России» (2018: 38–45). По мысли ученого, категория добродетели в масонстве представляет собой непременный элемент в целостной картине мира, а ее достижение – путь к гармонии в нем. Ссылаясь на сравнение добродетели с «внутренним зеркалом» М. М. Хераскова, исследователь пишет о примирении через добродетель представлений «о Боге (мир вовне человека) и о Совести (мир внутри) <...> Добродетель первично берет на себя роль некоего “организатора процесса”, сознательно занимающего положение “судьи над схваткой”» (Там же: 40; см.: Гончарова, 2005).

Добродетель является одной из доминант всего творчества Сумарокова. Гуковский даже ставил Сумарокову в упрек подчеркнуто моралистическую оценку его героев: «У Сумарокова действующие лица делятся нередко на добродетельных и порочных, причем свет и тени распределены достаточно ярко» (1941: 392). Эволюция сумароковского героя проявилась в том, что «в последнем периоде трагедийного творчества он вводит новый, осложненный мотив: сила страсти увлекает героя, но в конце концов он побеждает себя и из злодея становится добродетельным» (Там же: 395). Такое морализаторство может быть объяснено спецификой философии масонства, которую разделял и Сумароков. Путь добродетели лежал через нравоучения, осуществляемые братьями. Познающий природу, себя и Бога должен исполнять «спасительные правила». Перечень истинных добродетелей формулировался ложами в виде текстов, называемых конституцией, уставом, истолкованием устава, правилами, общими законами и т. п. (см.: Смит, 2006: 40–41).

Добродетель как перманентное качество личности масона была закреплена в Конституции вольных каменщиков, или Конституции Андерсона, опубликованной в Англии в 1723 г. Чуть позже она была переведена на европейские языки – голландский (1736), немецкий (1741), французский (1745). I раздел Заповедей Вольного Каменщика «О Боге и религии» гласил: «Вольный Каменщик обязан, в силу данного им обязательства, подчиняться Нравственному Закону, и если он верно понимает Царственное Искусство, то никогда не станет безумным атеистом или безбожным вольнодумцем <...> Эта религия предписывает им быть людьми добродетельными и верными, людьми честными и порядочными, вне зависимости от личных убеждений и конфессиональной принадлежности каждого из них...» (История.., 2010: 163–164).

Поиск жанровых подходов к представлению добродетели: ода, эпистола, балет

Религиозно-философская категория добродетели занимала важное место в концепции литературного творчества Сумарокова. Она была реализована им различными средствами поэтики. Задел был положен в начале 1740-х гг. В «Оде, сочиненной в первые лета моего во стихотворении упражнения» поэт писал:

Прибытка, счастия и славы
Основан в истине предел,
Блаженства твердыя державы,
Благих побед, великих дел, –
Не сила, ум един содетель,
Хранящий в сердце добродетель
(1957: 57).

В 1748 г. в «Эпистоле о стихотворстве» Сумароков обозначил два жанра, достойных пристанища добродетели. В эпическом стихе «...добродетель смело / Преходит в божество, приемлет дух и тело»; суть и сила драмы заключается в том, что творец дает в ней образец порока «и как должна цвести святая добродетель» (1748: 12).

Особенно плодотворным оказался 1759 год. Победоносное продвижение русских войск в Восточной Пруссии, победа в битве между русско-австрийской и прусской армиями 1 августа 1759 г. на Кунерсдорфских высотах под Франкфуртом-на-Одере – одном из генеральных сражений Семилетней войны 1756–1763 гг. – позво-

лили Сумарокову укрепить положение театра в качестве придворного двумя панегирическими спектаклями: пролог «Новые лавры» и балет «Прибежище добродетели» (История.., 1977: 150).

Стихи и композиция балета принадлежали Сумарокову. Действующее лицо – Добродетель – пребывает в горести и утеснении, поскольку весь превратный мир пустился в злодейство. В первых четырех частях Добродетель отправляется в странствие по миру в Европу, Азию, Африку, Америку и нигде не может найти прибежища. В пятой части Добродетель приплывает к берегам России и видит великолепное здание на семи столпах, знаменующих собой семь свободных наук, почитаемых в российской державе. Ее обитатели преисполнены радостью и восхищением от ревностного усердия дщери Петра Елизаветы в покровительстве наукам. Народ в совершенном счастье радуется тому, что российская страна есть прибежище Добродетели.

Добродетель в метатексте «Трудолюбивой Пчелы»

Однако главной печатной площадкой для реализации коммуникативной стратегии Сумарокова по воздействию на читателя стал частный журнал «Трудолюбивая Пчела» (далее – ТП), издававшийся в течение 1759 г. Обработка дикого камня, собирание нектара и превращения его в мед – все это мыслилось редактором через призму его перцептивной точки зрения на добродетель. А изобличение пороков, т. е. сатирическая направленность журнала, – это следствие развития основной коммуникативной стратегии ежемесячника (ср. Березина, 1960; Левитт, 2018). По частоте обращения к понятию добродетели становится понятно, что эта нравственная категория является одной из ключевых в журнале, исходным вектором сюжетного развертывания как отдельной помесячной книжки, так и всего журнала в целом. Именно рецепция добродетели задает нарративный потенциал всем номерам ТП, скрепляет его 12 номеров, превращая в метатекстовое пространство. Добродетель позиционируется в журнале как неотъемлемое деятельное качество человека и гражданина, изображаются конкретные виды добродетели в разных сферах жизни человека.

Представим в таблице перечень публикаций, напрямую обращенных к проблеме добродетельной жизни человека.

Таблица 1

Публикации журнала «Трудолюбивая Пчела» по теме «Добродетель»

Заглавие	Автор / Переводчик	Страницы
Январь		
О пользе Мифологии	Григорий Козицкий	5–33
О двух главных добродетелях, которыя писателю истории иметь необходимо должно, то есть об искренности, и несуеверном богопочитании	Николай Мотонис	34–47
Март		
Речь XVIII. Из вторыя части Смотрителя	Иван Дмитревский	180–187
Сонет. Из сея греческия речи: То есть: Добродетель почитающих венчает	Василий Тредиаковский	187–188
Июнь		
Лукияна Торг жизней	Григорий Козицкий	326–353
Письма. II. Четыре ответа	Александр Сумароков	366–369
Июль		
Молитва. Не терпи О Боже власти...	Александр Сумароков	391
Продикова Аллигория. Об Ираклии. Из Ксенофонта	Григорий Козицкий	392–399
Платоническаго Философа Четвертое разсуждение О том, чем разнствует ласкатель от друга	Николай Мотонис	400–411
Димофила. Врачевания жития, или Подобия собранныя из Пифагоровых последователей	Григорий Козицкий	418–426
Август		
Речь LV из вторыя части Смотрителя	Иван Дмитревский	498–505
Письмо. Артиллерии к г. Полковнику Петру Богдановичу Тютчеву	Александр Сумароков	511–512
Октябрь		
Слово похвальное о Государе Императоре Петре Великом Сочиненное ко дню Тезоименитства Ея Императорского Величества 1759 года	Александр Сумароков	579–592

Окончание таблицы 1

Слово М. Туллия Цицерона за Кв. Лидария к К. Цесарю	Афанасий Лобысевич	605–631
Ноябрь		
II. Речь Лабиена при храме Юпитера Аммона к Катону; ответ сего на оную	Григорий Козицкий	674–676
Декабрь		
Речь О пользе и превосходстве свободных наук Говорена марком Антонием Муретом, Пресвитером, Законоучителем и Гражданином Римским в Венеции 1555 году	Николай Мотонис	707–722
Есхина Сократического философа Разговор о добродетели: Можно ли оную приобресть учением?	Григорий Козицкий	722–733
Сон, Щасливое общество	Александр Сумароков	738–747
К издателю трудолюбивой Пчелы	К...	755–757

Впервые понятие «добродетель» появляется в первом номере журнала, в центральной статье «О пользе мифологии» Григория Козицкого. В контексте речь идет о пользе чтения античных басен, сохранивших для потомков образцы добродетели и пороков и могущих подать наставления к жизни. Коммуникативная стратегия ТП заключалась в том, что художественным словом, нравоучительной проповедью, учеными изысканиями можно исправить нравы развращенного дворянства, выкорчевать пороки и обработать природный камень человеческой души. Прагматика текста – в восстановлении и укреплении достоинства мифологии. Целевая аудитория автора – любопытные и любящие правду читатели. Риторическая стратегия – в отказе от громких слов, замысловатых речей, красно и искусно сплетенного слога, а только в постижении истины, в простоте естества природного языка. С точки зрения авторов ТП, мифология – связующее звено между предшествующим и последующим. Это ключ к пониманию произведений Нового времени. Скрепляясь единством персонажей или сюжетных ходов, мифология создает метатекстовое единство. Уже Козицкий заметил, что «одна басня соединяется со многими другими» (Трудолюбивая Пчела, 1759: 14). Тщательный и любопытный читатель, утверждает Козицкий, должен знать мифологию, чтобы беспрепятственно читать новых авторов. В этой же статье автор предлагает свою концепцию журнала: и читатель,

и писатель – трудолюбивые пчелы. Авторы журнала собирают нектар с обширных полей культуры всего человечества. Издатель строит соты – помесячные книжки журнала. Роль читателя также велика: он в идеале вкушает мед, собранный трудолюбивыми пчелами, и в результате становится сам такой же рабочей пчелой, продолжая работу по истинному просвещению себе подобных.

В следующей статье первого номера «Рассуждение о двух главных добродетелях, которыя писателю истории иметь необходимо должно, то есть об искренности, и несуеверном богопочитании» Николая Мотониса слово «добродетель» вынесено в заголовок. По мысли автора, историк не должен снабжать свои сочинения украшениями и увеселениями из других наук или искусств. Историк не равен баснописцу или поэту, имеющему совершенно иное целеполагание при описании героя. История – это не математика или философия, основанная на несомненных правилах и доказательствах; история строится на вероятных доказательствах, поэтому во многом зависит от искренности сочинителя. Мотонис курсивом выделяет правило: «*Должны мы везде искать правды, и стараться всеми силами открыть истинныя причины приключений*» (Трудолюбивая Пчела, 1759: 44). Добродетель историка объединяет общим нравственным императивом читателя и писателя истории. Неслучайно в ТП представлены исторические нарративы разных времен и народов.

Далее понятие добродетели появляется в третьем, мартовском, номере журнала, в переводной статье «Речь XVIII. Из вторыя части Смотрителя», переводчик Иван Дмитревский. Один из важных культурных контекстов журнала ТП – просветительская деятельность и журналистская практика Дж. Аддисона и Р. Стила, прежде всего их статьи в журнале «Смотритель» (*The Spectator*). Всего в ТП в течение года были напечатаны четыре статьи из «Смотрителя», переведенные с французского. Эссе Аддисона уже было опубликовано в «Примечаниях», но Сумароков повторяет его в ТП, поскольку его привлекало рационалистическое обоснование вечной жизни. В 1759 г. Сумароков находился под сильным влиянием Аддисона и взглядов раннего английского Просвещения.

Следующее обращение к теме добродетели происходит в июньском номере журнала – сначала в переводе с греческого «Торга жизней» Лукиана. Речь о добродетели заходит в ответах философа-стоика Хрисилла. Продавцы душ характеризуют его как праведного мужа, ритора, законодателя, прожившего совершенную жизнь. Хрисилл говорит о том, что восхождение к добродетели

связано с многими трудами, с обучением чтению мелко написанных книг, с заполнением головы чужими речениями и несвойственными словами (Трудолюбивая Пчела, 1759: 345–346).

В разделе «Письма» Сумароков публикует идеологическую программу борьбы с пороками: «Я бы неусыпно старался о благополучии моего отечества, о возбуждении добродетели и достоинства, о награждении заслуг, о утолении пороков и о истреблении беззакония, о приращении наук, о умалении цены необходимых жизни человеческой вещей, о наблюдении правосудия, о наказании за взятки, грабительство, разбойничество и воровство, о уменьшении лжи, лести, лицемерия и пьянства, о изгонении суеверия, о уменьшении ненадобнаго обществу великолепия, о уменьшении картежной игры, чтоб она не отнимала у людей полезнаго времени, о воспитании, о учреждении и порядке училищей, о содержании исправнаго войска, о презрении буянства, петиметерства и искорении тунеядства» (Там же: 368).

В июльском номере обращение к добродетели происходит сначала в тексте молитвы Сумарокова «Не терпи, о Боже, власти». Речь в ней идет о том, что никакие титулы не возвышают человека, а «кто как титлами ни славен, пред тобой [Богом] с последним равен. Титла громкого содетель часто развращенный свет: Лишь едина добродетель преимущества дает, И она всего дороже, Защищай ее ты Боже» (Там же: 391).

В следующем переводе Козицкого с греческого «Продиковой Аллигории об Ираклии» добродетель становится, наряду со Злобой, персонажем. Добродетель и Злоба испытывают юношу, стоящего перед выбором жизненного пути. О себе Добродетель говорит, что она возлюбленная соработница художников, верная хранительница семей господ, прилежная помощница в трудах, поборница в воинских делах, лучшая участница в дружбе (Там же: 398).

Далее в июльском номере следует «Максима Тирскаго разсуждение» в переводе с греческого Мотониса. Платонический философ рассуждает о том, чем ласкатель отличается от друга. Как и в предыдущем тексте, Добродетель неброска, скромна, имеет речь приятную, взор кроткий, тихую походку. В этом произведении Добродетель уподобляется другу, а Злоба – ласкателю (Там же: 400).

Компендиум правил и заповедей умного, честного и порядочного человека явлен в июльском переводе Козицкого «Димофила. Врачевания жития, или Подобия собранныя из Пифагоровых последователей». Текст представляет собой собрание из 58 афори-

стичных или прямых высказываний, постулирующих представления о пороках и добродетелях, например: «23. Тщащийся к добродетели, как бы к любезному своему отечеству достигнут, должен Страстей будто некоторых Сирин убегать» (Трудолюбивая Пчела, 1759: 421).

В августовском номере снова появляется перевод Дмитревского «Речь LV из вторыя части Смотрителя». Речь посвящена вере и начинается словами: «Ни в чем люди столь много не обманываются, как в ревности к вере. Толико страстей кроются под сею личиною, и толиких зол она источник, что многие уже то говорят, что надо было бы желать для благополучия рода человеческаго, чтобы она не была включена в число Християнских добродетелей» (Там же: 498).

Этот же номер завершает «Письмо. Артиллерии к г. полковнику Петру Богдановичу Тютчеву» Сумарокова. Письмо имеет патриотический характер, а носителем добродетелей является Петр I, преумноживший военную мощь России.

В октябрьском номере публикуется «Слово похвальное о Государе Императоре Петре Великом Сочиненное ко дню Тезоименитства Ея Императорского Величества 1759 года» Сумарокова. Писатель проводит параллель: Бог – Петр I – Елизавета Петровна. Сумароков видит в Боге судью, который, руководствуясь милосердием, отмеряет воздаяния и наказания в соответствии с мерой заслуг и преступлений. Бог ищет обоснование человеческих поступков в сердцах людей: «Сим образом судит Бог, сим образом судити должен Царь» (Там же: 580). О Петре I Сумароков пишет: «Велик был ПЕТР во время брани, велик во время мира, велик в обстоятельствах благополучных, велик и в противных. Строг противу злодеев, Щедр ко почитателям добродетели, правосуден и Милостив» (Там же: 591–592).

В этом же номере напечатан перевод Афанасия Лобысевича «Слова М. Туллия Цицерона за кв. Лидария к к. Цесарю». Добродетельным называется почтенный муж Лукий Туберон.

Аналогично добродетельным в ноябрьском номере называется Катон в «Речи Лабиена при храме Юпитера Аммона к Катону; и ответ сего на оную» в переводе с латинского Козицкого.

Наиболее насыщенным в плане обращения к понятию добродетели оказался последний, декабрьский номер журнала. Добродетель упоминается 12 раз в произведениях разных жанров и генеза: «Речь о пользе и превосходстве свободных наук. Говорена Марком Анто-

нием Муретом, Пресвитером, Законоучителем и Гражданином Римским в Венеции 1555 году», перевод Мотониса; «Есхина сократического философа разговор о добродетели: Можно ли оную приобресть учением?», перевод Козицкого; «Сон, щасливое общество» Сумарокова; «К издателю Трудолюбивой Пчелы» неизвестного автора. Заметим, что рассуждения о добродетелях и пороках формировали не только художественный или публицистический российский дискурс XVIII в. Эта полемика стояла у основ отечественной правовой системы и ее языка. Так, например, К. Д. Бугров цитату из сумароковского «Сна...»: «За добродетель воздаяние, а за беззаконие казнь» – вынес в заголовок статьи о проблемах функционирования правового политического языка в российской общественной мысли XVIII века (2016: 27).

Добродетель, явленная на страницах помесячных книжек ТП, тоже проходит вместе с читателем путь нравственного очищения. Катарсис адресата сумароковского журнала становится возможным при постижении им всего метатекста, как отдельного номера, так и всей годовой подписки, оформленной впоследствии под одной обложкой. От абстрактного понятия в первых номерах журнала добродетель проходит путь воплощения в конкретные художественные образы, наделенные чертами характера. Сумароков незаметно для читателя постоянно создает параллельные сюжеты путем ненавязчивой циклизации текстов различной жанровой природы, языковой и культурной принадлежности. В результате издателем ТП создан первообразец нового типа издания с принципиально новым нарративным потенциалом и еще не известной в XVIII в. ансамблевой структурой. Это тот случай, когда история журналистики пересекается впрямую с ее теорией, т. е. теория и терминология не поспевают за литературной и журналистской практикой (см. Вартанова, 2017).

Добродетель после «Трудолюбивой Пчелы»

После «Трудолюбивой Пчелы» категория добродетели была ярко заявлена в маскараде «Торжествующая Минерва», посвященном коронации Екатерины II (1763). Это было общенародное зрелище, призванное явить пороки и добродетели, в конце пороки должны были быть побеждены Минервой. Е. Н. Погосян напоминает, что для Сумарокова и авторов журнала «Трудолюбивая Пчела» Минервой была великая княгиня Екатерина. Ей был посвящен

сам журнал: в посвящении Сумароков просил Екатерину о покровительстве (Погосян, 2008: 55–60). Группу пороков, шествующих в первой части маскарада, составляли Бахус (пьянство), несогласие, обман, невежество, мздоимство, спесь, мотовство, бедность.

В 1781 г. Н. И. Новиков опубликовал посмертное десятитомное собрание сочинений Сумарокова, в 6 том которого вошли «Некоторые статьи о добродетели». Новиков дает атрибуцию – «писал Александр Сумароков» (Сумароков, 1781: 243). Некоторые фактические упоминания (апелляция к актерскому корпусу, учреждение Бецким воспитательного училища при Академии художеств и др.) позволяют думать, что небольшие заметки о добродетели были написаны в 1750-е – первую половину 1760-х гг. Многие статьи имеют нравоучительный характер, как то: «Не делать зла, хорошо; но сие благо еще похвалы не заслуживает: столб худа не делает; но столб за то еще почтения не удостаивается. Не делать худа, не есть добродетель: добродетель есть делать людям добро, коли можно: похвально и то, что я могу и не делать людям худа; но то еще не добродетель» (Там же: 256).

Выводы

Таким образом, свободная дискуссия о добродетели стала важной частью повестки российской журналистики середины XVIII в., с формальной академической цензурой, но без всякой самоцензуры (Засурский, 2012). На страницах «Трудолюбивой Пчелы» в 8 из 12 номеров журнала 19 произведений концептуально связаны с размышлениями о сути добродетели и качествах добродетельного человека. 11 из них – переводные произведения. Сумароковский журнал стал местом рецепции античных и западноевропейских этико-политических идей и концепций, одной из которых были представления о добродетели. Оригинальные произведения (их 8), принадлежащие перу Сумарокова, Козицкова, Мотониса – самых «весомых» авторов «Трудолюбивой Пчелы», доказывают важность проблематики публикаций, поиск путей коммуникативного взаимодействия с читателем через разные жанры, контексты, дискурсы, язык – от прямых морально-философских сентенций до тонких аллюзий и метафор (Иванова, Клушина, 2018: 50–62). Обращения к теме добродетельной жизни разбросаны по всем 767 страницам журнала. Поскольку литература и журналистика были в середине XVIII в. во многом синкретичны, авторская коммуникативная стра-

тегия Сумарокова позволила издателю реализовать проект первого частного ежемесячника. «Трудолюбивая Пчела» стала первообразцом для большинства российских ежемесячных журналов. Ансамблевая, метатекстовая природа, положенная Сумароковым в основу структуры журнала, была творчески переосмыслена Н. И. Новиковым и Н. М. Карамзиным, а впоследствии сумароковская традиция повлияла на всю отечественную журналистику.

Примечания

[1] Статья подготовлена в Самарском национальном исследовательском университете имени академика С. П. Королева за счет гранта Российского научного фонда (проект № 22-28-00023 «Словарь языка журнала А. П. Сумарокова "Трудолюбивая Пчела" (1759)»).

Библиография

Абрамзон Т. Е., Петров А. В. Женский метатекст в журнале А. П. Сумарокова «Трудолюбивая пчела» // Ученые записки Казан. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2018. Т. 160. № 1. С. 29–41.

Березина В. Г. Журнал А. П. Сумарокова «Трудолюбивая пчела (1759)» // Вопросы журналистики: сб. статей. Л.: ЛГУ, 1960. Вып. 2. Кн. II.

Бугров К. Д. «За добродетель воздаяние, а за беззаконие казнь»: проблемы функционирования правового политического языка в российской общественной мысли XVIII в. // Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Т. 8. № 3–2. С. 27–33.

Вартанова Е. Л. К вопросу об актуализации теории журналистики и теории СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 1. С. 5–13. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(1).5-13

Вроон Р. «Оды торжественныя» и «Елегии любовныя»: История создания, композиция сборников // Сумароков А. П. Оды торжественныя. Елегии любовныя. Приложения: Редакции и варианты. Дополнения. Комментарии. Статьи. М.: ОГИ, 2009.

Глинка С. Н. Очерки жизни и избранные сочинения Александра Петровича Сумарокова, изданные Сергеем Глинкою: Ч. 1–3. СПб.: Типография С. С. Глинки и К°, 1841. Ч. 1.

Гончарова О. М. Смысловое пространство русской культуры: память – традиция – текст. СПб.: РХГИ, 2005.

Гуковский Г. А. Сумароков и его литературно-общественное окружение // История русской литературы: в 10 т. Т. III: Литература XVIII века. Ч. 1. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1941.

Засурский Я. Н. Торжество самоцензуры // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 1. С. 10–13.

