Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**

№ 6 • 2014 • НОЯБРЬ — ДЕКАБРЬ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Теория журналистики и СМИ

Вартанова Е.Л. Редакционная независимость: зарубежные концепции и реалии 4

Амкуаб (*Миквабиа*) *Г.А.* СМИ и постмодернистская ментальная модель современной культуры 21

Экономика СМИ

Вырковский А.В., Макеенко М.И., Ванькова А.Д. Экономика неэфирных телеканалов в России: модель функционирования в контексте развития отечественной и мировой медиаиндустрии. . . .36

Периодическая печать

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. 52

История журналистики и литературы

Бабюк М.И. Кризис материально-технической базы советской печати периода НЭПа 74

Бакунцев А.В. «Оскотиневший от злобы вражий лик»: леворадикальная эмигрантская и советская печать о речи И.А. Бунина «Миссия русской эмиграции». 87

Гутнов Д.А. Из истории журналистского образования в России: институт красных журналистов и его ближайшие преемники (1919—1938) 103

Есин Б.И. Парижские письма Э. Золя в журнале «Вестник Европы» . . 115

Минаева О.Д. Журнал «Крестьянка» в 1920 гг.: приемы формирования читательской аудитории 128

Смирнова Е.А. История кодексов профессиональной этики в отечественной журналистике 150
Сыракая С. 22 июня 1941 года в турецкой прессе 165

Современная журналистика: тематика и проблематика

Тертычный А.А. Антикоррупционные журналистские расследования на региональных сайтах. 176

Новые медиа

Лаврова А.Н. Новые форматы книг в контексте современных технологий: московские издательства на рынке электронных книг . . 192

Указатель статей и материалов, опубликованных в «Вестнике Московского университета. Сер. 10. Журналистика» в 2014 году . . 202

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

CONTENTS

Theory of Journalism and Media

Vartanova E.L. The Newsroom Autonomy: Foreign Concepts and Reality . . 4
Amkuab (*Mikvabia*) *G.A.* Media and Postmodernist Mental Model of Contemporary Culture 21

Media Economics

Vyrkovsky A.V., Makeenko M.I., Vankova A.D. Economy of the Russian Paid TV Channels: Model of Functioning in the Context of Domestic and Global Media Industry Development 36

Press

Svitich L.G., Smirnova O.V., Shiryaeva A.A., Shkondin M.V. Newspapers of Middle and Small Russian Towns in 2010s 52

History of Journalism and Literature

Babyuk M.I. Crisis of the Material and Technical Base of the Soviet Press during the New Economic Policy 74
Bakuntsev A.V. "Enemy's Face Which Became Brutish Because of Malice": Left-Radical Emigrant and Soviet Press about I.A. Bunin's Speech "The Mission of the Russian Emigration" 87
Gutnov D.A. From the History of Journalism Education in Russia: Institute of Red Journalists and its Next Successors (1919—1938) 105
Esin B.I. Emile Zola's "Parisian Letters" in the "Herald of Europe" Magazine 115
Minaeva O.D. "Krestyanka" Magazine in 1920s: Methods of Creating a Readership 128
Smirnova E.A. History of Codes of Ethics in Russian Journalism 150
Sirakaya S. 22th June of 1941 in the Turkish Press 165

Contemporary Journalism: Subjects and Problems

Tertychny A.A. Anti-Corruption Journalistic Investigations on the Regional Sites 176

New Media

Lavrova A.N. The New Formats of Books in the Context of Modern Technologies: Moscow Publishing Houses in the Market of E-books. . . 192

Index of Articles and Materials Published in "The Bulletin of Moscow State University" Series 10 — Journalism in 2014 202

ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И СМИ

Е.Л. Вартанова, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой теории и экономики СМИ, декан факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: eva@smi.msu.ru

РЕДАКЦИОННАЯ НЕЗАВИСИМОСТЬ: ЗАРУБЕЖНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И РЕАЛИИ

В данной статье автор рассматривает проблему редакционной независимости как важной части профессионализма журналистов в контексте зарубежных концепций, выявляет внешние и внутренние факторы влияния на редакционную деятельность и профессиональные стандарты журналистов. Анализируются конфликты между нормативным подходом к пониманию независимости журналистов и редакции и реалиями современного европейского медиарынка.

Ключевые слова: *журналистика, редакционная независимость, медиаиндустрия, политика, медиатехнологии, профессиональные стандарты.*

The article aims to analyze the concept of the newsroom autonomy as a part of the journalistic professionalism in the context of modern theoretical approaches and distinguishes major external and internal pressures on the newsroom routines and professional practices of journalists. The article focuses on the conflict between the normative approaches to the journalists' autonomy and realities of contemporary media industries in Europe.

Key words: *journalism, newsroom autonomy, media industry, politics, media technologies, professional standards.*

Введение

Современные представления об идеале демократического общества в значительной степени опираются на ценности свободы, самореализации, плюрализма и доступности информации. Очевидно, однако, что в условиях демократии особую значимость приобретает и проблема ответственности СМИ, непосредственно влияющая на понимание традиционной роли и миссии журналистики. В соответствии с нормативной ролью, предписываемой журналистике теорией, СМИ должны действовать как «четвертое сословие», которое поддерживает и организует общественный диалог, анализирует действия власти, уделяя особое внимание случаям злоупотреблений. Являясь институтом с четко осознанной миссией, журналистика нуждается в независимости от множества заинтересованных социальных институтов и агентов, которая даст ей возможность самостоятельно и профессионально формулировать общественно значимую новостную повестку дня в соответствии с профессиональными нормами.

Представления о свободе и независимости журналистики лежат в основе нормативных ожиданий, на которые (естественно, с учетом национальной специфики) ориентируются многие зарубежные редакции. Однако в последние десятилетия современные европейские СМИ все чаще сталкиваются с новыми процессами и явлениями, которые бросают вызов традиционным идеалам журналистской деятельности. В большинстве случаев перемены в редакционном мышлении вызнаны явлениями технологической и управленческой природы, которые заметно трансформируют профессиональную деятельность журналиста, вызывая последствия в организационных культурах, и в конечном счете оказывают влияние на редакционную независимость.

Технологический прогресс предоставляет широкие возможности доступа к медиасреде, к массовой коммуникации и социальным сетям как медиапрофессионалам, так и отдельным потребителям. Однако в результате профессиональные стандарты редакций меняются, все больше ориентируясь на сиюминутные запросы аудитории [Dunas, 2013, p. 91]. Наряду с новыми интерактивными возможностями аудитории бизнес-ориентированное мышление становится еще одной мощной движущей силой перемен. Акцентируясь на экономических вопросах — прибыли, рентабельности, эффективности новостных организаций, — оно заметно влияет на все уровни профессионального новостного менеджмента и журналистики.

Сегодня все актуальнее становится проблема оценки воздействия, которое эти изменения в журналистском и организационном мышлении оказывают на профессию журналиста и редакционную самостоятельность. В статье рассматриваются основные зарубежные теоретические подходы к проблеме редакционной независимости, анализируются современные вызовы профессиональной и редакционной независимости.

Независимость как профессиональная ценность: нормативный подход

На протяжении двух последних столетий журналистика в странах Европы прошла несколько этапов развития, отмеченных расцветом и падением разных форм авторитаризма (в XVIII в. в наполеоновской Франции), тоталитаризма и абсолютизма (в 1930-е гг. в нацистской Германии), авторитарного инструментализма (в СССР в 1917—1991 гг., в странах Центральной и Восточной Европы в 1945—1991 гг.). Тем не менее, несмотря на идеологические влияния и их различные вариации, господствующая модель европейской журналистики ориентировалась на общие ценности — свободу прессы, выражения мнений и коммуникации, что привело к формулиро-

ванию важнейшей роли журналистики как «сторожевого пса», «четвертого сословия» [Christians et al., 2009]. Институт журналистики стал неотъемлемой частью европейских концепций демократии, в которых признается, что для соблюдения принципов служения обществу, социальной ответственности, подотчетности власти, критического отношения к элитам и «власть имущим» журналистика должна получать гарантии профессиональной независимости и редакционной свободы [МакКуэйл, 2013]. В соответствии с этим подходом идеалом профессиональной деятельности редакций выступает качественная новостная журналистика, не зависящая от политики или бизнеса, не подверженная влиянию со стороны лоббистских групп или служб по связям с общественностью, свободная от воздействия сиюминутных запросов аудитории [Schudson, 1998].

Нормативный подход к журналистике как профессии предполагает, что она должна стремиться к выполнению определенной миссии, следовать профессиональным стандартам, формулирующим роли, функции и ценности, к которым следует стремиться медиапрофессионалам [Frolova, 2014, p. 131]. По мнению многих европейских исследователей, профессиональная (новостная) журналистика — неотъемлемая часть демократии, и, наоборот, демократический строй необходим для качественной журналистики[1] [Trappel & Meyer, 2011]. Идеалы и принципы демократии и журналистики взаимозависимы — и граждане, и демократия нуждаются в том, чтобы в решающие моменты развития общества и личности профессиональные СМИ помогали им принимать осознанные решения. Можно даже предположить, что демократия — это та политическая модель общества, которая способна обеспечить юридические условия и реализацию принципов свободы и свободы выражения мнений, а также защиту журналистов и редакций СМИ от цензуры.

Однако такой нормативный подход, предполагающий наличие в журналистике единых профессиональных принципов, в действительности небесспорен. Если журналистика — влиятельная сила, необходимая демократическому обществу, то почему она не может улучшить далекие от теоретического идеала — несовершенные, недееспособные, даже коррумпированные — демократии? Более

[1] Использование в данном случае термина «новостная журналистика» связано с необходимостью разграничить общеполитические, социально ориентированные и развлекательные СМИ, журналистский (аналитический) и нежурналистский (нацеленный на отдых, развлечение) контент. Последнего в СМИ становится все больше, что вызывает у исследователей большую озабоченность в связи со снижением социальной значимости многих журналистских материалов (см.: *МакКуэйл Д.* Журналистика и общество. М., 2014).

того, примеры из социальной практики стран Южной, Центральной или Восточной Европы свидетельствуют, что коррумпированные политики часто находятся «в связке» с коррумпированными медиа. И потому среди вопросов о природе СМИ, принципах и условиях их работы, об оценке их деятельности обязательно появляется вопрос о том, какие «макроусловия» — характеристики самого демократического общества — необходимы для того, чтобы СМИ могли выполнять свои функции, сформулированные в ходе выработки общественного консенсуса[2].

Проблема независимости журналистики имеет глубокие корни в европейских академических медиаисследованиях. Для Д. МакКуэйла независимость журналистов представляется общеевропейской проблемой, причем ее уровень определяется:

• типом медиаорганизации, например новостные *vs* развлекательные СМИ, пресса *vs* электронные СМИ, качественные *vs* популярные СМИ, и т.д.;

• национальным медиаконтекстом, создаваемым различными культурными и политическими традициями [МакКуэйл, 2013].

Среди тех, кто обратился к теоретическому изучению автономии журналистики в широком социальном контексте, был Пьер Бурдьё. Он предложил понятие социального «поля» и подчеркнул, что поле журналистики зависимое [Bourdieu, 2005, p. 41]. При этом независимость журналистики формируется силами, которые находятся в напряжении между «культурным» и «экономическим» капиталом. «Экономический капитал» в поле журналистики определяется такими категориями экономического характера, как охват аудитории аудиовизуальными СМИ, тиражи печатной прессы, доходы от рекламы, маркетинг. «Культурный капитал» сопряжен с процессом создания оригинальных журналистских материалов, журналистскими разоблачениями злоупотреблений и бесчестных поступков, что влияет на социальную и политическую повестку дня [Ibid.]. Эти два вида капитала в поле журналистики в идеале должны подкреплять друг друга, сосуществовать «на равных», однако в современной медиаиндустрии «задача продать как можно больше экземпляров или привлечь как можно больше “хитов”, стоящая перед популярными новостными СМИ с большими тиражами, часто приносит “культурное” в жертву “экономическому”» [Phillips et al., 2010, p. 55].

В самом широком смысле понятие редакционной независимости связано с пониманием журналистики как независимого социального института современного демократического общества. По

[2] MDCEE (2013). Media and democracy in Central and Eastern Europe (project design, URL: http://mde.politics.ox.ac.uk/index.php/research, 17.06.2014).

мнению ряда исследователей, редакционная независимость означает, что процесс формирования повестки дня, а также выбор тем, источников, мнений, стилей и жанров должны находиться в руках журналистов — сотрудников редакции, причем вмешательство внешних сил или процессов, находящихся за рамками журналистики, должно исключаться [МакКуэйл, 2013; Christians et al., 2009].

Во многих европейских странах редакционная независимость обеспечивалась различными механизмами, в их числе:

• положения законодательства о СМИ, предоставляющего СМИ и журналистам свободу слова, понимаемую как автономная от социальных институтов профессиональная деятельность;

• предусмотренный законодательством общепринятый подход к журналистике как к общественной службе;

• общественный консенсус о миссии, роли и функциях журналистики в демократическом обществе;

• ответственность журналистики перед обществом, добровольно принятая журналистским сообществом подотчетность ему, что формулируется международным и национальным медиасообществом в кодексах поведения, этических кодексах, канонах журналистики, декларациях принципов и тому подобных саморегулирующих документах [Кумылганова, 2013];

• соблюдение журналистикой ряда профессиональных стандартов, выработанных в процессе создания коллективного договора между обществом и медиапрофессионалами;

• наблюдение со стороны общества за деятельностью СМИ и ее корректировка посредством неформальных механизмов — медиакритики, омбудсменов (уполномоченных по СМИ), «горячих линий» при профессиональных союзах, общественных организаций и самих медиакомпаний.

В действительности в условиях приоритета рыночных ценностей в практике медиаиндустрии и усиливающейся медиатизации/медиакратизации политики (т.е. взаимозависимости СМИ и политики) [Пую, Бодрунова, 2013] идея независимости журналистов от бизнеса и политики — на уровне сообщества и редакции — становится важной составляющей концепции профессионализма, в которую встроена идея редакционной независимости. При этом достаточно четко разводятся в разные стороны миссия социальной ответственности журналистики как важнейший тип ответственности, лежащий в основе профессии, и ответственность журналистов перед элитами и властными институтами общества. Последние одновременно представляют собой основных «заинтересованных лиц» — политиков, бизнесменов, собственников СМИ, рекламодателей, публичных персон, которые рассматривают СМИ как инструменты достижения узкогрупповых или личных целей. Тогда

как давление общества в целом на журналистику признается единственно допустимым, второй вид зависимости, соответственно, представляется недопустимой формой вмешательства в профессию.

Даниэль Халлин и Паоло Манчини в известной монографии «Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics» рассматривают независимость СМИ в тесной связи с четко сформулированными профессиональными нормами и признанием журналистами миссии служения обществу. Таким образом, редакционная независимость, а также независимость самих журналистов выступает как одно из трех главных измерений профессионализации журналиста [Hallin & Mancini, 2004, p. 34]. Однако исследователи выявляют и ряд серьезных препятствий, которые мешают журналистам осуществлять контроль над результатами своего труда. Среди них наиболее очевидны:

- природа медиаиндустрии как отрасли, в которой массовое производство является нормой;
- ограниченное число примеров (или полное их отсутствие), когда предприятия СМИ находятся в собственности у журналистов;
- редкие случаи участия журналистов в управлении редакциями и т.д.

При этом ученые подчеркивают, что журналистская независимость не является непременно характеристикой отдельно взятого профессионала. Это в значительной мере корпоративная независимость, независимость «журналистского корпуса, взятого как единое целое» [Hallin & Mancini, 2004, p. 35]. Для многих исследователей очевидно, что независимость журналистов может существовать в обществе, которое не просто высоко ценит СМИ, но и защищает их от цензуры. В XX в. во всех европейских странах были предусмотрены правовые меры, которые гарантировали свободу слова (свободу СМИ) не только в конституции, но и в специальном законодательстве по СМИ [Kelly et al., 2008]. Наряду с законодательными мерами в XX в. активно развивался и комплекс мер саморегулирования, который и общество, и журналисты сочли наилучшим инструментом не только обеспечения ответственности и подотчетности журналистики, но и защиты профессиональной (журналистской) независимости. Правда, Дэнис МакКуэйл обратил внимание на дуалистичность такого понимания, отмечая, что «...понятия социальной ответственности... подчинены профессиональной автономии и свободе выбирать цели и стандарты без всякого внешнего вмешательства» [МакКуэйл, 2013, p. 80].

Несмотря на наличие нормативного подхода и существование различных мер, гарантирующих редакционную независимость, реальность во многих странах Европы часто выглядит далекой от идеала. Журналисты испытывают многочисленные формы давле-

ния на профессиональную независимость, которую считают необходимым условием своей повседневной редакционной работы.

Медиасистемы во многих странах как Западной, так и Восточной Европы предоставляют многочисленные примеры, подтверждающие, что современные бизнес-стратегии медиакомпаний с их упором на рыночные и неолиберальные ценности серьезно искажают практику профессиональной качественной журналистики. Как показывают многочисленные исследования, бизнес-ориентированная логика и господствующий в большинстве европейских редакций управленческий дискурс заставляют руководство современных новостных организаций заботиться прежде всего о рентабельности и экономической эффективности [Starr, 2012; Wiik & Andersson, 2013]. Все больше журналистов признают, что они теряют контроль над своими рутинными практиками и над конечным результатом своего труда — журналистским текстом; не они решают, какие события и как освещать; они также лишаются возможности выражать собственное мнение, если оно идет вразрез с политикой организации-работодателя [МакКуэйл, 2013]. Марк Дезе указывает и на другие внутриредакционные проблемы, уменьшающие автономию журналиста в процессе работы: конфликты между журналистами и представителями рекламных и маркетинговых отделов, конфликты между журналистами и редакторами; постоянно давящая на журналистов необходимость повышать их технологические компетенции без отрыва от ежедневной рутины [Deuze, 2005].

Редакционная независимость: в треугольнике влияний

Несмотря на политическую трансформацию в странах Центральной и Восточной Европы, часто называемую расширением Европы, в 1990-х гг. экономические и культурные различия между европейскими СМИ стали еще более очевидными. Различные политические и экономические условия на национальном и общеевропейском уровнях, приводящие к сохранению культурных различий в европейских медиасистемах, осмыслялись и в научных исследованиях. Академический дискурс, сконцентрировавшийся в начале 1990-х гг. на концептуализации конвергенции и гомогенизации медиасистем в Европе и мире [Hallin & Mancini, 2012], перенес фокус внимания на новые тенденции — их гибридизацию и даже диверсификацию [Voltmer, 2012; Hallin & Mancini, 2012].

Наиболее очевидна роль национального фактора в развитии медиасистем и журналистики, когда специфика постсоциалистической трансформации СМИ Центральной и Восточной Европы определяла различную динамику процессов в медиасреде. А. Бал-

тичене отмечает[3], что, несмотря на все еще господствующее мнение об относительной однородности Центральной и Восточной Европы, появились исследования, которые подчеркивают важность понимания трансформаций в этом регионе как комплекса разнообразных (докоммунистических, коммунистических и посткоммунистических), доставшихся им по наследству характерных признаков их политической культуры [Gross & Jakubowicz, 2012]. И потому следует признать, что хотя принципы и ценности свободы, разнообразия и беспристрастности СМИ выступают в качестве нормативного идеала европейских новостных СМИ, их реализация практически всегда определяется, и в некоторых случаях даже осложняется, спецификой страны.

Однако, несмотря на различия в реализации нормативных подходов, на сокращение возможностей журналистов принимать самостоятельные решения, варьирующиеся в зависимости от статуса государства, медиасистемы и конкретной редакции, во всех случаях можно выделить три важнейших фактора воздействия на редакционные практики. Именно они определяются национальным характером основных действующих сил классического треугольника Галтунга и в зависимости от контекста могут оказывать различные воздействия на работу и независимость журналистов. Это политика, бизнес и медиатехнологии.

В течение столетий *политика и политики* постоянно покушались на независимость журналистов, хотя и с разной степенью успешности. Принципы объективной журналистики, в основе которых лежит опора на факты и признание принципа беспристрастности, оспаривались ангажированной политической журналистикой. Именно она с момента возникновения европейской журналистики господствовала сначала в газетах, а впоследствии и во всех новостных СМИ. Как это ни парадоксально, даже сегодня многие авторитетные исследования фиксируют распространение политической ангажированности в профессиональных редакционных культурах в европейских странах «старой демократии» [Weaver & Willnat, 2012], что заставляет признать автономию профессиональных журналистов весьма уязвимой.

Политический фактор, усиленный экономическими проблемами, еще более опасен для постсоциалистических государств Центральной и Восточной Европы. Политические стратегии элит в этих странах определяются не только их стремлением усилить политический контроль над экономическим капиталом и ресурсами, но и

[3] *Balcytiene A.* Media roles, civic duties, and political responsiveness in CEE: What democracy is and what it isn't. The paper presented at 7th International Central and East European Media Conference CEECOM 2014. Wroclaw, June 13, 2014.

привлечением, «ангажированием» СМИ для этих целей. Функционирующие в рыночных условиях медиаиндустрии Центральной и Восточной Европы в результате новых реальностей сформировали стратегии манипулирования общественным мнением, политического популизма, политической сенсационности и консьюмеризма. И эти практики стали серьезно воздействовать на профессионализацию журналистики, прежде всего на ее независимость, оцениваемую с использованием показателей свободы СМИ, которые в странах Центральной и Восточной Европы оказались намного ниже, чем в странах Западной Европы [Bajomi-Lazar, 2014; Stetka, 2013].

Экономика всегда была одним из главных факторов в деятельности СМИ. В последние десятилетия становления глобального неолиберализма такие индикаторы успешности медиакомпаний, как экономическая эффективность, возврат инвестиций, размер прибыли, рыночная конкурентоспособность, стоимость акций, превратились для медиаменеджеров и медиасобственников в наиболее очевидные свидетельства успеха. Это, естественно, снизило значение для работодателей социально детерминированных профессиональных стандартов журналистики, журналистской этики и важности их защиты [Wiik & Andersson, 2013]. Во многих странах Западной Европы в начале 2000-х господствовавшие идеи социального контракта стали частично или полностью игнорироваться, и контроль в некоторых сферах (например, в образовании или здравоохранении), который ранее осуществлялся правительством, перешел к рынку. Как подчеркивают некоторые исследователи, главной ошибкой подобного подхода, распространившегося в области СМИ, стало пренебрежение тем фактом, что производимые журналистом новости/контент по сути являются общественным товаром, производство которого в чисто рыночных условиях ведет к негативным социальным последствиям [Starr, 2012].

Технический прогресс, развитие интернета и социальных сетей — это новые влиятельные факторы, которые недавно превратились в угрозу редакционной независимости, бросив вызов традиционным компетенциям журналистов и их взаимоотношениям с аудиториями [Pavlik, 2001; Вырковский, Борисяк, 2013, с. 90]. Деятельность интернет-журналистов, блогеров и любителей сегодня по многим параметрам отличается от работы профессионалов: отсутствует контроль редактора, новости создаются за стенами редакции, нет постоянного рабочего места, есть возможность интерактивной доставки контента из любой точки мира [Fenton, 2010, p. 6]. Таким образом, вызовы, которые технический прогресс и цифровая революция бросают журналистике, имеют серьезные последствия, среди которых наиболее существенные:

• сокращенные циклы производства новостей и усиление давления «дедлайнов» на журналистов;
• диверсификация источников;
• обеспечение аудитории прямым доступом к новостям;
• изменение новостных повесток дня;
• смещение уровней контроля в профессиональную сторону;
• отсутствие в медиаорганизациях достаточных ресурсов для удовлетворения всех потребностей новой аудитории,
• институционализация *copy-paste* журналистики и др.

Неудивительно, что в контексте происходящих в СМИ перемен понятие редакционной независимости как неотъемлемой части профессиональной журналистики требует нового понимания и новой концептуализации. Для сохранения редакционной независимости в СМИ стран Европы на протяжении второй половины XX в. были созданы разнообразные механизмы и инструменты. Несмотря на то что эффективность подобных мер и инициатив определялась взаимодействием с культурными традициями своих стран [Hallin & Mancini, 2004], некоторые из них оказались применимы и в других национальных контекстах. Например, среди механизмов поддержания редакционной независимости, распространившихся в европейских странах, следует назвать уставы редакций, организацию собственности медиакомпаний в форме трестов (фондов), акционерный статус журналистов, наличие в редакциях должностей омбудсмена [Федотов, 2009].

Однако европейской журналистике, опирающейся на упомянутые нормативные подходы и использующей на протяжении десятилетий перечисленные механизмы, становится все сложнее сохранять свои профессиональные идеалы в современных условиях.

Усложняющийся комплекс внешних и внутренних влияний

Практика европейских стран показывает, что редакционная независимость — практически везде — подвергается сегодня многочисленным влияниям разной природы. Потому и оказываемые ими воздействия имеют разный масштаб и статус. Представляется, что наиболее очевидно разделение таких факторов на внешние (политика, экономика, общество в целом) и внутренние (экономические интересы медиавладельца, корпоративные редакционные стандарты, стереотипы журналистов и редакционных коллективов). Медиатехнологии, которые оказывают значительное воздействие на деятельность журналистов и редакции, могут быть рассмотрены и как внешняя, и как внутриредакционная сила влияния (табл. 1).

Таблица 1

Факторы влияния на редакционную независимость

Внешние	Внутренние
Политические условия, в которых действует журналистика (политическое давление и инструментализация)	Технологические изменения
Макроэкономический контекст, в котором действует медиаиндустрия	Организационная культура (отношения между журналистами и редакторами)
Особенности и характеристики (медиа) рынка (экономическое давление и инструментализация)	Внутриредакционные нормы и стандарты
Роль государства (медиаполитика)	Практика самоцензуры
Стандарты профессиональных организаций	Индивидуальное восприятие независимости и стандартов журналистики
Солидарность журналистов	Статус журналиста-фрилансера

Анализ факторов, влияющих на редакционную независимость и ограничивающих ее, имеет давнюю историю. Во второй половине XX в. многими авторами было признано, что влияние на журналистов оказывают владельцы, рекламодатели, службы по связям с общественностью, режим работы, социальное окружение и аудитория СМИ. Недавние исследования подтверждают, что современные цифровые технологии, интернет и социальные сети становятся все более влиятельными факторами воздействия на редакционную независимость, хотя и не все влияния такого рода можно расценивать как негативные [Deuze, 2005, p. 449]. Х. Харро-Лойт и Э. Лаук включают в новый перечень и редакционный статус журналиста, круг освещаемых им тем, а также «индивидуальную восприимчивость и способность понимать, что такое независимость» [Harro-Loit & Lauk, 2012]. Медиатехнологии могут производить неоднозначные эффекты, так как они выступают одновременно и как внешние влияния (аудитория, журналисты-любители, источники новостей), и как внутренние (новые темпы повседневной работы, производства и распространения новостей, совмещение профессий, внутриредакционная конкуренция).

Следует оговориться, что приведенная классификация довольно условна: некоторые факторы могут выступать для конкретных редакций не только как внутренние, но и как внешние. Так, общий уровень технологического развития в индустрии оказывает давление на практики конкретных редакций — в результате требования приобретения новых технологических компетенций журналистами формируются под давлением конкурентной среды. Или, например, практики самоцензуры, заметные на уровне отдельных

редакций. Очевидно, что во многих случаях конкретные решения становятся ответом на общий культурный или социальный контекст. И наоборот. Внешние факторы — политика или стандарты профессиональных организаций — на уровне конкретных редакций проявляются в поведении конкретных людей.

Внешние влияния. Значительное воздействие на редакции оказывают силы, находящиеся за пределами медиаиндустрии, но требующие внимания СМИ. Речь идет о коммерческих предприятиях, заинтересованных во внимании СМИ к своей деятельности (но не в рекламных сообщениях), и о политических силах (политиках или гражданском обществе), цель которых — продвигать определенный политический курс. Попытки этих двух важных общественных сил повлиять на СМИ часто бывают неявными [Gandy, 1982], поскольку журналистские стандарты не предполагают использования легко идентифицируемых пиар-материалов [Wintour, 1972; Fengler & Russ-Mohl, 2008]. Но, как подчеркивает британский журналист Майк Дэвис, неявные попытки пиар-служб бизнеса и политики управлять повесткой дня в СМИ все-таки работают, и журналисты часто используют материалы такого рода [Davies, 2009].

Рост влияния пиар-профессионалов на журналистику в последние десятилетия привел к тому, что журналисты имеют дело с гораздо большим объемом материалов пресс-служб и пиар-агентств, чем когда-либо раньше. Согласно данным исследований британских ученых, в среднем в британскую национальную газету ежедневно приходит 50—60 электронных писем от пиар-компаний. Это приводит к тому, что газета публикует больше материалов, которые либо инициируются пиар-службами, либо создаются с их помощью [Fenton, 2010, p. 94—95]. Исследования показывают, что около сорока процентов журналистских статей включают в себя материалы из текстов пиар-служб, а около половины напечатанных материалов содержат информацию, напрямую ими предоставленную [Lewis et al., 2008, p. 20]. Свидетельств этого явления много и за пределами Великобритании, особенно в странах Южной, Центральной и Восточной Европы [Harro-Loit & Lauk, 2012].

Политические силы — партии, политики и даже бизнесмены, стремящиеся к влиянию на общество, — тоже пытаются формировать повестку дня СМИ, заявлять в них о себе. Неудивительно, что во многих европейских странах журналисты все чаще считают таких акторов интересными источниками получения сенсационной или инсайдерской информации, превращая их во влиятельных партнеров по производству новостей. Многие исследователи отмечают возросшую в последние десятилетия зависимость журналистов от политиков, которые превратились в своеобразных «контролеров» производства новостей, формирующих повестку дня в собственных интересах.

При этом политическая инструментализация журналистики, прежде всего в Южной, Центральной и Восточной Европе, в условиях отсутствия (или сбоя) механизмов, обеспечивающих редакционную и профессиональную независимость журналистов, оформилась в четко выраженную тенденцию [Bajomi-Lazar, 2014]. Государственный патернализм, как называет его Карол Якубович, часто проявляется в «ситуации, когда политика является преобладающей и влиятельной силой общества» [Jakubowicz, 2007, p. 304], тем самым делая уязвимой редакционную независимость.

Еще одним источником внешнего давления традиционно считаются акционеры/собственники предприятий СМИ, а также их маркетинговые отделы. С точки зрения нормативного подхода, в этом отражается основной конфликт, заложенный в СМИ, являющихся одновременно и институтом демократии, и коммерческим предприятием. Медиасобственники и менеджеры СМИ считают, что работа журналистов должна определяться логикой бизнеса. Правда, ситуация в европейских странах неоднородна. Проводя опрос журналистов в 1992 г., Донсбах и Паттерсон обнаружили: около трети итальянских журналистов и менее десяти процентов немецких журналистов признают, что они испытывали «давление со стороны руководства» в своей профессиональной деятельности [цит. по: Hallin & Mancini, 2004, p. 35]. В постсоциалистических странах давление со стороны владельцев оценивается как более агрессивное и угрожающее, поскольку здесь с профессиональными журналистами владельцам легко договориться, используя такой простой рычаг, как «желание журналистов кушать» [Harro-Loit & Lauk, 2012].

Однако подобное давление имеет место не везде, и, как утверждает, например, Хамфрейс, «подтверждений прямого внешнего влияния на британские СМИ практически не найдено, хотя в целом коммерческое давление неблагоприятно сказывается на качестве новостей. Основная сфера потенциального прямого влияния — руководящие указания владельца, передаваемые посредством внутренней управленческой инфраструктуры, но его реальная степень — вопрос спорный» [Trappel et al., 2011, p. 323].

Новые примеры проявления давления на редакции со стороны внешних экономических сил, особенно в период экономического кризиса 2008—2010 гг., — это сокращение зарплат, увольнения журналистов, требования выполнять больше работы меньшими силами, увеличение числа журналистов-фрилансеров, объединение редакций в рамках горизонтальных и диагональных медиакомпаний, переход редакций в конвергентную среду [Fenton, 2010, p. 41].

Одним из новых источников внешнего давления на редакции стала активизация непрофессионалов, или гражданских журналистов, которые способны изменить профессиональную журнали-

стику и повлиять на ее стандарты независимости, поскольку они сами как часть аудитории начинают оказывать заметное воздействие на производство и распространение новостей [Ibid, p. 41].

Внутренние влияния на редакционную независимость и профессиональные журналистские стандарты исходят преимущественно от организационных структур [Lowrey et al., 2011] и редакционных культур, определяемых традициями и ценностями, которые поддерживаются в редакциях и обществе в целом [Hallin & Mancini, 2004]. Дедлайны, сократившиеся в результате интенсификации информационных потоков, необходимость повышения технической квалификации для работы в конвергентной редакции и для разных медиаплатформ, сокращения штата и финансирования [Gandy, 1982; Davies, 2009] — все эти процессы оказывают серьезное влияние на независимость журналистов.

Природа воздействий на профессиональные редакционные стандарты, исходящих от источников информации, неоднородна и сложна, поскольку для многих журналистов источники информации являются внешним фактором, связанным либо с профессиональной новостной средой (информационные агентства, другие СМИ), либо с личными контактами. Однако выбор новостей всегда происходит на рабочем месте в условиях нехватки времени, высокой скорости поступления информационных потоков и скользящих дедлайнов. Результаты исследования, проведенного учеными Кардиффского университета, показывают, что не более пятой части сюжетов были найдены самими репортерами за пределами редакции, все остальные были взяты из внешних источников. Более того, было установлено, что даже когда журналисты сами инициировали свои публикации, у них не было времени воспользоваться несколькими источниками [Fenton, 2010, p. 93; Davies, 2009, p. 5].

Новые тенденции развития в журналистике и медиаиндустрии порождают и новые влияния на редакционные практики. Так, одним из внешних факторов, влияющих на реализацию профессиональных стандартов, становится сильное гендерное неравенство; доказательством этому служит тот факт, что мужчин принимают в штат редакций чаще, чем женщин. Причем обязательное требование владения цифровыми технологиями ставит в невыгодное положение журналистов более старшего возраста, особенно женщин [Lee-Wright, цит. по: Fenton, 2010, p. 82].

Воздействие современных технологий включает в себя давление, исходящее от интегрированных редакций, и их влияние на медиапроизводство новостей, профессиональные журналистские стандарты и этику, а также журналистские культуры. Все более заметное воздействие проистекает от необходимости журналистам обладать большей технической подготовкой, от умения работать в конвергентной, мультиплатформенной многоканальной медиасреде. В ре-

зультате это снижает конкурентоспособность постоянных штатных журналистов редакции по сравнению с более мобильными и менее оплачиваемыми фрилансерами. Согласно исследованию, проведенному в странах ЕС в начале 2010-х г., среди европейских журналистов фрилансеры составляли в среднем около 27% всех журналистов. Но если в Венгрии и Болгарии их насчитывалось не более 20%, то во Франции и Германии речь шла уже о 60%. В целом, около 10% журналистов работали по временным контрактам или на каких-то иных нетипичных условиях [Feasibility Study, 2011].

Опрос европейских журналистов также продемонстрировал, что недавние изменения в структуре традиционных редакций под влиянием дигитализации привели к появлению более рентабельных моделей, которые объединяют в рамках одной редакции традиционные журналистские и редакторские практики с созданием цифровых интерактивных медиапроектов. Интегрированные (конвергентные) редакции, которые уже появились в 40% европейских медиакомпаний, и распространение независимых трудовых отношений все больше требуют появления новых для рынка труда должностных профилей, которые можно найти главным образом среди фрилансеров. Опрос показал, что в таких европейских странах, как Франция, Великобритания и Румыния, редакциям более свойственны новые подходы, чем, например, в Швеции, Польше или Испании. Эти подходы трансформируют повседневную профессиональную работу редакции таким образом, что журналисты меньше создают самостоятельных текстов. Веб-журналисты *BBC News* заявляли, что они огорчены тем, что превращаются в помощников редактора, занимающихся переформатированием текстового материала. Некоторые журналисты подчеркивали, что новые условия работы с множеством фактов и очевидцев «сводят их роль к роли мясника, заправляющего агрегат для изготовления сосисок» [Ibid., p. 81].

Заключение

Сегодня, когда в медиаиндустрии много говорится о смерти традиционных (старых) СМИ, вопрос о редакционной независимости как условии сохранения стандартов профессии представляется более чем актуальным. Политические, экономические, технологические воздействия на работу журналистов, организованную в рамках традиционной редакции, ставят вопрос не только об отвечающих запросам времени профессиональных компетенциях журналистов. Встает и более широкий вопрос о выживании профессии, которая до сих пор остается ключевым компонентом социальных коммуникаций современного общества. Тот независимый арбитраж в интересах аудитории, который призвана проводить

журналистика, требует определенных условий и понятных профессионалам инструментов. В нормативной теории СМИ эти условия и инструменты предполагали формирование и реализацию принципов редакционной независимости, вмешиваться в которую не могли бы ни внешние, ни внутренние силы.

Действительность же оказалась далека от теоретического идеала даже с момента его появления. Реалии современного общества — прежде всего неолиберальные стратегии медиарынка, медиатизация политики, медиатехнологии, радикально меняющие коммуникационные практики, — наряду с быстрым изменением внутриредакционных практик заставляют ставить вопрос о сохранении не только концептуальной значимости понятия «редакционной независимости», но и о практических мерах защиты редакций как основы аналитической и социально значимой журналистики.

Список литературы

Вырковский А.В., Борисяк Д.А. Бизнес-процессы в новостной журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 4.

Кумылганова И. А. Этические основы информационных коммуникаций: зарубежные подходы и традиции. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013.

МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: МедиаМир, Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013.

Медиакратия: современные теории и практики / Под ред. А.С. Пую, С.С. Бодруновой. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2012.

Настольная книга по медийному саморегулированию / Под ред. М.А. Федотова. М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2009.

Bajomi-Lazar P. Party colonization of the media in Central and Eastern Europe. Budapest: CEU Press, 2014.

Bourdieu P. The political field, the social science field and the journalistic field / Eds. by R. Benson & E. Neveu. Bourdieu and the Journalistic Field (p. 29—47). Cambridge: Polity, 2005.

Christians C., Glasser T., McQuail D., Nordenstreng K., White R. Normative theories of the media: Journalism in democratic societies. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2009.

Davies N. Flat earth news. Vintage Books: London, 2009.

Deuze M. Professional ideals and ideology of journalists reconsidered // Journalism. 2005. N 6. P. 442—464.

Dunas D. Mapping Mass Communication Theories in Contemporary Russia // Word of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. 2014. P. 128—146.

Fenton N. New media, old news: Journalism and democracy in the digital age. London: Sage, 2010.

Fengler S. & Russ-Mohl S. Journalists and the information-attention markets: towards an economic theory of journalism // Journalism. 2008. N 9 (6). P. 667—690.

Feasibility study for the preparatory action “ERASMUS for journalists”. Part 2 — Statistical Review. Final report. March 2011.

Frolova T. Civil Applications in Russia's Media Communication Structure // Word of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. 2014. P. 128—146.

Gandy O.H. Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy. Norwood (N.J.): Ablex Publishing, 1982.

Gross P., Jakubowicz K. Media transformations in the post-communist world: Eastern Europe's tortured path to change. Plymouth: Lexington Press, 2012.

Hallin D., Mancini P. Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Hallin D., Mancini P. (eds.) Comparing media systems beyond the Western world. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

Harro-Loit H., Lauk E. Journalist's professional autonomy: Europe-wide comparison. Paper presented at the seminar "Journalists' professional autonomy and journalism ethics", University of Jyvaskyla, 14 June, 2012.

Jakubowicz K. Rude awakening: Social and media change in Central and Eastern Europe. Cresskill; N.J.: Hampton Press, 2007.

Kelly M., Mazzoleni G., McQuail D. The media in Europe. London: Sage, 2008.

Lewis J., Williams A., Franklyn B., Thomas J., Mosdell N. The quality and independence of British journalism. Cardiff: Cardiff University, 2008.

Lowrey W., Parrot S., Meade S. When blogs become organizations // Journalism. 2011. N 12(3). P. 243—259.

Pavlik J. Journalist and new media. CA: Columbia University Press, 2001.

Phillips A., Couldry N., Freedman D. An ethical deficit? Accountability, norms, and the material conditions of contemporary journalism / Ed. by N. Fenton. New media, old news: Journalism and democracy in the digital age (p. 51—69). London: Sage, 2010.

Schudson M. The public journalism and its problems / Eds. by D. Graber, D. McQuail, P. Norris. The politics of news, the news of politics (p. 132—149). Washington, DC: CQ Press, 1998.

Starr P. An unexpected crisis: The news media in postindustrial democracies // The International Journal of Press // Politics. 2012. N 17(2). P. 234—242.

Stetka V. Media ownership and commercial pressures. Report presented at the Final MDCEE project conference "Media and Democracy: CEE in a Comparative Context". The European Studies Center, St. Antony's College, University of Oxford, July 9—11, 2013.

Trappel J., Meier W. On media monitoring: The media and their contribution to democracy. N.Y.: Peter Lang Publishing, 2011.

Trappel J., Nieminen H., Nord L. The media for democracy monitor: A cross-national study of leading news media. Goteborg: Nordicom, 2011.

Voltmer K. How far can media systems travel? Applying Hallin and Mancini's Comparative Framework outside the Western World / Eds. by D. Hallin, P. Mancini. Comparing media systems beyond the Western World (p. 224—245). Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

Weaver D.H., Willnat L. The global journalist in the 21st century. London: Routledge, 2012.

Wiik J., Andersson U. Journalism meets management: Changing leadership in Swedish news organizations // Journalism Practice. 2013. N 7(6). P. 705—719.

Wintour C. Pressures on the press: An editor looks at Fleet Street. London: Andre Deutsch, 1972.

Поступила в редакцию
29.07.2014

Г.А. Амкуаб (Миквабиа), кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики филологического факультета Абхазского государственного университета; e-mail: gurik2009at@mail.ru

СМИ И ПОСТМОДЕРНИСТСКАЯ МЕНТАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье раскрываются особенности постмодернистской ментальной модели, которая в настоящее время доминирует в различных сферах общественного и индивидуального сознания, резонируя во все формы деятельности, включая современную медийную индустрию. Осуществляя обзор различных постмодернистских концепций массмедиа, автор эксплицирует проявления постмодернистской ментальной модели в деятельности современных СМИ и новых электронных медиа, усматривая в них продолжение устойчивой традиции «бегства от реальности». Давая оценку подобным процессам, автор высказывает предположение, что постмодернистский феномен «имплозии» — взрыва, направленного внутрь изображаемого, — в состоянии ответить на вызов нашего времени.

Ключевые слова: *ментальная модель, ирреализм, мистификация реальности, коллажные осмеяния, гиперреальные медиаобразы.*

The article reveals the peculiarities of post-modern mental model that currently dominates in various spheres of social and individual consciousness, resonating in all forms of activities, including modern media industry. Implementing of the overview of different postmodernistic mass-media concepts, the author manifests the postmodern mental model of activity of nowadays media and new electronic media, considering in them a continuation of the long tradition of "escape from reality". Giving assessment to such processes, the author suggests that the postmodern phenomenon of the inward portrayed "implosion" is able to answer the challenges of our time.

Key words: *mental model, irrealism, hoax of the reality, collage ridicule, hiperreal mediaimage.*

Введение

По мнению современных исследователей [Землянова, 2010], постмодернистская ментальная модель в настоящее время обретает колоссальные масштабы влияния на разные сферы медиатизирующейся культуры и общественной жизни, что стало возможным благодаря новым электронным средствам связи и информации. Для нас представляет интерес вопрос, связанный с выявлением особенностей постмодернистской ментальной модели современной культуры, благодаря которым можно говорить о реализации парадигмы «бегства от реальности». Теоретическое обоснование постмодернистской ментальной модели современной культуры и

в некотором роде самой парадигмы «бегства от реальности» в наиболее развернутом виде обнаруживается в рамках одного из современных направлений исследования, имя которому — постмодернизм.

Неслучайно самоидентификация постмодернизма изобилует палитрой таких понятий, как ирреализм, мистификация реальности, фантастические коллажные осмеяния, виртуально-компьютерные композиции и прочее. Здесь предпочтительным представляется развитие технологий репрезентации, нацеленных на стирание граней между реальностью и ирреальностью, между объектом и его образом, между товаром и его знаковым имиджем (символом) в рекламе, что в конечном итоге создает иллюзии «гиперреальности», «где имитации кажутся более “реальными”, нежели то, что они намерены представлять» [Harms, Dickens, 1996, p. 213]. «С постмодернистской точки зрения современные медиа не изображают реальность, а создают ее» [Ibid., p. 214].