Иванов Д. В. Человековедение А. П. Сумарокова: к философским и психологическим взглядам русского просветителя // Социосфера. 2013. № 4. С. 11–13.

Иванова М. В., Клушина Н. И. Публицистика в истории русского литературного языка: от древнерусской словесности к интернет-коммуникации // Вестник РУДН. Сер.: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2018. Т. 16. № 1. С. 50–62. DOI: 10.22363/2313-2264-2018-16-1-50-62

История масонства в документах / сост. и пер. *Е. Л. Кузьмишин*. М.: Типография изд-ва «ARS TECTONICA», 2010.

История русского драматического театра: в 7 т. Т. 1: От истоков до конца XVIII века. М.: Искусство, 1977.

Киселев В. С. Статьи по теории и истории метатекста (на материале русской прозы конца XVIII – первой трети XIX века). Томск: ТГУ, 2004.

Левитт М. Журнал А. П. Сумарокова «Трудолюбивая пчела»: композиция и направление // Дар дружества и муз: сб. в честь Натальи Дмитриевны Кочетковой. СПб.; М.: Альянс Архео, 2018.

Пашкуров А. Н. Тринитарное мышление в религиозно-философском учении масонства в России // Филologos. 2018. № 38 (3). С. 38–45.

Погосян Е. В. Момус и Превратный свет в маскараде «Торжествующая Минерва» // И время, и место: историко-филологический сборник к шестидесятилетию А. Л. Осповата. М.: Новое издательство, 2008.

Растягаев А. В., Сложеникина Ю. В. Сатирический образ подьячего на страницах журнала А. П. Сумарокова «Трудолюбивая Пчела» (1759): от характера к метатексту // Национальные коды в европейской литературе XIX–XXI вв. Литературный канон в контексте межкультурной коммуникации: колл. монография. Нижний Новгород: НГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020.

Сложеникина Ю. В., Растягаев А. В. «Трудолюбивая Пчела» А. П. Сумарокова (декабрь): метатекст и повествовательная модель // Toronto Slavic Quarterly. 2011. № 37.

Смит Д. Работа над диким камнем: Масонский орден и русское общество в XVIII веке / автор. пер. с англ. *К. Осповата и Д. Хитровой*. М.: Новое литературное обозрение, 2006.

Сумароков А. П. Эпистола II // Две эпистолы Александра Сумарокова: В первой предлагается о русском языке, а во второй – о стихотворстве. СПб.: Императорская Академия Наук, 1748.

Сумароков А. П. Некоторые статьи о добродетели // Сумароков А. П. Полное собрание всех сочинений в стихах и прозе. Ч. 6. М.: В университетской типографии у Новикова, 1781.

Сумароков А. П. Ода, сочиненная в первые лета моего во стихотворении упражнения // А. П. Сумароков. Избранные произведения. Л.: Советский писатель, 1957.

Трудолюбивая Пчела. СПб.: Типография Академии наук, 1759.

References

Abramzon T. E., Petrov A. V. (2018) Zhenskiy metatekst v zhurnale A. P. Sumarokova «Trudolyubivaya pchela» [Women's Metatext in A. P. Sumarokov›s Journal Trudoliubivaya Pchela]. *Uchenye zapiski Kazan. un-ta. Ser.: Gumanitarnye nauki* 160 (1): 29–41. (In Russian)

Berezina V. G. (1960) Zhurnal A. P. Sumarokova «Trudolyubivaya pchela» (1759) [A.P. Sumarokov's Journal Trudoliubivaya Pchela (1759)]. In *Voprosy zhurnalistiki. Sb. statey. Vyp. 2. Kn. II* [Issues of Journalism. Collected articles. Issue 2. Book 2]. Leningrad: LGU Publ. (In Russian)

Bugrov K. D. (2016) "Za dobrodetel' vozdayanie, a za bezzakonie kazn'": problemy funktsionirovaniya pravovogo politicheskogo yazyka v rossiyskoy obshchestvennoy mysli XVIII v. ["Virtue Is Rewarded, and Lawlessness is Punished": Problems of Legal Political Language in Russian Social Thought in the 18th Century]. *Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl'* 8 (3–2): 27–33. (In Russian)

Glinka S. N. (1841) *Ocherki zhizni i izbrannye sochineniya Aleksandra Petrovicha Sumarokova, izdannye Sergeem Glinkoyu. Ch. 1–3. Ch. 1* [Essays on the Life and Selected Works of Alexander Petrovich Sumarokov, Published by Sergey Glinka]. St. Petersburg: Tipografiya S.S. Glinki i K° Publ. (In Russian)

Goncharova O. M. (2005) *Smyslovoe prostranstvo russkoj kul'tury: pamyat' – tradiciya – tekst* [The Semantic Space of Russian Culture: Memory – Tradition – Text]. St. Petersburg: RHGI Publ. (In Russian)

Gukovskiy G. A. (1941) Sumarokov i ego literaturno-obshchestvennoe okruzhenie [Sumarokov and His Literary and Social Environment]. In *Istoriya russkoy literatury: V 10 t. T. III: Literatura XVIII veka. Ch. 1. 1941* [History of Russian Literature: in 10 vol. Vol. 3: 18th Century Literature. Part 1. 1941]. Moscow; Leningrad: Izdatel'stvo AN SSSR Publ. (In Russian)

Istoriya russkogo dramaticheskogo teatra: v 7 t. T. 1: Ot istokov do konca XVIII veka [History of Russian Dramatic Theater: in 7 vol. Vol. 1: From the Origins to the End of the 18th Century] (1977) Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Ivanov D. V. (2013) Chelovekovedenie A. P. Sumarokova: k filosofskim i psihologicheskim vzglyadam russkogo prosvetitelya [A. P. Sumarokov's Humanology: to the Philosophical and Psychological Views of the Russian Enlightener]. *Sociosfera* 4: 11–13. (In Russian)

Ivanova M. V., Klushina N. I. (2018) Publitsistika v istorii russkogo literaturnogo yazyka: ot drevnerusskoy slovesnosti k internet-kommunikatsii [Opinion Journalism in the History of Russian Literary Language: from Old Russian Literature to Internet Communication]. *Vestnik RUDN. Seriya «Russkij i inostrannye yazyki i metodika ih prepodavaniya»* 16 (1): 50–62. DOI: 10.22363/2313-2264-2018-16-1-50-62 (In Russian)

Kiselev V. S. (2004) *Stat'i po teorii i istorii metateksta (na materiale russkoj prozy konca XVIII – pervoj treti XIX veka)* [Articles on the Theory and History of Metatext (a Case Study of Russian Prose of the Late 18th - First Third of the 19th Century)]. Tomsk: TGU Publ. (In Russian)

Kuz'mishin E. L. (ed.) (2010) *Istoriya masonstva v dokumentah* [A History of Freemasonry in Documents]. Moscow: Tipografiya izdatel'stva «ARS TECTONICA» Publ. (In Russian)

Levitt M. (2018) Zhurnal A.P. Sumarokova «Trudolyubivaya pchela»: kompozitsiya i napravlenie [A. P. Sumarokov›s Journal Trudoliubivaya Pchela: Composition and Direction]. In *Dar druzhestva i muz: sbornik v chest' Natal'i Dmitrievny Kochetkovoy* [The Gift of Friendship and Muses: a Collection in Honor of Natalia Dmitrievna Kochetkova]. St. Petersburg; Moscow: Al'yans Arheo Publ. (In Russian)

Pashkurov A. N. (2018) Trinitarnoe myshlenie v religiozno-filosofskom uchenii masonstva v Rossii [Trinitarian Thinking in Religious and Philosophical Teaching of Freemasonry in Russia]. *Filologos* 38 (3): 38–45. (In Russian)

Pogosyan E. (2008) Momus i Prevratnyj svet v maskarade «Torzhestvuyushchaya Minerva» [Momus and Perverted Light in the Masquerade "Triumphant Minerva"]. In *I vremya, i mesto: istoriko-filologicheskij sbornik k shestidesyatiletiyu A. L. Ospovata* [Both Time and Place: Historical-Philological Collection to the Sixtieth Anniversary of A. L. Ospovat]. Moscow: Novoe izdatel›stvo Publ. (In Russian)

Rastyagaev A. V., Slozhenikina Yu. V. (2020) Satiricheskij obraz pod›yachego na stranicah zhurnala A. P. Sumarokova «Trudolyubivaya Pchela» (1759): ot haraktera k metatekstu [The Satirical Image of the Scribe in the Pages of A.P. Sumarokov's Journal Trudoliubivaya Pchela (1759): from Character to Metatext]. In *Nacional'nye kody v evropejskoj literature XIX-XXI vv. Literaturnyj kanon v kontekste mezhkul›turnoj kommunikacii: kollektivnaya monografiya* [National Codes in European Literature of the 19th -21st Centuries. The Literary Canon in the Context of Cross-Cultural Communication: a Collective Monograph]. Nizhniy Novgorod. (In Russian)

Slozhenikina Yu. V., Rastyagaev A. V. (2011) "Trudolyubivaya Pchela" A. P. Sumarokova (dekabr'): metatekst i povestvovatel'naya model' [Trudoliubivaya Pchela by A. P. Sumarokov (December): metatext and the narrative model]. *Toronto Slavic Quarterly* 37. (In Russian)

Smith D. (2006) *Rabota nad dikim kamnem: Masonskij orden i russkoe obshchestvo v XVIII veke* [Work on the Wild Stone: the Masonic Order and Russian Society in the 18th Century]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ. (In Russian)

Sumarokov A. P. (1748) Epistola II [Epistola 2]. In *Dve epistoly Aleksandra Sumarokova: v pervoj predlagaetsya o russkom yazyke, a vo vtoroj – o stihotvorstve* [Two Epistoles by Alexander Sumarokov: the First States About the Russian Language and the Second - About Poetry.]. St. Petersburg: Imperatorskaya Akademiya Nauk Publ. (In Russian)

Sumarokov A. P. (1781) Nekotorye stat'i o dobrodeteli [Some Articles on Virtue]. In A. P. Sumarokov *Polnoe sobranie vsekh sochineniy v stikhakh i proze T. 6* [Complete Collection of All Works in Verse and Prose. Vol. 6]. Moscow: V universitetskoy tipografii u Novikova Publ. (In Russian)

Sumarokov A. P. (1957) Oda, sochinennaya v pervye leta moego vo stihotvorenii uprazhneniya [The Ode, Composed in the First Years of My Exercise in Verse]. In *Izbrannye proizvedeniya* [Selected Works]. Leningrad: Sovetskiy pisatel' Publ. (In Russian)

Trudolyubivaya Pchela [Trudoliubivaya Pchela] (1759) St. Petersburg: Tipografiya Akademii nauk Publ. (In Russian)

Vartanova E. L. (2017) K voprosu ob aktualizacii teorii zhurnalistiki i teorii SMI [Towards Updating Journalism Theory and Media Theory]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism* 6 (1): 5–13. (In Russian)

Zasurskiy Ya. N. (2012) Torzhestvo samocenzury [The Triumph of Self-Censorship]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism* 1: 10–13. (In Russian)

Поступила в редакцию
19.01.2022

Акчурина Александра Романовна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры медиалингвистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: vassa3004@list.ru

МОДЕЛЬ СЕНТИМЕНТАЛИСТСКОГО ИЗДАНИЯ 1790-х гг. В РОССИИ

Сентиментализм, пришедший в Россию в конце XVIII столетия, не только определил развитие литературного процесса в стране, но и задал вектор движения отечественной журналистики. Писатели-сентименталисты в поиске платформы для выражения своих взглядов начали активно издавать журналы сентименталистского направления. За последнее десятилетие XVIII в. в России было издано семь таких журналов: «Московский журнал» (1791–1792), «Чтение для вкуса, разума и чувствований» (1791–1793), «Дело от безделья» (1792), «Еженедельник» (1792), «Приятное и полезное препровождение времени» (1794–1798), «Муза» (1796), «Иппокрена, или Утехи любословия» (1799–1801). Главным образцом для издателей 1790-х гг. стал «Московский журнал» Н. М. Карамзина, что не мешало им смело экспериментировать, как показал анализ структуры и содержания остальных изданий эпохи. Так или иначе, можно утверждать, что существовала модель сентименталистского издания, которая заложила основы развития журналистики и в особенности литературного журнала в XIX в.

Ключевые слова: сентиментализм, литературный журнал, XVIII в., Н. М. Карамзин, «Московский журнал», В. С. Подшивалов, модель журнала.

Alexandra R. Akchurina, PhD in Philology, Senior Lecturer at the Chair of Media Linguistics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: vassa3004@list.ru

THE SENTIMENTALIST PUBLICATION MODEL OF THE 1790S IN RUSSIA

Sentimentalism, which reached Russia at the end of the 18th century, determined the development of the literary process in the country and set the vector for the movement of Russian journalism. In search of a platform for expressing their views and creative fulfillment, sentimentalist writers and other aspiring authors began to actively publish magazines of sentimentalist orientation. Over the last decade of the 18th century, seven large magazines were published in Russia, which could be fully considered sentimentalist: Moskovskiy Zhurnal (1791–1792), Chtenie dlya Vkusa, Razuma i Chuvstvovaniy (1791–1793), Delo ot Bezdelya (1792), Ezhenedelnik (1792),

Priyatnoe i Poleznoe Preprovozhdenie Vremeni (1794–1798), Muza (1796), Ippokrena, ili Utekhi Lyubosloviya (1799–1801). Moskovskiy Zhurnal published by N.M. Karamzin became a major example to follow for publishers in the 1790s; however, an analysis of the structure and content of other publications of the time showed that other editors also skillfully experimented with magazine formats. One way or another, one can claim the existence of the sentimentalist publication model, which laid the foundations for the development of journalism and, in particular, literary magazines in the 19th century.

Key words: *sentimentalism, literary magazine, 18th century, N. M. Karamzin, Moskovskiy Zhurnal, V.S. Podshivalov, magazine model.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2022.6893

Введение

Издания сентименталистского направления в конце XVIII столетия определили характер журналистики и, более того, ее дальнейшее развитие. Сентименталистские журналы предоставили русским писателям множество возможностей для публикации произведений и выражения общественных взглядов. В том числе благодаря им широкая публика узнала и полюбила И. И. Дмитриева, В. А. Жуковского, Н. М. Карамзина, В. Л. Пушкина. Издания знакомили читателей и с творчеством зарубежных писателей-просветителей и сентименталистов, с переводами их новейших трудов. В сентименталистских журналах публиковались извещения о выходе книжных новинок, рецензии на спектакли отечественных и зарубежных театров, статьи об искусстве и культуре.

Модель сентименталистского журнала представляет огромный интерес с точки зрения организации и подачи материала еще и потому, что она получила продолжение в дальнейшей традиции русской журналистики. По аналогии с изданиями сентименталистов был создан «Вестник Европы», они определенно оказали влияние на издания декабристов и энциклопедические журналы. Таким образом, журналистика сентиментализма последнего десятилетия XVIII в. стала предвестником журналистики века XIX.

В качестве материала для исследования нами были выбраны следующие издания: «Московский журнал» (1791–1792), «Чтение для вкуса, разума и чувствований» (1791–1793), «Дело от безде-

лья» (1792), «Еженедельник» (1792), «Приятное и полезное препровождение времени» (1794–1798), «Муза» (1796), «Иппокрена, или Утехи любословия» (1799–1801). К указанному периоду относятся, безусловно, и альманахи Н. М. Карамзина – «Аглая» (1794–1795) и «Аониды» (1796, 1797, 1799). Однако мы решили не рассматривать их в рамках данной темы, так как альманахи – в силу более редкой периодичности – выстроены по иной модели (в частности, «Аглая», которую можно определить как моноальманах).

Обзор литературы

Анализ содержания и структуры сентименталистских журналов 1790-х гг. помог выявить неотъемлемые черты модели сентименталистского издания. Вместе с тем работа с историческими источниками невозможна вне контекста, в связи с чем нам пришлось прибегнуть к помощи справочников и словарей, в том числе словарей псевдонимов (Дементьев, Западов, Черепахов (ред.), 1959; Масанов, 1956–1960; Неустроев, 1874; Федоров (ред.), 2019). О многих вопросах авторства и анонимности рассматриваемого периода подробно рассказано в монографии В. В. Виноградова «Проблема авторства и теория стилей» (1961).

Что касается научных трудов и критики, то интерес исследователей распределен крайне неравномерно. Журналистская деятельность Карамзина рассмотрена довольно подробно (Акчурина, 2016). О «Московском журнале» и других изданиях первого сентименталиста России писали В. Г. Березина (1973), А. И. Комаров (1950), Т. Ф. Пирожкова (1978), Л. А. Сапченко (2003), А. В. Старчевский (1849). Не обошли вниманием его журналистскую деятельность и крупнейшие биографы и критики (Лотман, 1998; Макогоненко, 1984).

Однако степень научной разработанности темы в отношении прочих сентименталистских изданий эпохи остается в высшей степени фрагментарной. Исследователи периода рассматривали данные издания в совокупности либо как дружественные «Московскому журналу» (Комаров, 1950; Пирожкова, 1978), либо как часть литературного процесса и останавливались главным образом на опубликованных в них произведениях (Арзуманова,

1964; Берков, 1950; Орлов, 1977). В исследованиях сентиментализма как литературного направления крайне редко встречаются даже упоминания изданий, о которых идет речь в настоящей работе. Некоторые современные авторы анализируют содержание сентименталистских журналов лишь в рамках определенной темы: в частности, в последнее время особую популярность приобрела тема травелогов (Приказчикова, 2019; Чикалова, 2016).

Методология

Анализ структуры и содержания журналов 1790-х гг. должен подтвердить наше предположение о том, что сентименталистские издания, возникшие в конце XVIII в., создавались по единой модели, имевшей четкие и конкретные характеристики. И все издания, несмотря на ряд отличий, придерживались принятого образца. Безусловно, опорой для издателей и редакторов стал «Московский журнал» Н. М. Карамзина. Однако анализ остальных изданий показал, что издатели вводили новые рубрики или совершенствовали нововведения Карамзина: например, вели тематические разделы более регулярно, не меняли названий рубрик, придерживались более четкого оформления и т. д. Таким образом, в основу исследования лег сравнительный метод, который помог выявить закономерности в журналистском процессе 1790-х гг.

Объектом исследования стали литературные журналы большого объема (каждый номер представляет собой небольшую книгу), большинство из них содержит крупнейшие публикации эпохи (произведения Н. М. Карамзина, И. И. Дмитриева, Г. Р. Державина, В. А. Жуковского и многих других). В данной работе наше внимание было направлено главным образом на структурные компоненты изданий, их сходства и различия.

«Московский журнал» (1791–1792)

«Московский журнал» Н. М. Карамзина обладал, пожалуй, наиболее сложной и разнообразной структурой по сравнению с остальными изданиями эпохи. Подобно другой периодике XVIII столетия, основу «Московского журнала» составляли литератур-

ные произведения. Смысловым и структурным ядром являлись «Письма русского путешественника», которые печатались регулярно в каждом номере. Отрывок из писем занимал, как правило, 30–40 страниц. Помимо «Писем русского путешественника», в журнале Карамзин опубликовал повести «Бедная Лиза» и «Наталья, боярская дочь», стихотворения «Филлида», «Выздоровление», «Невинность», «К богине здравия», «К Прекрасной», «Осень» и немало других произведений. Публиковались в «Московском журнале» и другие отечественные авторы: И. И. Дмитриев («Письмо к Прелесте»), Г. Р. Державин («Памятник Герою»), В. В. Капнист («Ода на счастье родным, друзьям и ближним»), Ю. А. Нелединский-Мелецкий («Ода его сиятельству князю Николаю Васильевичу Репнину»), М. М. Херасков («Осел и лира»).

Однако не только богатый и разнообразный литературный материал привлекал читателей «Московского журнала», особую прелесть изданию придавала сложная и необычная структура. В «Московском журнале» присутствовали регулярные и самостоятельные литературные, критические и библиографические отделы, поэтому он по праву может называться первым рубрицированным литературным журналом в России. Данная мысль была, в частности, высказана в работе В. Г. Березиной «Карамзин-журналист», опубликованной в 1973 г.

Постоянными рубриками «Московского журнала» были: «Смесь», «О русских книгах», «О иностранных книгах», «Московский театр», «Парижские спектакли». Материалы в рубриках соответствовали тематике раздела. «Смесь» наполнялась в основном анекдотами – короткими, чаще всего юмористическими рассказами о различных происшествиях, большая часть которых заимствована из иностранных журналов, в том числе *Mercure de France, British Mercury*. В разделах «О русских книгах» и «О иностранных книгах» содержались критические рецензии на книги русских авторов, а также на переводы зарубежных произведений. Автором многих критических заметок был сам Карамзин, а в ряде случаев он перепечатывал публикации из иностранных журналов. Рубрики «Московский театр» и «Парижские спектакли» являлись наиболее подробными и качественными разделами «Московского журнала». Здесь публиковались прекрасные театральные рецензии, одним из хрестоматийных примеров можно считать рецензию на русский

спектакль по трагедии «Эмилия Галотти»[1], опубликованную под заголовком «Театр».

При новаторском подходе Карамзина к созданию структуры рубрицированного журнала, ему было свойственно систематизировать материал. В каждой книге издания публиковались подробные списки подписчиков с указанием фамилий, имен и отчеств, городов и иных сведений. Во многих номерах можно найти оглавление и перечень опечаток.

Структура и содержание «Московского журнала» – обширная тема, довольно подробно изученная различными исследователями (см. Обзор литературы). Однако упомянутые выше краткие сведения необходимы для последующего сравнения других сентименталистских изданий с первым и главным образцом – журналом Карамзина.

«Еженедельник» (1792)

В 1792 г., когда завершался карамзинский «Московский журнал», интерес к сентиментализму находился на самом пике. В это время в Москве начал выходить еще один журнал сентименталистского толка с тяжеловесным названием – «Еженедельник, или Собрание разных философических, исторических, физических и нравоучительных рассуждений, переведенных с разных языков, также загадок, элегий, эпиграмм и других разных в стихах и прозе российских мелких сочинений, периодически на 1792 год изданных». Издателями журнала были В. И. Снятиновский и Ф. Комаров.

Компактное издание уложилось в одну книжку (1 часть), в ней 18 номеров. Объем одного номера 12–16 страниц. В оформлении издания выдержан лаконичный и простой стиль, никаких обложек, фронтисписов, иллюстраций. Лишь на первой странице номера присутствовали две виньетки, максимально простые в исполнении. Такие линии для отделения одного произведения от другого встречались во всех номерах.