На практике это находит отражение в ряде медийных процессов. В частности, размываются границы между различными телевизионными жанрами, в результате чего появляются «синкретические» детские или музыкальные программы, насыщенные рекламной информацией, и новости с развлекательными компонентами (инфотейнмент, политейнмент). Становится массовым распространение различных ремиксингов и римейков, в которых переделкам и переистолкованиям подвергаются сюжеты и произведения разных авторов. По мнению постмодернистов, при этом нередко происходит «замещение знаком реального самой реальности» [Ibid.]. И это вполне оправданно — согласно концептуальным установкам постмодернизма, гиперреальные медиаобразы вообще могут не иметь своего носителя в реальности. Наиболее наглядно эта идея проявляется в рекламных имиджах, которые авторы статьи рассматривают как «хороший пример гиперреальных коммуникаций» [Ibid.]. Здесь иллюзия возникает в результате «тщательного отбора социальных контекстов, фона и моделей с последующим манипулированием световыми средствами и углами камерной съемки и, наконец, посредством регулирования фотографических изображений» [Ibid.].

К «приобретениям» современной эпохи можно отнести и некий новый способ подачи текстов, разъединяемых на части в подражание потокам или коллажам телевизионных кадров, в которых может происходить «дереализация» вещей, их произвольное изображение с несоблюдением натуральных пропорций и связей в форме особого «познавательного картографирования», позволяющего сочетать реальные факты с «абстрактными представлениями об их географической всеобщности» [Jameson, 1984, p. 90]. С постмодернистской концепцией современных медиа, не изображающих су-

ществующую действительность, а моделирующих новую реальность, связано появление понятия «эпоха постжурнализма», которое соседствует с термином «кибержурнализм» и отражает целый комплекс новых тенденций, ставших актуальными благодаря возможностям информационной техники, позволяющим «схватывать» «сверхреальность в мнимореальных образах и вызывать средствами журналистики иллюзии самостоятельной жизни знаковых или кадровых выразителей реальности в ирреальности медиаобразов». В частности, на этих возможностях, как утверждают Джон Хармс и Дэвид Дикенс [Harms, Dickens, 1996, p. 214], основан «новый нерепрезентативный способ сигнификации», предполагающий использование определенных медиалогики и медиаформатов. С его помощью создаются медиасобытия, в форме которых представляются спортивные игры или политические события. Таким образом, различные социальные институты (семья, политика, религия, спорт), которые непосредственно не относятся к сфере медиа, формируются согласно определенной медиалогике, превращаясь в дальнейшем в «медиаинституты вторичного порядка» [Ibid.]. И в то же время, как считают авторы статьи, «форматы современных коммуникаций основывают “медиамиры” журнализма, политики, спорта и религии» [Ibid., p. 212]. По-видимому, можно говорить о двух сторонах — участниках единого процесса «создания новой реальности», демонстрирующей «открытость» для воздействия пассивной аудитории и активно фреймирующей медийной системы. Правда, некоторые исследователи утверждают, что современная аудитория отличается возможностями самостоятельно придумывать множество значений, выявляемых в медиаобразах, и таким образом противостоять попыткам манипулирования сознанием посредством создания собственной «культурной политики протеста» [Ibid., p. 217]. Такая «политика» позволяет, согласно мнению постмодернистов, играть со значениями вместо подчинения им. Авторы упоминаемой статьи справедливо считают подобную позицию выражением «необоснованного оптимизма» [Ibid., p. 219]: на создание собственной «культурной политики протеста» способна лишь аудитория креативного меньшинства, которая, к великому сожалению, в настоящее время не обнаруживает тенденции к расширению. Надо сказать, что американские социологи, представители академических кругов, Джон Хармс и Дэвид Дикенс хорошо «распознали наше постмодернистское состояние», призывая «не подчиняться ему» [Ibid., p. 225]. Однако, безусловно, преуспевая в этом самом распознании, авторы отнюдь не спешат с раскрытием секрета, связанного с тактикой сопротивления «столь жестокой участи» современной культуры. Так что нам остается лишь констатировать особенности постмодернистской ментальной модели, которая

в настоящее время доминирует в различных сферах общественного и индивидуального сознания, а также соответствующего ему бытия. Резонируя во все формы деятельности, эта модель проявляется и в современной медийной культуре. Описывая наше постмодернистское состояние, Хармс и Дикенс утверждают, что оно «характеризуется резкими изменениями материальных и культурных измерений социальной жизни», связанными со смещением акцента с прежних позитивистских принципов объективного научного изучения мира на «постмодернистскую чувствительность» [Ibid., p. 210]. «Отрицая все сущностные и основополагающие притязания на истину, эта чувствительность избирает “лингвистический крен”» [Ibid., p. 212], определяя новые подходы к интерпретации языка и коммуникаций. Но тогда возникает вопрос: о каком «бегстве от реальности» может идти речь, если в эпицентре существования оказывается некая чувствительность?! Дело в том, что эта самая «постмодернистская чувствительность» — особая чувствительность, которая обуславливает умение ориентироваться не в реальном, а скорее в виртуальном мире компьютерных коммуникаций; чувствительность, предполагающая возможности «схватывания» «сверхреальности» в мнимореальных образах.

Характерный для постмодернистской медиакультуры в целом коллажный стиль, который нередко называют формой попурри или «мешаниной беспорядочных образов» [Ibid., p. 216], не предусматривает глубинного погружения с доскональным анализом представляемой информации, располагая скорее к так называемому «игровому ироническому отношению», подчеркивающему, по мнению исследователей, «нерепрезентативную природу коммуникации» [Ibid.]. Современное общество оказывается буквально «нафаршированным» мозаичной видеоинформацией, которая «поставляется» потребителю электронными массмедиа в потоках медиаобразов. Причем многие из них, как утверждают специалисты, создаются не для того, чтобы что-то конкретно обозначать в реальности, — они имеют другую цель — чувственное вовлечение зрителей в мир постмодернистской медиакультуры, используя известную с давних пор человеческую потребность в зрелищах. Искусство подавать информацию интригующе, с «шиком-блеском» в форме увлекательного шоу приобретает особую популярность в среде современных журналистов, отдающих предпочтение специфическим фигуральным стратегиям коммуникации, в которых визуальное начало доминирует над вербальным, а эмоциональное — над рациональным. Здесь, безусловно, есть рациональное зерно, если говорить о форме происходящих медиапроцессов. Но если делать акцент на форме в ущерб содержанию осуществляющейся медиадеятельности без учета скрывающихся за ним намерений и

интересов, тогда мы будем иметь то, что мы имеем — антигуманизм и технологический детерминизм, о чем, собственно, и предупреждают Хармс и Дикенс. Это путь, к которому ведут «лингвистические игры» с кодами и дискурсами и так называемая «кочующая» переменчивая субъективность, с восприятием которой как данности постмодернисты связывают получение удовольствия в «шизоидной структуре опыта, более ощущаемого чувствами, нежели постигаемого рационально» [Ibid., p. 212]. Как отмечают авторы, все познания оказываются тоже «результатом структурирующего дискурса», полученного только как одна из многих возможных перспектив. В рамках такого подхода постмодернизм дает обоснование «децентрированным шизоидным блужданиям одиноких странников в сети киберпространства» [Ibid., p. 223].

Эпистемология постмодернизма

С точки зрения концепции глобального эволюционизма, лежащей в основе современной научной картины мира, формирующейся в настоящее время постнеклассической наукой, все, что происходит в реальности, действие всех природных и социальных законов можно представить как постоянный отбор некоторых состояний из поля возможностей [Степин, 2006, с. 333—334]. В этом смысле все динамические системы обладают способностью «выбирать», хотя конкретные результаты «выбора», как правило, не могут быть предсказаны заранее. Но это отнюдь не значит, что названная способность осуществляется по механизму «забавных игр» постмодернизма. Вне всякого сомнения, она реализуется согласно определенным, до сих пор еще до конца не понятым законам. Академик Н.Н. Моисеев, один из наиболее известных деятелей постнеклассической науки, считает, что можно выделить два типа механизмов, регулирующих «выбор» системой той или иной возможности для развития. С одной стороны, адаптационные, под действием которых система не приобретает принципиально новых свойств, а с другой — так называемые бифуркационные, связанные с радикальной перестройкой системы. Но кроме этих механизмов для объяснения самоорганизации необходимо выделить еще одну важную характеристику направленности самоорганизующихся процессов, которую Н.Н. Моисеев обозначает как принцип экономии энтропии, дающей преимущество сложным системам перед простыми. Этот принцип звучит так: если в данных условиях возможны несколько типов организации материи, не противоречащих законам сохранения и другим принципам, то реализуется и сохранит наибольшие шансы на стабильность и последующее развитие именно тот, который позволяет утилизировать внешнюю

энергию в наибольших масштабах, наиболее эффективно [Моисеев, 1989, с. 53]. Понимание таких закономерностей является чрезвычайно важным в ситуации кризиса мировоззренческих ориентаций, в условиях необходимости решения проблемы выбора жизненных стратегий человечества, поиска им новых путей цивилизационного развития. Глобальные проблемы, с которыми столкнулась цивилизация в конце XX в., требуют по-новому оценить развитие техногенной культуры, которая существует уже на протяжении четырех веков и многие ценности которой, связанные с отношением к природе, человеку, пониманием его деятельности, ранее казавшиеся незыблемым условием развития и улучшения качества жизни, сегодня ставятся под сомнение [Степин, 2006, с. 354]. Многие современные исследователи считают, что в настоящее время техногенная цивилизация приблизилась к той «точке бифуркации», которая может оказаться началом перехода в новое качественное состояние. Какое направление будет реализовано системой из определенного спектра ее потенциальных возможностей, какой характер «предначертан» ее дальнейшему развитию, — от этого зависит само существование человечества. И здесь, совершенно очевидно, не может быть и речи о «забавных играх» постмодернизма с набором различных значений, кодов и дискурсов, которые могут представлять интерес лишь в контексте тенденций к децентрированности личностных интересов и вкусов аудитории, связанных с восприятием ирреалистической образности коллажно-пародийного стиля постмодернистских попурри. В то же время, на наш взгляд, необоснованными являются обвинения постмодернизма в культивировании покорности политике, руководствующейся принципом «разделяй и властвуй» по отношению к разъединенным сообществам и субкультурам, а также упреки в инициировании процессов эрозии культурных ценностей путем «имплозии» — взрыва, направленного внутрь изображаемого [Harms, Dickens, 1996, p. 216]. Как нам представляется, современные инновационные технологии действительно позволяют создавать виртуальные миры сверхреальности, «разрушающие» неудовлетворяющую человека повседневность, постепенно формируя новые парадигмальные образцы будущего. Но в этом процессе можно усматривать и рациональное зерно, если направлять его в нужное русло. Не исключено, что именно взрыв, направленный внутрь изображаемого, в состоянии ответить на вызов нашего времени. По крайней мере, это современная форма «бегства от реальности», которая получает все большую популярность в самой разнообразной аудитории.

Что же касается методологических установок теории познания, отметим следующее. В настоящее время в центре исследований современной науки оказываются уникальные, исторически разви-

вающиеся системы, в которые в качестве особого компонента включен сам человек. Поэтому неудивительно, что установка на получение объективно-истинных знаний о мире в данном случае предполагает экспликацию ценностного аспекта деятельности. Техногенная цивилизация, таким образом, вступает в эпоху особого типа прогресса, когда гуманистические ориентиры становятся важнейшей составляющей в определении стратегий научного поиска. И здесь вовсе неуместны ни «кочующая» переменчивая субъективность, ни «забавные лингвистические игры» с кодами и дискурсами постмодернизма. Однако происходящие в теории познания процессы изменения идеалов и норм научности, связанные с признанием «органичной включенности «субъекта» в объект познания, а также невозможности получения знаний о последнем в «чистом виде» без отпечатка человеческой деятельности как посредника между разумом и познаваемым миром, в рамках постмодернистских исследований СМИ интерпретируются парадоксальным образом. К примеру, Кевин Робине в своей книге «Внутрь образа» утверждает, что мы «все в большей степени приходим к тому, что видим мир опосредованно, и по мере того, как это происходит, мы приобретаем все большую возможность дистанцироваться и устраниться от контакта с его реальностью»[1]. Интерес представляет логическая цепочка, репрезентирующая этот феномен, которая обсуждается в статье Жана Бодрийяра «Прецессия симулякров». Здесь автор утверждает, что средства массовой информации нейтрализовали реальность. Согласно Бодрийяру, сначала средства информации (a) отражают реальность, затем они (b) маскируют и извращают ее, потом (c) маскируют отсутствие реальности и, наконец (d), производят симулякр реального[2]. Последний отождествляется с разрушением значения и всех связей с реальностью, смертью дискурса. Единственное рациональное зерно, которое можно извлечь из подобных инсинуаций, по-видимому, заключается в понимании противоположной направленности процессов научного познания мира и деятельности СМИ. В отличие от науки, находящейся в поисках средств и методов постижения, «схватывания» асимптотически ускользающей от нас объективной реальности, СМИ сами являются посредниками между информацией о реальности и аудиторией, поддерживающими и формирующими востребованные в последней иллюзии, уводящие от реальности, разрушающие ее изнутри. Тем не менее к бесспорным «приобретениям» постмо-

[1] Цит. по: *Уиллок Д.Э.* Реальность как предмет переговоров: хаотические аттракторы нашего понимания // Массовая культура, современные западные исследования. М.: Фонд научных исследований, Прагматика культуры, 2005. С. 10.

[2] Там же.

дернизма, на наш взгляд, можно отнести открытие феномена «имплозии» — взрыва, направленного внутрь изображаемого, о котором речь шла выше.

Так что современный механизм «бегства от реальности» уже разработан. Дело осталось за «малым» — разобраться, что нужно взрывать! Ясно только одно — «реальность невыносима, человек не в силах выдержать ее взгляд; она — величайшая опасность, прямая угроза существованию. Это именно то, от чего мы защищаемся, когда пытаемся перевести событие в порядок реального...» [Подорога, 2005, с. 268].

Особый интерес представляют суждения типа: «Реальность — не то, что на самом деле случилось, но то, что воспринимается как случившееся». В. Подорога использует примеры некоторых лент Оливера Стоуна («Никсон», «JFK» и др.), чтобы показать, как «истина упраздняется под действием дополнительных, воображаемых логик факта». Идея многообразия воображаемых логик факта соответствует представлениям о мозаичности культуры (А. Моль) или более нейтральной модели калейдоскопа (К. Леви-Строс).

Согласно Молю, культура представляется по сути своей случайной, сложенной из множества соприкасающихся, но не образующих конструкций фрагментов, где нет точек отсчета, нет ни одного подлинно общего понятия, но зато много понятий, обладающих большой весомостью (опорные идеи, ключевые слова и т.д.) [там же, с. 308]. Настоящее, по мнению Моля и его последователей, — это набор пульсирующих с разной частотой и интенсивностью явлений: на месте одного тут же возникает другое, что-то сохраняется, а что-то не оставляет следов, а что-то, напротив, обретает устойчивую культурную форму, переходя в ритуал. Исходя из описания мозаичной модели культуры, становится ясной причина существования многообразия «воображаемых логик факта». Действительно, вполне можно себе представить, что каждому из пульсирующих с разной частотой и интенсивностью явлений, каждому из множества соприкасающихся, но не образующих конструкций фрагментов, разумеется, обладающих субъективностью, соответствует определенная «воображаемая логика факта», с позиций которой реконструируется то или иное событие, т.е. воспринимается как случившееся. Однако это не значит, что асимптотически ускользающая от нас истина «упраздняется под действием дополнительных, воображаемых логик факта». Мы имеем дело с набором дивергирующих «эквивалентных» описаний одного и того же события, каждое из которых «схватывает» лишь часть, какой-то фрагмент реальности в упрощенной, идеализированной форме. Согласно определению Штоффа, это и есть не что иное, как познавательные модели реальности, в резонансе которых мы

получаем наиболее полное представление о реконструируемом событии. По-видимому, изобретательность Ж. Бодрийяра была направлена именно на осмысление таких моделей, которые представляются им как некие симулякры. Правда, согласно Бодрийяру, эти самые симулякры с какой-то стати отрицают реальность, прячут ее, «скрадывают» в обманке, замещают подделкой и ложными образами [там же, с. 315]. Подобное отношение к множественным моделям культурной реальности, вероятно, связано с восприятием последней как некой гиперреальности, того, чему можно найти только сверхчувственный (виртуальный) эквивалент. По Бодрийяру, реальность — то, что «можно эквивалентно воспроизвести». Что же касается моделей реальности, то они, вернее каждая из них в отдельности, отнюдь не в состоянии «схватывать» объект в прямом смысле слова, т.е. отражать его всеобъемлюще в едином познавательном образе, а, значит, по-видимому, согласно Бодрийяру, эквивалентно. Поэтому вводят понятие реального, вероятно, соответствующее понятию «модель» при отражении реальности. Неслучайно В. Подорога призывает не смешивать Реальность (с большой буквы) с реальным; последнее, как утверждает автор, является лишь одной из модальностей реальности (наравне с возможным, актуальным, виртуальным, фантастическим, симулятивным, символическим и пр.). С таких позиций становятся более понятными весьма туманные рассуждения Бодрийяра о том, что реальность перекрыта многими слоями реального, которые создают эффект интерференции, смешения световых бликов. Однако какое рациональное зерно можно обнаружить в невероятно абсурдном выводе: мы все лучше и лучше видим то, что не существует (во всяком случае так), тогда реальное (то, что мы якобы видим) и получает качества гиперреальности. Дело, с одной стороны, возможно, в том, что культура возникает и функционирует как вымысел. Культурный опыт, как справедливо отмечает Валерий Подорога [там же, с. 312], выстраивается на основе первоначального конфликта как необходимая форма примирения, снятия или временного «выглаживания» конфликтующих желаний. Что это значит? По описанию механизма возникновения вымысла этим автором, желание, которое не может быть удовлетворено наличным культурным опытом и всегда угрожает применением насилия, атакует предстоящий ему запрет. Именно запрет на желание (на присвоение объекта) приводит к замещению объекта образом желаемого, т.е. к Вымыслу (для чего и требуется, собственно, развитие техник репрезентации). Это значит, что неудовлетворенному желанию предлагается фиктивное удовлетворение в качестве fictio («подделки» или «обманки»), т.е. то, что называют в рамках современных представлений Вымыслом в том смысле, в котором он есть «нечто сделанное»,

«нечто смоделированное». Именно таковым является изначальное значение слова fictio, а не то, что вымысел фальшив, не фактичен. Но в этом, как нам представляется, только одна сторона обсуждаемой проблемы.

Культура и реальность

Итак, в силу того, что культура воспринимается как Вымысел, понятия культуры и реальности разводятся. «Все, что не есть культура, есть реальность» [там же]. Однако вполне логично говорить о так называемой культурной реальности, постижение которой характеризуется особой гносеологической ситуацией. Специфика этой ситуации состоит в том, что здесь органичная включенность субъекта в объект познавательных усилий, присущая естествознанию, дополняется органичной включенностью объекта в субъект. Иными словами, наблюдение за культурой (отдельными культурами) невозможно без установки обратной связи. С одной стороны, наблюдатель неизбежно включается в то, что он наблюдает, а это значит, что наблюдение воздействует на наблюдаемое и изменяется вместе с ним. С другой стороны, наблюдаемое как объект познания воздействует и на сам субъект познавательных усилий — наблюдателя, изменяя его, что позволяет говорить об органичной включенности объекта в субъект. Поэтому для достижения максимальной объективности культурологического описания следовало бы освободиться от влияния и наблюдаемого на наблюдателя, и наблюдателя на наблюдаемое (наблюдаемое имманентно средствам наблюдения: то, как мы видим, и есть то, что мы видим). Ни то ни другое в действительности невозможно. Таким образом, достичь так называемой «чистоты наблюдения», «схватить» объект культуры в чистом виде является еще более сложной проблемой, чем объективное постижение в естествознании, хотя выделить и наблюдать объект исследования в «чистом виде» и здесь практически невозможно. Как справедливо утверждают Фр. Варела и У.Р. Матурана, которые обосновали целесообразность применения понятия аутопоэзиса в культуре, никакая культура не имеет внутри себя привилегированной точки зрения, которая была бы трансцендентна тому, что наблюдается. Рекурсия акта познания — естественная форма познавательного цикла, где скрытым остается начало начал, ибо начало смещается в акт познания как творения [там же, с. 313]. К такому выводу приходят эти авторы. И все же для получения результатов, приближенных к адекватной картине реальности, когда речь идет о культуре, многими исследователями используется некий интерпретативный прием — так называемая рекурсивная петля.

Вот как описывает этот прием В. Изер: «Система обратной связи развивается как взаимозамена между входом и выходом (input, output), в процессе которого корректируется план, ибо он не смог реализовать поставленную цель. Следовательно, происходит двойная коррекция: бросок вперед (feed forward) возвращается назад в качестве превращенной обратной петли, которая, в свою очередь, питается повторным выходом. Таким образом, рекурсивное петляние приноравливает будущие явления и к прошлым достижениям» [там же, с. 312].

Исходя из описанного становится ясно, что практика современных СМИ, бесспорно, чрезвычайно далека от техники достижения «чистоты наблюдения». А симулякры как проявления реальности, ее образы можно рассматривать, по мнению В. Подороги, в качестве орудий тестирования реальности, показателя того, насколько глубоко искажается, к примеру, реальность отдельного события, представленного в СМИ [там же, с. 315—316]. При этом выражение «Вся поверхность мира покрыта симулякрами, они повсюду» звучит как приговор. Тем не менее подобная фантасмагория отражает объективную гносеологическую ситуацию, связанную с неизбежной необходимостью оперировать различными моделями исследуемых объектов, лишь в разной мере приближающими нас к воссоздаваемой картине ее величества реальности. Другое дело, когда речь идет о реконструировании событий культуры, в том числе, и прежде всего, в системе СМИ. В этом случае создается соответствующая форма, с помощью которой сообщение о событии может быть принято за реальное событие. Предварительно, правда, изучаются вкусы и предпочтения аудитории, воспринимающей сообщение. И здесь крайне важна мотивация, стоящая за формируемым сообщением, его смысл и назначение. В естественных науках ничего подобного не происходит. Они не работают с вымыслом и его не обслуживают, хотя воображение как ресурс используется достаточно часто. Кроме того, следует обратить внимание еще на один аспект реконструкции события в культуре. Каждое из множества «пульсирующих с разной частотой и интенсивностью явлений культуры» требует своей вполне определенной логики реконструкции того или иного события, чтобы последнее было воспринято как реальное. В этой ситуации СМИ беспокоит не то, как наиболее адекватно представить политическую или какую-либо другую реальность, они решают грандиозную «сверхзадачу» — как «сформировать» то или иное событие, чтобы его сделать правдоподобным. А главное, что подчеркивается во многих исследованиях, — от СМИ требуется владение техне — неким умением доставлять миллионам потребителей истинное удовольствие от жизни. Именно ожидаемое удовольствие рассматривается не-

редко как безусловный доход, который должны приносить своим клиентам средства массовой информации. Подобная установка является атрибутом культуры ценностей массового потребления, которая не подчиняется принципу реальности, а следует только принципу удовольствия [там же, с. 319]. Для лучшего понимания процессов, происходящих в современной культуре В. Подорога выделяет три страта:

• культура труда: культура, по утверждению автора, отчасти совпадающая с идеей «трудовой этики» М. Вебера;

• культура памяти: все помнить — культура, которая возобновляет, производит, воспитывает, обучает, формирует и готовит, развивает способности, учит правилам следования законам, образцам и т.д.;

• культура свободного времени, культура развлечений в масс-медийной среде. Это культура забытья. Ее лейтмотивом является установка: забыться на время, чтобы не помнить даже то, что необходимо для существования.