Первый номер открывался загадкой одного из издателей Снятиновского, причем отгадка указана в заголовке:

Год
Я знатной господин, меня знатнее нет,
Слуг много у меня, и мне весь служит свет...[2]

Также в первый выпуск «Еженедельника» вошли стансы, переводы произведений на античные сюжеты, басня и эпиграмма.

Содержание журнала полностью оправдывало его название: номера включали загадки, стансы, басни, эпиграммы, элегии, идиллии («Дафнис и Гиппон»), песни, эпитафии, анакреонтические стихи, мадригалы и другие стихотворения, сентиментальные повести («Лаузус и Лидия» Ж.-Ф. Мармонтеля, «Сидней и Силли, или благодеяние и благодарность» Д. И. Фонвизина), произведения на античные сюжеты («Описание свирепости и жестокости Митридата к римским гражданам, торгующим в Азии»), надписи по разным случаям (например, Петру Великому), диалоги между философами («Сократ, Критон») и другие отрывки философского рода. Среди опубликованных произведений есть также одна драма («Благополучный поединок»).

Большинство произведений были сентиментального и нравоучительного характера, что вполне оправдывало характер журнала и его литературное направление. Так, в номере 10 опубликован прозаический отрывок, пересказывающий известную легенду о Нарциссе, а также отрывок «Ирус», повествующий о стихотворце, который мечтал разбогатеть. По сюжету, бедный стихотворец получил все, что хотел, но в момент счастливого брака с прекрасной девушкой проснулся – богатство и удача ему лишь привиделись. В том же номере есть и небольшое нравоучение с говорящим названием «Кто есть истинный друг?». В номере 11 же опубликован иностранный перевод «О благодеянии или благотворении» и «Рассуждение о смерти».

Журнал состоял в основном из произведений, подготовленных издателями Снятиновским и Комаровым, а также переводов, очевидно выполненных ими же с английского, итальянского, немецкого, французского, турецкого языков.

Только две идиллии были присланы, судя по комментариям издателей, «от неизвестной Особы», при этом автора установить нам не удалось. Остальная часть публикаций перепечатывалась из ранее выходивших изданий. В справочнике «Русская периодическая печать» контент журнала охарактеризован так: «Содержание журнала незначительно, подбор материала случаен. Печатались произведения издателей, главным образом стихотворные, переводы из иностранных журналов и сборников» (Дементьев, Западов, Черепахов (ред.): 87).

«Еженедельник» значительно уступает «Московскому журналу» и по качеству выбранного материала, и по оформлению. Вместе с тем он представляет собой интересный пример влияния сентиментализма на журналистику конца XVIII в.

«Дело от безделья» (1792)

Свою нишу среди других сентименталистских изданий эпохи занял и журнал «Дело от безделья, или Приятная забава, рождающая улыбку на челе угрюмых, умеряющая излишнюю радость вертопрахов, и каждому по его вкусу, философическими, критическими, пастушьими и аллегорическими повестями, в стихах и прозе состоящими, угождающая». Журнал выходил в Москве каждый месяц на протяжении 1792 г., всего вышло 4 части (12 книг). Цена четырех частей, как заявлено в конце журнала, 5 рублей. Издатель – А. Г. Решетников. В журнале принимали участие: Н. Андриевский, И. Вахромеев, И. Виноградов, А. Есипов, Е. Люценко, И. Наумов, Н. Павлов, М. Сушков. Оформление журнала выгодно отличалось от аналогичных изданий, было продуманным и аккуратным, номера сопровождались нарядными виньетками.



Содержание журнала разнообразно: басни, сонеты, мадригалы, эпиграммы, наставления, эпитафии, стансы, анакреонтические оды, элегии, песни, произведения на античные сюжеты («Мом, Меркурий и Плутус», «Алифофил»), произведения об ученых («Разуму много, да денег нет», «Вражда между учеными»), восточные повести («Отринутая благодарность, или пример редкого великодушия», «Узбек и омар»), загадки, короткие повести, зарисовки на естественно-научную тематику («О громе и молнии»), анекдоты, в предпоследней части журнала опубликована трагедия «Калигула, или Отмщенный тиран».

Значительное место в журнале занимают произведения нравоучительного характера. Так, в Части 1 опубликована зарисовка о ветрогоне, который прожигает жизнь и ничем не занят, кроме пустого волокитства и безделья, а также «Заговор пороков против добродетели».

Отдельно стоит отметить просветительское произведение «Письма дикого американца, привезенного в Старый свет из Нового», затрагивающее проблему социального неравенства. Оно представляет собой письма раба из Америки, который ранее жил в лесах, а в рабстве пытается осмыслить несправедливое устройство мира. Содержание писем и образ автора перекликаются с идеей естественного человека.

Рассуждения автора писем, несмотря на отсутствие должного образования, злободневны и остро характеризуют проблему порабощения одних людей другими: «Но вот, что для меня неразрешимою загадкою: они ежечасно твердят мне, что не должно притеснять никого, кто бы какого закона ни был; ибо-де все мы братья; а сами переплыв столь обширное море на такой большой лодке, отнимают у нас вольность и права человечества; и уча других не разбойничать, сами грабят и теснят, да еще притом и не стыдятся говорить, что они то делают из человеколюбия, и желая нас просветить. Прекрасное просвещение!»[3]. Более того, автор видит больше справедливости в дикой природе, где жизнь человека трудна и опасна, но в то же время полна свободы: «С какою бы радостию возвратился я в дикие наши пустыни!»[4].

«Дело от безделья» отличается более четкой структурой, отчасти напоминающей модель «Московского журнала», где большинство номеров выстраивались вокруг отрывков из «Писем

русского путешественника». Центральными произведениями здесь являются «Письма дикого американца» и античная повесть «Алифофил», значительные фрагменты которых дополнены поэзией и другими публикациями. В целом журнал напоминает нарядную игрушку: красивый и опрятный, все номера четко отрегулированы по размеру, расположение материала ясное и прозрачное. Кроме того, в части номеров печатаются списки подписчиков, по которым можно судить о востребованности журнала.

«Чтение для вкуса, разума и чувствований» (1791–1793)

Одновременно с другими изданиями в Москве выходил журнал «Чтение для вкуса, разума и чувствований» – приложение к газете «Московские ведомости». «Чтение» открывает серию литературных приложений к газете: в 1794 г. традицию продолжит «Приятное и полезное препровождение времени», а в 1799 – «Иппокрена». Издателем «Чтения» был А. Светушкин, редактором – В. С. Подшивалов. Помимо редактора, в числе авторов «Чтения» были А. Ф. Мерзляков, Ю. А. Нелединский-Мелецкий.

Каждый выпуск сопровождался указанием номера и части. Все части имели единую нумерацию страниц, титульный лист и подробное оглавление. Всего вышло 105 номеров. Первый номер открывался красивым фронтисписом, оформление и формат издания отличались от других журналов. Размер был меньше – вероятно, из-за того, что «Чтение» являлось приложением.

Журнал отличался богатым жанровым разнообразием: нравоучительная проза, чувствительные путешествия, произведения на античные сюжеты, анекдоты, басни, идиллии, философские сочинения («Фалес и Солон», «Платонова аллегория о естестве души»), отрывки энциклопедического характера («Нечто из влияния климата на рассуждения и обычаи народов»), характеристики известных личностей («Изображение Клеопатры», «О Демосфене»), эпиграммы, стихи разного рода (включая античные, из Катулла). В одном из номеров опубликован шутливый гороскоп, а в конце Части 5 приложен вкладыш с нотами песни («Как быстрый вихрь промчались дни счастья моего...»).

В число известных авторов, чьи произведения опубликованы в журнале, входили Ричардсон («Новая Клементина»), Флориан («Испанская вечеринка»), Грей (стихотворения), Оссиан, Мейснер (отрывки из сочинений), Мармонтель («Заблуждение добродушного отца»), Шиллер («Талия», фрагмент «Царица любви и черные сестры»).

Отдельное место занимали произведения авторов из экзотических стран, которые читатели XVIII в. встречали с особенным интересом (индийская повесть «Бади», африканская повесть «Селико», китайская повесть). Переводы в «Чтении...», как и в большинстве сентименталистских журналов, присутствовали в огромном количестве, в частности переводы с персидского, которым, по всей видимости, владел один из редакторов.

На фоне других произведений из дальних стран выделяется гренландская повесть «Иглука и Сиберсик» – типичная для сентиментализма история любви, приправленная суровым, северным колоритом страны, в которой происходит действие. В основу сюжета положена история счастливой любви главных героев, прошедших через серьезные испытания, чтобы быть вместе. В начале повести Сиберсик и Иглука влюбляются друг в друга, но после совместной ночи Сиберсик пресыщается возлюбленной и решает ее бросить. Несчастная и опозоренная Иглука не перестает любить неверного возлюбленного и в финале произведения спасает ему жизнь. Раскаявшийся Сиберсик возвращается к ней.

Несмотря на замысловатый сюжет, повесть обладает особенной прелестью именно за счет гренландского (или похожего на таковой) колорита. Так, к одному из имен собственных – Пикклеррукпут (погребальное изречение, означающее дурное предзнаменование судьбы) – дана сноска: «Мы просим простить нас за сие выражение, которое может неприятно быть читателям нежного вкуса, но оно живо изображает глупое суеверие и варварство сих народов»[5]. Комментарий подобного рода обращен, прежде всего, к молодым девушкам и женщинам, которые составляли бо́льшую часть аудитории «Чтения...» и далеко не всегда с готовностью воспринимали произведения необычного содержания. Кроме того, в сноске можно заметить и своеобразное проявление иронии редакторов.

Тема путешествия, являющаяся одной из основных для литературы сентиментализма, нашла свое отражение и в «Чтении...».

Во втором номере журнала опубликован отрывок чувствительного путешествия «Потерянный чемодан», с точностью копирующий стиль Карамзина в «Письмах русского путешественника». Также на страницах журнала опубликовано «Письмо английского актера Квина» (незаконченное произведение о поездке актера в Шотландию) и «Расположение души на горах». В числе произведений, посвященных путешествиям, стоит отметить «Перечень из путешествия Г. Бридона на Этну», содержащий большой объем фактической информации, помимо лирических отступлений с описанием чувств героев и тонких ассоциаций с окружающей природой.

На страницах журнала можно встретить и упоминания о Великой Французской буржуазной революции, о которой говорить было опасно, но в то же время нельзя было не говорить. В отрывке из «Журнала Бранковых путешествий» Мейснера «Густав Линдау, или Человек, который не может терпеть зависти» есть описание Франции, спорное и очевидное одновременно. Так, Франция названа «землей, в которой народ или обожает своего Короля (*), или смеется над ним в ругательных сочинениях»[6]. К слову «Король» дана сноска внизу: «Сие писано в 1781 году, и следовательно прежде Французского переворота, потрясшего не только всю Францию, но и Европу»[7]. Примечание интересно и тем, что в нем присутствует злободневность, связь с актуальными событиями, не так часто проявлявшаяся на страницах прессы.

Важное отличие «Чтения...» от большинства сентименталистских изданий конца XVIII в. – наличие заметок об искусстве. Безусловно, это не полноценный критический отдел, как в «Московском журнале», но очевидная попытка разнообразить литературный характер журнала критическими материалами. Так, в номере 26 Части 1 опубликованы «Замечания о театральном действии или о декламации», по стилю и содержанию явно перекликающиеся с рубрикой театральной критики в карамзинском журнале. В той же первой части (номера 19–21) опубликовано объемное произведение «О лирическом стихотворстве», напоминающее полноценный трактат, который перемежается образцами стихов из античности. В Части 4 «Чтения...» присутствуют и пространные философские размышления о влиянии искусства на человека под названием «Влияние нравов на чувствование изящно-

сти». «Опыт о стихотворстве» сочетает в себе черты критики и литературного манифеста, автор ведет речь о типах и жанрах поэзии, дает характеристику одам, сатирам и другим жанрам, рассуждает об использовании монологов и фигур речи, останавливается на погрешностях, которые порой допускают авторы. Любопытно, что классификация, предложенная автором, ближе к классицизму, чем к сентиментализму.

Отдельного упоминания заслуживает юмористическая проза, которая является редкостью для изданий сентиментального толка. В номере 28 второй части можно обнаружить «Похвальное слово старому моему шлафроку, или нечто для моих друзей, имеющих более вкуса, нежели достатка», жанр которого определен автором как «шутливая проза». А в номере 44 той же части опубликован «Опыт вещественного Российского Словаря», представляющий собой действительно отрывки из словаря, только в шуточной форме. Большинство словарных определений изящно критикуют нравы XVIII в., особенно распространенные в высшем свете лицемерие и ложь: «Истина – слово старинных времен, потому в наши модные времена больше не употребляется»; «Лицемеры - люди, которые жить умеют»; «Ложь – лжи уже нет больше. Из всякой лжи выходит ныне самая очевиднейшая истина»[8].

Вслед за Карамзиным создатели журнала пытались ввести рубрики. Так, Часть 5 открывается крупным заголовком «Чтение», однако системы в подобном рубрицировании нет. В конце той же части приведен перечень опечаток («Некоторые погрешности в сей V части»), что также было в традиции «Московского журнала», однако и этот раздел появлялся в журнале нерегулярно.

«Чтение для вкуса, разума и чувствований» – первое издание в ряду трех сентименталистских журналов, объединенных общей концепцией (собственно «Чтение...», «Приятное и полезное препровождение времени», «Иппокрена»). С одной стороны, редакторы старались сделать наполнение журнала максимально разнообразным, привлекательным для аудитории. С другой стороны, структура «Чтения...» отличается разнородностью, пестрит различными жанрами – и далеко не всегда это является достоинством. Вместе с тем авторам удалось собрать поистине выдающийся объем материала и удерживать внима-

ние аудитории длительное время по сравнению с остальными журналами 1790-х гг.

«Приятное и полезное препровождение времени» (1794–1798)

После завершения «Чтения для вкуса, разума и чувствований» редактор В. С. Подшивалов приступил к работе над новым журналом. «Приятное и полезное препровождение времени» он редактировал совместно с П. А. Сохацким, издателями выступали Х. Ридигер и Х. Клаудий. Журнал выходил в Москве с 1794 по 1798 гг., 2 раза в неделю. Всего вышло 20 частей. Как и было обещано редактором в последней части «Чтения...», журнал сохранил значительный объем литературных произведений, но круг авторов стал шире. На страницах издания опубликованы произведения Г. Р. Державина, В. А. Жуковского, И. И. Дмитриева, В. В. Измайлова, В. Л. Пушкина, Н. М. Карамзина, И. А. Крылова, А. Ф. Мерзлякова, Д. А. Кавелина, П. И. Шаликова и др.

Состав журнала: стихи, пословицы, анекдоты, элегии, стансы, оды, басни, арабские повести, песни, баллады, мадригалы, эпиграммы, нравоучительные произведения, идиллии, прозаические отрывки, пастушеские повести, исторические отрывки («Эпонина» – отрывок из римской истории, «Мина и Хао-Канг» – отрывок из китайской истории), материалы энциклопедического характера и о путешествиях («Краткие известия о Марокском и Фецском государствах», «Путешествие на Ямайку и на острова Бермудские», «Письмо о городе Бостоне»), статьи на естественно-научные темы, экзотика («Мадагаскарские песни»), «Памятник» Державина, отрывки из «Французской Антологии».

В «Препровождении времени» состоялось одно из ранних выступлений В. А. Жуковского: в номере 86 за 1797 г. опубликовано прозаическое произведение «Мысли при гробнице» за подписью «Сочинил Благор. Универ. Пансиона воспитанник В. Жуковский». Если судить по дате публикации, то на тот момент писателю было не более 14 лет. В следующих выпусках журнала опубликованы другие его произведения («Майское утро», «Добродетель», «Мир и война», «Жизнь и источник»).

С «Московским журналом» издание роднит произведение неизвестного автора «Россиянин в Англии»: оно играет здесь такую

же роль, как и «Письма русского путешественника» в журнале Карамзина. Даже место действия перекликается с карамзинской прозой: «Россиянин в Англии» начинает свое путешествие 31 октября 1789 г. в Лондоне, а именно на лондонских главах обрывается публикация «Писем русского путешественника» в «Московском журнале» в конце 1792 г.

В «Препровождении времени» встречается большое количество переводов с английского, немецкого, французского языков. Опубликованы произведения Мейснера, Морица, Клейста, Геснера, Виланда, Руссо, Флориана, Саади, Жанлис, Дората, Оссиана. Иногда переводчики указывали источники, в основном это был «Зритель» Аддисона и Стила. Выбор произведений также подчинен сентиментальной стилистике: среди прочих можно найти «Известие о небольшом путешествии Г. Кампе из Тритова в Висмар, а оттуда в Шверин, в виде писем к его детям», а жанр путешествия является одной из «визитных карточек» сентиментализма.

В небольшом по объему журнале представлены критика и литературоведение. Так, в номере 7 Части 1 за 1794 г. опубликовано «Письмо к девице Ф** о российском стопосложении» – прозаическое произведение, которое чередуется со стихами в качестве примеров. На протяжении нескольких номеров журнал публикует «Краткую историю греческой поэзии». На страницах журнала присутствуют и известия о театре, однако, в отличие от «Московского журнала» Карамзина, они имеют несколько скандальный характер: в отрывке «О французском театре в Лондоне», опубликованном в номере 29 Части 2 за 1794 г., рассказывается о том, как плохо был принят Французский театр в Лондоне: артистов закидали тухлыми апельсинами и разгромили весь театр. Отрывок вышел за подписью «Архенгольц». Подобная тенденция была отмечена нами впервые – публикация заметок о театре, имеющих четкий информационный повод (известие о постановках и характере проведения мероприятий, пусть и не в Москве или Петербурге).

Говоря о структуре журнала, стоит отметить, что формирование номеров происходит осознанно. В одном из номеров редакторы развернуто отвечают на вопросы авторов, присылающих свои произведения и не удостоенных публикации: «Ответ очень прост: всякий имеет свой вкус и рассуждение; и так нам, сходственно с сим

вкусом и рассуждением, одни пиесы кажутся лучше других»[9]. И в дополнение к своему объяснению издатели публикуют перечень присланных произведений, которые не считают возможным напечатать. При этом объясняют невозможность публикации не только посредственным характером текстов, но и несоответствием целям издания.

Волновал редакторов и другой аспект формирования номеров. В одном из номеров Части 1 за 1794 г. встречаем следующий комментарий редактора В. С. Подшивалова: «Чтоб не прервать и сего листа материею, о которой мы не думали, чтоб она так много заняла места, – мы делаем здесь отдых, и говоря о стихах, поставляем за приличное кончить лист стихами»[10]. Таким образом, очевидно, что редакторы заботились не только о содержательной стороне журнала, но и об эстетической. Их волновали размещение и пропорции текстов, разнообразие и гармоничность подачи объемного литературного материала.

Наконец, подобно многим изданиям эпохи, в журнале Подшивалова печатался перечень опечаток «Ошибки в печати», а в конце частей имелось оглавление.

Оформление и верстка «Приятного и полезного препровождения времени» оставляют ощущение беспорядка и небрежности: почти нет полей, присутствуют крупные разрывы между строками. Неравномерность ощущается и в формировании номеров: нередко они сильно отличаются по объему и наполнению.

«Иппокрена, или Утехи любословия» (1799–1801)

Журнал «Приятное и полезное препровождение времени», издание которого завершилось в 1798 г., в следующем году трансформировался в новый проект редактора П. А. Сохацкого – «Иппокрена, или Утехи любословия». Как и два предшествующих издания, журнал выходил в Москве с 1799 по 1801 гг. и издавался при типографии Ридигера и Клаудия. Всего вышло 11 частей.

Среди авторов: Г. Р. Державин, В. А. Жуковский, М. Т. Каченовский, В. Т. Нарежный, А. Ф. Воейков, И. Тимковский, А. И. Тургенев, П. С. Кайсаров, А. С. Кайсаров, П. И. Шаликов. Среди зарубежных писателей можно встретить имена Барлея, Жанлис, Стерна, Гёте, Мильтона, Клейста.

Одной из особенностей издания стали типичные сентименталистские произведения, воспевающие пастушеский идиллический образ жизни («Рассуждение о приятностях сельской жизни»). При этом жанровый состав довольно разнообразен: стихи, оды, басни, элегии, идиллии, эпиграммы, эпитафии, триолеты, дружеские послания, рондо, романсы, индийская повесть, произведения на античные сюжеты, восточные сказки, религиозная литература (псалмы и пр.).

Еще одним ярким признаком сентименталистского издания является большое количество произведений о путешествиях («Любопытное и доселе неизвестное путешествие во внутренность Африки», «Отрывок из Журнала одного Путешественника»). В других путешествиях встречаем элементы эпистолярного жанра («Письма из Португалии от голландки к немке, ее приятельнице») и полезные сведения для читателей («Письма в Дрездене, содержащие в себе начертание всего того, что в сем городе находится достопамятного для иностранца»).

Редакторы «Иппокрены» отдавали предпочтение текстам с богатым фактическим материалом, призванным не только развлечь читателя, но и обогатить его умственно и духовно. В номерах журнала опубликован ряд заметок энциклопедического характера («Нечто об англичанах и образе их жизни», «О характере европейцев», «Характеристические черты истории») и нравоучительные произведения («Твердые намерения молодого человека, наставленного в истинах и должностях закона христианского»).

При обилии материалов, посвященных заграничным реалиям, издатели «Иппокрены» не забывали и о национальной культуре и истории. В нескольких номерах журнала опубликованы «Славянские песни» П. Ю. Львова – прозаические зарисовки на тему славянской истории: «Бославе и Владислава», «Прощание славянки», «Радостная песнь славянки» и др. Всего было опубликовано 12 песен. В сноске автор сообщает читателям: «Песни сии суть слабое подражание прекрасным песням Амазонок немецкого автора Вейсе...»[11]. Помимо влияния Х. Ф. Вейсе, в произведении ощущается и стиль Оссиана, которому явно подражает автор.

Содержание «Иппокрены» не ограничивалось лишь энциклопедическими материалами. Издатели старались разнообразить

жанровый состав журнала, добавляя юмористические произведения. Например, в Части 3 Номера 61 за 1799 г. опубликовано «Послание от промотавшегося рыцаря к одной из Дулциней нашего века». Шуточная подпись гласит: «Промотаев, Сельцо Чужаево, 1 года моей бедности, 300 месяца моей жизни»[12]. Согласно биографическому словарю под редакцией Б. Ф. Федорова, автором «Послания» является поэт, прозаик и переводчик Александр Федорович Таушев, который начал свою литературную деятельность в «Приятном и полезном препровождении времени», а затем продолжил сотрудничать в «Иппокрене» (Федоров (ред.), 2019: 182).