Проведя компаративный анализ присутствия выделенных страт в различные исторические эпохи, автор приходит к следующим выводам. Во-первых, он показывает, что культура труда в не меньшей мере функционирует в современной жизни, чем, скажем, в XIX в., правда, уже не отличается столь ярко выраженным аскетизмом и напряжением, характерными для того времени. «Не трудиться, а работать», — подчеркивает Подорога. Причем работать для того, чтобы иметь доход, или ресурс для обеспечения полноценного отдыха и комфорта жизни. В рамках современной культуры тип трудоголика является скорее отклонением от трудовой нормы. Работа и жизнь выступают в качестве несмешивающихся противоположностей. «Не работать, а жить», — главная мировоззренческая установка современного человека, которую автор уточняет: «Работать, не чтобы работать, а работать, чтобы жить». Так представляет В. Подорога процессы трансформации, имеющие место в постмодернистской культуре труда.

А вот с культурой памяти дела обстоят куда более драматично. Автор констатирует факт разрушения институтов памяти. В частности, «индивидуальная память («личная»), пишет он, вместе с ускорением ритма жизни становится все более инструментальной, «не глубокой», слишком быстро стирающейся: «человек теперь помнит лишь то, что ему нужно помнить в данный момент времени, чтобы прожить день или два» [там же]. Исследователь при этом обращает внимание на так называемый мнемозический парадокс современного общества, который он выводит с учетом еще одного весьма интересного обстоятельства. Основные и наиболее обширные резервы памяти (в том числе и индивидуальной) находятся в сфере киберпамяти. Эта память в состоянии хранить бук-

вально все, но она, как утверждает В. Подорога, уже никому не принадлежит. Иными словами, современное общество помнит все, но никто из его членов не помнит ничего, даже себя. «Итог в данном случае звучит как приговор: всеобщая потеря памяти, культурное одичание народных масс. По крайней мере, к этому все идет», заключает автор. Культура памяти, таким образом, разрушаясь, утрачивает статус влиятельного страта, маргинализируется, становится доступной лишь узкому кругу знатоков. Носителями этой культуры (технологически бесполезного знания) в настоящее время являются люди секты, в то время как в предшествующие эпохи культура памяти символизировала идеалы и нормы поведения в различных слоях общества, включая властные структуры.

Всячески подчеркивая условность представленного деления на страты, утверждая, что в чистом виде такие страты не могут существовать, В. Подорога тем не менее допускает (опять-таки условно), что два первых страта образуют то, что можно назвать высокой культурой (культурой высших, или эталонных, образцов), а третий страт — низкой культурой, или культурой ценностей массового потребления, которая подчиняется только принципу удовольствия. В порядке описания представляющей безусловный интерес концепции нашего коллеги выделим ряд важнейших выводов, имеющих определенную гносеологическую ценность, хотя, на наш взгляд, небезупречных с точки зрения обосновываемых в настоящей работе мировоззренческих установок [там же, с. 320]:

• сегодня культура развлечения, или, точнее, культура, эксплуатирующая свободное время, постепенно подчиняет себе страт высокой культуры, фактически встраивает ее в те потребности, которые рождаются в массмедийной индустрии образов;

• в высокой культуре современное общество больше не нуждается, и не потому, что не пользуется ее плодами, а потому, что оценивает их по цене, которую они могут иметь как товары рынков развлечения, а эта цена крайне низка;

• сегодня «высокая» культура уступает требованиям полезности, комфорта и наслаждения, она больше не в состоянии атаковать власть, расширять возможности воображения и претендовать на истину, как это было прежде;

• «низкая» культура привлекает для обслуживания своих целей высококлассных исполнителей. Таким образом происходит перетекание знаний и умений из одной области культуры в другую. При этом на первом месте оказывается нацеленность на то, чтобы принести своим клиентам безусловный доход в виде ожидаемого удовольствия. В результате «высокая» культура — культура памяти, упражнения и труда — все более сжимается, подобно бальзаковской шагреневой коже, и ее ресурс становится невосполнимым;

• мировая культура скоро может быть представлена в качестве глобальной массовой и никакой иной.

Заключение

Давая оценку подобным, на наш взгляд, достаточно интересным выводам, отметим, однако, что их уязвимость обусловливается по большей части не вполне корректной исходной концептуальной установкой автора, связанной с весьма опрометчивым отождествлением культуры труда и памяти с «высокой» культурой, а культуры свободного времени, так называемой культуры забвения, с «низкой» культурой. Для психологов и медиков уже давно не является откровением тот факт, что полноценный отдых, идентифицируемый как глубинное «забвение», создает предпосылки для эффективного труда, обеспечивая возможности процессов регенерации и наращивания творческого потенциала культуры памяти, которая в этом случае отнюдь не ассоциируется со сжимающейся бальзаковской шагреневой кожей, ресурс которой невосполним. Культура памяти и культура забвения нам представляются как две взаимопроникающе связанные противоположности, которые неизбежно дополняют друг друга в едином процессе функционирования общего тела культуры, «сердце» которой «бьется» между двумя полюсами, «то замедляя или совсем останавливая социальное время, то его убыстряя, интенсифицируя, распространяя за собственные пределы». И в этом процессе наряду с конструктивными интенциями, обозначенными нами выше, безусловно, имеют место и явления деградации, акцент на которых был сделан В. Подорогой в обсуждаемой концепции. Мы далеки от абсолютизации явлений деградации культуры памяти, которые связаны с бурным развитием культуры ценностей массового потребления, стимулирующимися современной массмедийной индустрией образов. Согласно нашим представлениям, культура забвения может играть двоякую роль. Конструктивная ее ипостась уже была обозначена выше. Что касается процессов деградации, имеет смысл отметить следующее. Через механизм деструктивного забвения происходит «выедание» всего лишнего, отжившего в культуре памяти, освобождение ее от не оправдавшихся временем стереотипов прошлого. Вопрос в том, как сделать эти процессы управляемыми, и здесь чрезвычайно важно использовать гуманитарный потенциал СМИ, хотя и встроенный в постмодернистский образ современной культуры. По-видимому, такой потенциал СМИ может быть реализован в условиях финансовой независимости журналистов, которая на сегодняшний день представляется своеобразной фата-морганой, однако, возможно, уже в недалеком будущем станет хорошо отрефлексиро-

ванным парадигмальным образцом деятельности СМИ благодаря интернету и новым электронным медиа. Не последнюю роль в этом осуществлении подобных процессов должна, на наш взгляд, сыграть гражданская, или так называемая народная, журналистика. Являясь в некотором роде альтернативой профессиональной журналистике, народная журналистика будет стимулировать раскрытие творческого потенциала и соблюдение этических норм последней.

Что же касается властных структур, для них должно стать органичным понимание того, что нет явления, более социально опасного, чем «голодный» журналист, обремененный проблемой выживания. Этот тезис следует рассматривать в качестве отправной точки в организации российской системы СМИ.

Список литературы

Землянова Л.М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.

Моисеев Н.Н. Логика универсального эволюционизма и кооперативность // Вопросы философии. 1989. № 3.

Подорога В. Культура и реальность. Заметки на полях // Массовая культура, современные западные исследования. М.: Фонд научных исследований, 2005.

Силк Дж. Большой взрыв: рождение и эволюция Вселенной. М., 1982.

Степин В.С. Философия науки. Общие проблемы: учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук. М.: Гардарики, 2006.

Уиллок Д.Э. Реальность как предмет переговоров: хаотические аттракторы нашего понимания // Массовая культура, современные западные исследования. М.: Фонд научных исследований, 2005.

Harms J., Dickens D. Postmodern Media Studies: Analysis or Symptom? // Critical Studies in Mass Communication. 1996. N 13.

Jameson F. Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism // New Left Review. 1984. July — August.

Поступила в редакцию
27.02.2014

ЭКОНОМИКА СМИ

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

М.И. Макеенко, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: mikhail.makeenko@gmail.com

А.Д. Ванькова, аспирантка кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: av9055127568@gmail.com

ЭКОНОМИКА НЕЭФИРНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ В РОССИИ: МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И МИРОВОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ

В статье[1] *представлены результаты исследования и анализа основных механизмов экономического функционирования неэфирных телеканалов на российском медиарынке. В основе исследования данные, полученные специалистами факультета журналистики МГУ в результате опроса и экспертных интервью представителей компаний-владельцев и дистрибьюторов телеканалов и операторов платного телевидения. Результатом анализа стала классификация каналов в зависимости от используемой экономической модели, переговорных позиций в отношениях с операторами и от совокупной доли на рынке. Используя полученные результаты, авторы также провели первый этап сравнительного анализа основных принципов и механизмов функционирования отрасли платного телевидения в России и на ведущих зарубежных медиарынках.*

Ключевые слова: *неэфирные телеканалы, платное телевидение, экономика телеканала, классификация, медиарынки.*

The article contains the result of the research and analysis of key elements of economic models of non-broadcast channels on Russian media market. The research is based on data collected by Lomonosov MSU specialists through polling and expert interviewing of representatives of TV channels and pay TV operators. The analysis resulted in an original classification of the groups of channels based on their economic models, bargaining positions in their business relations with operators and gross market shares. The results were also used for the comparative analysis of dominant schemes and mechanisms of functioning of pay TV industries in Russia and major foreign media markets.

Key words: *pay TV channels, pay TV, TV channel economy, classification, media market.*

[1] Статья написана в рамках подготовки отраслевого доклада «Телевидение в России в 2013 г. Состояние, тенденции и перспективы развития» по заказу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям

Введение

В современной медиаиндустрии, даже в ведущих зарубежных медиаэкономиках осталось не так много сегментов, которые бы привлекали внимание относительно высокими темпами ежегодного роста и ощущением их перспективности хотя бы в ближайшем будущем. Если ориентироваться на эти индикаторы, то наибольший интерес вызывают секторы, связанные с интернетом и с платным телевидением. И если в интернете подавляющее большинство бизнес-моделей до недавнего времени были ориентированы на рекламную выручку, и только в 2012—2013 гг. у медийных онлайн-проектов начал закрепляться интерес к механизмам получения доходов непосредственно от потребителей (paywall в газетах и журналах, подписка на музыкальные и видеосервисы), то неэфирные телевизионные каналы по всему миру уже несколько десятилетий работают именно с платежами конечных потребителей — подписчиков. Безусловно, бизнес-модели таких телеканалов не исключают получения доходов от рекламы и в очень многих случаях подразумевают рекламную выручку, но все же основной источник финансовых поступлений для них — именно потребительские расходы. Подобная основа экономической модели на протяжении последних двух-трех десятилетий сделала сегмент неэфирных телеканалов одной из наиболее устойчивых и стабильно развивающихся отраслей медиаэкономики сначала в США, а затем и в других ведущих странах Запада. Усиление роли платного ТВ в экономике медиаиндустрии идет параллельно с ростом доли прямых потребительских расходов на медиапродукты и услуги в целом в сравнении с рекламой. И эксперты рынка[2], и исследователи [McCombs, Nolan, 1992; Dupagne, 1994] уже давно зафиксировали, что доля платежей потребителей превысила рекламную в доходах медиаиндустрии в глобальном масштабе и на ведущих медиарынках и является основным фактором роста совокупной выручки этого сегмента экономики. Непосредственно в телевизионной индустрии глобальные доходы, согласно данным различных организаций[3], состоят из выручки от подписки на телеканалы на 60 и более процентов. При этом в России по-прежнему и в профессиональных [Теория и практика медиарекламных исследований, 2011], и в ака-

[2] PWC Global Entertainment and Media Outlook 2014—2018 // www.pwc.com. URL: https://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/; VSS Communications Industry Forecast 2012—16 //www.vssforecast.com. URL: http://vss.com/NewsDetails.aspx?ID=272.

[3] См. например: *Paoli-Lebailly P.* Global TV Market Revenue to Increase 23% by 2018 // www.rapidtvnews.com. URL: http://www.rapidtvnews.com/2014013132067/global-tv-market-revenue-to-increase-23-by-2018.html

демических [Основы медиабизнеса, 2014] кругах обсуждение проблем и тенденций развития медиаиндустрии и медиаэкономики сводится в подавляющем большинстве случаев к изучению и анализу рекламных доходов. В этой ситуации нам представляется чрезвычайно актуальным обратиться к малоизученным и до недавнего времени остававшимся на периферии общественного и исследовательского внимания отраслям отечественной медиаиндустрии.

В отечественной практике отраслевых и научных исследований экономике неэфирных каналов внимания практически не уделялось. Несколько лет назад Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) начала отдельно считать объем рекламной выручки для сегмента кабельно-спутникового телевидения [Российский рекламный ежегодник 2013, 2014]. Консалтинговая компания J'son & Partners делает ежегодные обзоры рынка платного телевидения в России[4], долю поставщиков контента в совокупной выручке не выделяет, давая только общие цифры по объему рынка. В изученной нами профессиональной литературе за тему доходов телеканалов от подписки брались единожды — в 2010 г. это сделали в одном из разделов коллективной монографии сотрудники АЦВИ [Российское телевидение: индустрия и бизнес, 2010, с. 236—238]. Но и в этой ситуации объем доступной специалистам информации оказался крайне ограничен, так что все расчеты приходилось делать буквально «на глазок». Среди монографий и научных статей российских исследователей работ по экономике неэфирных телеканалов нами к моменту начала исследования зафиксировано не было. Все это позволяет, на наш взгляд, говорить об очевидной научной новизне проведенного исследования и полученных результатов.

В начале работы нами была выдвинута гипотеза о состоянии российского сегмента платных телеканалов, согласно которой отрасль находится в сильной зависимости от условий операторов, получает в общей сложности менее половины совокупной выручки платного телевидения, но при этом сильно диверсифицирована, что должно дать возможность классифицировать каналы по критериям, связанным с их экономической моделью, отношениями с операторами и позициям на рынке. В качестве объекта исследования выступили неэфирные телеканалы, доступные российским подписчикам платного телевидения, а предметом стали модели их экономического функционирования на российском медиарынке.

Рынок неэфирного телевидения в России не отличается прозрачностью даже по меркам весьма закрытой и статистически неос-

[4] Атлас платного телевидения России 2013—2018 гг. // www.json.ru. URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/atlas-platnogo-televideniya-rossii-2013-2018-gg

военной отечественной медиаиндустрии. Небольшой исследовательский коллектив в такой ситуации не претендовал на получение детальной статистики и ориентировался в большей степени на выявление основных используемых экономических моделей. Первый этап исследования включал в себя опрос (с использованием стандартного рассылаемого вопросника) представителей двух основных групп игроков на рынке платного ТВ: производителей и дистрибьюторов неэфирных каналов и операторов кабельно-спутникового телевидения. Затем было проведено три глубинных интервью и экспертный опрос, которые помогали верифицировать полученные результаты. Сбор эмпирических данных проходил в октябре—декабре 2013 г., полученная информация отражает положение вещей на конец 2013 г.

Всего мы контактировали с представителями примерно 200 телеканалов. Но в итоге нам ответили представители компаний, производящих или распространяющих 69 неэфирных каналов. Это более 20% от всех зарегистрированных в пакетах операторов на период проведения опроса телеканалов с потенциально федеральным распространением, что делает выборку достаточно репрезентативной для наших целей (погрешность в этом случае можно оценить в 10% при доверительной вероятности около 90%). Кроме того, отметим, что в итоге в нашем исследовании приняли участие правообладатели всех типов: крупные дистрибьюторы популярных зарубежных каналов, российские производители — причем как крупных «семейств», так и каналов-«одиночек». Но в целом уровень подавляющего большинства их каналов — как с экономической, так и с контентной точки зрения — высокий или, по крайней мере, выше среднего. Кроме того, мы старались избегать включения в выборку специфических групп каналов — телемагазинов, «государственных» каналов (RT, Беларусь-ТВ и пр.). Это необходимо учитывать при интерпретации представленных ниже результатов, — поэтому мы задавали респондентам две группы вопросов: «как работает непосредственно ваша компания?» и «как работают на рынке в целом?» Как будет показано ниже, ответы на эти вопросы сильно различались.

Информация о рынке и экономических моделях неэфирных телеканалов, доступная к началу исследования

Рынок операторов неэфирного телевидения (кабельное, спутниковое, IPTV) в Российской Федерации отличается высоким уровнем концентрации — особенно на уровне благополучных в финансовом плане регионов.

Несмотря на нарастающее разнообразие используемых абонентами типов платного телевидения, на рынке, очевидно, сформи-

ровалась устойчивая группа крупнейших провайдеров доступа к неэфирному ТВ. По данным iKS-Consulting[5] на конец 2013 г., 7 крупнейших компаний контролировали две трети всего рынка в денежном выражении (70%): «Ростелеком» (22%), Национальная спутниковая компания («Триколор», 12%), МТС (11%), «НТВ плюс» (10%), «ЭР-Телеком» (9%), «Акадо» (6%) и «Вымпелком» (5%). В «абонентском» выражении концентрация еще выше: 5 компаний «держат» 72% рынка: НСК («Триколор», 30%), «Ростелеком» (21%), МТС (8%), «ЭР-Телеком» (8%), «Орион-Экспресс» (5%).

Высокая концентрация на рынке доступа к пользователям платного ТВ означает фактическую олигополию и, соответственно, угрозу диктата операторов в их финансовых отношениях с производителями контента. Как будет показано ниже, участники рынка уже ощущают нарастающие диспропорции.

В целом экономика неэфирного телевидения основана на нескольких факторах:

— объем и динамика абонентской базы,

— ARPU (выручка на одного подписчика),

— базовая схема финансовых отношений производителей/дистрибьюторов каналов и операторов,

— объем и динамика рекламного рынка в неэфирном сегменте ТВ.

Абонентская база платного телевидения в последние несколько лет быстро увеличивалась: большая часть прироста количества доступных населению каналов со второй половины 2000-х гг. была обеспечена за счет неэфирного телевидения. Проникновение платного телевидения в России, по оценкам TelecomDaily, уже превысило 60%[6]. Эти данные примерно соответствуют оценкам других агентств и аналитических организаций (например, по экспертной оценке АЦВИ[7], в 2013 г. 70% городских домохозяйств смотрели хотя бы один неэфирный телеканал).

С одной стороны, у операторов платного телевидения еще остаются перспективы для дальнейшей экспансии (наращивания абонентской базы), но с другой — самые привлекательные территориальные рынки (крупные города, высокоразвитые регионы) уже заняты. С нашей точки зрения, интенсивность прироста абонентской базы в ближайшее время начнет падать (об этом свидетельствует стагнация абонентской базы кабельного ТВ), что уже

[5] Российский рынок платного ТВ. Итоги 2013 года // www.iksmedia.ru/ URL: http://www.iksmedia.ru/news/5069507-Rossijskij-rynok-platnogo-TV-Itogi.html

[6] Число абонентов платного ТВ в России достигло отметки 33,3 млн // Кабельщик. 18.10.2013 г. URL: http://cableman.ru/content/chislo-abonentov-platnogo-tv-v-rossii-dostiglo-otmetki-333-mln

[7] Презентация результатов исследования «Телевидение глазами телезрителей» на ежегодной конференции АЦВИ «TeleVision» 23 мая 2013 г.

сейчас приводит к ценовым войнам и переманиванию абонентов у конкурентов за счет более привлекательных условий.

Такое положение дел неизбежно ведет к снижению маржи операторов и перераспределению долей на рынке. «Рыночная ситуация очень стремительно меняется. ARPU сейчас быстро падает. Отчасти это связано с "цифровыми войнами" спутниковых и кабельных операторов, отчасти с тем, что действует целый ряд интернет-провайдеров, которые могут демпинговать на рынке IPTV», — говорит один из опрошенных экспертов, в недавнем прошлом заведовавший закупками контента для крупного спутникового оператора.

Самым ярким примером экстремально жесткой ценовой политики операторов стали тарифы компании «НТВ Плюс», которая предложила клиентам пакет из 90 каналов всего за 29 рублей в месяц — уникально низкий уровень для рынка спутникового телевидения. Определить средний уровень тарифов или ARPU на рынке неэфирного телевидения России сейчас практически невозможно: ценовые войны и попытки интенсивного наращивания абонентской базы привели к появлению у операторов огромного количества разнообразных тарифов; кроме того, ситуацию искажают еще и многочисленные акции и скидки.

Упоминавшиеся 29 рублей в месяц «НТВ Плюс» — очевидно, в настоящее время это самый низкий тариф на рынке платного телевидения. Остальные предлагают более высокие цены — очевидно, выше у них и ARPU. Мы полагаем, что к концу 2013 г. показатель выручки на одного абонента платного телевидения в месяц составлял 100—200 рублей. Потенциальным драйвером роста ARPU может быть и практикуемый сейчас многими операторами перевод абонентов на цифровое телевидение, которое дает возможность подключения дополнительных пакетов каналов и, соответственно, позволяет увеличить выручку с абонента.

Тем не менее средние показатели по рынку снижаются. Это оказывает сильное давление на рынок производства/распространения неэфирных каналов, которое, прежде всего, проявляется в снижении выручки правообладателей (производителей/дистрибьюторов) и нарастающем диктате операторов. «На рынке наблюдается катастрофическая девальвация контента, доходы каналов стремительно падают. Ценовые войны операторов приводят к тому, что они пытаются переложить свои убытки на плечи правообладателей», — говорит один из респондентов нашего исследования.

Усугубляет ситуацию и высокая концентрация рынка платного ТВ. «Крупные операторы платного телевидения диктуют свои правила игры», — считают опрошенные нами специалисты. «Перелом случился, когда число наших абонентов превзошло число абонен-

тов остальных операторов — мы смогли диктовать свои правила», — подтверждает представитель одного из крупнейших российских операторов спутникового ТВ.

Рынок неэфирных телеканалов (всего к 2013 г. в пакетах операторов по стране появлялись упоминания около 320 телеканалов[8]) представлен в России двумя классами участников: ***производители каналов*** и ***дистрибьюторы/представители каналов*** (во многих случаях дистрибьютор является и производителем).