В отличие от большинства журналов эпохи, в «Иппокрене» присутствуют попытки публикации актуальных, злободневных материалов. Так, в Части 9 Номера 51 за 1801 г. опубликован прозаический отрывок «Разлитие Оби в 1793 году в Барнауле, и Оркан близ Коломны в 1800 году». Он представляет собой едва ли не единственный материал, который можно в полной мере назвать журналистским.

В «Иппокрене» можно заметить преемственность с изданиями Карамзина не только в структуре и содержании, но и в виде прямых отсылок к изданиям главного сентименталиста России XVIII столетия. Например, в «Оде в честь моему Другу»[13] встречаем несколько ссылок на «Аониды» и «Пантеон иностранной словесности», издававшиеся под руководством Карамзина. Кроме того, присутствует и прямая связь с «Приятным и полезным препровождением времени»: к «Философским отрывкам из созерцания природы» Части 1 Номера 7 за 1799 г. дана сноска, в которой автор отмечает, что «первые пиески» из этой серии были помещены в «Препровождении времени»[14].

Как и в предыдущих версиях журнала, в номерах присутствует оглавление, перечисляются ошибки в печати. В «Иппокрене» ощущается более осмысленное оформление материалов: большие куски текста разбиты на маленькие отрывки и даны подряд, все материалы пронумерованы, указаны ссылки на продолжение и окончание, больше источников. Отличается и дизайн издания, присутствует нарядное оформление страниц, виньетки.

«Муза» (1796)

В 1796 г. столичная пресса подхватила московскую инициативу и в Петербурге начал издаваться журнал «Муза». Издание выходило каждый месяц, всего вышло 4 части (12 книг). Издатель – И. И. Мартынов.

Как и все сентименталистские издания, «Муза» – журнал литературный. В нем сотрудничали Г. Р. Державин, И. И. Дмитриев, В. А. Жуковский, Н. М. Карамзин, Н. А. Львов, И. И. Мартынов, М. М. Сперанский, Д. И. Хвостов. Среди зарубежных авторов можно назвать Брюйера, Парни («Мадагаскарские песни»), Стерна, Коцебу. В составе журнала присутствует значительное количество переводов, преимущественно с французского и немецкого, хотя опубликован и перевод с китайского – «Речь Государя Тана к воинству».

Жанровый состав «Музы» не так разнообразен: анекдоты, басни, оды, песни, прозаические отрывки, мадригалы, сонеты, стихи. На страницах журнала неоднократно появлялись материалы энциклопедического характера: отрывок «Рыцарство (Из Датской Истории г. Малета)», «Нечто об истории», биографические очерки о Вашингтоне, Стерне.

В «Музе» наблюдаются черты преемственности с «Московским журналом» Карамзина: регулярное ведение рубрик «Смесь» и «Анекдоты», публикация списков подписчиков (в сентябрьском номере география подписки достигла 9 городов), оглавления и ошибок в печати. В журнале также присутствует подобие библиографического отдела – извещения о новых книгах («Пилигримы, или искатели счастия в V песнях»).

Однако есть и существенные отличия: так, в «Музе» присутствует ряд произведений довольно фривольного содержания. К ним можно отнести, в частности, эпиграмму из январской книжки, приведем ее полностью: «Лизету целой свет неверною считал // За то, что всякой день любовников меняет; // Напрасно так о ней свет дурно говорит; // Она как Тит // Собою всякой день счастливыми творит»[15]. В следующем месяце на страницах журнала была опубликована «Песня», присланная от «неизвестной Дамы», которая открывалась следующими строками: «Равнодушной я казалась // Быть всегда перед тобой, // И чем более старалась // Страстной дух умерить мой...»[16]. Вполне вероятно, что вольный тон некоторых публикаций можно отнести к более

прогрессивному характеру столичной прессы, а может быть, причиной тому – вкусы редактора.

Фривольная тематика компенсировалась в «Музе» произведениями, посвященными представителям императорской семьи или влиятельным придворным: например, в февральском номере опубликованы «Хариты, На случай русской пляски их Императорских высочеств великих княжен Александры Павловны и Елены Павловны в 25 день декабря 1795 года» и «Его Сиятельству Генерал-Фельдмаршалу Графу Александру Васильевичу Суворову-Рымникскому на пребывание его в Таврическом Дворце». Произведения, с одной стороны, имеют черты классицизма (параллели с античными персонажами: «я хотел воспеть Харит», «Феб во гневе с Геликона мне предстал», «по звучном громе Марс почиет на соломе»[17]), но в то же время написаны уже более демократичным языком, свойственным произведениям сентиментализма.

Формирование номеров, в отличие от многих изданий конца XVIII столетия, происходило, судя по всему, осознанно. С первых страниц издания указываются авторы и источники в ряде произведений, а если авторство было неизвестно, то редакторы могли сопроводить публикацию соответствующим комментарием: «Кого благодарить за сию пиесу? Я надеюсь, что всяк будет повторять со мною сей вопрос, прочитав оную»[18]. Публикации часто сопровождаются анонсами («Окончание будет в следующем месяце»).

***

На основании проведенного анализа семи периодических изданий можно выявить следующие особенности модели сентименталистского журнала XVIII в. в России:

- литературный материал составляет основу издания и служит площадкой для выражения взглядов авторов/редакторов/издателей на устройство общества, образование, просвещение, литературный процесс, искусство и иные вопросы («Письма русского путешественника» в «Московском журнале», «Россиянин в Англии» в «Приятном и полезном препровождении времени» и др.);

- рубрики присутствуют, но далеко не всегда в современном понимании (могут выходить не в каждом номере, иметь разные заглавия, расходиться по объему, располагаться в разных частях номера). В большинстве изданий присутствуют рубрики, посвященные театральным постановкам, выходу новых книг, а также блок анекдотов;
- имеется большое количество переводных произведений, заимствований из европейских журналов (в числе наиболее популярных – *Mercure de France*, «Зритель» Аддисона и Стила), ощущается иностранное влияние в целом, выраженное в выборе произведений и авторов (практически во всех журналах можно встретить публикации Стерна или отрывки из путешествий);
- присутствует ряд обязательных структурных элементов: оглавление, перечень опечаток, анонсы публикаций в последующих номерах, список подписчиков (последнее не всегда);
- осуществляется активная коммуникация с читательской аудиторией, хотя взаимодействие может осуществляться по-разному (и для выражения своих взглядов по ряду вопросов, и для выстраивания диалога, и для критики публикуемых произведений, и для сообщения дополнительной информации). Чаще всего в сносках редактор или издатель может объяснить выбор того или иного произведения для публикации, дать характеристику автору, высказать свое мнение по теме, заявленной в произведении;
- источники упоминаются редко, хотя из немногих ссылок, что фигурируют в номерах журналов, очевидно, что редакторы и издатели внимательно следили за зарубежными публикациями;
- сохраняется анонимность авторов (большинство авторов печатались либо под псевдонимами, либо под инициалами);
- актуальные журналистские материалы практически отсутствуют (на все журналы едва ли найдется десять злободневных публикаций, посвященных недавним событиям).

Таким образом, можно говорить о сложившейся модели сентименталистского журнала конца XVIII в., который, однако же, базируется на первом издании подобного рода в России – «Московском журнале» Н. М. Карамзина. И хотя большинство

изданий имеют отличительные особенности (более четкое деление на рубрики, осмысленное расположение материалов в номере, дробная публикация объемных фрагментов текста и т. д.), «золотым стандартом» остается первый сентименталистский журнал.

Примечания

[1] Московский журнал. М.: Типография Х. Ридигера и Х. Клаудия, 1791. Кн. 1. Ч. I.

[2] Еженедельник, или Собрание разных философических, исторических, физических и нравоучительных рассуждений, переведенных с разных языков, также загадок, элегий, эпиграмм и других разных в стихах и прозе российских мелких сочинений, периодически на 1792 год изданных. М.: 1792. Ч. 1. № 1. С. 1–2.

[3] Дело от безделья, или Приятная забава, рождающая улыбку на челе угрюмых, умеряющая излишнюю радость вертопрахов, и каждому по его вкусу, философическими, критическими, пастушьими и аллегорическими повестями, в стихах и прозе состоящими, угождающая. М.: Типография А. Решетникова, 1792. Ч. 1. Январь. С. 12–13.

[4] Там же. С. 16.

[5] Чтение для вкуса, разума и чувствований. М.: Типография В. Окорокова, 1791–1793. Ч. 4. № 98. С. 347.

[6] Там же. Ч. 10. № 46. С. 237–239.

[7] Там же. Ч. 10. № 46. С. 238.

[8] Там же. Ч. 2. № 44. С. 283.

[9] Приятное и полезное препровождение времени. М.: Типография Х. Ридигера и Х. Клаудия, 1794 –1798. Ч. 7. № 74. С. 320.

[10] Там же. Ч. 1. № 7. С.111.

[11] Иппокрена, или Утехи любословия. М.: Типография Х. Ридигера и Х. Клаудия, 1799. Ч. 8. № 15. С. 230.

[12] Там же. Ч. 3. № 61. С. 140.

[13] Там же. Ч. 4. № 80.

[14] Там же. Ч. 1. № 7. С. 97.

[15] Муза. СПб., 1796. Ч. 1. Книга за январь. С. 71.

[16] Там же. Ч. 1. Книга за февраль. С. 119.

[17] Там же. С. 97, 99.

[18] Сноска к стихотворению «Зима». Там же. С. 129.

Библиография

Акчурина А. Р. Н. М. Карамзин – журналист. М.: Фак. журн. МГУ, 2016.

Арзуманова М. А. Русский сентиментализм в критике 90-х годов XVIII в. // Русская литература XVIII в. Эпоха классицизма. М.; Л.: Наука, 1964.

Березина В. Г. Карамзин – журналист // Проблемы журналистики. 1973. № 1. С. 98–114.

Берков П. Н. Журналистика 1770–1790-х гг. // Очерки по истории русской журналистики и критики. Т. I. XVIII век и первая половина XIX века. Л.: Изд-во Ленинград. ун-та им. А. А. Жданова, 1950.

Виноградов В. В. Проблема авторства и теория стилей. М.: ГИХЛ, 1961.

Комаров А. И. Журналы Н. М. Карамзина и его направления // Очерки по истории русской журналистики и критики. Т. I. XVIII век и первая половина XIX века. Л.: Изд-во Ленинград. ун-та им. А. А. Жданова, 1950.

Лотман Ю. М. Сотворение Карамзина. М.: Молодая гвардия, 1998.

Макогоненко Г. П. Николай Карамзин — писатель, критик, историк // Карамзин Н. М. Сочинения в двух томах. Т. 1. Л.: Художественная литература, 1984.

Масанов И. Ф. Словарь псевдонимов русских писателей, ученых и общественных деятелей: в 4 т. М.: Изд-во Всесоюзной книжной палаты, 1956–1960.

Неустроев А. Н. Историческое розыскание о русских повременных изданиях и сборниках за 1703–1802 гг. СПб.: Типография товарищества «Общественная польза», 1874.

Орлов П. А. Русский сентиментализм 1797-1811 гг. // Русский сентиментализм. М.: Изд-во МГУ, 1977.

Пирожкова Т. Ф. Н. М. Карамзин — издатель «Московского журнала» (1791–1792): лекции. М.: Изд-во МГУ, 1978.

Приказчикова Е. Е. «Я берег покидал туманный Альбиона»: русские травелоги XVIII в. в поисках мирообраза Британии. // Imagines mundi: альманах исследований всеобщей истории XVI–XX вв. № 10. Сер.: Альбионика. Вып. 5. Екатеринбург: Банк культурной информации, 2019. С. 174–184.

Русская периодическая печать (1702–1894): справочник / под ред. *А. Г. Дементьева, А. В. Западова, М. С. Черепахова*. М.: Госизд-во политической литературы, 1959.

Русские писатели. 1800–1917. Биографический словарь / гл. редактор *Б. Ф. Федоров*. М.: Научное издательство «Большая Российская Энциклопедия»; СПб: Издательство «Нестор-История», 2019.

Сапченко Л. А. Н. М. Карамзин: судьба наследия (Век XIX). М.: МПГУ; Ульяновск: УлГУ, 2003.

Старчевский А. В. Николай Михайлович Карамзин. СПб.: Типография Карла Крайя, 1849.

Чикалова И. Р. Наблюдения об Англии и англичанах в эго-документах и отчетах российских путешественников (конец XVIII – начало XX вв.) // Запад – Восток. 2016. № 9. С. 18–35.

Notes

Chtenie dlya vkusa, razuma i chuvstvovaniy [Reading for Taste, Mind and Feelings] (1791–1793) Moscow: Tipografiya V. Okorokova Publ.

Delo ot bezdel'ya, ili Priyatnaya zabava, rozhdayushchaya ulybku na chele ugryumykh, umeryayushchaya izlishnyuyu radost' vertoprakhov, i kazhdomu po ego vkusu, filosoficheskimi, kriticheskimi, pastush'imi i allegoricheskimi povestyami, v stikhakh i proze sostoyashchimi, ugozhdayushchaya [An Activity Distracting from Idleness, or Pleasant Fun, Giving Rise to a Smile on the Brow of the Gloomy, Tempering the Excessive Joy of the Lightheaded, and Pleasing Every Taste by Philosophical, Critical, Pastoral and Allegorical Stories, in Poetry and Prose]. (1792) Moscow: Tipografiya A. Reshetnikova Publ.

Ezhenedel'nik, ili Sobranie raznykh filosoficheskikh, istoricheskikh, fizicheskikh i nravouchitel'nykh rassuzhdeniy, perevedennykh s raznykh yazykov, takzhe zagadok, elegiy, epigramm i drugikh raznykh v stikhakh i proze rossiyskikh melkikh sochineniy, periodicheski na 1792 god izdannykh [A Weekly, or a Collection of Various Philosophical, Historical, Physical and Moral Reasonings, Translated from Different Languages, as Well as Riddles, Elegies, Epigrams and Other Russian Small Works in Poetry and Prose, Periodically Published as of 1792] (1792) Moscow.

Ippokrena, ili Utekhi lyubosloviya [Hippocrene, or The Joys of Literature Lovers] (1799–1801) Moscow: Tipografiya Kh. Ridigera i Kh. Klaudiya Publ.

Moskovskiy zhurnal [Moskovskiy Zhurnal] (1791–1792) Moscow: Tipografiya Kh. Ridigera i Kh. Klaudiya Publ.

Muza [Muse] (1796) St. Petersburg.

Priyatnoe i poleznoe preprovozhdenie vremeni [Pleasant and Useful Passing of Time] (1794–1798) Moscow: Tipografiya Kh. Ridigera i Kh. Klaudiya Publ.

References

Akchurina A. (2016) *N. M. Karamzin – zhurnalist* [N. M. Karamzin as a Journalist]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Arzumanova M. (1964) Russkiy sentimentalizm v kritike 90-kh godov XVIII v. [Russian Sentimentalism in the Criticism of the 90s of the 18th Century]. In *Russkaya literatura XVIII v. Epokha klassitsizma* [18th Century Russian Literature. The Era of Classicism]. Moscow; Leningrad: Nauka Publ. (In Russian)

Berezina V. G. (1973) Karamzin – zhurnalist [Karamzin as a Journalist]. *Problemy zhurnalistiki* 1: 98–114. (In Russian)

Berkov P. (1950) Zhurnalistika 1770-1790-h gg. [Journalism of the 1770s-1790s]. In *Ocherki po istorii russkoy zhurnalistiki i kritiki. T. I. XVIII vek i pervaya polovina XIX veka* [Essays on the History of Russian Journalism and Criticism. Vol 1. The 18th Century and the First Half of the 19th Century]. Leningrad: A. Zhdanov Leningrad Univ. Publ. (In Russian)

Chikalova I. R. (2016) Nablyudeniya ob Anglii i anglichanakh v ego-dokumentakh i otchetakh rossiyskikh puteshestvennikov (konets XVIII – nachalo XX vv.) [Observations about England and the English in Ego-Documents and Reports of Russian Travelers (Late 18th – early 20th Centuries]. *Zapad – Vostok* 9: 18–35. (In Russian)

Dement'ev A. G., Zapadov A. V., Cherepakhov M. S. (eds.) (1959) *Russkaya periodicheskaya pechat' (1702 – 1894). Spravochnik* [The Russian Periodical Press (1702 – 1894)]. Moscow: State Publ. House of Political Literature. (In Russian)

Fedorov B. F. (ed.) (2019) *Russkie pisateli. 1800-1917. Bibliograficheskiy slovar'* [Russian Writers. 1800-1917. Bibliographical Dictionary. Edited by B. Fedorov]. Moscow: Nauchnoe izdatel'stvo "Bol'shaya Rossiyskaya Entsiklopediya" Publ; St. Petersburg: Izd-vo "Nestor-Istoriya" Publ. (In Russian)

Komarov A. (1950) Zhurnaly N. M. Karamzina i ego napravlenija [Magazines Published by N.M. Karamzin and His Literary Movement]. In *Ocherki po istorii russkoj zhurnalistiki i kritiki. T. I. XVIII vek i pervaya polovina XIX veka* [Essays on the History of Russian Journalism and Criticism. Vol. I. The 18th Century and the First Half of the 19th Century]. Leningrad: A. Zhdanov Leningrad Univ. Publ. (In Russian)

Lotman Yu. M. (1998) *Sotvorenie Karamzina* [Creation of Karamzin]. Moscow: Molodaya gvardiya Publ. (In Russian)

Makogonenko G. (1984) Nikolay Karamzin – pisatel', kritik, istorik [Nikolay Karamzin as a Writer, Critic, Historian]. In *Karamzin N. M. Sochineniya v dvukh tomakh. T. 1* [Karamzin N. M. Works in Two Volumes. Vol. 1]. Leningrad: Khudozhestvennaya literatura Publ. (In Russian)

Masanov I. F. (1956–1960) *Slovar' psevdonimov russkikh pisateley, uchenykh i obshchestvennykh deyateley v 4 t.* [Dictionary of Pseudonyms of Russian Writers, Scientists and Public Figures, in 4 Volumes]. Moscow: Izd-vo Vsesoyuznoy knizhnoy palaty Publ. (In Russian)

Neustroev A. N. (1874) *Istoricheskoe rozyskanie o russkikh povremennykh izdaniyakh i sbornikakh za 1703-1802 gg.* [Historical Exploration about Russian Periodicals and Collections for 1703-1802]. St. Petersburg: Tipografiya tovarishchestva "Obshchestvennaya pol'za" Publ. (In Russian)

Orlov P. (1977) Russkiy sentimentalizm 1797–1811 gg. [Russian sentimentalism 1797–1811]. In *Russkiy sentimentalizm* [Russian sentimentalism]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Pirozhkova T. F. (1978) *N. M. Karamzin – izdatel' 'Moskovskogo zhurnala' (1791-1792). Lekcii* [N. M. Karamzin as the Publisher of the Moskovskiy Zhurnal Magazine (1791-1792). Lectures]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Prikazchikova E. (2019) "Ya bereg pokidal tumannyy Al'biona": russkie travelogi XVIII v. v poiskakh miroobraza Britanii ['I Was Leaving Foggy Albion': Russian Travelogues of the 18th Century in Search of the World Image of Britain.]. In *Imagines mundi: al'manakh issledovaniy vseobshchey isto-*

rii XVI–XX vv. № 10. Ser.: Al'bionika. Vyp. 5. [Imagines mundi: almanac of general history studies of 16-20 centuries. № 10. Ser.: Albionika. Vol. 5]. Pp. 174–184. (In Russian)

Sapchenko L. (2003) *N. M. Karamzin: sud'ba naslediya (Vek XIX)* [N.M. Karamzin: the Fate of His Heritage (the 19th Century)]. Moscow: Moscow Pedagogical Univ. Publ; Ulyanovsk: Ulyanovsk State Univ. Publ. (In Russian)

Starchevskiy A. (1849) *Nikolay Mikhaylovich Karamzin* [Nikolay Karamzin]. St. Petersburg: Tipografiya Karla Krayya Publ. (In Russian)

Vinogradov V. (1961) *Problema avtorstva i teoriya stiley* [Authorship Problem and Theory of Styles]. Moscow: GIHL Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
26.09.2021

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

Долохова Анастасия Дмитриевна, студент программы «Востоковедение», Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия; e-mail: addolokhova@edu.hse.ru

Соболева Елена Дмитриевна, кандидат политических наук, доцент, Департамент востоковедения и африканистики, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия; e-mail: edsoboleva@hse.ru

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ДВИЖЕНИЯ *BLACK LIVES MATTER* В ИЗДАНИИ КПК «ХУАНЬЦЮ ШИБАО»[1]

Изучение дискурса политики в СМИ КНР позволяет проследить, как через новостные репортажи транслируются важные для правящей политической элиты идеи. Цель нашего исследования – выявить, как создание определенного дискурса в новостях про движение Black Lives Matter (BLM) в США соотносится с установками китайских элит. С теоретической точки зрения, США выступают в качестве «Другого», обсуждение образа которого используется для самоидентификации КНР. Эмпирическая часть исследования включает фрейм-анализ 74 статей на китайском языке за май-октябрь 2020 г. из газеты «Хуаньцю шибао», в которых есть упоминание движения BLM. Вместе и часто вместо расизма, дискриминации и неудачной социальной политики на первый план в новостях про BLM выходят проблемы нарушения прав человека, ослабления вертикали власти и дисфункции правительства США. Таким образом, новости о «Другом», в роли которого выступают США, в СМИ КНР подчеркивают недостатки американской политической модели и – соответственно – достоинства китайской, а также помогают ответить на критику китайского руководства.

Ключевые слова: *СМИ КНР, международные новости, фрейм-анализ, Другой, Black Lives Matter.*

Anastasiya D. Dolokhova, student of BA program "Asian studies", National Research University Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia; e-mail: addolokhova@edu.hse.ru

Elena D. Soboleva, PhD in Political Science, Associate Professor at the Department of Asian and African Studies, National Research University Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia; e-mail: edsoboleva@hse.ru

REPRESENTATION OF THE BLACK LIVES MATTER MOVEMENT IN THE CPC'S NEWSPAPER GLOBAL TIMES

The study of political discourse in Chinese mass media allows us to trace how ideas important for the ruling political elite are conveyed through news reports. The purpose of our study is to contribute to the existing research and to reveal how discursive practices in the news about the Black Lives Matter (BLM) movement in the United States of America serve the goals of the Chinese political elites. From a theoretical point of view, the USA stands in as the Other, the discussion of which is important for China's self-identification. The empirical part of the study includes a frame-analysis of 74 Chinese-language articles collected from the electronic version of Global Times, which mention the BLM movement between May and October 2020. Together and often instead of racism, discrimination and failed social policies, BLM news reports focus on human rights violations, a weakening of the vertical of power, and government dysfunction in the United States. Thus, the news about the Other in Chinese mass media is used to respond to criticism coming from the authorities and to highlight the shortcomings of the American political model and the corresponding strengths of the Chinese one.

Key words: *Chinese mass media, foreign news, frame analysis, othering, Black Lives Matter.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2022.94110

Введение

Связь СМИ и политики в КНР является популярной темой исследования как среди отечественных, так и среди зарубежных ученых (например, Repnikova, 2017). В частности, широко представлены исследования китайской системы цензуры: истории ее возникновения, механизмов партийного надзора, правил публикации (He, 2008; Ибрагимова, 2013). То есть внимание ученых сосредоточено на медиаполитике, ограничениях и государственном контроле, содержание же публикаций исследовано значительно хуже. Кроме того, существующие исследования часто привлекают источники на английском, а не на китайском языке (например, Chan, 2012). Однако фокус на публикациях и преобладающих в

них интерпретациях не только помогает понять китайское видение важных социально-политических проблем, но и позволяет оценить роль СМИ в современной китайской политике. Многочисленная аудитория и затрудненная обратная связь в массовых коммуникациях делает СМИ популярным инструментом манипуляций в политической среде (Паулов, 2006: 145): например, их часто используют как инструмент для продвижения мягкой силы (Ткачева, 2019).

В КНР одна из самых строго регулируемых в мире систем СМИ. По данным международной системы оценки свободы СМИ «Репортеры без границ» на 2021 г., КНР занимает 177 место из 180 стран в мировом индексе свободы прессы[2]. Отдел пропаганды Центрального комитета КПК – важнейший институт в структуре Коммунистической партии Китая – направляет и координирует пропаганду на телевидении, радио и в печати. Изучение политического дискурса в СМИ позволяет проследить, как через новостные репортажи транслируются важные для правящей политической элиты идеи. Например, исследование Х. Хольбиг продемонстрировало, что в КНР репортажи об успехах на международной арене используются для легитимации правящего режима (Holbig, 2011). Изучение публикаций о Дональде Трампе в англоязычной китайской газете «Чайна Дейли» (*China Daily*) показало, что изображение США как страны, находящейся в упадке, и противопоставление ей КНР являются попыткой улучшить имидж КНР на международной арене и увеличить китайскую мягкую силу (Pan, Isakhan, Nwokora, 2020). Цель нашего исследования – дополнить уже имеющиеся разработки и выявить, как новости о других странах используются в КНР для внутриполитических целей.

В качестве кейса были выбраны новости об общественно-политическом движении *Black Lives Matter* («Жизни черных важны», сокр. *BLM*), активисты которого выступают против системного расизма и других форм дискриминации в отношении чернокожих. Хештег *Black Lives Matter* впервые был опубликован на *Facebook* в июле 2013 г. Алисией Гарза, соучредительницей глобального сетевого фонда «Жизни черных важны» (*Black Lives Matter Global Network Foundation*), в ответ на оправдательный приговор Джорджу Циммерману, застрелившему 17-летнего афроамериканского подростка Трейвона Мартина (Bennett-Swanson, 2017: 99–100). Созданный ею фонд – это международная организация с офисами в США, Великобритании и Канаде, занимающаяся просветитель-

ской деятельностью, выдачей грантов, поддержкой пострадавших от полицейского насилия семей[3]. Несмотря на то что движение появилось еще в 2013 г., внимание всего мира оно привлекло после гибели афроамериканца Джорджа Флойда от рук полицейского Дерека Шовина 25 мая 2020 г. Событие повлекло массовые протесты, пик которых пришелся на 6 июня 2020 г. По данным различных опросов, собранных «Нью-Йорк Таймс» (*The New York Times*), в акциях, посвященных смерти Джорджа Флойда, приняли участие от 15 до 26 миллионов человек, что сделало их крупнейшими протестами в истории США[4].

Исследования демонстрируют, что освещение под определенным углом новостей о других странах часто служит оправданием собственной политики, отвлекает национальную аудиторию от внутриполитических проблем и помогает непопулярным политическим лидерам нарастить народную поддержку (Ooi, D'Arcangelis, 2017). С теоретической точки зрения данный феномен можно охарактеризовать как *othering*, то есть «указывание на других» – дистанцирование группы, к которой человек принадлежит, от других групп; этот термин также включает в себя приписывание людям или группам людей негативных характеристик, которые отличают «их» от «нас». Использование такой стратегии в производстве новостей является вполне распространенной практикой; навязывание образа мышления «они не такие, как мы», противопоставление «их» и «нас» может быть использовано политическими лидерами и партиями для легитимации политики по отношению к Другому (Ooi, D'Arcangelis, 2017). Кроме того, создание отрицательного и отталкивающего образа «Другого» позволяет косвенно подчеркнуть собственные достоинства. Стоит отметить, что образ «Другого» всегда служит для того, чтобы сказать что-то важное про «Я», даже если описание «Я» отсутствует. Использование образа «Другого» в медиа КНР уже освещалось в работах отечественных и иностранных ученых: например, С. Пан, Б. Исахан и З. Нвокора (Pan, Isakhan, Nwokora, 2020) анализировали *othering* как инструмент мягкой силы в газете «Чайна Дейли».

Методология и данные

Для анализа дискурсивных практик в публикациях китайских СМИ про *BLM* в США был использован фрейм-анализ. Мы предполагаем, что в нашем случае преобладающие фреймы в новостях

про «Другого» не случайны, служат внутриполитическим целям и призваны рассказать что-то важное про «Я», то есть про КНР.

Фрейм – понятие со множеством значений: например, по М. Минскому, фрейм – это «структура знания для представления стереотипных ситуаций» (1979: 7), а по Т. ван Дейку, эти «единицы, организованные «вокруг» некоторого концепта», содержат в себе «основную, типическую и потенциально возможную информацию, которая ассоциирована с тем или иным концептом» (1989: 16–17). Ж. Бойкофф и Э. Лашевер описывают процесс создания фреймов в СМИ по аналогии с картинной рамкой, фиксирующей движущуюся цепь проблем и событий (Boykoff, Laschever, 2011: 345). В такой рамке внимание привлечено к тому, что попало в «кадр», но игнорируется все остальное, выходящее за ее пределы. Таким образом, фреймы позволяют категоризировать и систематизировать информацию для широкой аудитории.

Настоящее исследование было выполнено с опорой на основные этапы качественного фрейм-анализа, по М. Линстрем и В. Марэ (Linstr m, Marais, 2012: 29–32). Была определена единица анализа – статья, смысл которой соответствовал бы критериям одного из выделенных фреймов, способ выявления фреймов – индуктивная логика. Нас интересовали фреймы, которые предлагали бы различные объяснения появления и развития движения *BLM* в США, то есть указывали бы на некоторые характеристики «Другого». Определение новостных фреймов было выполнено по схеме, предложенной Р. Д. Виммером и Дж. Р. Домиником (Wimmer, Dominick, 2010: 133), и включало следующие шаги: сравнение единиц анализа и обнаружение сходства между ними с последующим присвоением предварительных категорий; разработка и уточнение категорий, поиск правил, которые могли бы определить категорию, описать ее основной смысл; поиск взаимосвязей и тем среди категорий, объединение категорий; упрощение данных в краткое объяснение изучаемого феномена. При определении категорий особое внимание уделялось анализу так называемых «инструментов фрейминга» (*framing devices*), которые делят на «риторические» (*rhetorical devices*) и «технические» (*technical devices*). «Риторические инструменты» включают в себя: использование различных фигур речи, например метафор; примеров из настоящего или прошлого; наличие/отсутствие ключевых слов, стандартных фраз и так далее. Основными «техническими инструментами» являются

заголовки, подзаголовки, подписи к фотографиям, используемые источники, цитаты, первый и последний абзац статьи и другие.

Изучаемый феномен продиктовал выбор временной рамки исследования с 1 мая по 31 октября 2020 г.: количество протестов *BLM* в этот период было наибольшим. Следующим шагом исследования стал поиск статей по словосочетанию *Black Lives Matter* на английском и китайском языке (*heiren de ming yeshi ming*) на официальном сайте «Хуаньцю шибао». Для анализа были взяты все 74 статьи на китайском языке, опубликованные на портале газеты. «Хуаньцю шибао» специализируется на международных новостях и отличается популярным стилем изложения. Она входит в число самых крупных, влиятельных и авторитетных газет КНР (тираж 1, 5 млн экземпляров)[5].

Результаты

Анализ статей показал, что при описании причин появления и развития движения *BLM* в США встречаются такие фреймы: «*BLM* как отражение систематических нарушений прав человека и дискриминации», «*BLM* как пример неустойчивости демократии», «*BLM* как отражение кризиса политической системы» и «*BLM* как результат неудачной социальной политики». Стоит отметить, что фреймы, содержащие оценку условий появления и развития движения *BLM* в США, встречались не во всех статьях, попавших в выборку. Фреймы «*BLM* как отражение нарушения прав человека и результат систематической дискриминации и расизма» и «*BLM* как отражение кризиса политической системы» являются самыми популярными в нашей выборке (см. табл. 1), поэтому внимание будет сосредоточено на них.

Таблица 1

Результаты фрейм-анализа статей о движении *BLM*

Фрейм	Частотность
BLM как пример неустойчивости демократии	7
BLM как отражение расовой дискриминации и систематических нарушений прав человека	28
BLM как отражение кризиса политической системы	20
BLM как результат неудачной социальной политики	2

Фрейм «*BLM* как отражение расовой дискриминации и систематических нарушений прав человека» оказался самым популярным, с помощью него в сознании читателей конструируется образ США как государства, в котором систематически нарушаются права человека. Наряду с расовой дискриминацией приводятся другие примеры несоблюдения США прав человека – как на своей территории, так и в мире: дискриминация и насилие по отношению к женщинам в США, человеческие жертвы и вынужденная миграция из-за многочисленных войн, инициированных Вашингтоном, игнорирование прав человека при наложении экономических санкций и др. США инкриминируют лицемерие в вопросах соблюдения прав человека: «Это печально и постыдно, что некоторые американские политики, которые любят говорить о правах человека на международных мероприятиях, бездействуют, когда американские этнические меньшинства в США «не могут дышать» (имеются в виду обстоятельства смерти Джорджа Флойда. – *Прим. авт.*)»[6]. В статьях используется такой «риторический инструмент», как метафора (США нужно «снять маску «учителя прав человека» или в США «игнорируют жизни людей») и антитеза («Долгое время США считали себя «учителем» прав человека... По иронии судьбы ситуация с правами человека в США безрадостна»)[7]. Что касается «технических инструментов», то стоит отметить использование эмоциональных заголовков: «Посмотрите еще раз, как жестока американская полиция!»[8].

Стоит также отметить, что «Хуаньцю шибао» часто не разъясняет или игнорирует основную цель движения, опуская часть фактов и подробно освещая отдельные происшествия. Обстоятельства смерти Джорджа Флойда упоминаются вскользь (удушение, проблемы с дыханием), не указано, что именно происходило во время задержания. Причиной гибели называют жестокое обращение, например используют следующую формулировку: «Смерть афроамериканца Джорджа Флойда наступила в результате применения силы при задержании со стороны белых полицейских»[9]. «Хуаньцю Шибао» также высмеивает концепцию прав человека и протесты, искажая основную цель движения: «Теперь большое количество демонстрантов получили общественную поддержку, и они думают, что протесты сработали! Победа все ближе к ним! Смотрите, это сила демократии! Это символ прав человека <...> Ха-ха, заранее поздравляем демонстрантов США!»[10]. Таким образом, «Хуаньцю Шибао» использует новости про *BLM* для того, чтобы обратить

внимание на ситуацию с правами человека и жестокость полиции в США, а само движение и проблемы расовой дискриминации при этом уходят на второй план.

С помощью фрейма «Протесты как отражение кризиса политической системы» конструируется образ США как государства со слабой вертикалью власти. В «Хуаньцю Шибао» очень подробно – в 5 статьях – пишут об инциденте со слоганом «Жизни черных важны», который активисты написали на тротуаре перед Трамп-тауэр в Манхэттене. Протестную акцию напротив Трамп-тауэр можно назвать как минимум проявлением непочтительности по отношению к личности действующего президента США, ведь именно здесь в 2015 г. Трамп объявил о начале своей президентской кампании и здесь же в 2016 г. – о своей победе на выборах. Особое внимание уделяется тому, что мэр Нью-Йорка Билл де Блазио (2014–2021) не только одобрил данное мероприятие, но и принял в нем участие. В статьях также можно встретить фотографии или видео с комментариями мэра[11]. Это пример того, как для создания фрейма используется «технические инструменты», к которым также можно отнести эмоциональные заголовки: «Протестующие собрались у Белого дома, чтобы сжечь национальный флаг и кричать: «Америка никогда не была великой» [12]; «Инициаторы движения Black Lives Matter призывают лишить полицию финансирования: чернокожие не доверяют политикам»[13]. В первой статье рассказывают об акте сожжения американского флага в День независимости, что в Америке не является незаконным[14], в отличие от Китая, где существуют закон о защите государственного флага[15]. Во второй приводятся слова одного из лидеров *BLM* о том, что афроамериканцы в США не доверяют политикам – ни демократам, ни республиканцам[16]. Неуважение к государственному символу – флагу – и национальному лидеру, а также отсутствие доверия к двум основным политическим партиям США свидетельствует об упадке политической системы в целом.

«Хуаньцю Шибао» пишет о протестах наряду с другими проблемами США, таким образом усиливая идею дисфункции политической системы. Так, в одной статье с *BLM* обсуждается проблема коронавируса: «В то же время число подтвержденных случаев заболеваний новой коронавирусной инфекцией в США превысило 2 миллиона утром 11-го (июня. – *Прим. авт.)* по пекинскому времени, при этом в общей сложности погибло 112 000 человек. Перед лицом этого нового трагического рубежа почти никто в прави-

тельстве США не выразил сожаления и не высказывался по этому поводу, в то время как высокопоставленные официальные лица правительства США шумно говорят о «великих достижениях» экономики США»[17].

Таким образом, при освещении кризиса в США часто делается акцент не на самом движении *BLM*, его целях и причинах, а на недостатках политического режима США, которые важны для самоидентификации КНР. Так, Китай часто подвергается критике за нарушения прав человека[18]. Несмотря на систему контроля над СМИ и цензуру, вследствие развития Интернета такие обвинения невозможно полностью скрыть от китайской аудитории, что ставит под угрозу легитимность КПК. В такой ситуации китайские СМИ помогают отразить критику в адрес КПК, выдвигая обвинения в адрес главных «нападающих» – стран Запада и, в частности, США. Фокус на отсутствии уважения к Президенту США Дональду Трампу со стороны мэра Нью-Йорка и обычных граждан подчеркивает упадок политической системы в США и намекает на то, что китайская политическая система, где такое невозможно представить, лучше и стабильнее. Критика демократии в новостях про *BLM* также помогает легитимизировать политический режим в КНР, который часто критикуют за авторитарный характер.

Интересно также то, как СМИ КНР привлекают внимание национальной аудитории к событиям в США. Исследователи отмечают, что журналисты делают международные новости актуальными четырьмя способами: через обращение к эмоциям, упоминание в новостях соотечественников, включение цитат национальных экспертов и связывание международной новости с внутренними процессами (Alasuutari, Qadir, Creutz, 2013). Первые три способа хорошо представлены в китайских СМИ. Для передачи масштабов протестов были приведены примеры из китайского квартала в Нью-Йорке, где были разграблены магазины и рестораны, пострадали и понесли потери китайские общины[19]. Здесь же эмоционально описывается «оружие», при помощи которого китайцы в США справились с бедой, – «единство перед лицом трудностей». В СМИ рассказывается о том, что были сформированы патрули из добровольцев для ликвидации последствий протестов и поддержки китайского сообщества, организованы совместные подачи петиций против расизма, с которым сталкиваются азиаты в Штатах, которые «не могут сидеть сложа руки»[20]. Что касается национальных экспертов, то примером может быть статья под назва-

нием «Чжао Лицзянь (представитель МИД КНР. – *Прим. авт.*) выразил свое мнение по поводу акций протеста в США «Жизни черных важны» и надеется, что правительство США будет поддерживать и защищать законные права этнических меньшинств»[21].

Однако публикации о *BLM* не включают в себя обсуждение схожих проблем в КНР, ничего не сказано о реакции на движение в самом Китае. Создается впечатление, что проблемы эти являются чисто американскими, что позволяет КНР дистанцироваться от недостатков «Другого». По аналогии с тем, как Дональд Трамп называл коронавирус «китайским вирусом» (*Chinese virus*)[22], «Хуаньцю шибао» называет расизм в США «хронической американской болезнью, которую трудно вылечить»[23].

Заключение

Новости о США используются не только в китайских англоязычных СМИ для наращивания мягкой силы и улучшения имиджа на международной арене, что было показано в предыдущих исследованиях СМИ КНР (Pan, Isakhan, Nwokora, 2020), но и в публикациях на китайском языке для достижения внутриполитических целей. Рассмотренные публикации про *BLM* дают возможность ответить на многие претензии по отношению к КНР – от критики за нарушения прав человека до обвинений в распространении коронавирусной инфекции. Мы не можем сделать вывод о том, являются ли такие дискурсивные практики собственным выбором журналистов и редакторов, или существуют некие правила, которые требуют от них освещать события в США именно таким образом.

В своих статьях о *BLM* журналисты часто игнорируют основную цель движения, опускают некоторые важные факты и произвольно фокусируются на других. Преобладающие фреймы позволяют указать на недостатки «Другого» (под которым подразумеваются США), которые актуальны для идентичности КНР. Так, вместе и часто вместо расизма, дискриминации и неудачной социальной политики на первый план в новостях про *BLM* выходят проблемы нарушения прав человека, ослабления вертикали власти и дисфункции правительства в США. Все это очень актуально для КНР, которую критикуют за несоблюдение прав человека и авторитарный политический режим, противоречащий основам западной демократии. Акцентирование внимания на сла-

бости американского политического руководства наталкивает на вывод об очевидных преимуществах китайского политического устройства.

При построении нарратива используются различные способы адаптации новостей для национальной аудитории, такие как эмоциональные манипуляции – описание разграбленных магазинов, принадлежащих китайской диаспоре, расизма, с которым сталкиваются азиаты в США; упоминание соотечественников – китайских экспертов, которым с большей долей вероятности поверят жители КНР; использование официальных источников и докладов официальных учреждений, например МИД КНР, для создания эффекта объективности новостей, что является особенностью китайских СМИ в целом (Паулов, 2006: 145).

Хотя триггером к данному движению стали события в США, поднятые проблемы не являются исключительно американскими, поэтому вызвали сильную реакцию во многих странах мира: от дебатов о состоянии собственного общества до демонстраций со схожими лозунгами. Однако в «Хуаньцю Шибао» дискуссии об аналогичных проблемах в КНР не были обнаружены. В КНР образ США как «Другого» конструируется посредством противопоставления «их» и «нас». В этой традиции восприятия «Другого» все происходящее с ним не отождествляется с происходящим с собой, а, наоборот, отчуждается. Если «там» проблема расизма стоит очень остро, значит, «у нас» такая проблема не существует, что объясняет отсутствие в выбранных СМИ статей на тему расизма в Китае и упоминания общественной реакции на движение в самой КНР, например поддержки китайскими рэп-исполнителями данного движения[24].

Примечания

[1] Публикация подготовлена в ходе проведения исследования (№ 21-04-013) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в 2021 г.

[2] Regime uses Covid-19 to clamp down even more (2021) *World Press Freedom Index*. Available at: https://rsf.org/en/china (accessed: 05.04.2021).

[3] About (2020) *Black Lives Matter*. Available at: https://blacklivesmatter.com/about/ (accessed: 05.04.2021).

[4] Buchanan L. (2020) Black Lives Matter May Be the Largest Movement in U.S. History. *The New York Times*. Available at: https://www.nytimes.com/interactive/2020/07/03/us/george-floyd-protests-crowd-size.html (accessed: 05.04.2021).

[5] Хуаньцю шибао // Free Journal. 2020. Режим доступа: https://ru.freejournal.org/index.php/6364813/1/khuantsyu-shibao.html (дата обращения 1.11.2021)

[6] Renmin ribao zhongsheng: meiguo ying zhengshi zishen zhongzu wenti [Жэньминь жибао сообщает: США должны посмотреть в глаза своим собственным расовым проблемам] // Хуаньцю Шибао. 2020. https://3w.huanqiu.com/a/ec157d/409px41qIK0?agt=20@ (дата обращения: 5.05.2021).

[7] Guoji shiping | jiekai "renquan jiao shiye" de zhenmianmu [Международные новости: раскрытие истинного лица «Учителя прав человека»] // Хуаньцю Шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/40Hi48CNF2g (дата обращения: 5.05.2021).

[8] You lier you mian: weihe shuo meiguo baoluan xianbuqi dalang, er xianggang de tiaozhan hai yuan wei jieshu [Блог «Детальный анализ и беспристрастная оценка»: почему говорят, что беспорядки в США стихают, а проблема Гонконга еще далека от завершения] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: https://china.huanqiu.com/article/3yeMojmsjtg (дата обращения: 20.09.2021).

[9] Mei zhu han shiguan "heiren de ming yeshi ming" tiaofu bei zhai diao, mei mei pu: Shi ying mei guowuyuan gaocang yaoqiu [Плакат «Black Lives Matter» был убран с посольства США в Южной Корее, и американские СМИ сообщили, что это было сделано по запросу высшего руководства Государственного департамента США.] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/3yfeq04K3BZ (дата обращения: 20.09.2021).

[10] You lier you mian: weihe shuo meiguo baoluan xianbuqi dalang, er xianggang de tiaozhan hai yuan wei jieshu [Блог «Детальный анализ и беспристрастная оценка»: почему говорят, что беспорядки в США стихают, а проблема Гонконга еще далека от завершения] // Хуаньцю шибао, 2020. Режим доступа: https://china.huanqiu.com/article/3yeMojmsjtg (дата обращения: 20.09.2021).

[11] Telangpu dasha wai bei tu "heiren de ming yeshi ming", niuyue shi zhangbai si hao he kangyizhe yiqi tushua [Слоган «Black Lives Matter» нарисовали возле Башни Трампа, мэр Нью-Йорка де Блазио рисовал вместе с протестующими] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/3yzcVtyPe6G (дата обращения: 20.09.2021).

[12] Meiguo kangyizhe qiju baigong wai fenshao guoqi gaohan: meiguo congwei weida guo [Протестующие собрались у Белого дома, чтобы сжечь флаг и кричать: Америка никогда не была великой] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/3yvfG7VMQUt (дата обращения: 09.09.2021).