Как и для подавляющего большинства стран, за исключением США, для отечественного рынка чрезвычайно важно присутствие на нем международных игроков, производителей из Соединенных Штатов, Великобритании, Франции.

Телеканалы иностранного происхождения (например, семейства *Discovery, Fox, National Geographic* и т.п.) попадают в сети российских операторов платного телевидения через представительства, которые могут быть полностью аффилированы с правообладателем (например, *Discovery*) или обладать юридической независимостью (так, официальным представителем зарубежных телеканалов семейств *National Geographic* (*Nat Geo*) и *Fox* является российское юридическое лицо ООО «Телко Медиа», контролируемое, согласно данным Росстата, российскими гражданами).

Число телеканалов зарубежных правообладателей на российском рынке достигло осенью 2013 г. почти 130, из которых, по нашим расчетам, 120 получали лицензионные отчисления операторов и более 50 каналов (по мнению ряда опрошенных экспертов, даже до 80—90) продавали рекламное время. В общей сложности из 130 около 80 телеканалов иностранного происхождения имели бизнес-модель, в которой использовались оба эти источника дохода, в остальных случаях упор делается на один из них. Предлагаемый этими каналами контент был произведен для зарубежных рынков, показан во множестве стран и в России требует лишь минимальной адаптации и перевода. Все это значительно снижает их издержки и позволяет рассчитывать на рентабельность российских операций.

Спектр российских производителей весьма неоднороден. Проведенный опрос закрепил наше представление о том, что среди них можно выделить следующие группы:

— ***производители, аффилированные с операторами платного телевидения***. Аффилированность в данном случае — не юридический термин: он означает, прежде всего, высокую степень связи производителя с оператором, которая может быть реализована с помощью отношений собственности, юридических договоренностей

[8] Каталог телеканалов интернет-издания «Кабельщик» // www.cableman.ru. URL: http://cableman.ru/channels (дата обращения: 10.09.2013).

или даже неформальных связей. К этой группе, в частности, относятся компании «НКС Медиа» (входит в ОАО «Ростелеком», производит каналы «Мать и дитя», «24 Техно», «24ДОК», «Настоящее Страшное Телевидение» и «Парк развлечений»), «Стрим» (аффилирована на уровне собственников с ОАО «Мобильные ТелеСистемы» (МТС), производит каналы «Охота и рыбалка», «Здоровое ТВ», «Драйв», «Ретро», «Усадьба», «Психология21», «Вопросы и ответы», «Домашние животные», *Stream Russian Life*), *New Media* (аффилирована с оператором спутникового ТВ «Орион-Экспресс», производит телеканалы «Успех», «Загородная жизнь», «Мужской»), «Первый ТВЧ» (связан с оператором «Национальная спутниковая компания» («Триколор ТВ»), производит каналы «Охотник и рыболов», «Охотник и рыболов HD», *Teen TV*, «Зоо ТВ», «Телепутешествия», *Teletravel HD*, «Тонус ТВ»), «НТВ-Плюс» («Наше кино», «Наш футбол», «Первый метео», «Закон-ТВ», «Просвещение», *Amazing Life*) и другие;

— ***производители, аффилированные с вещателями эфирного телевидения***. Так, ВГТРК выпускает каналы цифрового телевидения «Моя планета», «Наука 2.0», «История», «Спорт 1», «Спорт», «Бойцовский клуб», «Русский бестселлер», «Русский роман», «Сарафан». Телекомпания «Первый канал. Всемирная сеть», основанная в 1995 г., является учредителем «Цифрового Телесемейства» Первого канала — телеканалов «Дом Кино», «Время», «Телекафе», «Музыка Первого»;

— ***независимые производители*** — компании и творческие коллективы, производящие один или группу каналов и не имеющие явной аффилированности ни с вещателями, ни с операторами. К ним традиционно относят компании Bridge Media (каналы *Russian Travel Guide TV, Bridge TV, Rusong TV, Dange TV, RTG HD*), «ТПП ВКТ» (каналы «Эгоист.ТВ», «Ностальгия», «Кто есть кто»), «Дождь» (телеканал «Дождь») и многие другие.

Понимание структуры рынка производства неэфирных каналов помогает определить механизмы ценообразования на их продукцию, которые могут быть весьма сложными.

Презентация и интерпретация полученных результатов

Схемы взаимодействия телеканал (дистрибьютор)—оператор. Рассмотренные выше тенденции приводят к усложнению финансовых взаимоотношений операторов и правообладателей. Простор для реализации разнообразных схем велик: по данным нашего опроса, производители и дистрибьюторы неэфирных телеканалов сотрудничают минимум с 500 российскими и зарубежными операторами (в целом показатели колеблются от 500 до 1400 операторов).

По результатам анализа присланных анкет мы смогли выделить несколько схем финансового взаимодействия оператора и правообладателя, которые применяются в современной российской практике.

1. ***Отчисления оператора производителю/дистрибьютору за канал или группу каналов, входящих в пакет.*** Как правило, отчисления делаются пропорционально количеству абонентов оператора. Это схема является базовой во всех странах — именно так зарабатывают большинство мировых правообладателей.

В России этой схемы придерживаются обладатели наиболее качественного контента, без которого пакет платных каналов существенно теряет в потребительской привлекательности.

По нашим данным, большинство крупных правообладателей в России также в основном применяют эту схему. Правообладатели — участники нашего исследования заключают по этой модели примерно две трети (70%) договоров с операторами.

Однако в целом по рынку ситуация другая. Если каналы с высококачественным, уникальным контентом имеют возможность влиять на операторов, добиваясь оплаты, то новые каналы или те, которые строят сетку на вторичном либо малоинтересном аудитории контенте, вынуждены соглашаться на схемы, не предусматривающие выплат операторов.

Так, по мнению респондентов нашего исследования, в целом по рынку только треть договоров (около 30%) заключается по модели, предусматривающей выплаты правообладателям. Оценки экспертов выше — доля договоров с лицензионными отчислениями может находиться на уровне 60—65%. Остальные вынуждены либо поставлять контент бесплатно, либо самим платить за попадание/присутствие в пакете.

Самыми дорогими для операторов считаются наиболее популярные каналы зарубежного происхождения — *Discovery Channel, Animal Planet, Eurosport, National Geographic*. По данным наших респондентов, цены на эти каналы могут достигать 10 рублей за абонента. При этом стоимость каналов самих респондентов колеблется от 0,5 до 5 рублей за абонента.

Следует отметить, что параметры каждого конкретного договора между конкретным провайдером контента и оператором фактически уникальны: окончательная сумма сделки зависит от размера абонентской базы оператора, условий пакетной продажи (например, один канал в пакете может продаваться по высокой цене, а другой, идущий «в нагрузку», по заниженной), скидочной политики правообладателя, искусства переговорщиков.

Так, по данным экспертов, крупные операторы вполне могут добиться существенных скидок за счет большой абонентской

базы, — сейчас на рынке мелкие операторы платят правообладателям за абонента значительно больше, генерируя непропорционально высокий денежный поток производителям и дистрибьюторам.

1а. Отчисления абонента за отдельный канал/группу каналов («подписные каналы»). В этом случае предполагается, что потребитель отдельно оплачивает понравившийся ему канал/каналы.

По оценкам экспертов, такого рода продажи составляют существенно менее 10% от доходов от всей абонентской базы российских операторов.

2. ***Отчисления не производятся.*** На российском рынке существует достаточно крупный (по оценкам экспертов, не менее 30% от общего количества) класс каналов, которые не требуют отчислений с операторов.

Это, прежде всего, телеканалы, пытавшиеся реализовать рекламную бизнес-модель; новые каналы, которые пытаются получить доступ к аудитории; каналы, имеющие значительную внешнюю финансовую поддержку и зачастую преследующие некоммерческие цели (например, неэфирные каналы государств, национальных республик и пр.).

Помимо этого, даже каналы, традиционно собирающие отчисления с операторов, при работе с особо крупными операторами часто вынуждены отказываться от получения сборов из-за жесткой ценовой политики контрагента.

По данным наших респондентов, более трети (около 40%) договоров на рынке платного ТВ — безвозмездные. При этом у самих правообладателей, принявших участие в опросе, таких договоров всего около 20%.

3. ***Производитель/дистрибьютор канала делает отчисления оператору за попадание в пакет либо присутствие в нем.*** Правообладатели, использующие эту схему, относятся преимущественно к группам, описанным в предыдущей части.

Схемы такого типа наименее прозрачны и наиболее разнообразны — иногда правообладатели платят только за вхождение в пакет, иногда — делают регулярные отчисления за нахождение в пакете. Ставки могут очень сильно различаться. По нашим данным, выплаты могут достигать 2 рублей за абонента, хотя обычно существенно ниже.

При этом, по информации участников нашего исследования, до трети всех договоров в целом на рынке могут заключаться именно на условиях оплаты присутствия в пакете (у самих респондентов их существенно меньше — около 5%, максимум — 15%).

Несмотря на наличие более-менее устоявшихся схем работы правообладателей и операторов, высокая концентрация на рынке приводит к тому, что в ряде случаев при работе с крупными игро-

ками условия могут радикально отличаться от средних на рынке. Так, крупный оператор платного телевидения, принявший участие в нашем исследовании, заявил, что 45% всех договоров с правообладателями он заключает на условиях оплаты присутствия их каналов в пакете, 40% — на безвозмездных условиях и лишь 15% договоров предусматривают выплаты в пользу производителей/дистрибьюторов. По данным этой компании, она получает до 35% выручки как раз от правообладателей, причем лицензионные выплаты в их пользу не превышают 20% общих расходов.

Для большинства каналов единственный способ «отбить» издержки на продвижение в сетях и производство/покупку контента — продажа рекламы[9] либо товаров и услуг (телемагазины).

Однако, несмотря на падение доходов на рынке продажи контента, в российских условиях рекламная модель не могла заместить контентную. По мнению экспертов, говорить о существенных в абсолютных цифрах доходах от рекламы можно было лишь в отношении первой десятки крупнейших неэфирных каналов (при этом львиную долю этого рекламного пирога собирали каналы зарубежного происхождения). Тем не менее доля рекламной составляющей росла — в условиях высокой конкуренции появлялось большое количество «условно бесплатных» каналов, не требующих платы операторов и работавших по рекламной модели. Некоторые наши респонденты отмечали, что ждали роста поступлений от продаж рекламы на своих каналах.

По нашим, возможно, оптимистичным оценкам, у крупнейших правообладателей рекламные контракты могли приносить в среднем до трети выручки. Однако ни один из наших респондентов не указал, что его выручка от рекламы превосходила поступления от операторов.

Объем и экономика отрасли неэфирных телеканалов, классификация телеканалов и сегментирование рынка.

В целом, по данным iKS-Consulting[10], по итогам 2013 г. объем рынка платного ТВ вырос на 16% — до 54 млрд руб. При уровне отчислений правообладателям в 30—40% от абонентских сборов (экспертные оценки) их объем в 2013 г. мог достигать 16—21 млрд рублей. Второй заметный источник выручки — доходы от продажи

[9] К середине 2014 г., когда статья была готова к публикации, стало очевидно, что сформулированные нами экономические модели в будущем могут быть пересмотрены. В июле 2014 г. президентом РФ В.В. Путиным был подписан закон, вносящий изменения в закон «О рекламе». Важнейшее изменение — запрет с 01.01.2015 г. на размещение рекламы на платных телеканалах.

[10] Российский рынок платного ТВ. Итоги 2013 года // www.iksmedia.ru/ URL: http://www.iksmedia.ru/news/5069507-Rossijskij-rynok-platnogo-TV-Itogi.html

рекламы на неэфирных каналах — в 2013 г. вырос, по данным АКАР [Российский рекламный ежегодник 2013, 2014, с. 335], до 4 млрд рублей.

На основании собранных нами данных мы сделали собственные оценки рынка неэфирного телевидения. С учетом озвученных АКАР объемов рекламного рынка на кабельно-спутниковом телевидении, данных по абонентской базе, указанных нами выше средних ARPU и уровня лицензионных отчислений правообладателям в 30—40% от абонентских сборов, мы оцениваем объем рынка неэфирных телеканалов примерно в 23—29 млрд руб. (при совокупном объеме рынка платного телевидения около 65 млрд руб.). Наши корректирующие расчеты, основанные на данных отчетности операторов неэфирного телевидения, дали сопоставимые результаты (впрочем, из-за традиционной неточности российской бизнес-отчетности мы предпочли опираться на «абонентскую» схему расчета).

При этом внутри отрасли очевидно формирование нескольких очень неоднородных групп. На основании проанализированных и обобщенных данных мы смогли выделить четыре основные группы (табл. 1), разделенных согласно их собственникам, используемым экономическим моделям и положении/доле на рынке. На наш взгляд, эти группы каналов могли находиться в основе сегментации рынка платных телеканалов по состоянию на конец 2013 — первую половину 2014 г.

Для понимания уровня экономического развития отечественного сегмента неэфирного ТВ необходимо учитывать, что с точки зрения генерации выручки на рынке доминируют международные телеканалы. Они могут, по нашим расчетам, получать до 55—60% лицензионных сборов и до 50% доходов от рекламных размещений, что дает им более 50% выручки с рынка в целом. И это значит, что для почти 170 коммерческих телеканалов российских производителей объем доступных лицензионных и рекламных средств на рынке сужался до 10—14 млрд руб. Наши расчеты показали, что на «независимые» телеканалы отечественного производства, которые в количественном выражении составляют почти 50% от всех, приходилось лишь около 10% от всей выручки. В этой ситуации 70—80% отечественных неэфирных телеканалов просто не могли иметь положительную рентабельность.

Мы также считаем, что следует выделить еще несколько особенностей экономики отечественного рынка платных телеканалов, которые становятся заметными при сравнении российского рынка с рынками европейских стран с уровнем проникновения платного телевидения выше 50% (Великобритания, Германия).

Таблица 1

Основные группы неэфирных телеканалов в России* (осень 2013 г.)

Группа каналов **Элементы модели**	Премиальные платные зарубежные (Discovery, National Geographic, Viasat, Universal, Eurosport)	Российские пакетные каналы от производителей, аффилированных с операторами («Стрим», «Первый ТВЧ», «АртМедиаГруп»)	Российские пакетные каналы от производителей, аффилированных с вещателями (ВГТРК, «Первый канал — Всемирная сеть»)	«Независимые» каналы российские и зарубежные (LifeNews, «Дождь», РБК, Russian Travel Guide, «Ностальгия», CNN)
Лицензионные отчисления операторов	Есть. Максимальные показатели для мелких операторов до 10 руб. за абонента, в среднем на уровне 4—6 руб.	Есть. Средние показатели в 2—3 раза ниже премиальных зарубежных — 2—4 руб. Есть и бесплатные	Есть. Ведущие каналы могут продаваться отдельно по цене до 3—5 рублей, но в большинстве случаев продажи пакетные, с ценой на уровне 1 рубля или даже ниже. Есть и бесплатные	У более чем половины каналов — нет. Можно выделить несколько каналов, старающихся работать по подписке («Эгоист», «Nuart TV», «Амедиа Премиум») — 99—150 руб.
Доля рынка по выручке от лицензионных отчислений, %	Более 55%	Около 20%	Около 10%	Около 15%
Рекламная выручка	Основные игроки на российском рынке рекламы на неэфирном ТВ, выручка крупнейших компаний может достигать десятков млн долларов	На рекламном рынке не слишком заметны	На рекламном рынке заметны, материнские компании работают с ведущими медиаселлерами	При почти полном отсутствии или минимальных ставках лицензионных отчислений от операторов рассчитывают на рекламу, но интерес к ним рекламодателей невелик

Доля рынка по рекламной выручке, %	Около 50%	Около 10%	Около 15%	Около 25%
Общие позиции на рынке	Важнейший сегмент рынка, лидеры — почти обязательный элемент базовых пакетов, каналы-лидеры могут увереннее конкурентов держать цену	Заметный сегмент рынка, но часто сталкивается с ограничениями по попаданию в расширенные пакеты из-за привязки к конкретным операторам	Второй по важности сегмент рынка, продажи в основном пакетные, но могут быть индивидуальные («Моя планета», «Дом кино»)	Информация об этой большой группе наименее прозрачна, смысл их существования во многих случаях могут объяснить только инвесторы. Для мелких операторов могут служить источником бесплатного контента
Доля рынка неэфирных телеканалов, % (в денежном выражении)	Более 50%	Около 20%	Около 10%	Около 10%
Доля рынка неэфирных телеканалов, % (в количеств. выражении)	Около 30%	Около 15%	Менее 10%	Около 45%
Оценка экономической устойчивости	Преимущественно прибыльны, устойчиво рентабельны	Не обязаны тревожиться о прибыли, в пакетах большая часть — убыточны, но среди ведущих каналов есть рентабельные	Не обязаны тревожиться о прибыли, в пакетах большая часть — убыточны, но среди ведущих каналов есть рентабельные	Подавляющее большинство стабильно нерентабельны, остальные балансируют на грани выживания
Общие дополнительные сведения по всем группам:	Неэфирных каналов, не получающих лицензионной платы от операторов, — около 20%, нерентабельных каналов (расчет авторов) среди отечественных — не менее 70%			

Источники: опрос участников рынка, опрос экспертов, расчеты авторов.

* за исключением телемагазинов.

а) Крайне малый объем рынка платного телевидения в целом. В России в 2013 г. он составлял менее 40% от доходов телевидения, полученных от размещения рекламы. В Великобритании, например, доходы от подписки на телевизионные каналы превзошли совокупную выручку от телерекламы еще в 2004 г., при том что охват платного телевидения на тот момент составлял менее 50% домохозяйств страны[11].

б) Соответственно, очень мал финансовый объем рынка телевизионных неэфирных каналов. Даже по нашим оценкам, которые превышали результаты при расчетах на основе данных iKS-Consulting, весь объем рынка в 2013 г. был ниже выручки одного «Первого канала». Дополнительным фактором в этой ситуации выступает и невысокий уровень отчислений правообладателям — по оптимистичным оценкам, у нас он может доходить до 40% собираемой абонентской платы, в то время как в других странах может превышать 60%. В России также очевидна очень большая сложность с формированием единых или хотя бы унифицированных правил игры в отношениях операторов и каналов — в европейских странах телеканалам чаще всего приходится иметь дело с 2—3 мегаоператорами, а не с 6—7 крупными и сотнями мелких игроков, как в отечественной практике.

в) С точки зрения продукта в России заметно сильное искажение в объемах и уровне предлагаемого потенциально дорого продаваемого контента за счет: 1) непропорционально большого числа эфирных телесетей с оригинальными собственными и дорогими закупаемыми программами; 2) слабой востребованности и малого предложения премиальных спортивных каналов при высокой доступности бесплатных спортивных трансляций; 3) малого предложения (практически отсутствия) премиальных киноканалов с наличием оригинального контента (собственных сериалов и фильмов, например, по модели HBO).

Заключение

Анализ полученных в результате проведенного исследования данных позволяет считать доказанной выдвинутую гипотезу. Подтвердилась высокая зависимость отрасли неэфирных телеканалов от операторов платного телевидения и значительная сегментация внутри отрасли, прежде всего, на базе возможностей реализации эффективных экономических моделей и распределения совокуп-

[11] Pay TV Market Investigation. — Office of Communication, 2007. URL: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/market_invest_paytv/summary/pay_tv.pdf

ной выручки. Нами выявлены схемы взаимодействия телеканалов (дистрибьюторов) и операторов, а также дана классификация телеканалов и общая оценка экономики отрасли неэфирных каналов в России.

При всей частоте законодательных и технологических изменений, с которыми сталкивается отрасль, мы имеем основания считать, что представленная модель будет сохранять актуальность в ближайшие 3—5 лет. Однако при этом наша группа планирует верифицировать результаты и проанализировать возможные искажения в течение 2015—2016 гг. Необходимо проследить воздействие поправок в закон «О рекламе» и развития цифрового эфирного телевидения, которое станет ощутимо не ранее намеченных сроков. На следующих этапах исследования также представляется необходимым изучение влияния факторов а), б) и в) как по отдельности, так и в совокупности.

Список литературы

Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2014.

Российский рекламный ежегодник 2013 / Науч. ред. В.П. Коломиец. М.: Российская академия рекламы, АЦВИ, 2014.

Российское телевидение: индустрия и бизнес / Аналитический центр «Видео Интернешнл»; под ред. В.П. Коломийца, И.А. Полуэхтовой. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2010.

Теория и практика медиарекламных исследований / Аналитический центр «Видео Интернешнл»; отв. ред. В.П. Коломиец. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2011.

Dupagne M. Testing the Relative Constancy of Mass Media Expenditures in the United Kingdom // Journal of Media Economics. 1994. 7 (3).

McCombs M., Nolan J. The Relative Constancy Approach to Consumer Spending for Media // Journal of Media Economics. 1992. 5 (3).

Поступила в редакцию
24.07.2014

ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ

Л.Г. Свитич, доктор филологических наук, старший научный сотрудник кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: svitichb@yandex.ru

О.В. Смирнова, кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

А.А. Ширяева, кандидат филологических наук, доцент кафедры социологии журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: kafsoc@yandex.ru

М.В. Шкондин, доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: skond@mail.ru

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

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

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

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

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

Аудитория и формы взаимодействия с нею

Местные газеты ближе других изданий к свой аудитории, они рассчитаны на все ее группы, читатель — массовый. Однако, по мнению журналистов, их реальная аудитория — в основном люди средних лет и пожилые со средним образованием. Чуть более молодая аудитория, как отмечают опрошенные, — в средних городах.

* Окончание. Начало см. в № 5 за 2014 г.

В ответах на открытый вопрос о том, в каких аудиторных группах нужно поднять популярность, 72% редакторов и 59% журналистов написали, что это молодежь. Многие журналисты сетуют на то, что не удается привлечь ее к чтению газет. Причины связаны и с традициями общегородских газет, привыкших ориентироваться на более взрослую часть населения (поскольку прежде в каждой области были специальные молодежные газеты), и с тем, что молодежь вообще все реже читает печатную прессу, уходит в интернет.

На вопрос, каким образом можно привлечь молодежь, высказано немало интересных предложений: наладить выпуск молодежной страницы, приложения, ввести тематические полосы или хотя бы постоянные рубрики; проводить специальные молодежные акции, конкурсы (например, фотоконкурсы) с вручением подарков и т.п. Но одновременно редакторы и журналисты осознают, что важно улучшить оформление издания, давать больше иллюстраций, комиксов, фото, модернизировать стиль подачи материалов. Но главное — это изменить контент: больше писать о молодежи и для молодежи, вовлекать ее в дискуссии по общегородским и молодежным проблемам. Да и в целом повысить качество публикаций в газете, чтобы они отвечали интересам и восприятию взыскательного молодого читателя. И, конечно, главное в привлечении этой аудитории — сделать для них в интернете молодежную вебверсию, активнее общаться с ними через форумы и сайты.