[13] "Heiren de mìng yeshi ming" faqi zhe huyu chaxiao jingcha zijin: Heiren bu xinren zhengke [Инициаторы «Black Lives Matter» призывают лишить полицию финансирования: чернокожие не доверяют политикам] // Хуаньцю Шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/3yqkyFeGA4F (дата обращения: 5.05.2021).

[14] Meiguo kangyizhe qiju baigong wai fenshao guoqi gaohan: meiguo congwei weida guo [Протестующие собрались у Белого дома, чтобы сжечь флаг и кричать: Америка никогда не была великой] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/3yvfG7VMQUt (дата обращения: 09.09.2021).

[15] Китай готовится ужесточить закон о защите государственного флага // ТАСС. 2021. Режим доступа: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/9167659/amp (дата обращения: 10.10.2021)

[16] "Heiren de mìng yeshi ming" faqi zhe huyu chaxiao jingcha zijin: Heiren bu xinren zhengke [Инициаторы «Black Lives Matter» призывают лишить полицию финансирования: чернокожие не доверяют политикам] // Хуаньцю Шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/3yqkyFeGA4F (дата обращения: 5.05.2021).

[17] "Yinger de ming ye shi ming", heiren zhi si kangyichao hai mei wan, telangpu jingxuan tuandui wangzhan tuichu leisi kouhao yinger liantiyi [«Жизнь ребенка тоже

жизнь», волна протестов против смертей чернокожих еще не закончилась, на сайте кампании Трампа был презентован детский комбинезон с аналогичным лозунгом] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/3yccGJjXbMq (дата обращения: 10.09.2021).

[18] China's Global Threat to Human Rights (2020) *World Report 2020. Human Rights Watch*. Available at: https://www.hrw.org/world-report/2020/country-chapters/global# (accessed: 10.09.2021).

[19] Meiguo huaren du zhongzu qishi yonggan shuo «bu» (qiaojie guanzhu) [Американцы китайского происхождения говорят «нет» расовой дискриминации (хуацяо обеспокоены)] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: http://world.people.com.cn/n1/2020/0615/c1002-31746724.html (дата обращения 10.09.2021).

[20] Там же.

[21] Zhao Lijian huiying meiguo kangyi shiwei: heiren de ming ye shi ming, xiwang meiguo zhengfu weihu he baozhang shaoshu zuyi hefa quanli [Чжао Лицзянь выразил свое мнение по поводу акций протеста в США: «Жизни черных важны», и он надеется, что правительство США будет поддерживать и защищать законные права этнических меньшинств] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: https://world.huanqiu.com/article/3yTVAGfuEw1 (дата обращения 11.09.2021).

[22] Trump's use of the term ‚Chinese Virus' for coronavirus hurts Asian Americans, says expert (2020) *Changing America*. Available at: https://thehill.com/changing-america/respect/diversity-inclusion/489464-trumps-use-of-the-term-chinese-virus-for (accessed: 20.08.2021)

[23] Zhongzu qishi zhaoshe chu «choulou de meiguo» (huanqiu redian) [Расовая дискриминация освещает «уродливую Америку» (глобальную горячую точку)] // Хуаньцю шибао. 2020. Режим доступа: http://world.people.com.cn/n1/2020/0604/c1002-31734561.html (дата обращения 10.09.2021).

[24] Chinese rappers support Black Lives Matter protests in the US – after slamming Hong Kong's anti-government demonstrations (2020) *South China Morning Post*. Available at: https://www.scmp.com/lifestyle/entertainment/article/3087386/chinese-rappers-support-black-lives-matter-protests-us (accessed: 10.09.2021).

Библиография

Дейк ван Т. А. Язык, познание, коммуникация. Москва: Прогресс, 1989.

Ибрагимова Г. Р. Стратегия КНР в области управления интернетом и обеспечения информационной безопасности // Индекс Безопасности. 2013. Т. 19. № 1. С. 169–184.

Минский М. Фреймы для представления знаний / под ред. *Ф. М. Кулакова*. М.: Энергия, 1979.

Паулов С. В. Масс-медиа в системе политической коммуникации современного российского общества // Научные ведомости. 2006. № 2 (42). Вып. 6. С. 145–148.

Ткачева Н. В. Национальные медиа как инструменты продвижения мягкой силы Китая // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2019. № 6. С. 94–128. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128

Alasuutari P., Qadir A., Creutz K. (2013) The Domestication of Foreign News: News Stories Related to the 2011 Egyptian Revolution in British, Finnish and Pakistani Newspapers. *Media, Culture & Society* 35 (6): 692–707. DOI: https://doi.org/10.1177/0163443713491299

Bennett-Swanson M. (2017) Media Coverage of Black Lives Matter. *Critique: a worldwide student journal of politics*: 99–100.

Boykoff J., Laschever E. (2011) The tea party movement, framing, and the US media. *Social Movement Studies* 10 (4): 341–366. DOI: https://doi.org/10.1080/14742837.2011.614104

Chan M. (2012) The discursive reproduction of ideologies and national identities in the Chinese and Japanese English-language press. *Discourse & Communication* 6 (4): 361–378. DOI: 10.1177/1750481312457496

He Q. (2008) *The Fog of Censorship: Media Control in China*. New York: Human Rights in China.

Holbig H. (2011) International Dimensions of Legitimacy: Reflections on Western Theories and the Chinese Experience. *Journal of Chinese Political Science* 16: 161–181. DOI: https://doi.org/10.1007/s11366-011-9142-6

Linström M., Marais W. (2012) Qualitative news frame analysis: a methodology. *Communications* 17: 29–32.

Ooi S.-M., D'Arcangelis G. (2017) Framing China: Discourses of othering in US news and political rhetoric. *Global Media and China* 2 (3-4): 269–283. DOI: https://doi.org/10.1177/2059436418756096

Pan C., Isakhan B., Nwokora Z. (2020) Othering as soft-power discursive practice: China Daily's construction of Trump's America in the 2016 presidential election. *Politics* 40 (1): 54–69. DOI: https://doi.org/10.1177/0263395719843219

Repnikova M. (2017) *Media Politics in China: Improvising Power Under Authoritarianism*. United Kingdom: Cambridge University Press.

Wimmer R. D. W., Dominick J. R. (2010) *Mass Media Research: An Introduction*. American Marketing Association.

Notes

The publication was prepared within the framework of the Academic Fund Program at the HSE University in 2021 (grant №21-04-013).

About (2020) *Black Lives Matter*. Available at: https://blacklivesmatter.com/about/ (accessed: 05.04.2021).

Buchanan L. (2020) Black Lives Matter May Be the Largest Movement in U.S. History. *The New York Times*. Available at: https://www.nytimes.com/interactive/2020/07/03/us/george-floyd-protests-crowd-size.html (accessed: 05.04.2021).

China's Global Threat to Human Rights (2020) *World Report 2020, Human Rights Watch*. Available at: https://www.hrw.org/world-report/2020/country-chapters/global# (accessed: 10.09.2021).

Chinese rappers support Black Lives Matter protests in the US – after slamming Hong Kong's anti-government demonstrations (2020) *South China Morning Post*. Available at: https://www.scmp.com/lifestyle/entertainment/article/3087386/chinese-rappers-support-black-lives-matter-protests-us (accessed: 10.09.2021).

Guoji shiping | jiekai "renquan jiao shiye" de zhenmianmu [International Review | Revealing the true face of the "human rights teacher"] (2020) *Huan-*

qiu shibao. Available at: https://world.huanqiu.com/article/40Hi48CNF2g (accessed: 5.05.2021).

"Heiren de m ng yeshi ming" faqi zhe huyu chaxiao jingcha zijin: Heiren bu xinren zhengke ["Black Lives Matter" initiators call for defunding police. Black people don't trust politicians] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://world.huanqiu.com/article/3yqkyFeGA4F (accessed: 5.05.2021).

Huanqiu shibao (2020) *Free Journal*. (In Russian) Available at: https://ru.free-journal.org/index.php/6364813/1/khuantsyu-shibao.html (accessed: 01.11.2021).

Kitay gotovitsya uzhestochit' zakon o zashchite gosudarstvennogo flaga [China prepares to tighten national flag protection law] (2021) *TASS*. Available at: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/9167659/amp (accessed: 10.10.2021)

Mei zhu han shiguan "heiren de ming yeshi ming" tiaofu bei zhai diao, mei mei pu: Shi ying mei guowuyuan gaocang yaoqiu [The "Black Lives Matter" banner of the US Embassy in South Korea was removed. The US media revealed that it was at the request of the top US State Department] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://world.huanqiu.com/article/3yfeq04K3BZ (accessed: 20.09.2021).

Meiguo huaren duì zhongzu qishi yonggan shuo «bu» (qiaojie guanzhu) [Chinese Americans Say No to Racial Discrimination (worried about huaqiao)] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: http://world.people.com.cn/n1/2020/0615/c1002-31746724.html (accessed: 10.09.2021).

Meiguo kangyizhe qiju baigong wai fenshao guoqi gaohan: meiguo congwei weida guo [Protesters gather outside the White House to burn the flag and shout. America has never been great] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://world.huanqiu.com/article/3yvfG7VMQUt (accessed: 09.09.2021).

Regime uses Covid-19 to clamp down even more (2021) *World Press Freedom Index*. Available at: https://rsf.org/en/china (accessed: 05.04.2021).

Renmin ribao zhongsheng: meiguo ying zhengshi zishen zhongzu wenti [People's Daily Bell: The United States should face up to its own racial issues] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://3w.huanqiu.com/a/ec157d/409px41qIK0?agt=20@ (accessed: 5.05.2021).

Telangpu dasha wai bei tu "heiren de ming yeshi ming", niuyue shi zhangbai si hao he kangyizhe yiqi tushua ["Black Lives Matter" was painted outside Trump Tower, New York Mayor de Blasio painted it together with protesters] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://world.huanqiu.com/article/3yzcVtyPe6G (accessed: 20.09.2021).

Trump's use of the term 'Chinese Virus' for coronavirus hurts Asian Americans, says expert (2020) *Changing America*. Available at: https://thehill.com/changing-america/respect/diversity-inclusion/489464-trumps-use-of-the-term-chinese-virus-for (accessed: 20.08.2021).

"Yinger de ming ye shi ming", heiren zhi si kangyichao hai mei wan, telangpu jingxuan tuandui wangzhan tuichu leisi kouhao yinger liantiyi [«Child's life matters», the wave of protests against the deaths of black people has not yet ended, a baby jumpsuit with a similar slogan was presented on the Trump campaign website] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://world.huanqiu.com/article/3yccGJjXbMq (accessed: 10.09.2021).

You jian meiguo jingcha baoli zhifa! Jingcha chao yi qiche kaiqiang zhifei yi qingnian yi si yi zhangshang [Look again how brutal the American police are! Police fired at a car, killing one young African American and seriously injuring one] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://world.huanqiu.com/article/40QUUDM4Us8 (accessed: 05.05.2021).

You lier you mian: weihe shuo meiguo baoluan xianbuqi dalang, er xianggang de tiaozhan hai yuan wei jieshu [There are reasons for this: why they say that the riots in the United States are not able to cause a big wave, and the Hong Kong problem is still far from over] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://china.huanqiu.com/article/3yeMojmsjtg (accessed: 20.09.2021).

Zhao Lijian huiying meiguo kangyi shiwei: heiren de ming ye shi ming, xiwang meiguo zhengfu weihu he baozhang shaoshu zuyi hefa quanli [Zhao Lijian expressed his opinion on the protests in the United States: "Black lives matter". He hopes that the US government will support and protect the legal rights of ethnic minorities] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: https://world.huanqiu.com/article/3yTVAGfuEw1 (accessed: 11.09.2021).

Zhongzu qishi zhaoshe chu «choulou de meiguo» (huanqiu redian) [Racial discrimination covers ugly America (global hot spot)] (2020) *Huanqiu shibao*. Available at: http://world.people.com.cn/n1/2020/0604/c1002-31734561.html (accessed: 10.09.2021).

References

Alasuutari P., Qadir A., Creutz K. (2013) The Domestication of Foreign News: News Stories Related to the 2011 Egyptian Revolution in British, Finnish and Pakistani Newspapers. *Media, Culture & Society* 35 (6): 692–707. DOI: https://doi.org/10.1177/0163443713491299

Bennett-Swanson M. (2017) Media Coverage of Black Lives Matter. *Critique: a worldwide student journal of politics*: 99–100.

Boykoff J., Laschever E. (2011) The Tea Party Movement, Framing, and the US Media. *Social Movement Studies* 10 (4): 341–366. DOI: https://doi.org/10.1080/14742837.2011.614104

Chan M. (2012) The Discursive Reproduction of Ideologies and National Identities in the Chinese and Japanese English-Language Press. *Discourse & Communication* 6 (4): 361–378. DOI: 10.1177/1750481312457496

Dijk van T. A. (1989) *Yazyk, poznanie, kommunikatsiya* [Language, Cognition, Communication]. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

Ibragimova G. R. (2013) Strategiya KNR v oblasti upravleniya internetom i obespecheniya informatsionnoy bezopasnosti [China's Strategy in the Area of Internet Management and Provision of Information Security]. *Indeks Bezopasnosti* 19 (1): 169–184. (In Russian)

He Q. (2008) *The Fog of Censorship: Media Control in China*. New York: Human Rights in China.

Holbig H. (2011) International Dimensions of Legitimacy: Reflections on Western Theories and the Chinese Experience. *Journal of Chinese Political Science* 16: 161–181. DOI: https://doi.org/10.1007/s11366-011-9142-6

Linström M., Marais W. (2012) Qualitative News Frame Analysis: a Methodology. *Communications* 17: 29–32.

Minskiy M. (1979) *Freymy dlya predstavleniya znaniy* [Frames for Knowledge Presentation].Moscow: Energiya Publ. (In Russian)

Ooi S.-M., D'Arcangelis G. (2017) Framing China: Discourses of Othering in US News and Political Rhetoric. *Global Media and China* 2 (3-4): 269–283. DOI: https://doi.org/10.1177/2059436418756096

Pan C., Isakhan B., Nwokora Z. (2020) Othering as Soft-Power Discursive Practice: China Daily's Construction of Trump's America in the 2016 Presidential Election. *Politics* 40 (1): 54–69. DOI: https://doi.org/10.1177/0263395719843219

Paulov S. V. (2006) Mass-media v sisteme politicheskoy kommunikatsii sovremennogo rossiyskogo obshchestva [Mass Media Within Political Communication of Modern Russian Society]. *Nauchnye vedomosti* 2 ((42) 6): 145–148. (In Russian)

Repnikova M. (2017) *Media Politics in China: Improvising Power Under Authoritarianism*. United Kingdom: Cambridge University Press.

Tkacheva N. V. (2019) Natsional'nye media kak instrumenty prodvizheniya myagkoy sily Kitaya [National Media as Tools for Promoting China's Soft Power]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 94–128. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128 (In Russian)

Wimmer R. D. W., Dominick J. R. (2010) *Mass Media Research: an Introduction*. American Marketing Association.

Поступила в редакцию
09.11.2021

ЯЗЫК СМИ

Константинова Анна Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков № 2, Институт фундаментальных наук, Кубанский государственный технологический университет, Краснодар, Россия; e-mail: constanna@mail.ru

КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИДИОМЫ *GLASS CEILING* В АМЕРИКАНСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА[1]

В статье в рамках анализа фразеологических пластов дискурсивных практик феминистского движения в США с позиций когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистического знания рассматривается символичная для англоязычной лингвокультуры идиома "glass ceiling" («стеклянный потолок»). Эмпирический материал включает посты и креолизованные тексты (политические карикатуры и мемы), публикуемые в социальных медиа активистами феминистского движения. Были выделены и изучены три профиля идиомы. Лингвистический профиль подразумевал вопросы ее дефиниции, происхождения, синтагматических и парадигматических связей. Рассмотрение когнитивного профиля показало, что в основе идиомы лежит универсальный метафорический концепт, делающий ее и дериваты эффективным дискурсивным средством трансляции социально значимого знания. Дискурсивный профиль подразумевал вопрос дискурсивного разнообразия идиомы и аспект ее творческого использования. Сделан вывод, что социополитически маркированная идиома "glass ceiling" эффективно используется для медиафрейминга проблемы гендерного неравенства в профессиональной сфере; ее применение является средством вербальной и визуальной организации дискурса социальных медиа, позволяет авторам рассмотренных медиатекстов предоставить ракурс для истолкования транслируемой информации и тем самым влиять на ее восприятие.

Ключевые слова: *гендерное неравенство, идиома "glass ceiling", креолизованные тексты, феминистское движение, социальные медиа, медиафрейминг.*

Anna A. Konstantinova, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Foreign Languages №2, Institute of Fundamental Sciences, Kuban State Technological University, Krasnodar, Russia; e-mail: constanna@mail.ru

COGNITIVE-DISCURSIVE ANALYSIS OF THE IDIOM "GLASS CEILING" IN AMERICAN SOCIAL MEDIA

This paper discusses the results of a cognitive-discursive study of the idiom "glass ceiling", which has retained popularity in American socio-political discourse for more than four decades. According to Merriam-Webster Dictionary, the phrase

means “an intangible barrier within a hierarchy that prevents women or minorities from obtaining upper-level positions”. The author of the paper studied its linguistic and cognitive-discursive features with a special focus on its performance as a discursive “guide” for interpreting the socio-political phenomenon of gender inequality in the professional sphere. The empirical material is made up of posts, political cartoons and memes published on social media by American women's rights activists and online communities. The author suggested a three-profile approach to the study of the phrase “glass ceiling”. The linguistic profile includes the aspects of its origin, definition as well as syntagmatic and paradigmatic relations. As can be seen from the linguistic profile, "glass ceiling" is a modern idiom that is currently being recycled in discourse in its derivative forms and creative modifications. As the “cognitive profile” of the idiom demonstrates, it encapsulates a universal metaphorical concept that makes the phrase and its derivatives efficient tools for conveying socially significant knowledge. The interplay of verbal and visual aspects observed in the sampled examples is exploited by the authors of the media texts under consideration for framing the issue of gender inequality in the workplace. The following media frames have been singled out: the glass ceiling is a real obstacle; the glass ceiling is created by men; the glass ceiling can be broken; breaking the glass ceiling is potentially dangerous; successful glass ceiling breakers are superheroines; the figures of H. Clinton and K. Harris are the epitomes of female success. The discursive profile unveiled the diversity of the idiom. The author of the paper can conclude that the prevalent creative use of the idiom in discourse arises from the current socio-political environment and reflects the necessity to name the significant changes taking place in the USA.

Key words: *gender inequality, idiom “glass ceiling”, creolized texts, feminist movement, social media, media framing.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2022.111135

Введение

Дискурс современного феминистского движения США представляет интереснейшее пространство для исследования социологами, политологами, историками и, конечно же, лингвистами. Наши наблюдения за общественно-политической жизнью США в ее языковом и дискурсивном измерениях (Konstantinova, 2019, 2021) совпадают с выводами ученых о том, что общественные движения имеют огромный потенциал создания, «сотворения» языка, который способен эффективно манипулировать массовым сознанием, устанавливать и реализовывать гражданскую и политическую повестку дня. М. А. Кронгауз, к примеру, утверждает, что именно общественные движения «перехватывают» у власти право использовать язык для воздействия на общество и человека[2]. Целью любого общественного движения, кампании, инициативы яв-

ляется изменение в социальном и политическом устройстве общества. Поэтому лингвистам чрезвычайно важно, с одной стороны, пытаться выяснить, как реализуется деятельностный (акциональный) потенциал языка, и, с другой стороны, следить за тем, как происходящие перемены фиксируются в языке, какая вербальная упаковка, отвечающая запросам времени, для этого используется и как она далее обновляется.

Явление гендерного неравенства – одна из наиболее острых проблем в современном социокультурном пространстве США; феномен обсуждается и оспаривается в различных сферах общественной интеракции. Так, объектом рассмотрения в настоящей статье выступает символичная для англоязычной лингвокультуры фразеологическая единица (далее – ФЕ) *glass ceiling* (стеклянный потолок). Актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа фразеологических пластов дискурсивных практик феминистского движения в США с позиций когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистического знания как интегрального подхода, способствующего более глубокому и полному описанию роли языковых единиц в производстве и организации дискурса. Цель работы – комплексный анализ идиомы *glass ceiling*; предметом исследования стали языковые и когнитивно-дискурсивные аспекты бытования обозначенной единицы с фокусом на ее роли в медиафрейминге проблемы гендерного неравенства в профессиональной сфере.

Материал и методология исследования

Основу эмпирического материала составили отобранные с помощью метода сплошной выборки 1) тексты/короткие посты в социальных медиа общественно-политических сообществ, организаций и отдельных активистов, борющихся за права женщин[3]; 2) креолизованные тексты (политические карикатуры и мемы), получившие распространение в социополитически ангажированном сегменте сети[4] (всего около 500 примеров). Критерием отбора послужило наличие идиомы (в стандартном или модифицированном виде) в вербальных текстах и наличие идиомы и/или визуальной репрезентации лежащего в ее основе образа в креолизованных текстах.

Методологической основой данной работы стал когнитивно-дискурсивный подход, нацеленный на изучение роли языковых

единиц в процессе обработки и структурирования информации в дискурсе. Применялись критический дискурс-анализ, устанавливающий связи «между знаками, значениями и социальными и историческими условиями, которые задают семиотическую структуру дискурса» (Fowler, 1991: 5), контекстуальный, дефиниционный и стилистический анализ.

В анализе медиафрейминга проблемы гендерного неравенства в профессиональной сфере для выделения медиафреймов, создаваемых с помощью идиомы *glass ceiling* в американских социальных медиа, использовался индуктивный подход, включающий описание таких компонентов медиафрейма, как определение проблемы, идентификация ее причин, моральная оценка, средства решения проблемы (Entman, 1993: 52), и рассмотрение сюжетных линий, лингвистических и экстралингвистических средств создания фрейма (Gamson, Modigliani, 1989).

Теоретическая база исследования

В своем исследовании идиомы *glass ceiling* мы опирались на работы ученых в области психологии и социологии, рассматривавших явление гендерного неравенства в профессиональной сфере и предложивших собственные наименования проблемы: C. Berheide[5], Ch. Williams (1992), A. H. Eagly, L. Carli (2007), M. Ryan, A. Haslam (2005).