Некоторые предлагали другое: более широко привлекать в состав читателей руководителей предприятий и организаций, работников градообразующих предприятий, экономически активное, работающее население, представителей бизнес-сообществ, а также мужскую часть населения.

Журналисты местных газет, прежде всего в малых городах, достаточно хорошо знают аудиторию и потому не ощущают острого дефицита знаний о ее интересах, предпочтениях и оценках. Однако половина опрошенных (среди редакторов — до 60%) все-таки нуждаются в том, чтобы это знание было более полным.

В исследовании зафиксированы **реальные способы связи с аудиторией** (табл. 8).

Здесь на первом месте — прием посетителей, связь по электронной почте, чтение писем в редакцию. К сожалению, редко организуются читательские конференции, круглые столы и другие такие формы связи с аудиторией. Между тем подобные встречи со своими читателями, которые широко использовались прежде, в эпоху интернета сохраняют большую ценность, так как речь идет о непосредственном общении со своими читателями, что называется «глаза в глаза».

Таблица 8

Ответы на вопрос: «Какие способы регулярной связи с аудиторией Вы используете?» (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее
Прием посетителей редакции	81	71	**76**
Связь по электронной почте	89	54	**70**
Чтение писем в редакцию	79	54	**65**
Личные встречи с читателями	73	29	**49**
Социальные сети	37	22	**34**
Форумы сайта газеты	49	16	**31**
Организованные встречи с читателями (читательские конференции, фестивали, круглые столы, выездные редакции и т.п.)	23	27	**25**

Зато связь с аудиторией по электронной почте в активе у 90% журналистов средних городов и половины малых. На конкретный вопрос, как часто пользуются журналисты социальными сетями, получены ответы, показывающие, что только 14% не обращаются к ним, а около 60% делают это или каждый день, или хотя бы раз—два в неделю. И здесь бóльшую активность проявляют журналисты газет средних городов.

Важным представляется вопрос о возможности влияния горожан на содержание издания (табл. 9).

Таблица 9

Ответы на вопрос: «Как Вам кажется, имеют ли обычные горожане возможность оказывать влияние на содержание вашего издания?» (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее
Да, вполне достаточную	63	51	**56**
Да, но недостаточную	23	37	**31**
Нет	10	7	**8**
Затрудняюсь ответить, нет ответа	4	6	**5**

Ответы на данный вопрос в основном позитивные, хотя третья часть опрошенных считает, что таких возможностей все же недостаточно. Больше таких ответов в группе представителей малых городов. Можно предположить, что активность населения в таких городах меньше, а новые электронные формы связи используются реже (табл. 10).

Таблица 10

Ответы на вопрос: «Практикует ли ваша редакция какие-либо совместные обсуждения с горожанами, представителями городских сообществ важных для города проблем?»
(*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее
Да	86	71	**79**
Нет	13	27	**19**
Нет ответа	1	2	2

Почти 80% журналистов говорят о практике совместных обсуждений с жителями важных для города проблем. Ответы на открытый вопрос показывают, что это прежде всего жилищно-коммунальное хозяйство, социальные проблемы и благоустройство города, его инфраструктура. Не ускользают от внимания и проблемы здравоохранения, образования, экологии. Но в принципе спектр обсуждаемых проблем достаточно широк: и социальные, и политические, и экономические, и межнациональные, и религиозные.

Для обсуждения чаще всего практикуются опросы и обсуждение проблем на сайтах, голосование, круглые столы, комментирование писем. Реже используются прямые дискуссионные площадки, специально организованные акции. Хотя в некоторых газетах есть очень интересный опыт, которым делятся редакторы газет.

В целом результаты свидетельствуют об ***активности редакций во взаимоотношениях с горожанами.*** Но хорошо знать позиции и нужды различных слоев населения недостаточно, надо активнее вовлекать эту информацию в контент газеты, чтобы сделать ее достоянием общественности.

Однако информация **о степени отражения разных точек зрения** в газетах, полученная в исследовании, говорит о том, что проблемы в этом плане существуют (табл. 11).

Таблица 11

Ответы на вопрос: «Отражает ли, по Вашему мнению, сегодня ваше издание разнообразие существующих точек зрения по важнейшим вопросам жизни города?»
(*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	Средний город			Малый город			Общее
	Р	Ж	Всего	Р	Ж	Всего	
Бесспорно, отражает	28	51	**43**	29	27	**28**	**35**
Отчасти отражает	68	42	**53**	61	58	**59**	**56**
Практически не отражает	—	7	**4**	4	9	**7**	**6**
Затрудняюсь ответить, нет ответа	4	—	**1**	7	6	**6**	**4**

Только 35% опрошенных считают, что издание отражает разные точки зрения, 56% полагают, что это удается только отчасти, и 6% признали, что разные позиции не отражаются. Судя по ответам, газетам средних городов эту задачу удается решать лучше.

Причины явно недостаточной плюралистичности местных газет, видимо, связаны с разными факторами и обстоятельствами (их уточнение требует специального контент-аналитического исследования и опроса на эту тему). Можно предположить, что журналисты неактивно вовлекают в контент газеты информацию, идущую от населения. Сказывается и дисбаланс в содержании газет: коль скоро значительный объем площади отдается публикациям, посвященным деятельности органов власти, то и точки зрения чиновников представлены в более широком объеме, чем мнения населения. В тех же случаях, когда речь идет о достаточно острых вопросах жизни города, существуют факты давления на редакцию. Значимыми в этих условиях являются и такие факторы, как самоцензура журналистов и определенная осторожность при освещении острых тем.

Статус изданий и независимость журналистов

Правовой статус, тип учредителя и владельца газеты — ключевые категории для понимания реальных условий деятельности редакций. Вопрос этот задавался только редакторам, так как журналисты, как правило, не владеют такой информацией.

Юридический статус организаций газет средних городов заметно отличается от юридического статуса газет малых городов, о чем свидетельствует сводная таблица с укрупненными формами организации редакций по типам (табл. 12).

Таблица 12

Организационно-правовые формы редакций газет средних и малых городов

Формы организации редакций	СГ	МГ	Среднее
Государственные (ГУ, ГУП, ГАУ)	20	43	**36**
Муниципальные (МУ, МУП, МАУ)	24	29	**26**
Другие формы организации (АНО, ООО, ЗАО, ОАО)	56	27	**29**

Можно сказать, что государственная, муниципальная и другие формы организации распределились примерно на три части, но все-таки несколько превалирует государственная.

Государственный статус редакций малых городов фиксируется в два раза чаще, чем в ответах руководителей средних городов

(43 и 20%), и наоборот, другие формы (ООО, ЗАО, ОАО) газет — в средних городах представлены в два раза чаще, чем в малых (56 и 27%).

Редакционные коллективы в два раза чаще являются учредителями газет в средних городах, чем в малых (27 и 12%). Частных учредителей в малых городах почти нет (5%), а в средних — третья часть газет основана таким учредителем. Весьма невелик процент профильных медиаучреждений, предприятий и общественных организаций, выступающих в качестве учредителей изданий.

На вопрос о **взаимоотношениях с учредителем** в данном исследовании получены в целом довольно позитивные ответы.

Мы имеем возможность сравнить ответы на аналогичный вопрос, фигурировавший в исследовании конца 2006 г., проведенном Фондом развития информационной политики (авторы анкеты — Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева)[1]. Сравнение ответов показывает, что ситуация за последние годы хотя и незначительно, но все же улучшилась (табл. 13).

Таблица 13

Ответы на вопрос: «Как Вы могли бы охарактеризовать отношения вашей редакции с учредителем?» (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее 2013	2006
Как отношения партнерства, равноправного делового сотрудничества	47	54	51	43
Как активное вмешательство учредителя (владельца) в дела редакции	33	23	27	26
Как чисто формальные, без вмешательства в дела друг друга	13	11	12	18
Другие варианты отношений	3	5	4	4
Нет ответа	3	5	4	7

Большинство опрошенных говорят о равноправном деловом сотрудничестве с учредителем или отсутствии вмешательства в дела редакции. Однако 27% опрошенных отметили вариант об активном вмешательстве в работу редакции. Заметно, что журналисты газет малых городов работают в более равноправных отношениях, чем их коллеги из средних городов.

Ответы на **проективный вопрос о выборе места работы в зависимости от типа собственника издания** показали, что большинство ре-

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

дакторов и журналистов, особенно в малых городах, предпочли бы работать в редакциях с государственным, бюджетным финансированием (табл. 14).

Таблица 14

Ответы на вопрос: «Если бы у Вас была возможность выбора работы в редакциях с разными формами собственности, что бы Вы предпочли?» (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее
Работать в государственном, бюджетном издании	21	34	28
Работать в издании, принадлежащем частному владельцу	23	19	21
Работать в муниципальном издании	4	6	3
Затрудняюсь ответить	44	35	39
Нет ответа	6	4	5

Свобода прессы и профессиональная независимость журналистов — базовое условие эффективности демократической и социально ответственной прессы. Вопросы о профессиональной независимости журналистов традиционно задавались в социологических исследованиях, проводимых на факультете журналистики МГУ с начала 1990-х гг.[2] Сравнение ответов журналистов на эту тему показывает, что они за последнее десятилетие существенно не изменились, хотя, судя по исследованию 2013 г., небольшие позитивные подвижки происходят (табл. 15).

Таблица 15

Ответ журналистов на вопрос: «Просим Вас на собственном опыте или опыте общения с коллегами из других редакций оценить степень свободы, независимости журналистов в вашем городе?» (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Среднее 2013	2006
Журналисты достаточно свободны, самостоятельны	31	18	**24**	**21**
Испытывают определенные ограничения	42	62	**53**	**51**
Как правило, не чувствуют себя свободными, самостоятельными	16	18	**17**	**27**
Затрудняюсь ответить	2	2	**2**	**1**

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

Редакторы считают себя более свободными, чем журналисты. Это довольно «тонкий» вопрос и требует специального исследования (табл. 16).

Таблица 16

Ответ редакторов на вопрос: «Как Вы в качестве руководителя редакции могли бы охарактеризовать степень своей профессиональной свободы, самостоятельности?» (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее
Ощущаю себя достаточно свободным, самостоятельным	32	25	**28**
Испытываю определенные ограничения	52	54	**53**
Не чувствую себя свободным, самостоятельным	4	4	**4**
Затрудняюсь ответить	8	4	**6**
Нет ответа	4	14	**9**

Оптимистических оценок у редакторов газет малых городов немного меньше, чем у коллег из средних городов, как и у журналистов.

О том, кто или что **ограничивает свободу** редакторов и журналистов, получены более подробные ответы (табл. 17).

Таблица 17

Ответы на вопрос: «Кто или что, на Ваш взгляд, чаще всего ограничивает профессиональную самостоятельность журналистов?» (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее 2013	2006
Финансовая зависимость	47	33	**39**	**61**
Самоцензура, «внутренний редактор», собственные стереотипы мышления	46	33	**39**	**32**
Власти	29	30	**29**	**18**
Учредители	23	25	**24**	**42**
Боязнь преследований за острые публикации	19	16	**17**	**4**
Руководители редакций	13	17	**15**	*
Спонсоры, рекламодатели	11	6	**8**	**3**
Владельцы	4	10	**7**	*
Давление различных организаций, учреждений	6	6	**6**	**4**
Недостаточность собственной профессиональной компетенции	7	4	**5**	*
Давление аудитории, общественного мнения	6	2	**4**	*
Другое	6	1	**3**	*
Затрудняюсь ответить.	3	2	**3**	**1**

* Не было варианта ответа в исследовании 2006 г.

На первом месте в ответах стоит финансовая зависимость и самоцензура, особенно в газетах средних городов. Конечно, ограничивают свободу журналистов и руководители редакций. Если суммировать влияние властей, учредителей и владельцев, то эта позиция выйдет на первое место. По сравнению с исследованием 2006 г. сегодня меньший вес имеет финансовая зависимость и больший — самоцензура.

Как показывают исследования 2006 и 2013 гг., чаще всего ограничения касаются выбора тем и объектов критики, доступа к некоторым источникам информации, а также выражения журналистом собственной позиции. Такие ограничения, прежде всего, проявляются в практике газет малых городов.

Табу на публикацию острых тем связано, главным образом, с закрытостью, непрозрачностью деятельности властей и коммерческих организаций (табл. 18).

Таблица 18

Ответы на вопрос: «Каковы наиболее острые, злободневные проблемы, которые Вы хотели бы, но по каким-то причинам не можете поднять в вашем издании?»
(*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее 2013	2006
Работа властных структур, некомпетентность чиновников, коррупция, случаи нарушения правовых норм ответственными лицами, равнодушие к нуждам горожан	46	54	**50**	**65**
Теневая экономика, криминальный бизнес	31	28	**29**	**32**
Злоупотребления в здравоохранении, образовании, сфере спорта и пр.	24	27	**25**	**20**
Безработица, несправедливость в оплате труда, беззащитность работающих на частных предприятиях и т.п.	19	25	22	*
Методы работы органов внутренних дел, коррупция представителей полиции	14	27	**21**	**47**
Недостаточность финансирования на муниципальном уровне	7	27	**18**	*
Проблемы экологии области, города, района (в том числе работа предприятий, нарушающих природоохранное законодательство)	16	18	**17**	**6**
Формирование и расходование городского бюджета	13	14	14	*
Поляризация уровня жизни населения города	7	17	**12**	**21**

Окончание табл. 18

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее 2013	2006
Проблемы сокрытия доходов, ухода от налогов	21	14	**11**	**17**
Разрушение культурного наследия, памятников истории, нарушения в градостроительстве	11	11	**11**	**8**
Затрудняюсь ответить, нет ответа	13		7	7

[*] Этих вариантов не было в исследовании 2006 г.

Труднопроходимы для публикации сейчас, как и прежде, темы о недостатках в работе властей, некомпетентности чиновников, нарушении правовых норм и равнодушии к нуждам горожан, о формировании и расходовании городского бюджета, теневом бизнесе, сокрытии налогов, злоупотреблении в подведомственных властям органах внутренних дел, учреждениях здравоохранения, образования. Одной из полузакрытых тем является несправедливость в оплате труда, поляризация в доходах и уровне жизни населения. Горячая тема — разрушение исторических памятников, недостаточное финансирование их реставрации.

Таким образом, фактор ограничения профессиональной независимости редакций по-прежнему остается весьма значимым, негативно влияющим на эффективность местных газет и снижение их роли в обсуждении острых проблем и поиске путей их решения.

Экономическое положение редакций

Поскольку экономический фактор является определяющим в положении дел сегодняшней прессы, часть вопросов была посвящена этой теме. Общий вопрос о финансовом положении редакции показал, что 22% определили его как хорошее, 57% — как среднее и 21% назвали плохим. При этом журналисты средних городов критичнее оценивают состояние редакции, чем редакторы, а журналисты малых городов — наоборот.

Из ответов редакторов видно, что основным источником дохода редакции является реклама (70% ответов) и подписка (57%), причем о подписке в средних городах сказали 64% редакторов. По 30% назвали источником бюджета государственное и муниципальное финансирование. Таким образом, представление о тотальной государственной дотационной зависимости местной прессы несколько преувеличено.

В газетах средних городов существенную часть составляют доходы от публикаций, оплаченных на условиях рекламы. В ряде газет в их число входят публикации на условиях оплаты от органов управления. Это весомый источник дохода, особенно в том случае, если заключены долговременные договоры с теми или иными организациями и учреждениями. А редакции, у которых учредителями являются органы власти, такой возможности не имеют, поскольку печатают официальные материалы обычно бесплатно. Власть, как уже отмечалось, расширенно воспринимает свои права в этом отношении.

Оказалось, что многие возможные источники в редакциях практически не задействованы. Это касается средств благотворительных и общественных организаций, спонсорства частных лиц. Невелика и доля побочного информационного бизнеса (печать литературы, бланков, визиток, открыток и др.), хотя есть суждения, что это отвлекает силы редакции от основной работы. Слаба поддержка градообразующих предприятий (там, где они есть), потому что часто они сами с трудом сводят концы с концами.

Естественно, что дефицит средств отражается почти на всех сторонах и условиях работы редакции: на увеличении штата, оплате труда, учебе, командировках и, конечно, на возможностях приобретения современной техники и внедрения ее в производственный процесс.

В целом 60% редакторов охарактеризовали свои издания как рентабельные. Ситуация лучше в средних городах, где 74% руководителей назвали свои газеты рентабельными, в малых городах, по оценке их руководителей, больше половины — нерентабельные издания.

Причины экономических трудностей редакции, если обобщить ответы на открытые вопросы, сводятся к следующему: экономическое положение в стране и регионе; низкая платежеспособность населения, ограниченность средств для подписки или покупки газет; дефицит бюджета города, недофинансирование изданий; слабая рекламная база вследствие того, что не развито производство и бизнес; недостаточная работа с рекламодателем, низкая стоимость рекламы: слабый менеджмент и маркетинг в редакции; невысокий уровень контента, снижение интереса у аудитории; плохая доставка; высокие страховые взносы; высокая арендная плата; неразвитость побочного информационного бизнеса.

Предложения руководителей редакций, касающиеся экономического состояния местных газет, можно объединить в несколько блоков, главные из которых — необходимость в изменении законодательства, правового статуса редакций, усиление государственной поддержки в финансовом отношении, укреплении материально-технической и кадровой базы.

Редакции в процессах медиаконвергенции

Одной из наиболее актуальных задач исследования было выяснение того, в каких формах внедряются в местные газеты новые цифровые технологии, какими темпами идут процессы медиаконвергенции и насколько они соответствуют тенденциям развития современных медиа.

Ответы руководителей редакции и журналистов показывают, что ***эти процессы в данном сегменте СМИ идут довольно активно.*** Преимущественно контент выкладывается на платформе интернета. И хотя небольшая доля контента готовится для радио, телевидения и даже для мобильных носителей, но эти формы медиаконвергенции для газет малых городов не характерны и не планируются на ближайшее будущее.

Сравнение газет разной локальности по этим показателям демонстрирует таблица, в которой отражены только те формы конвергенции, которые реализуются в настоящее время (табл. 19).

Таблица 19

Ответы на вопрос: «Какие из перечисленных ниже форм ваша редакция практикует уже сейчас?» (*в % к числу опрошенных*)

Варианты ответов	СГ	МГ	Общее
Печатное издание полностью выкладывается на сайт	65	59	**61**
Помещение на сайте мультимедийного контента: фото-, аудио- и видеоматериалов	69	29	**47**
Существует самостоятельная интернет-версия издания	54	29	**41**
Подготовка контента для радио	20	4	**11**
Подготовка контента для телевидения	11	6	**8**
Подготовка контента для мобильных медианосителей	7	1	**4**
Другое	—	2	**1**
Выпускаем только печатное издание	13	17	**15**

Судя по ответам, издания, которые представлены в данном исследовании, в 85% случаев выкладываются в той или иной форме в интернет. Естественно, что активнее идут медиаконвергентные процессы в газетах средних городов: в 54% ответов их представителей говорится, что существует самостоятельная интернет-версия издания (в малых городах только 29%). Почти 70% опрошенных отметили позицию «На сайте “вывешивается” мультимедийный контент: фото-, аудио- и видеоматериалы» (в малых городах только

29%). Кроме того, 20% редакторов и журналистов газет средних городов сообщили о практике подготовки контента для ТВ, 11% — для РВ и 7% — для мобильных носителей. Соответственно все эти формы слабее проявлены в газетах малых городов.

Однако по главному показателю — выкладыванию печатного издания в интернет полностью — ответы сотрудников газет разного локала не очень отличаются и в целом по массиву составляют 61%. *Выпускают только печатное издание без выхода в интернет 15% редакций.* Однако в ответе на другой вопрос — о формах организации медиаконвергентных процессов — процент тех, кто отметил позицию «Выпускается только печатное издание», в газетах малых городов вырос с 17 до 29%. Очевидно, имелось в виду, что газета не выкладывается целиком и не имеет интернет-версии, а только помещает отдельные материалы на сайтах администраций.

Поскольку процессы медиаконвергенции интенсивнее идут в газетах средних городов, 54% их сотрудников говорят о том, что в редакциях есть люди, ответственные за этот сектор работы, а в некоторых существуют даже специальные веб-отделы.

При этом больше половины журналистов газет средних городов постоянно включены в конвергентную работу, тогда как в малых этот показатель в два раза меньше. В целом же около 70% журналистов так или иначе готовят контент для интернета или других платформ. И только третья часть опрошенных не занимаются этим.

Обычно журналисты на компьютере набирают и редактируют тексты в текстовом редакторе Word, общаются по электронной почте и ищут информацию в интернете. Реже работают с визуальной информацией, таблицами, занимаются верстkой, обработкой видео- и звуковых файлов. Это естественно, потому что для этого в редакции есть специальные сотрудники. Однако результаты показывают, что в местных, особенно в газетах средних городов сотрудники освоили цифровые технологии и разнообразные виды работ на компьютере и в интернете. Поэтому большую часть таких журналистов можно назвать универсалами в этой сфере. Для такой работы в редакциях используется довольно широкий круг компьютерных программ.

Электронной техникой, судя по ответам редакторов и журналистов, в некоторых редакциях обеспечены средне (50% ответов), только третья часть ответов — «Вполне обеспечена». В газетах малых городов журналисты более удовлетворены укомплектованностью необходимой техникой.

На вопрос об обеспеченности компьютерными программами респонденты дали не очень утешительные ответы. По 34% отве-

тов, что редакции вполне или средне обеспечены ими, и 15% — плохо. Судя по ответам, опять (как и в случае с техникой) ситуация в газетах малых городов лучше, чем в газетах средних городов. Связано ли это с тем, что редакции малых городов действительно лучше обеспечены, потому что им больше помогают государственные и муниципальные органы? Или с тем, что притязания редакторов средних городов более высоки? Дальнейший анализ редакций разного правового и экономического статуса может дать ответ на эти вопросы.

Безусловно, одна из самых важных проблем — повышение квалификации журналистов в овладении новыми технологиями. Две трети журналистов (76%) нуждаются в повышении квалификации в области цифровых технологий и готовы получать ее в любой форме. Журналисты средних городов отдают предпочтение специальным курсам в рамках учебных заведений, в малых городах — учебе в рамках Союза журналистов и в редакциях.

Полученная информация показывает, что пока есть серьезные проблемы с обеспеченностью техникой и компьютерными программами, с обучением журналистов новым технологиям. Но в целом конвергентные процессы все-таки разворачиваются и в этом звене печати.

Естественно, что новые технологические возможности редакций и конвергентные процессы существенно влияют **на труд журналистов, темп и характер работы в редакции**. Только 4% опрошенных полагают, что ничего не изменилось. Третья часть (чаще журналисты газет малых городов) говорит о кардинальных переменах в работе журналиста и еще 56% отметили частичные изменения. Прежде всего это сказалось на интенсивности труда журналистов — больше в малых городах, где существенно сократились штаты сотрудников, а объем работы увеличился; 53% журналистов малых городов говорят о том, что режим работы в редакциях стал чересчур интенсивным. Но вопрос об изменении характера труда требует отдельного анализа.

Кадровая ситуация

В данном исследовании кадровая ситуация рассматривалась в контексте развития медиасреды города. Выяснилось, что в средних и даже малых городах издается от одной до нескольких газет, схожих по типу с участвующими в нашем исследовании, и между ними имеется реальная конкуренция. В этой связи редакторам изданий был задан вопрос о кадровой ситуации в городе (табл. 20).

Таблица 20

Ответы редакторов на вопрос: «Как Вы оцениваете в целом положение с журналистскими кадрами в вашем городе?» (*в % к числу ответивших на вопрос*)

Варианты ответов	**СГ**	**МГ**	**Среднее**
В количественном отношении:			
Их достаточно	20	25	**23**
Ощущается дефицит	64	75	**69**
Затрудняюсь ответить	16		8
В качественном отношении:			
Уровень профессиональной компетенции в целом достаточен	32	29	**31**
Уровень недостаточен	52	71	**60**
Затрудняюсь ответить	16		9

К сожалению, 69% редакторов говорят о том, что в городе ощущается дефицит журналистских кадров, и 60% считают, что их профессиональный уровень недостаточен (то и другое более отчетливо проявляется в малых городах).

Судя по ответам редакторов на открытый вопрос, в газетах есть потребность в публицистах, колумнистах, что еще раз подтверждает вывод исследования, что в местных газетах еще живо публицистическое направление, которое продолжает традиции российской журналистики. Показательно, что, наряду с репортерами и новостниками, ощущается потребность в аналитиках и обозревателях. Безусловно, востребованы фотокорреспонденты, веб-дизайнеры и представители других профессий, использующих информационные технологии.

Претензии редакторов к качественному составу своих сотрудников связаны, главным образом, с недостаточным уровнем профессионализма, который проявляется в том, что журналисты стали реже бывать на местах, получать информацию из первоисточников, а предпочитают пользоваться интернет-ресурсами и пресс-релизами; не стремятся к расширению круга информаторов и героев публикаций; проявляют некомпетентность в экономических и других вопросах; не стремятся разнообразить жанровую палитру своих публикаций. Подобная ситуация, как представляется, в значительной степени связана с образованием журналистов — как его уровнем, так и типом (табл. 21, 22).

Таблица 21

Ответы журналистов на вопрос об образовании (*в % к числу опрошенных*)

Образование	Журналисты			Редакторы			Общее Ж+Р
	СГ	МГ	Среднее	СГ	МГ	Среднее	
Высшее	80	89	**85**	84	92	**88**	**85**
Незаконченное высшее	7	4	**5**	12	8	**10**	**6**
Среднее специальное	11	6	**8**	4		**2**	**7**
Среднее общее	2	4	**3**	—	—	—	**2**

Уровень образования у редакторов выше, чем у журналистов. Примечательно, что у 15% журналистов вообще нет высшего образования (а в газетах средних городов — у пятой части).

К сожалению, в целом лишь четвертая часть журналистов имеет журналистское образование. Самый распространенный тип образования, как это зафиксировано и во всех предыдущих исследованиях, — филологическое, полученное в университетах и педагогических институтах (табл. 22).

Таблица 22

Ответы журналистов на вопрос о типе образования (*в % к числу опрошенных*)

Тип образования	Журналисты			Редакторы			Общее
	СГ	МГ	Среднее	СГ	МГ	Среднее	
Педагогическое	29	**29**	**29**	12	39	**26**	**28**
Журналистское	20	27	**24**	28	25	**26**	**25**
Филологическое, историческое	29	18	**23**	28	25	**26**	**24**
Техническое	9	9	**9**	8	4	**6**	**8**
Экономическое	4	9	**7**	8	4	**6**	**7**
Юридическое, политическое, менеджерское	—	9	**5**	16	—	**8**	**6**
Психологическое, социологическое	2	7	**5**	4	—	**2**	**4**
Образование, полученное в институтах культуры, искусства	7	2	**4**	4	4	**4**	**4**
Сельскохозяйственное	2	—	**1**	—	—	—	**1**

Редакторы не удовлетворены гендерным и возрастным балансом журналистских кадров. Среди опрошенных журналистов 85% женщин: 89% женщин — в газетах средних городов и 75% — малых. За последние 20 лет произошли кардинальные изменения и в соотношении мужчин и женщин в редакциях. Если прежде в них было 65—70% мужчин, то сейчас ситуация противоположная. Среди редакторов процент мужчин больше (47%), но все равно превалируют женщины.

Разбалансирована и возрастная структура кадров, хотя и в меньшей степени: 40% редакторов сказали, что в их редакциях преобладают сотрудники старшего возраста. Самый продуктивный и опытный в профессиональном отношении возраст от 40 до 49 лет в некоем «провале». В газетах малых городов 62% редакторов старше 50 лет.

Конечно, профессиональный опыт — это большой багаж, но сейчас журналистика кардинально меняется, идут крайне динамичные процессы, связанные с новыми технологиями. В этой связи, безусловно, требуется омоложение кадрового состава, особенно руководящего звена.

Проблемы квалификации кадров связаны не только с недостаточным количеством сотрудников с журналистским образованием, но и с отсутствием системы повышения уровня их квалификации, переподготовки.

Для ***редакторов*** самыми востребованными являются знания в области экономики, менеджмента, маркетинга, рекламы. Показательно, что руководители редакций выделили и отдельные виды менеджмента: редакционный менеджмент; работа с техперсоналом; антикризисное управление. Важные для управления знания правовых и психологических основ менеджмента особо отмечены редакторами. Актуальны сегодня знания, каким образом вести сетевое СМИ и осуществлять различные интернет-проекты. Визуальная составляющая — также одна из важных сторон современного издания, и такие знания тоже необходимы их руководителям.

Журналисты, в отличие от редакторов, чаще выделяли проблемы повышения квалификации, связанные с творческой деятельностью, с психологией, этикой, логикой, информационными технологиями, хотя, как и у редакторов, отчетлива видна потребность в знаниях, связанных с визуализацией контента, дизайном и фотоиллюстрацией, в том числе в интернет-изданиях.

Достаточно востребованы знания по правовым аспектам работы журналиста, медиамаркетингу. Как и редакторы, журналисты хотели бы получать знания о создании и продвижении информационных порталов, сайтов, администрировании и моделировании сайта. Выделены некоторые виды работы современного журналиста: работа в конвергентной редакции; работа универсального

журналиста; современные методы работы с читательской аудиторией; работа ответственного секретаря; литературное редактирование; написание рекламных текстов. И наконец, фигурирует перечень сфер жизни, о которых приходится писать журналисту. Это касается, прежде всего, экономики, политики, образования и здравоохранения. В принципе, редакциям и органам, в чью компетенцию входят вопросы повышения квалификации редакционных сотрудников, по этим ответам можно составить программу обучения.

Факторы и перспективы развития местной печати

В целом участники опроса связывают основные трудности местной прессы с недостаточной профессиональной подготовкой журналистов, слабой финансовой и технической базой, ограничением независимости редакций со стороны учредителя, засильем официальных материалов в контенте. Эти аспекты, естественно, отражаются и на их мнениях о **факторах дальнейшего развития местной печати** (табл. 23).

Таблица 23

Основные факторы развития местной печати

Факторы развития местной печати «***Фактор очень важный***»	**Средние**	**Малые**	**Общее**
Финансовая обеспеченность редакций	61	78	**71**
Информационная политика учредителей и собственников	69	70	**69**
Обеспеченность квалифицированными кадрами журналистов	77	63	**69**
Уровень экономического развития города	69	58	**63**
Социальный заказ общества, потребности населения, запросы аудитории	65	52	**56**
Редакционный менеджмент	56	47	**51**
Правовой и экономический статус городских газет	46	49	**48**
Состояние материально-технической базы, наличие цифровой техники и программного обеспечения	47	45	**46**
Инфраструктура прессы, система распространения печати	43	46	**44**
Развитие рынка прессы в городе, конкуренция	60	29	**43**
Экономическое развитие страны в целом	49	36	**42**
Социально-политические факторы	47	31	**39**
Развитость форм сотрудничества прессы с гражданским обществом	44	31	**37**

Естественно, что сотрудники редакций выделяют в качестве основных факторов развития газет средних и малых городов финансовые, экономические факторы, политику учредителей и собственников, обеспеченность квалифицированными кадрами, а также редакционный менеджмент. Важными (особенно для газет средних городов) представляются социальный заказ общества и запросы аудитории. На последних местах оказались социально-политические факторы и развитость форм сотрудничества прессы с гражданским обществом (они менее значимы, по мнению журналистов малых газет, в отличие от мнения журналистов средних газет). Наверное, можно солидаризироваться с представителями редакций, уповающих на то, что «политика» в будущем не будет оказывать существенного влияния на развитие местной прессы, как это нередко наблюдается сейчас. Однако полагаем, что ее сотрудничество с гражданским обществом, роль в его формировании существенна и в будущем возрастет.

Если в малых городах особенно озабочены финансовой стороной дела, то в средних именно развитием рынка и конкуренцией, а, следовательно, кадрами и менеджментом. Более пристальное внимание в этом контексте журналисты средних городов уделяют состоянию материально-технической базы редакций.

Вопрос о **перспективах развития** газет малых и средних городов задавался тоже по типу открытого, и было высказано много разнообразных суждений. Приведем цитату из анкеты редактора газеты малого города, который как бы обобщил предложения своих коллег по модели газеты: «Газета малого города должна быть автономной некоммерческой организацией, с правом работы по упрощенной системе налогообложения, экономически независимой (что вполне возможно при условии нормальной оплаты публикации официальных документов, предвыборных агитационных материалов, информации избирательных комиссий), выходящей два-три раза в неделю, форматом А3, объемом от 8 до 16—20 полос, максимально подробно освещающей все стороны городской жизни, выполняющей роль трибуны для публичного всестороннего обсуждения важных местных вопросов жизни города, а также являющейся консолидирующим центром для разных групп горожан, с профессиональным творческим коллективом, социально ответственным изданием, нацеленным на пропаганду нравственных ценностей, сохранение политического и социального равновесия в обществе»[3].

[3] Газета «Медногорский рабочий». г. Медногорск Оренбургской обл.

Основные выводы исследования

1. Проведенное исследование наглядно показало, что участвующие в нем редакторы и журналисты газет ощущают свою востребованность со стороны населения средних и малых городов. Они готовы активно работать, чтобы удовлетворять информационно-коммуникационные потребности своей аудитории, содействовать развитию своих городов и улучшению благосостояния населения.

2. В развитии местных газет в 2010-е гг. достигнуты немалые успехи: они стали более оснащенными технически, в их работе широко используется цифровая техника, разнообразные компьютерные программы, расширяющие профессиональные возможности редакций в формировании и презентации газетного контента, связей с аудиторией; применяются современные технологии моделирования, улучшается дизайн, газеты чаще выходят в цвете.

3. В изданиях этого типа активно идут конвергентные процессы: создаются интернет-версии печатных изданий; газета полностью выкладывается на сайты издания или администрации города; также готовятся и размещаются в интернете и на других медийных платформах отдельные фрагменты контента. Однако эти процессы неравномерно развиваются в газетах разных городов, что зависит от финансового положения редакций, кадрового потенциала, в том числе уровня освоения цифровых технологий. В целом характер труда журналистов значительно изменился под влиянием новых технологий и процессов медиаконвергенции.

4. Зафиксирована тенденция к большему разнообразию организационно-правовых форм и видов учредителей и собственников газет данного типа: наряду с государственными и муниципальными представлены и другие формы организации. Но хотя их количество возрастает, особенно в средних городах, пока рано говорить о полноценной информационной конкуренции на локальном медиарынке, что сужает возможности плюралистического отражения различных актуальных проблем средних и малых городов.

5. Исследование зафиксировало наличие зрелой социально-профессиональной позиции редакторов и журналистов, что отражается в достаточно точной функционально-целевой, проблемно-тематической и жанровой моделях, предложенных ими. Но реализовать эти модели не удается в полной мере, что связанно с экономическими проблемами, менеджментом, недостаточной обеспеченностью квалифицированными кадрами, а также с факторами, влияющими на профессиональную независимость журналистов.

6. Целевая модель данных изданий видится редакторам и журналистам как полифункциональная, а тематическая — как многоаспектная, что соответствует специфике местных газет общего

содержания. Однако под влиянием многих факторов (прежде всего государственной и муниципальной власти) в реальной редакционной практике наблюдаются некоторые целевые «перекосы»: несоразмерно акцентируется внимание на информационном обслуживании органов власти, что снижает гражданскую роль газет.

7. Редакции достаточно широко используют возможности для привлечения населения к публичному обсуждению важных проблем города как в традиционных формах, так и в интернете, однако опрошенные редакторы и журналисты полагают, что газеты не в полной мере отражают интересы и позиции различных групп и слоев населения.

8. В реальной аудитории, судя по оценкам сотрудников редакций, преобладают люди старшего возраста, поэтому остро стоит задача по привлечению молодых читателей, что связано с учетом их интересов при формировании контента и введением специальных страниц, вкладышей, приложений, рубрик и т.п.

9. Исследование показало, что отношения редакций с учредителями, владельцами в целом достаточно деловые, но не вполне отрегулированы. По-прежнему проявляют себя факторы ограничения профессиональной независимости редакции в области публикации информации, касающейся некоторых острых проблем города и района. Однако сравнение с исследованиями прошлых лет показывает, что ситуация, связанная с информационной независимостью журналистов, несколько изменилась в лучшую сторону.

10. Данные исследования позволяют сделать вывод о некотором преувеличении распространенного мнения, что газеты этого типа дотационно зависимы и живут за счет государственных ассигнований. Основными источниками бюджета, как сообщили редакторы, являются доходы от рекламы и подписки. Отмечаются сложности с финансированием производства и распространения издания, оплатой труда журналистов, покупкой новой техники и лицензионных компьютерных программ, оплатой аренды и налогов. В решении этих проблем важна государственная и иная экономическая поддержка социально ответственных, ориентированных на информационное обеспечение потребностей населения местных изданий: налоговые и арендные льготы, помощь в обеспечении редакций современной электронной техникой, лицензионными компьютерными программами и другими условиями для эффективной работы.

11. Зафиксирована сложная кадровая ситуация в редакциях, особенно малых городов. В структуре кадров нарушен возрастной и гендерный баланс (85% женщин). Но главное, по данным исследования, невысок профессиональный уровень кадров, среди которых мал процент людей с журналистским образованием. Актуаль-

нейшая проблема — создание отлаженной системы повышения квалификации журналистов. На повестке дня — и омоложение редакторского состава, и повышение уровня менеджмента.

12. Среди факторов, которые будут определять в будущем развитие данного сегмента СМИ, наиболее значимыми, по мнению опрошенных, являются: уровень экономического развития города, финансовая, материально-техническая обеспеченность редакций; правовой и экономический статус городских газет; социальный заказ общества, потребности населения, запросы аудитории; информационная политика учредителей и собственников; обеспеченность квалифицированными редакционными кадрами и эффективный редакционный менеджмент.

Анализ результатов исследования приводит к выводу о необходимости разработки специальной государственной программы по развитию местной прессы, в частности прессы малых и средних городов России в связи с их важной ролью в жизни страны. Эта программа, естественно, невозможна вне разработки концепции развития городов данного типа и последовательной ее реализации.

Список литературы

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

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

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

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

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

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

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

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

Поступила в редакцию
21.04.2014

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ

М.И. Бабюк, кандидат философских наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: mbabyuk@yandex.ru

КРИЗИС МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ СОВЕТСКОЙ ПЕЧАТИ ПЕРИОДА НЭПА

В исследовании исторических аспектов развития отечественных СМИ в XX в. существует еще немало «белых пятен». В частности, одним из таких вопросов является развитие материально-технической базы российской печати в первой четверти XX в. Предлагаемая работа позволяет существенно уточнить вопрос с точки зрения состояния бумажной промышленности страны, ее развития в условиях первой половины 1920-х гг. и влияния на развитие печати, а также с точки зрения политики партийных и советских органов власти в этой области.

Ключевые слова: *печать, бумага, бумажная промышленность, кризис, агитпроп ЦК, НЭП.*

There are still a lot of "blind-spots" in the scholar research of the Russian media in XX century. In particular it concerns the level of material and technical basis of the Russian press in the first quarter of XX century. The article clarifies the state of development of papermaking in Russia in the 1920s and its impact on the press industry. Besides author analyzes the policy of the Party and Soviet authorities in this field.

Key words: *press, paper, papermaking, crisis, agitation and propaganda of the Central Committee, New Economic Policy* (*NEP*).

Введение

Революция и гражданская война в России, как известно, привели к существенным изменениям системы массовой коммуникации в стране. С точки зрения ее функционирования и развития рыночные принципы регулирования печати были заменены в целом принципом политической целесообразности. Это привело к серьезному изменению как системы управления и финансирования в области массовой коммуникации, как характера регулирования деятельности печати со стороны государства и общества, так и к существенному изменению особенностей регулирования ресурсной базы СМИ. Вопросы кадров, материально-технического обеспечения и логистики в целом перестали быть делом самих газет и журналов, но превратились в серьезную политическую задачу, чаще всего решаемую на уровне партийных органов вплоть до ЦК партии большевиков.

Известно, что печать в России после революции оказалась в очень тяжелом положении с точки зрения материально-технических условий своего существования. Для выпуска газет не хватало типографского оборудования, краски, шрифтов. Особенно остро в период Гражданской войны и НЭПа стоял вопрос нехватки бумаги для выпуска газет и журналов. Мощное государственное регулирование способствовало поддержанию выпуска достаточно внушительных объемов печати в Советской России в период революции и гражданской войны, несмотря на фактический коллапс экономики, парализованные энергетическую и транспортную системы. Однако переход к Новой экономической политике больно ударил по системе советской печати, фактически поставил ее на грань краха. С точки зрения ресурсов это было связано с истощением запасов, оставшихся от царской России, при крайне незначительном их пополнении. В частности, в апреле 1921 г. комиссия при агитационно-пропагандистском отделе ЦК партии большевиков, рассматривая вопрос о возможном ввозе в страну импортной бумаги, констатировала: «Все запасы бумаги и картона довоенного времени использованы»[1].

Бумажная промышленность России до 1917 года

В период перед началом Первой мировой войной в Российской империи сложился динамично развивающийся рынок бумажного производства, чему способствовала промышленная революция, минимальное повышение уровня жизни и грамотности населения, бурный рост спроса на произведения периодической и непериодической печати. Так, если в 1910 г. потребление бумаги в России составило 24 млн пудов[2], то уже в 1914 г. эта цифра достигла 32 млн пудов[3]. Справедливости ради нужно отметить, что газетная и печатная бумага в структуре потребления данного сырья внутри страны составляла всего 25% от указанных цифр[4], что, в общем, не отменяло показательной общей тенденции: рынок сырья для производства печати был достаточно объемным и находился в состоянии бурного развития. Правда, учитывая относительную отсталость российской экономики и догоняющий тип ее развития, можно отметить, что уровень потребления бумаги на душу населения был крайне низок в сравнении с наиболее развитыми странами

[1] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Д. 842. Л. 104.

[2] В отчетах дореволюционного периода повсеместно как основные единицы измерения использовались пуды и фунты. Учитывая, что пуд равняется 16,38 кг, потребление бумаги в России на 1910 г. составляло около 400 тысяч тонн.

[3] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 886. Л. 4.

[4] Там же.

мира. Если в США и Англии в конце первого десятилетия XX в. уровень потребления бумаги превышал 60 фунтов в год на одного человека, в Германии он равнялся 50 фунтам, то в России в этот же период на одного человека приходилось не более 6 фунтов бумаги[5]. Особенно большой эта диспропорция была в области потребления печатной бумаги: в среднем на жителя Англии или Германии расход печатной бумаги в общем объеме потребления был выше на 15% в год, чем на жителя Российской империи.

По этим показателям Россия была гораздо ближе к экономически отсталым периферийным европейским державам, чем к лидерам мировой экономики, что неудивительно, учитывая многоукладность российской экономики, большой процент патриархального общества в стране и сравнительно поздний переход к капитализму. Вместе с тем цифры потребления бумаги росли и требовали постоянного увеличения производства. Целлюлозно-бумажная промышленность в России хоть и динамично росла в конце XIX — начале XX в., но не могла полностью удовлетворить внутренние потребности страны. Например, в 1914 г. при общей потребности рынка в 32 млн пудов бумаги импорт составил 8 млн пудов[6]. Правда, львиная доля (порядка 96%) поставлялась из Финляндии[7]. Последняя хоть и входила в состав Российской империи, но обладала существенной автономией в экономических вопросах, а ввозимая оттуда бумага облагалась ввозной пошлиной, защищавшей внутренний рынок России[8].

Бумажная промышленность в постреволюционный период

Существенные экономические трудности, возникшие в империи с связи с началом Первой мировой войны, не привели сразу же к катастрофическому падению рынка бумаги. В 1916 г. страна, несмотря на военное положение, все еще потребляла порядка 25 млн пудов данной продукции[9]. Однако революция и последующая за ней гражданская война привели к катастрофическому обрушению бумажного рынка и рынка печатной бумаги в том числе. Факторов, повлиявших на такое положение вещей, было множество — от обнищания населения и остановки крупнейших производств до фактически полного прекращения импорта. Кризис производства бумаги носил, в целом, системный характер и включал в себя множество факторов. Так, в частности, более чем из 200 предприятий

[5] Там же.
[6] Там же. Л. 5.
[7] Там же.
[8] Там же.
[9] Там же.

целлюлозно-бумажной промышленности, существовавших в стране в 1913 г., к окончанию гражданской войны осталось менее 140[10], остальные оказались на территории новых, созданных на обломках империи государственных образований. Оставшиеся же в составе Советской России предприятия отрасли испытывали после революции и гражданской войны колоссальные проблемы.