Базой когнитивного анализа идиомы, несомненно, стала концептуальная теория метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, согласно которой «метафора пронизывает нашу повседневную жизнь, причем не только язык, но и мышление и деятельность», так что «наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична» (2004: 25). С когнитивистской точки зрения, метафоры – рожденные и хранимые в культуре языковые фреймы, т. е. некоторые ментальные структуры (структуры данных) для представления стереотипных ситуаций (Демьянков, 1996: 187). Так как эмпирический материал включает медиатексты, значительная часть которых – креолизованные единицы, созданные с помощью вербальных и визуальных средств, к их анализу мы подошли с позиций теории фрейминга (Goffman, 1974; Scheufele, 1999, 2000; Entman, Matthes, Pellicano, 2009 и др.). Понятие фрейминга изначально применялось только к вербальным текстам, однако концепция получила дальнейшее

развитие как теория визуального фрейминга (см., к примеру, Messaris, Abraham, 2001; Rodriguez, Dimitrova, 2011). В самом общем виде фрейминг рассматривается как метод воздействия на сознание аудитории; считается, что изучение его механизмов «способно привести к получению нового объективного знания о специфике коммуникационного взаимодействия власти, общества и массмедиа» (Казаков, 2014: 86).

Т. Гитлин предложил определение медиафреймов как «устойчивых схем когниции, интерпретации и презентации; отбора, эмфазы и исключения, с помощью которых журналисты обычно организуют дискурс, вербальный и визуальный» (Gitlin, 1980: 7; переводено автором). Согласно У. Э. Гэмсону и А. Модильяни, медиафрейм (*news frame*) – «центральная сюжетная линия текста, которая обычно содержит в себе также артикуляцию проблемной ситуации, предпочтительные способы ее разрешения и определенные моральные суждения» (цит. по: Казаков, 2014: 87). Приведенные выше определения и положения послужили отправной точкой в нашем анализе роли идиомы *glass ceiling* в медиафрейминге проблемы гендерного неравенства в профессиональной сфере в дискурсе феминистского движения.

Результаты исследования

Комплексный анализ идиомы *glass ceiling* подразумевал описание трех профилей фразеологической единицы – лингвистического, когнитивного и дискурсивного.

1. Лингвистический профиль идиомы *glass ceiling*

Данный профиль включает вопросы дефиниции, происхождения ФЕ *glass ceiling*, ее синтагматических и парадигматических связей (дериваты и фразеологические «компаньоны»).

1.1. Дефиниция

В авторитетных англоязычных словарях идиома *glass ceiling* определяется следующим образом:

1) *an intangible* ***barrier*** *within a hierarchy that prevents* ***women or minorities*** *from obtaining* ***upper-level positions*** (Merriam-Webster.com Dictionary);

2) *the way in which* ***unfair attitudes*** *can stop* ***women, or other groups****, from getting the* ***best jobs in a company****, etc. although there are no official rules to prevent them from getting these jobs* (Oxford Learner's Dictionary);

3) *the systemic* ***discrimination*** *(likened to an invisible barrier) against* ***certain groups in the workplace****, especially* ***women****, that prevents them from* ***advancing*** (Farlex Dictionary of Idioms, 2015).

Анализ приведенных дефиниций позволяет выявить ключевые компоненты значения идиомы *glass ceiling*: «женщины или социальные меньшинства», «барьер/препятствие/дискриминация», «карьерный рост/продвижение в карьерном плане». В русскоязычной версии определения выражения, представленной в «Словаре гендерных терминов», совершенно ожидаемо подчеркнут гендерный аспект социальной проблемы: «...невидимые и формально не обозначенные барьеры, которые препятствуют карьерному росту женщин <...> Эти барьеры обусловлены как глубокими гендерными стереотипами о второстепенности роли женщин вообще, об ограниченности их способностей, так и так называемым страхом успеха, которому подвержены многие работающие женщины» (2002: 202).

1.2. Происхождение идиомы *glass ceiling*

Проведенный анализ показал, что существует несколько версий происхождения единицы. В статье 2015 г. в «Уолл-стрит джорнэл» (*The Wall Street Journal*) отмечено, что фраза была впервые использована К. Лоуренс и М. Шрайбер из компании *Hewlett Packard* на конференции Женского института свободы прессы (*Women's Institute for Freedom of the Press*) в 1979 г.[6] Согласно другой версии, это выражение появилось в интервью 1984 г. британской писательницы и редактора Гей Брайант журналу *Magazine World*: *Women have reached a certain point – I call it the glass ceiling. They're in the top of middle management and they're stopping and getting stuck. There isn't enough room for all those women at the top. Some are going into business for themselves. Others are going out and raising families*[7]. На сайте *BBC news* опубликовано еще одно (хотя только устное) свидетельство авторства фразы. Консультант по менеджменту М. Лоуден утверждает, что она впервые использовала метафору на конференции по вопросам карьерного роста женщин в 1978 г.[8]

Так, в любом случае можно сделать вывод, что *glass ceiling* – относительно молодая метафорическая ФЕ, которая изначально имела гендерную маркированность.

1.3. Синтагматические и парадигматические аспекты идиомы *glass ceiling*

Относительно синтагматических связей рассматриваемой идиомы заметим, что в ходе анализа практического материала были

выделены некоторые ее фразеологические дериваты, т. е. единицы, созданные на ее основе и еще не закрепленные в словаре, но вошедшие или постепенно входящие в узус. Наиболее распространенное и относительно нейтральное в оценочном плане выражение – *break the glass ceiling* («разбить стеклянный потолок»). Были также выделены синонимичные ему фразы-дериваты, имеющие дополнительную коннотативную окраску (получающие экспрессивность и эмоциональность за счет замены глагольного компонента). Так, в следующих единицах наблюдается образное и смысловое обновление идиомы-основы:

• *put a crack in the glass ceiling* – «сделать/пустить трещины в стеклянном потолке» (акцент либо на слабых усилиях, либо на прочности потолка; подчеркивается факт слабых, незначительных повреждений или лишь начала разрушения барьера);

• *hit the glass ceiling* – «удариться о стеклянный потолок» (отсутствие положительного результата), «ударить по стеклянному потолку» (предполагается удар, наносимый с силой);

• *shatter the glass ceiling* – «разбить стеклянный потолок вдребезги» (подчеркивается не только мощь удара, но и эффект от разрушения).

Относительно парадигматических связей фразы *glass ceiling* заметим, что были выявлены ее фразеологические «компаньоны», т. е. единицы, относящиеся к тому же тематическому полю (называющие сходные социальные феномены, проявления дискриминации некоторых групп людей в профессиональной сфере), существующие параллельно с анализируемой идиомой и не являющиеся ее синонимами:

• *sticky floor* («липкий пол») – идиома, обозначающая систематическую ситуацию, когда женщины долго остаются на низших позициях в служебной иерархии (отсюда образ «приклеенности» к полу). Термин был введен социологом К. Берхайд в 1992[9];

• *glass labyrinth* («стеклянный лабиринт»). Э. Игли и Л. Карли, авторы книги *Through the Labyrinth: The Truth about How Women Become Leaders,* высказывают мнение о метафоре «стеклянный потолок» как устаревшей и предлагают идиому «стеклянный лабиринт», по их мнению охватывающую все сложности, с которыми обычно сталкиваются женщины, вступая на извилистый и труднопреодолимый путь к руководящей должности (Eagly, Carli, 2007);

• *glass cliff* («стеклянный обрыв). Британскими учеными-психологами М. Райан и А. Хасламом описан феномен «стеклянного об-

рыва/скалы» – выявленная в ходе исследования тенденция назначать женщин главами компаний или организаций, переживающих экономический спад, тем самым обрекая их на неминуемый, хотя и неочевидный, провал (отсюда – образ падения со стеклянного, т. е. незаметного, обрыва) (Ryan, Haslam, 2005). Сегодня термин также применяется к сфере политики и другим областям;

• *glass escalator* («стеклянный эскалатор»). Автор теории «стеклянного эскалатора» К. Уильямс в статье 1992 г. утверждает, что в традиционно женской профессиональной сфере (то, что по-английски называется "*pink collar*" *jobs,* т. е. сестринское дело, школьное образование, сфера обслуживания) белые мужчины намного быстрее продвигаются вверх – словно на эскалаторе – по административной лестнице (Williams, 1992);

• *bamboo ceiling* («бамбуковый потолок»). Термин появился в 2005 г. в книге Дж. Хён *Breaking the Bamboo Ceiling: Career Strategies for Asians*, в которой автор пишет о препятствиях в профессиональной сфере, с которыми приходится регулярно сталкиваться многим американцам азиатского происхождения (Hyun, 2005).

2. Когнитивный профиль идиомы *glass ceiling*

Говоря о когнитивном профиле исследуемой единицы, подчеркнем, что идиома *glass ceiling* основана на метафоре: стеклянный потолок выступает символом невидимого (но все же существующего) барьера, препятствия в карьерном росте. Фактически выражение можно рассматривать как развитие другой метафоры: карьерный успех, рост = «движение вверх по лестнице» (*Cf.* англ. *Climb the career/corporate ladder*), а любому движению вверх есть предел. Также подчеркнем, что особенностью метафорического концепта, лежащего в основе значения идиомы, является его мотивированность (прозрачность) и универсальность: он понятен абсолютному большинству людей вне зависимости от их культурного фона, что, несомненно, делает выражение эффективным для продвижения идей и привлечения внимания в социополитическом пространстве.

По нашим наблюдениям, когнитивно-дискурсивный потенциал фразеологических единиц как легкоузнаваемых когнитивно-языковых ориентиров для понимания оценок, мнений об общественно-политических реалиях проявляется в том, что, используя их в дискурсе, коммуниканты могут эффективно категоризовать и интерпретировать социокультурное пространство. Применение идиом (и их стилистически обыгрываемых модификаций) в медиа-

дискурсе выступает довольно эффективным лингвистическим средством медиафрейминга. Подчеркнем еще раз, что медийные фреймы обладают потенциалом манипулятивности, так как предоставляют *ракурс* восприятия передаваемой информации, являют собой определенного рода авторскую *инструкцию* или *подсказку* для ее истолкования. В нашем материале, включающем в основном креолизованные единицы, наблюдается сочетание вербального и визуального, поэтому нас интересовали не только лингвистические, но и экстралингвистические средства медиафрейминга проблемы гендерного неравенства в карьерном плане. Последние представлены разного рода визуализациями идиомы – карикатурами, визуальными манипуляциями, т. е. игрой с изображением, в том числе построенной на вербальном компоненте. Подчеркнем также, что фрейминговый потенциал изображений связан с так называемым «эффектом превосходства картинки» (*picture superiority effect*), так как они вызывают более сильные физиологические реакции, чем вербальные тексты; они первыми привлекают внимание на начальных этапах восприятия, т. е. до того, как наступает осознанная когнитивная обработка поступающей информации; изображения также способны оказать более глубокое эмоциональное воздействие и способствовать лучшему запоминанию и, соответственно, воспоминанию информации (Batova, 2021: 52).

Итак, в ходе анализа эмпирического материала были выделены следующие фреймы:

1. «Стеклянный потолок» – реальное препятствие:



Рисунок 1[10]



Рисунок 2[11]

В первом примере (см. рис. 1) используется прецедентный символ – знак-предупреждение об опасности (сопровождается фразой *Mind your head*), в который интегрирована визуализация рассматриваемой идиомы. Во втором случае (см. рис. 2) карикатура выстраивается на «обманутом ожидании» и контекстуальной буквализации идиомы, необходимой для достижения этого эффекта: соискательницу поста в компании предупреждают о том, что в ее обязанности входит мытье стеклянных потолков.

2. «Стеклянный потолок» создается мужчинами:



Рисунок 3[12]



Рисунок 4[13]

В примере на рисунке 3 совет директоров компании по производству стеклянных потолков, полностью состоящий из мужчин, голосует против женщин в своих рядах; на рисунке 4 – мужчины-республиканцы создают всяческие препятствия готовой к старту и разбиванию символического стеклянного купола ракете с Х. Р. Клинтон на борту.

3. «Стеклянный потолок» возможно разрушить (проблема преодолима):



Рисунок 5[14]



Рисунок 6[15]

На двух приведенных картинках изображены женщины, добившиеся успеха в решении проблемы стеклянного потолка.

4. Тем не менее разбивание «стеклянного потолка» также представляется в медиапространстве как потенциально опасное мероприятие. К примеру, в карикатуре (см. рис. 7) запечатлены плачевные результаты попыток женщин пробить стеклянный потолок:



Рисунок 7[16]

Художница и автор персонального блога М. Кон в публикации под названием *Breaking the Glass Ceiling ... Beware of Falling Objects*[17] также предупреждает своих читательниц о различных сложностях, которые могут возникать в связи с продвижением женщины по карьерной лестнице.

5. Другим распространенным фреймом в нашем материале является представление успешных женщин как супергероинь с традиционной легкоузнаваемой атрибутикой:



Рисунок 8[18]



Рисунок 9[19]

6. Частным случаем такого фрейма является привязка к выдающейся личности, личности-символу. Смеем предположить, что в связи с тем, что проблема «стеклянного потолка» – реально существующий и труднопреодолимый барьер в современном обществе, выбор падает на женщин, являющихся знаковыми фигурами в социокультурном и политическом пространстве США: Хиллари Р. Клинтон как первую женщину, номинированную на пост президента США от крупной политической партии, и Камалу Харрис как первую женщину, избранную на пост вице-президента США.



Рисунок 10[20]

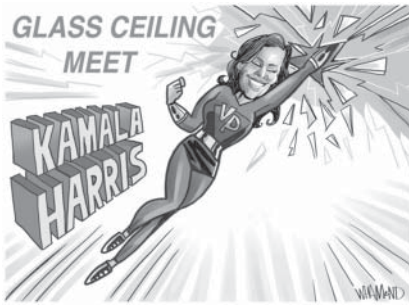


Рисунок 11[21]

3. Дискурсивный профиль идиомы *glass ceiling*

Несомненно, когнитивная функция фразеологических единиц реализуется и, соответственно, наблюдается в их живом дискурсивном применении. Дискурсивный профиль выражения *glass ceiling* включает вопрос дискурсивного разнообразия (основные типы дискурсов, медиа- и другие форматы, в которых она активно используется) и вопрос творческого использования единицы (и ее дериватов).

3.1. Дискурсивное разнообразие идиомы *glass ceiling*

Дискурсивный анализ отобранных примеров показал, что общественно-политическая реальность передается с помощью идиомы *glass ceiling* в двух ракурсах – акциональном (побуждающем, направленном на действие) и рефлективном (осмысливающем).

Рассмотрим некоторые акциональные тексты из нашего материала:

(1) Кинематографический дискурс. В современном американском шоу-бизнесе прослеживается тенденция «феминизации» кинематографа: женщины-режиссеры и сценаристы, а также сюжеты, сфокусированные на истории женщин, вызывают интерес киностудий и пользуются спросом зрительской аудитории. Одним из примеров может служить кинопроект компании *Sony* под названием *Glass Ceilin*g, в котором, по задумке создателей, действующими лицами должны стать женские аналоги героев фильма «Человек-паук» (*Spider-man*)[22]. Начиная с 2009 г., ежегодно проводится церемония вручения премий *Broken Glass Awards* организацией *Palm Springs Women in Film and Television* за достижения женщин в кинематографе, искусстве, на телевидении.

(2) Юридический/законодательный дискурс. В 1991 г. Дж. Буш-мл. инициировал создание федеральной комиссии по проблеме «стеклянного потолка»; был принят документ – *The Federal Glass Ceiling Act*.

(3) Блогосфера. К акциональным текстам отнесем посты, в которых предлагаются конкретные советы, рекомендации, инструкции для решения проблемы “стеклянного потолка”. Таковыми, к примеру, являются блог обозревателя-фрилансера Х. Макартур под названием *Glass Ceilings Were Meant to Be Broken*[23], публикуемый на сайте *Forbes*, или блог *Hitting that glass ceiling*, который ведет специалист по медиамаркетингу П. Стокхаузен[24].

(4) Литературный дискурс. Идиома *glass ceiling* довольно часто появляется в названиях литературных произведений разных жанров, подающих информацию как в акциональном ракурсе:

How to Break the Glass Ceiling Without a Hammer: Career Strategies for Women Paperback (2011) или

аудиоиздание *Break through Your Glass Ceiling: Career Essentials to Get Promoted and Earn More Money* (2016) и др.,

так и рефлективном ракурсе:

The Glass Ceiling in the 21st Century: Understanding Barriers to Gender Equality (2009),

Women Can’t Paint: Gender, the Glass Ceiling and Values in Contemporary Art (2014),

Cinderella and the Glass Ceiling: And Other Feminist Fairy Tales (2021).

Что касается рефлективного ракурса, то, помимо текстов, освещающих успехи женщин в науке, политике, бизнесе и т. д., появление идиомы *glass ceiling* имеет символическое значение в искусстве. Рассмотрим некоторые примеры креолизованных объектов паблик-арт (от англ. *public art* – искусство общественного пространства), для создания которых применялись визуальный и вербальный коды. Так, международный женский день 8 марта 2021 г. был отмечен созданием инсталляции: знаменитая статуя «Бесстрашная девочка» (*Fearless girl*), стоящая на Уолл-стрит в Нью-Йорке как символ борьбы за гендерное равенство в бизнесе, была окружена разбитым стеклом, чтобы подчеркнуть, по замыслу авторов, множество женских историй успеха в деловой сфере. Рядом была установлена табличка со следующей надписью: *Today’s broken glass ceilings are tomorrow’s stepping stones* («Разбитый сегодня стеклянный потолок – мостик в будущее»). В марте 2021 г. по случаю

избрания первой женщины Камалы Харрис на пост вице-президента США швейцарский художник по стеклу С. Бергер (он наносит микротрещины на стекло молотком, тем самым получая нужное изображение) сотворил портрет К. Харрис, который был установлен у Мемориала Линкольну в Вашингтоне. В обсуждаемом примере вербальная составляющая присутствует имплицитно: ФЕ *glass ceiling* воплощается как в визуальном образе, так и в самом методе работы мастера.

Отметим также, что словосочетание *glass ceiling* появляется не только в рассмотренных типах дискурса, но и в разных медиаформатах (мемах, видео и т. п.) и в текстах массового творчества (надписи на одежде, посуде, стикерах и т. п.). Это, полагаем, свидетельствует о популярности идиомы, а следовательно, о внимании к феномену гендерного неравенства в профессиональной сфере и о проблемах, за ним стоящих.

3.2. Творческое использование идиомы *glass ceiling* в дискурсе

Переходя к аспекту творческих модификаций рассматриваемой идиомы в дискурсе, заметим, что тема вариативности и, шире, изменчивости идиом подробно обсуждается участниками проблемной группы «Лингвокультурологические исследования» в Институте языкознания РАН. Наши наблюдения за дискурсивным бытованием ФЕ совпадают с мнением руководителя группы М. Л. Ковшовой о том, что изменчивость является одним из характерных свойств идиом[25]. С одной стороны, это объясняется их прецедентностью, а следовательно, рекуррентностью. С другой стороны, это связано с образностью: образ, лежащий в основе идиомы, «приглашает» к языковой игре, творчеству, которые «подпитывают» ее и продлевают ей жизнь.

Далее подробнее остановимся на дискурсивно-стилистических аспектах модификации выражения *glass ceiling* (и его дериватов), их творческих переделках и обработках. Так, были выявлены следующие основные приемы модификации:

1) развернутая метафора. Подобное развитие метафорического образа на протяжении большого отрезка текста служит средством фиксации происходящих социальных изменений отношения к проблеме «стеклянного потолка» в американском обществе. Все приводимые ниже примеры развернутых метафор поддерживают один из фреймов, выделенных в работе: *Breaking the glass ceiling without breaking yourself* («Разбить потолок и не навредить себе/не разбить себя»), *Breaking the Glass Ceiling... Beware of Falling Objects*

(«Когда разбиваешь стеклянный потолок, берегись осколков»), *Many women have been successful at breaking the glass ceiling only to find a layer of men* («Многие женщины разбивают стеклянный потолок и обнаруживают мужчин, стоящих выше»), *Someone's got to break the glass ceiling, and once it's broken, everybody else comes clamouring up behind* («Кому-то придется разбить стеклянный потолок; как только это произойдет, все остальные последуют с шумом»), *When one person breaks the glass ceiling, the light shines through and others can go* («Когда кто-то разбивает стеклянный потолок, через него проходит свет и другие могут идти»);

2) реализованная метафора, или буквализация (зачастую визуальная) значения идиомы:



Рисунок 12[26]

В данном примере в актуализации прямого значения фразеологической единицы участвует ее визуализация в карикатуре. На картинке изображен совет директоров, состоящий полностью из мужчин, устремивших свой взор на высокий стеклянный потолок и пришедших к выводу, что в их компании женщины-партнеры не нужны, но нужны женщины для мытья потолка;

3) контаминация, или создание самостоятельной единицы на основе соединения нескольких ФЕ или прецедентных единиц. Отметим, что в связи с гендерной маркированностью рассматриваемой идиомы ее частым компаньоном в современном дискурсивном пространстве становится прецедентный (сказочный) арте-

факт – стеклянные туфельки Золушки (*glass slippers*) как символ зависимости от мужчины. В качестве примера приведем некоторые афористические формулировки, подмечающие важные тенденции современности. Так, популярная в интернет-пространстве фраза пока не идентифицированного автора содержит новую воспитательную директиву для родителей девочек: *Teach your daughters to worry less about fitting into glass slippers and more about shattering glass ceilings* («Учите своих дочерей не волноваться о размере хрустальных туфелек, но думать о разбивании стеклянных потолков»). Другая фраза, тиражируемая как надпись на предметах одежды, гласит: *You can wear glass slippers and still shatter glass ceilings* («Ты можешь носить хрустальные туфельки и при этом разрушать стеклянные потолки»).

Интересен также следующий случай применения приема контаминации:



Рисунок 13[27]

В приведенном примере эффект контаминации зависит от визуального компонента: образ стеклянного потолка актуализируется в традиционной пословице *One man's floor is another man's ceiling* за счет его визуализации в карикатурном изображении;

4) антипословицы, т. е. новые паремические единицы, созданные на основе традиционных пословиц. Так, к примеру, Х. Клинтон, известная своей пословичной риторикой (Mieder, 2019),

произнесла следующую антипословицу по поводу номинации на пост президента США в своей финальной речи на ралли в Филадельфии: *When there are no ceilings, the sky's the limit (Cf. The sky's the limit)*[28].

В качестве лозунгов на плакатах на шествиях и митингах, а также в мемах появляются следующие варианты антипословицы, отражающие современные общественные тенденции: *Glass ceilings are meant to be broken (Cf. Promises are made (meant) to be broken)* и *Glass ceilings were made for breaking (Cf. Shoes (boots) are made for walking)*.

Выводы

Итак, рассмотрение трех профилей ФЕ *glass ceiling* позволило сделать следующие выводы. Идиома в узусе уже более сорока лет и сохраняет популярность и релевантность в современном социополитическом пространстве США. Она интенсивно тиражируется в дискурсе феминистского движения в социальных медиа, получая смысловое развитие в своих дериватах и творческих модификациях. Лежащий в ее основе понятный (в определенном смысле универсальный) метафорический концепт делает рассматриваемое выражение и его дериваты удобным и востребованным средством трансляции социально значимого знания. В проанализированном практическом материале наблюдается тесная связь вербального и визуального, что обусловлено образностью рассматриваемой единицы. Эта особенность социополитически маркированной идиомы эффективно используется для медиафрейминга проблемы гендерного неравенства в профессиональной сфере: применение выражения *glass ceiling* является средством вербальной (а в креолизованных текстах – и визуальной) организации дискурса, позволяет авторам рассмотренных медиатекстов предоставить ракурс для истолкования транслируемой информации и тем самым повлиять на ее восприятие. К лингвистическим средствам медиафрейминга в практическом материале отнесены стилистические приемы модификации идиомы (развернутая метафора, реализованная метафора, контаминация, создание антипословиц); к экстралингвистическим – разного рода визуализации идиомы (карикатуры, визуальные манипуляции, использующие игру с изображением, построенную на вербальном компоненте). Анализ практического материала показал,

что активное творческое преображение идиомы *glass ceiling*, наблюдаемое в дискурсе феминистского движения в социальных медиа, не является исключительно игровым, а вырастает из запросов времени и меняющегося общественно-политического климата в США.

Примечания

[1] Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-012-00239а

[2] *Кронгауз М. А.* Семиотика русской культуры и русский когнитивный код в эпоху перемен. 2021. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=bKLm0tZe-q4&t=2249s (дата обращения 04.04.21)

[3] Режим доступа: https://www.facebook.com/YesSheCanWin/, http://feministnews.us/, http://www.emilyslist.org; http://calltoactivism.com/; https://www.onwardtogether.org/; https://www.instagram.com/girlupcampaign/; https://www.instagram.com/timesupnow/; https://twitter.com/OhNoSheTwitnt (дата обращения: 28.04.2022).

[4] Режим доступа: https://www.catalinocartoons.com/; https://www.gocomics.com/drewsheneman; https://www.gocomics.com/tomtoles; https://www.toonpool.com/cartoons/ (дата обращения: 28.04.2022).

[5] Noble B. P. (1992) *At Work; and Now the "Sticky Floor"*. 22 November. Available at: https://www.nytimes.com/1992/11/22/business/at-work-and-now-the-sticky-floor.html (accessed 13.07.2021).

[6] Zimmer B. (2015) The Phrase 'Glass Ceiling' Stretches Back Decades. *Wall Street Journal*, 3 April. Available at: https://www.wsj.com/articles/the-phrase-glass-ceiling-stretches-back-decades-1428089010 (accessed 12.10.2021).

[7] Frenkiel N. (1984) The Up-and-Comers; Bryant Takes Aim at the Settlers-In. Special Report. *Adweek (Magazine World)*, March.

[8] Loden M. (2017) *100 Women: 'Why I invented the glass ceiling phrase'*. 13 December. Available at: https://www.bbc.com/news/world-42026266 (accessed 15.05.2021).

[9] Noble B. P. (1992) *At Work; and Now the "Sticky Floor"*. 22 November. Available at: https://www.nytimes.com/1992/11/22/business/at-work-and-now-the-sticky-floor.html (accessed 13.07.2021).

[10] Режим доступа: http://spics.me.meFacebook-Surely-someone-can-make-something-of-b0cc70.png (дата обращения: 28.04.2022).

[11] Режим доступа: https://www.toonpool.com/cartoons/Glass%20ceiling_322337 (дата обращения: 28.04.2022).

[12] Режим доступа: https://www.englishblog.com/2014/03/cartoon-the-glass-ceiling.html#.YHyWtWczY2w (дата обращения: 28.04.2022).

[13] Режим доступа: https://www.gocomics.com/mattwuerker/2015/04/14 (дата обращения: 28.04.2022).

[14] Режим доступа: https://www.toonpool.com/cartoons/The%20glass%20ceiling_201546 (дата обращения: 28.04.2022).

[15] Режим доступа: https://themreport.com/daily-dose/09-21-2018/walking-on-the-glass-ceiling/print/ (дата обращения: 28.04.2022).

[16] Режим доступа: https://www.toonpool.com/cartoons/The%20Glass%20ceiling_227182 (дата обращения: 28.04.2022).

[17] Cohn M. (2014) *Breaking the Glass Ceiling... Beware of Falling Objects*. Available at: http://www.myrnacohn.com/2014/09/breaking-glass-ceiling-beware/ (accessed: 10.03.2021).

[18] Режим доступа: https://www.advocate.com/commentary/2015/12/03/how-lesbian-broke-double-paned-glass-ceiling (дата обращения: 28.04.2022).

[19] Режим доступа: http://paulinestockhausen.com/hitting-that-glass-ceiling/ (дата обращения: 28.04.2022).

[20] Режим доступа: https://www.gocomics.com/stuartcarlson/2016/06/08 (дата обращения: 28.04.2022).

[21] Режим доступа: https://bloximages.newyork1.vip.townnews.com/midfloridanewspapers.com/content/tncms/assets/v3/editorial/5/fb/5fb41d10-21ce-11eb-a8fd-eb9c96a19bbc/5fa800979a96c.image.jpg?resize=888%2C630 (дата обращения: 28.04.2022).

[22] Hayes B. (2014) *All-Female 'Spider-Man' Team Movie 'Glass Ceiling' in Development?* 30 October. Available at: https://screencrush.com/rumor-all-female-spider-man-glass-ceiling/?utm_source=tsmclip&utm_medium=referral (accessed 24.06.2021).

[23] MacArthur H. V. (2018) *Glass Ceilings Were Meant to Be Broken*. 22 October. Available at: https://www.forbes.com/sites/hvmacarthur/2018/10/22/glass-ceilings-were-meant-to-be-broken/?sh=3af59f2c365f (accessed 11.07. 2021).

[24] Stockhausen P. (2019) *Hitting That Glass Ceiling*. Available at: http://paulinestockhausen.com/hitting-that-glass-ceiling/ (accessed 24.09.2021).

[25] *Ковшова М. Л.* Вступительное слово на заседании проблемной группы «Лингвокультурологические исследования», посвященном теме «Варьирование vs. трансформация vs. модификация идиом: уточнение понятий» (доклад П. С. Дронова). 2021. Режим доступа: с(дата обращения 02.04.2021).

[26] Режим доступа: https://goricastanisic.wordpress.com/2013/01/22/glass-ceiling-in-hospitality-industry/ (дата обращения: 28.04.2022).

[27] Режим доступа: https://www.pinterest.ru/pin/326792516690822656/ (дата обращения: 28.04.2022).

[28] Clinton H. R. (2016) *Philadelphia Rally Speech, 8 November, 2016*. Available at: www.youtube.com/watch?v=kQGLrIvp3jw&t=246s (accessed: 14.03. 2021).

Библиография

Демьянков В. З. Фрейм // Краткий словарь когнитивных терминов / *Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г.* / под общей редакцией *Е. С. Кубряковой*. М.: Филол. фак. МГУ, 1996. С. 187–189.

Казаков А. А. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию: обзор распространенных трактовок // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер.: Социология. Политология. 2014. №4. С. 85–90.

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. / под ред. и с предисл. *А. Н. Баранова*. М.: Едиториал УРСС, 2004.

Словарь гендерных терминов / под ред. *А. А. Денисовой* / Региональная общественная организация «Восток-Запад: Женские Инновационные Проекты». М.: Информация XXI век, 2002.

Batova T. (2021) 'Picturing' Xenophobia: Visual Framing of Masks During COVID-19 and Its Implications for Advocacy in Technical Communication. *Journal of Business and Technical Communication* 35 (1): 50–56. DOI: https://doi.org/10.1177/1050651920958501

Eagly A. H., Carli L. L. (2007) *Through the Labyrinth: The Truth about How Women Become Leaders*. Boston: Harvard Business School Press.

Entman R. M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43 (4): 51–58. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Entman R. M., Matthes J., Pellicano L. (2009) Nature, Sources, and Effects of News Framing. In K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch (eds.) *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge. Pp. 175–190. DOI: 10.4324/9780203877685.ch13

Farlex Dictionary of Idioms, s.v. "glass ceiling." Available at: https://idioms.thefreedictionary.com/glass+ceiling (accessed 31.05. 2021).

Fowler R. (1991) *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London; New York: Routledge.

Gamson W. A., Modigliani A. (1989) Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology* 95 (1): 1–37.

Gitlin T. (1980) *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.

Goffman E. (1974) *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.

Hyun J. (2005) *Breaking the Bamboo Ceiling: Career Strategies for Asians*. HarperCollins e-books.

Konstantinova A. (2019) "Time's Up:" When Enough is Enough: the Proverbial Voice of Social Change. *Proverbium* 36: 121–134.

Konstantinova A. (2021) "Build Bridges, Not Walls": The Text and its Contexts. *Western Folklore* 80 (3/4): 365–399.

Merriam-Webster.com Dictionary, s.v. "glass ceiling." Available at: https://www.merriam-webster.com/dictionary/glass%20ceiling (accessed 31.05. 2021).

Messaris P., Abraham L. (2001) The Role of Images in Framing News Stories. In S. D. Reese, O. H. Gandy, A. E. Grant (eds.) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. Pp. 215–226.

Mieder W. (2019) "Politics Is Not a Spectator Sport": Proverbs in the Personal and Political Writings of Hillary Rodham Clinton. In *"Right Makes Might": Proverbs and the American Worldview*. Bloomington: Indiana University Press. Pp. 200–229.

Ryan M. K., Haslam S. A. (2005) The Glass Cliff: Evidence that Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions. *British Journal of Management* 16: 81–90. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2005.00433.x

Rodriguez L., Dimitrova D. V. (2011) The Levels of Visual Framing. *Journal of Visual Literacy* 30 (1): 48–65. DOI: 10.1080/23796529.2011.11674684

Oxfordlearnersdictionaries.com, s.v. "glass ceiling." Available at: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/glass-ceiling?q=glass+ceiling (accessed 31.05.2021).

Scheufele D. A. (1999) Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication* 49 (1): 103–122. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x

Scheufele D. A. (2000) Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication and Society* 3: 297–316. DOI: 10.1207/S15327825MCS0323_07

Williams Ch. L. (1992) The Glass Escalator: Hidden Advantages for Men in the "Female" *Professions. Social Problems* 39 (3): 253–267. DOI: https://doi.org/10.2307/3096961

Notes

Available at: https://www.pinterest.ru/pin/326792516690822656/ (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://goricastanisic.wordpress.com/2013/01/22/glass-ceiling-in-hospitality-industry/ (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://bloximages.newyork1.vip.townnews.com/midfloridanewspapers.com/content/tncms/assets/v3/editorial/5/fb/5fb41d10-21ce-11eb-a8fd-eb9c96a19bbc/5fa800979a96c.image.jpg?resize=888%2C630 (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://www.gocomics.com/stuartcarlson/2016/06/08 (accessed: 28.04.2022).

Available at: http://paulinestockhausen.com/hitting-that-glass-ceiling/ (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://www.advocate.com/commentary/2015/12/03/how-lesbian-broke-double-paned-glass-ceiling (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://www.toonpool.com/cartoons/The%20Glass%20ceiling_227182 (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://themreport.com/daily-dose/09-21-2018/walking-on-the-glass-ceiling/print/ (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://www.toonpool.com/cartoons/The%20glass%20ceiling_201546 (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://www.gocomics.com/mattwuerker/2015/04/14 (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://www.englishblog.com/2014/03/cartoon-the-glass-ceiling.html#.YHyWtWczY2w (accessed: 28.04.2022).

Available at: https://www.toonpool.com/cartoons/Glass%20ceiling_322337 (accessed: 28.04.2022).

Available at: http://spics.me.meFacebook-Surely-someone-can-make-something-of-b0cc70.png (accessed: 28.04.2022).

Clinton H. R. (2016) *Philadelphia Rally Speech, 8 November, 2016.* Available at: www.youtube.com/watch?v=kQGLrIvp3jw&t=246s (accessed: 14.03. 2021).

Cohn M. (2014) *Breaking the Glass Ceiling... Beware of Falling Objects.* Available at: http://www.myrnacohn.com/2014/09/breaking-glass-ceiling-beware/ (accessed: 10.03.2021).

Frenkiel N. (1984) The Up-and-Comers; Bryant Takes Aim at the Settlers-In. Special Report. *Adweek (Magazine World),* March.

Hayes B. (2014) *All-Female 'Spider-Man' Team Movie 'Glass Ceiling' in Development?* 30 October. Available at: https://screencrush.com/rumor-all-

female-spider-man-glass-ceiling/?utm_source=tsmclip&utm_medium=referral (accessed 24.06.2021).

Kovshova M. L. (2021) *Vstupitel'noe slovo na zasedanii problemnoy gruppy «Lingvokul'turologicheskie issledovaniya», posvyashchennom teme «Var›irovanie vs. transformatsiya vs. modifikatsiya idiom: utochnenie ponyatiy»* (*doklad P. S. Dronova)* [Opening word at the session of the task group Linguocultural Studies devoted to the topic "Variation vs. transformation vs. modification of idioms: concept specification (P.S. Dronov's report)]. Available at: https://youtu.be/rDGcmYr-KUo (accessed: 02.04.2021).

Krongauz M. A. (2021) *Semiotika russkoy kul'tury i russkiy kognitivnyy kod v epokhu peremen* [Semiotics of Russian Culture and the Russian Cognitive Code in Times of Change]. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=bKLm0tZe-q4&t=2249s (accessed: 04.04.21)

Loden M. (2017) *100 Women: 'Why I invented the glass ceiling phrase'*. 13 December. Available at: https://www.bbc.com/news/world-42026266 (accessed 15.05.2021).

Noble B. P. (1992) *At Work; and Now the "Sticky Floor"*. 22 November. Available at: https://www.nytimes.com/1992/11/22/business/at-work-and-now-the-sticky-floor.html (accessed 13.07.2021).

Stockhausen P. (2019) *Hitting That Glass Ceiling*. Available at: http://paulinestockhausen.com/hitting-that-glass-ceiling/ (accessed 24.09.2021).

MacArthur H. V. (2018) *Glass Ceilings Were Meant to Be Broken*. 22 October. Available at: https://www.forbes.com/sites/hvmacarthur/2018/10/22/glass-ceilings-were-meant-to-be-broken/?sh=3af59f2c365f (accessed 11.07. 2021).

Zimmer B. (2015) The Phrase 'Glass Ceiling' Stretches Back Decades. *Wall Street Journal*, 3 April. Available at: https://www.wsj.com/articles/the-phrase-glass-ceiling-stretches-back-decades-1428089010 (accessed 12.10.2021).

References

Batova T. (2021) 'Picturing' Xenophobia: Visual Framing of Masks During COVID-19 and Its Implications for Advocacy in Technical Communication. *Journal of Business and Technical Communication* 35 (1): 50–56. DOI: https://doi.org/10.1177/1050651920958501

Denisova A. A. (ed.) (2002) *Slovar' gendernykh terminov* [Dictionary of Gender Terms]. Moscow: Informatsiya XXI vek Publ. (In Russian)

Dem'yankov V. Z. (1996) Freym [Frame]. In E. S. Kubryakova (ed.) *Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov* [Concise Dictionary of Cognitive Terms]. Moscow: Faculty of Philology Moscow State Univ. Publ. Pp. 187–189. (In Russian)

Eagly A. H., Carli L. L. (2007) *Through the Labyrinth: the Truth about How Women Become Leaders*. Boston: Harvard Business School Press.

Entman R. M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43 (4): 51–58. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Entman R. M., Matthes J., Pellicano L. (2009) Nature, Sources, and Effects of News Framing. In K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch (eds.) *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge. Pp. 175–190. DOI: 10.4324/9780203877685.ch13

Farlex Dictionary of Idioms, s.v. "glass ceiling." Available at: https://idioms.thefreedictionary.com/glass+ceiling (accessed 31.05.2021).

Fowler R. (1991) *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London; New York: Routledge.

Gamson W. A., Modigliani A. (1989) Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: a Constructionist Approach. *American Journal of Sociology* 95 (1): 1–37.

Gitlin T. (1980) *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.

Goffman E. (1974) *Frame Analysis: an Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.

Hyun J. (2005) *Breaking the Bamboo Ceiling: Career Strategies for Asians*. HarperCollins e-books.

Kazakov A. A. (2014) Freyming media-tekstov kak instrument vozdeystviya na auditoriyu: obzor rasprostranennykh traktovok [Framing of Media Texts as a Tool of Audience Impact: a Review of Widespread Interpretations]. *Izv. Sarat. un-ta Nov. ser. Ser. Sotsiologiya. Politologiya* 4: 85–90. (In Russian).

Konstantinova A. (2019) "Time's Up": When Enough is Enough: the Proverbial Voice of Social Change. *Proverbium* 36: 121–134.

Konstantinova A. (2021) "Build Bridges, Not Walls": the Text and Its Contexts. *Western Folklore* 80 (3/4): 365–399.

Lakoff G., Johnson M. (2004) *Metafory kotorymi my zhivem* [Metaphors We Live By]. Moscow: Editorial URSS Publ. (In Russian)

Merriam-Webster.com Dictionary, s.v. "glass ceiling." Available at: https://www.merriam-webster.com/dictionary/glass%20ceiling (accessed 31.05. 2021).

Messaris P., Abraham L. (2001) The Role of Images in Framing News Stories. In S. D. Reese, O. H. Gandy, A. E. Grant (eds.) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. Pp. 215–226.

Mieder W. (2019) "Politics Is Not a Spectator Sport": Proverbs in the Personal and Political Writings of Hillary Rodham Clinton. In *"Right Makes Might": Proverbs and the American Worldview*. Bloomington: Indiana University Press. Pp. 200–229.

Oxfordlearnersdictionaries.com, s.v. "glass ceiling." Available at: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/glass-ceiling?q=glass+ceiling (accessed 31.05.2021).

Rodriguez L., Dimitrova D. V. (2011) The Levels of Visual Framing. *Journal of Visual Literacy* 30 (1): 48–65. DOI: 10.1080/23796529.2011.11674684

Ryan M. K., Haslam S. A. (2005) The Glass Cliff: Evidence That Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions. *British Journal of Management* 16: 81–90. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2005.00433.x

Scheufele D. A. (1999) Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication* 49 (1): 103–122. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x

Scheufele D. A. (2000) Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication and Society* 3: 297–316. DOI: 10.1207/S15327825MCS0323_07

Williams Ch. L. (1992) The Glass Escalator: Hidden Advantages for Men in the "Female" Professions. *Social Problems* 39 (3): 253–267. DOI: https://doi.org/10.2307/3096961

Поступила в редакцию
16.12.2021

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — рецензируемое научное издание с периодичностью выхода 6 раз в год. Публикуемые в нем материалы посвящены проблемам журналистики, СМИ, массовой коммуникации. Журнал ориентирован на публикацию статей, представляющих собой результаты самостоятельного исследования, организованного и проведенного в рамках научного подхода. Авторы — ведущие российские и зарубежные ученые и исследователи.

Журнал имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете (для подписчиков), включен в систему Российского индекса научного цитирования, оформляется в соответствии с требованиями ВАКа. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов не взимается.

Статьи в журнале публикуются только после получения положительной рецензии. Рецензентами могут выступать все кандидаты и доктора наук факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, а также сотрудники иных образовательных учреждений Российской Федерации и зарубежных стран, имеющие достаточную квалификацию в соответствующей научной области, получившие ученую степень и обладающие авторитетом в научной среде. Редакционная коллегия принимает на себя обязательства по поиску рецензентов и организации процесса рецензирования.

По решению редакционной коллегии рукопись принимается, отвергается или возвращается автору на доработку. Авторы обязаны учесть замечания рецензента и внести в статью соответствующие исправления. В случае отклонения статьи редакционная коллегия направляет автору мотивированный отказ. Рецензии хранятся в редакции, копии их предоставляются по требованию авторам рукописей.

Статьи авторам необходимо отправлять на электронную почту журнала vestnik_journ@mail.ru. Материалы размещаются в номерах по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.

Все присылаемые статьи должны содержать следующие обязательные элементы:

1) Сведения об авторе на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактная информация автора (телефон и электронный адрес).

2) Аннотация (abstracts) и ключевые слова (key words) на русском и английском языках. Аннотация должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде концевых сносок (если есть). Через концевые сноски также оформляются библиографические ссылки на периодику (газеты, журналы общего интереса); интернет-источники; художественную, деловую, научно-популярную литературу; словари, справочники, отраслевые доклады; учебники и учебные пособия; архивные данные.

4) Пристатейные библиографические списки (Библиография) у всех статей – в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования.

В список литературы включаются: монографии; сборники научных статей; научные статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках. В список литературы вносятся только источники, на которые есть внутритекстовые библиографические ссылки.

Ссылки в тексте приводят в круглых скобках – в них указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием. Например: (Иванов, 1998: 125). При повторном цитировании: (там же: 128) для русскоязычных источников или (Ibid: 123) для иностранных источников.

Объем рукописи не должен превышать один печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами). Оптимальный размер статьи – 20–30 тыс. знаков с пробелами. Текст статьи должен создаваться в формате doc (docx, rtf), шрифтом Times New Roman, 12 кеглем, с полуторным межстрочным интервалом.

Статья должна начинаться с введения (обоснование актуальности и научной значимости исследования, теоретические подходы к проблеме, поставленная автором задача, корпус имеющих отношение к проблеме текстов). Введение может быть дополнено отдельным разделом, в котором предоставляется обзор литературы по проблеме и теоретические выкладки. В этом разделе (разделах) должна быть представлена большая часть отсылок к предыдущим работам по теме материала.

Если в статье есть компонент эмпирического исследования, в ней должны быть отдельные разделы, описывающие методологию и результаты исследования. Основная часть статьи заканчивается выводами.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических данных и иных сведений.

Редакционная коллегия журнала:

- непредвзято, взвешенно и объективно оценивает все поступающие материалы;
- при работе с материалами руководствуется лишь критериями оригинальности, научной значимости и актуальности текстов;
- до публикации обеспечивает конфиденциальность всех рассматриваемых текстов;
- гарантирует отсутствие личных интересов в работе с материалами сторонних авторов;
- не принимает от авторов вознаграждений в явной или неявной форме;
- борется с плагиатом всеми доступными способами;
- строго следует нормам законодательства, установленным правилам и процедурам.