Прежде всего в условиях экономического паралича страны остро ощущалась нехватка капитальных средств, инженерных и рабочих кадров; перебои с топливом, сырьем и запчастями зачастую делали невозможным поддержание производства при любых минимальных проблемах. В качестве примера можно привести Андогскую (Судскую) бумажную фабрику в Вологодской губернии. Достаточно мощное предприятие, способное производить до 7 тыс. пудов бумаги в месяц (в том числе до 3 тыс. пудов газетной и до тысячи пудов печатной) и только перед войной освоившее производство бумаги, серьезно пострадало от пожара в 1919 г. и было фактически остановлено. Производство бумаги здесь было свернуто и восстановилось только в 1923 г.[11] У молодого советского государства просто не хватало минимальных средств для восстановления столь необходимого ему предприятия. Ситуация была не единичной, поскольку большинство писчебумажных фабрик России в период гражданской войны испытали либо колоссальное падение производства, либо приостановили свою деятельность.

Некоторые сложности в управлении предприятиями были связаны и с процессом национализации бумажной промышленности. С одной стороны, эти мероприятия советской власти позволили централизовать управление производством и распределение ресурсов в этой отрасли. С другой стороны, отток с предприятий управленческого персонала и введение норм социальной защиты рабочих чаще всего не способствовали увеличению эффективности производства. В частности, партийные источники отмечали серьезное падение культуры управления и производства на фабриках и заводах по сравнению с дореволюционным периодом и влияние его на себестоимость продукции[12].

При этом производство бумаги в стране было одной из приоритетных задач советской власти, поскольку печать в условиях войны приравнивалась к эффективнейшим видам оружия. Именно поэтому производство и потребление бумажной продукции становились объектом пристального внимания высших управленческих органов Советской республики. В частности, можно отметить не-

[10] URL: http://www.bumprom.ru/index.php?ids=278 (дата обращения: 10.06.2014).

[11] URL: http://www.booksite.ru/fulltext/kom/ple/xle/snoi/32.htm (дата обращения: 10.06.2014).

[12] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 886. Л. 8.

однократные постановления Совета Народных Комиссаров о порядке распределения бумаги[13]. Было создано специально для регулирования производства и потребления бумаги в стране Главное управление государственными предприятиями бумажной промышленности (Главбум), которое получило под свой контроль фактически все действующие предприятия отрасли, а также широчайшие полномочия по регулированию вопроса производства и распределения бумажной продукции. Такое внимание к производству и распределению бумаги, как видно из документов, было связано, прежде всего, с потребностями советской печати. Производство газет, листовок и других пропагандистских материалов, остро необходимых в условиях гражданской войны, требовало радикальных мер в области регуляции ресурсов. Впрочем, радикальные меры слабо помогали, поскольку производство и потребление бумаги в стране в течение гражданской войны неуклонно снижалось. В самые острые периоды конфликта большевики утратили контроль не только над окончательно ушедшими из-под юрисдикции предприятиями бумажной промышленности Прибалтики, Польши и Финляндии, но и над украинскими и уральскими фабриками. В 1918 г. только центральный промышленный район снабжал бумагой советские типографии и редакции. Впрочем, за счет ресурсов, оставшихся от Российской империи, потребление бумаги в 1918 г., по данным Агитпропа ЦК РКП (б), еще превышало 30 млн пудов[14]. В дальнейшем же данная цифра неуклонно снижалась, достигнув к окончанию гражданской войны минимальных размеров. Достаточно отметить, что в 1921 г. в стране вырабатывалось всего 2 млн пудов бумаги, что было в 12 раз ниже довоенного уровня производства[15]. Потребление бумаги на душу населения за тот же период сократилось до 1 фунта[16].

При этом сам по себе переход Советской России к политике НЭПа привел к усилению кризисных явлений в области производства печати. Если в условиях гражданской войны советскому правительству удавалось поддерживать количество газет и журналов на уровне 800—1000 изданий [см., например: Кузнецов, 2002; Овсепян, 2005], то после ее окончания разоренное государство не могло поддерживать ни такого количества партийной и государственной печати, ни высоких тиражей. В первую очередь это было

[13] Речь идет о таких документах, как декрет СНК «О распределении бумаги» от 19 ноября 1918 г., декрет СНК от 27 мая 1919 г. «О порядке распределения бумаги и картона», постановление СНК «О распределении бумаги» от 8 марта 1920 г.

[14] См.: РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 886. Л. 6. Как представляется, данная цифра, приводимая работниками Госиздата для 1918 г., все же существенно завышена.

[15] Там же.

[16] Там же. Л. 4.

связано с истощением ресурсной базы, прежде всего бумаги, расходных материалов для станков, а также с острым недостатком финансовых средств. Колоссальная материально-ресурсная база, оставшаяся от Российской империи, истощилась за время гражданской войны и уже не могла обеспечивать потребности Советского государства в печатной продукции.

Чтобы снизить нагрузку на разрушенную экономику, правительство было вынуждено пойти на серьезное ограничение выпуска печатной продукции в стране. Так, был принят декрет о платности газет, существенно затруднивший их сбыт, но частично разгрузивший бюджет разоренной страны. Большинство изданий перевели на самоокупаемость, были существенно снижены тиражи фактически всех существовавших в стране газет. В частности, только тираж газеты «Правда» упал с декабря 1921 г. по февраль 1922 с 250 тыс. экз. до 75 тыс. Со 150 до 50 тыс. снизился тираж газеты «Труд»[17]. Наиболее массовая «Беднота» была сокращена с рекордных 600 тыс. экз. осенью 1921 г. до 109 тыс. к апрелю 1922[18]. В 2—5 раз сократились тиражи фактически всех крупнейших региональных изданий[19]. Многие газеты прекратили свое существование либо по решению партийных органов, либо не справившись с экономическими трудностями. Можно констатировать, что тяжелейший кризис печати, разразившийся, как отмечают исследователи [см., например: Овсепян, 2005], в 1922 г., отчасти стал следствием вынужденных действий советской власти, не обладавшей ресурсами для ее поддержки. Отчасти кризис печати снизил запросы к целлюлозно-бумажной промышленности, которая не справлялась с существующим спросом.

Кроме того, был принят ряд мер для реформирования системы производства бумаги в стране. Был расформирован Главбум, но вместо него с целью сохранения централизации бумажного производства, увеличения его капитализации, а также экономического оздоровления в течение 1921—1923 гг. было организовано 8 крупных государственных трестов[20], в состав которых вошло большинство действующих целлюлозно-бумажных предприятий страны. Крупнейшим из них стал Центробумтрест, объединивший 6 фабрик и заводов центрального промышленного района и обслуживавший большинство центральных партийных и советских издательств и типографий, а также редакций ведущих газет и журналов. Тресты сосредоточили в своих руках не только вопросы производства, но и сбыта бумаги по стране. Кроме того, через конторы трестов частично решались вопросы импорта бумажной продукции из-за границы.

---

[17] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 917. Л. 12.
[18] Там же.
[19] Там же.
[20] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 886. Л. 7.

При этом нужно отметить, что некоторое количество предприятий бумажной промышленности все же не вошло в состав трестов, а было сдано в аренду частным структурам или осталось в ведении региональных государственных структур, однако в общем объеме производства бумаги они играли небольшую роль.

Перевод отношений между СМИ и производителями сырья на коммерческую основу позволил последним аккумулировать финансовые средства и постепенно повышать объемы производства. В 1923 г. советская промышленность произвела уже 6 млн пудов бумаги[21], постепенно насыщая внутренний рынок. Впрочем, данная цифра и минимально не покрывала нужд страны, которые даже в самом кризисном 1921 г. оценивались комиссией агитпропа ЦК по вопросу о ввозе импортной бумаги в 11 млн пудов по заявкам всех потребителей[22]. Именно поэтому после окончания гражданской войны достаточно быстро наладили импорт бумаги из-за границы, который был весьма объемным в течение первой половины 1920-х гг., даже несмотря на высокие ввозные пошлины, установленные государством для защиты отечественного производителя.

Документы агитационно-пропагандистского отдела ЦК РКП(б) дают следующую картину производства и импорта бумаги в Советскую Россию и СССР в начале 1920-х гг. (табл. 1).

Таблица 1

Потребность, производство и ввоз бумажной продукции[23]

Год	Потребность, млн пудов	Отечественное производство, млн пудов	Ввоз из-за границы, млн пудов	% импорта в общем объеме потребления
1918	32	24	8	25
1921	3	2	1	33
1922	6	3,5	2	40
1923	8	6	2	33

Вместе с тем политику советской власти в области производства и потребления бумаги в первые годы НЭПа трудно признать полностью эффективной. Это проявлялось не только в низком

[21] Там же. Л. 6.

[22] Там же. Ед. хр. 842. Л. 104.

[23] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 886. Л. 6. Нужно еще раз отметить, что приводимые в таблице цифры следует воспринимать с известной осторожностью. Так, в других документах агитпропа, как уже упоминалось, потребности страны в бумаге оценивались совсем по-другому. Также есть сомнения в цифрах по 1918 г. Однако, в целом, таблица достаточно объективно отражает производство и потребление бумаги в стране.

уровне производства, но и в качестве производимой бумаги, ее стоимости для органов печати, а также в отношении производителей к потенциальным покупателям. Трестовая система, предоставившая большую самостоятельность производителям сырья при минимальной конкуренции, рождала конфликты между ними и потребителями, отклики которых можно найти в документах самого высокого уровня. Так, в процессе работы с документами агитпропа ЦК удалось обнаружить достаточно острую критику Центробумтреста со стороны Госиздата, а также редакции журнала «Красная Новь»[24]. Критика касалась, прежде всего, необоснованных цен на бумагу для печатных изданий, их регулярного повышения и нежелания Треста эффективно работать с потребителями путем предоставления последним кредитов на покупку бумаги. В частности, член правления Госиздата Ф.М. Конар указывал в своем докладе, что, несмотря на высокие заградительные пошлины и стоимость доставки, даже дешевая небеленая иностранная бумага стоит на 1,5—2 руб. за пуд дешевле отечественной бумаги в ценах 1923 г. В целом, фактически весь ассортимент бумаги отечественного производства в данный период по стоимости на внутреннем рынке был существенно выше иностранной. В частности, в том же докладе Ф.М. Конара приводятся следующие данные по стоимости бумаги в СССР в 1923 г. (табл. 2)[25].

Таблица 2

Стоимость бумаги в СССР в 1923 г.

Тип бумаги	Цены на бумагу 1913 г. (включ. пошлину)	Цены на бумагу 1923 г.		Пошлина на бумагу в 1923 г.
		Русской	Заграничн. (с пошлиной)	
Газетная ролевая	3 р. 20 к.	5 р. 20 к.	4 р. 70 к.	1 р.
Печатная небелен.	3 р. 60 к.	8 р.	6 р. 50 к.	2 р. 50 к.
Печатная полубел.	4 р. 40 к.	11 р.	7 р. 50 к.	3 р. 20 к.
Печатная беленая	5 р. 20 к.	15 р.	9 р.	4 р.

Представители Центробумтреста, расходясь в некоторых оценках цен на бумагу, в целом признавали существенную дороговизну ее производства предприятиями объединения[26]. Производство бумажной продукции в стране было достаточно малорентабельным в силу высочайшей себестоимости производства, которая, по оцен-

[24] См., например: РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 886. Л. 8 и 34.

[25] Там же. Л. 7. Стоимость, очевидно, приводится в советских червонцах, в том числе для 1913 г.

[26] Там же. Л. 18.

кам Госплана СССР в 1923 г., была в 1,46 раза выше, чем в дореволюционной России[27].

Высокая себестоимость была обусловлена системными причинами. Она складывалась не только исходя из объективных условий, связанных с дороговизной сырья, топлива и транспортировки. Ф.М. Конар в своем докладе особо отмечал такие причины: а) пережог топлива; б) перерасход сырья; в) высокий уровень брака; г) необоснованно высокий уровень зарплат в производстве; д) низкий уровень производительности труда; е) высокие накладные расходы[28].

Рассматривая данные причины, обратим внимание, что фактически все они были связаны с качеством труда на фабриках и заводах. Очевидно, что в условиях национализации предприятий произошло резкое понижение ответственности рабочих за результаты своего труда. В частности, по сравнению с производственными нормами дореволюционного периода бумажные фабрики в 1923 г. расходовали на 40—100% больше топлива на единицу продукции, тратили на 30% больше сырья, а средняя зарплата по предприятиям возросла на 80—100% от довоенного уровня. Ф.М. Конар в своем докладе особо отмечал, что в условиях 1921 и 1922 гг. перерасход сырья и топлива был еще больше, доходя до 400%[29]. В условиях колоссального дефицита, перебоев в добыче, производстве и поставках сырья, что еще более увеличивало их себестоимость, рентабельность производства бумажной продукции была крайне низкой. К тому же производительность труда рабочего также резко упала по сравнению с довоенным периодом. В среднем в абсолютных цифрах выработка бумаги на человека в 1923 г. сократилась по сравнению с 1913 г. примерно в 5 раз[30]. Проблема здесь была не только в послевоенной разрухе и производственном хаосе. Отчасти в цены на печатную продукцию закладывались расходы на социальное государство, которыми относительно высоко оплачивался труд рабочих. Неудивительно, что советская бумага по стоимости не могла конкурировать с иностранной продукцией. Цены на газеты, журналы и книги, таким образом, можно было поддерживать на достаточно низком уровне только благодаря государственным дотациям. Изучение документов подотдела Печати Агитпропа ЦК, а после и отдельного отдела в рамках ЦК показывает, что большинство советских партийных и советских изданий в первой половине 1920-х гг. не окупали свою деятельность в полной мере, несмотря на переход на самоокупаемость[31]. И фактор стоимости бумаги в этом

[27] Там же. Л. 11.
[28] Там же. Л. 8.
[29] Там же.
[30] Там же.
[31] См., например: РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 907. Л. 21.

процессе играл важную роль, поскольку зачастую ее стоимость составляла до 40—50% себестоимости конечного продукта[32].

Нельзя не отметить, что партийные и советские органы власти, придававшие огромное значение печати как ведущему пропагандистскому каналу, предпринимали в период НЭПа колоссальные усилия для исправления ситуации. Документы ЦК РКП (б) за рассматриваемый период дают объемную картину мониторинга ситуации, совещаний и попыток выработки рекомендаций со стороны ЦК работникам на местах для исправления ситуации. Возможностей влиять на положение дел у них, нужно сказать, сразу после войны было немного, поскольку не хватало самых элементарных ресурсов. Кроме того, в условиях монополизации бумажного производства, ответственные работники трестов, очевидно, не всегда проявляли достаточное желание радикально реформировать предприятия, предпочитая перекладывать издержки на потребителя. При этом нельзя сказать, что в этом плане тресты ничего не делали. В том же докладе Ф.М. Конара приводится любопытная таблица по загрузке фабрик существующих в СССР бумажных трестов (табл. 3)[33].

Таблица 3

Загрузка фабрик бумажных трестов СССР

Тресты	Средняя загрузка фабрик трестов, в %		
	1913 г.	1922 г.	1923 г.
Центробумтрест	100	35	60
Петробумтрест	100	18	70
Петролес	100	71	66
Укробумтрест	100	20	34
Полесский трест	100	36	47
Новбумтрест	100	24	41
Камуралбумтрест	100	35	46
Вятский бумтрест	100	38	51
Пензенск. фабр.	100	42	35

Приведенные данные носят исключительно иллюстративный характер. Они не только демонстрируют уровень и объемы производства бумаги в Советской России и СССР в начале 1920-х гг., от-

[32] Там же. Л. 21. Л. 61. Так, в отчете газеты «Гудок» за ноябрь 1923 г. отмечалось, что при тираже в 121 тыс. экз. стоимость бумаги составила 45,4% общих расходов на производство газеты. Газете «Рабочая Москва» в том же 1923 г. бумага обходилась в 30% сметы.

[33] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 886. Л. 7—8.

ражают не только положительную в целом динамику по отрасли, но и указывают на определенный модернизационный запас для экстенсивного развития, которым обладали советские бумажные тресты в этот период. Так, представитель Центробумтреста Н.Н. Бельский на совещании в ЦК по вопросам удешевления бумаги в СССР летом 1923 г. заявлял: «Ныне работающие бумажные предприятия по своей технической мощности и наличию реальных запасов сырья и топлива в районах их деятельности могут покрыть не только потребность данного момента, но и предвидимое на ближайшее 3-летие увеличение спроса на бумагу»[34]. Заявление звучит явным диссонансом с постоянными жалобами издательств на дороговизну и качество бумаги.

Впрочем, работники советских и партийных органов, ответственные за отрасль, в условиях отсутствия рыночных рычагов регуляции работы трестов проводили существенную работу по административному регулированию отношений между производителями и потребителями бумаги. При этом наличие политической воли, централизация управления в данной области, а также постепенный выход страны из состояния экономического коллапса позволили советской власти, как видно из приведенных выше данных, уже с 1922 г. последовательно улучшать ситуацию в отрасли. Предпринимаемые усилия в этой области, в том числе на уровне СНК и ЦК партии, можно назвать весьма существенными и небезуспешными. Интересно отметить, что если в период с 1921 по 1924 г. в архивных документах ЦК можно обнаружить большое количество материалов, посвященных попыткам на самом высоком уровне решить проблему снабжения бумагой, то к середине 1920-х годов документов по данному вопросу в архивах ЦК обнаруживается существенно меньше. Это косвенно указывает на снижение остроты проблемы и выход из «бумажного» кризиса. Вопросы бумаги все более «уходили» на уровень профильных ведомств.

При этом по документам можно выделить два основных направления работы партийных и советских чиновников по удешевлению производства печати в целом и стоимости бумаги в частности. Первое из них носило явно паллиативный характер и состояло в требовании уменьшения издержек, экономии бумаги и расходных материалов. Здесь в течение первой половины 1920-х гг. можно найти массу интересных решений, начиная от существенного сокращения тиражей газет, журналов, книг, а также закрытия отдельных, не самых необходимых изданий и до проведения акций по экономии материальных средств и т.п. В частности, в 1921 г. популярными были кампании по возврату государству прочитанных работниками государственных организаций и предприятий газет

[34] Там же. Л. 11.

для их вторичного распространения[35]. Кроме того, в рамках этого направления можно отметить административное регулирование государством цен на сырье и бумагу. Наконец, еще одним фактором было максимальное удешевление производства печатной продукции за счет, например, таких мер, как использование более низких сортов бумаги, чем требовалось. Впрочем, чем более укреплялась экономика советского государства, тем реже такие способы регуляции стоимости печати применялись.

Второе направление касалось, прежде всего, выделения капитальных вложений в восстановление и модернизацию производства бумаги. По мере оздоровления экономики в процессе осуществления Новой экономической политики государство уже в 1922—1925 гг. могло позволить себе вкладывать достаточно крупные средства в восстановление и развитие производства. Так, в течение этого периода было восстановлено, введено в строй или модернизировано несколько крупнейших в стране целлюлозных и бумажных производств. Если в 1921 г. в стране работало, причем достаточно нестабильно, не более 40% от фабрик, оставшихся после развала Российской империи, то к концу 1925 г. в стране работало уже более 60% предприятий целлюлозно-бумажной промышленности из тех, что числились в России в 1913 г. Капитальные вложения позволили постепенно менять ситуацию и с объемами производства. Как видно из представленных выше материалов, только с 1921 до 1924 г. производство бумаги удалось поднять в 3 раза.

Вливание средств в производство вместе со стабилизацией в условиях НЭПа, спроса и потребления бумаги привели к тому, что в положительную сторону стала меняться система организации и оплаты труда на производстве. Сдельная оплата, зачастую культивировавшаяся трестами в условиях нестабильного производства, все более заменялась стабильной фиксированной зарплатой для рабочих целлюлозно-бумажных производств. Это, в свою очередь, не могло не сказаться на дисциплине и культуре производства. Средняя выработка на одного рабочего к 1925 г., в среднем по стране, повысилась в 2 раза по сравнению с 1922—1923 гг.[36] Впрочем, переоценивать роль данного направления работы советского управленческого аппарата также нельзя, поскольку оно полностью зависело от экономической конъюнктуры.

Вместе с тем, архивные документы свидетельствуют, что партийное руководство отчетливо понимало невозможность кардинально поменять ситуацию с производством бумаги для печати в условиях НЭПа. Производство бумаги даже в условиях существен-

---

[35] См., например: РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 842. Л. 39.

[36] См., например: *Прохорчук И.С.* Деревообрабатывающая промышленность СССР. М., 1969; Лесная и целлюлозно-бумажная промышленность СССР. М., 1987.

ных успехов советской экономики не могло обеспечить внутренних потребностей страны. Поэтому государство вынуждено было изыскивать и выделять крупные суммы средств на закупку бумаги из-за границы[37]. Ситуация осложнялась тем, что иностранная бумага, как уже отмечалось, по себестоимости была в 2—3 раза ниже, чем аналогичная советская, превосходя, как правило, последнюю по качеству[38]. Тем не менее советские органы исходили из приоритета защиты собственного производителя. На ввоз бумаги были установлены высокие ввозные пошлины, которые доходили до 20—40% от стоимости продукта[39]. Государственные типографии, издательства и другие структуры вынуждены были при этом переплачивать колоссальные средства за бумагу иностранного производства, однако у советской власти было четкое понимание приоритета поддержки и развития собственного производства. И такой стратегический подход себя оправдал в средне- и долгосрочной перспективе.

Выводы

В целом к середине 1920-х гг. советская бумажная промышленность преодолела глубокий кризис, вызванный революцией и гражданской войной. Большая часть предприятий была восстановлена, производство фактически всех сортов бумаги непрерывно росло и приблизилось к довоенным объемам производства. Вместе с тем, такая ситуация позволяла только минимально покрывать потребности растущей советской экономики. Импорт бумаги, особенно высококачественных сортов, не прекратился и был важным элементом производства печати. Для широкого импортозамещения были необходимы радикальные меры. Они последовали уже в конце 1920-х и в 1930-е гг., когда в стране была развернута масштабная индустриализация. В России буквально за десятилетие было введено в строй более 40 крупных целлюлозно-бумажных производств, которые, в целом, позволили стране выйти на качественно новый уровень в производстве бумажной продукции. Однако к периоду НЭПа эти события уже не имели отношения.

Список литературы

Кузнецов И.В. История отечественных СМИ (1917—2000). М., 2002.
Лесная и целлюлозно-бумажная промышленность СССР. М., 1987.
Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. М., 2005.
Прохорчук И.С. Деревообрабатывающая промышленность СССР. М., 1969.

Поступила в редакцию
17.06.2014

[37] См., например: РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Ед. хр. 842. Л. 104.
[38] Там же. Ед. хр. 886. Л. 7.
[39] Там же.

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

«ОСКОТИНЕВШИЙ ОТ ЗЛОБЫ ВРАЖИЙ ЛИК»: ЛЕВОРАДИКАЛЬНАЯ ЭМИГРАНТСКАЯ И СОВЕТСКАЯ ПЕЧАТЬ О РЕЧИ И.А. БУНИНА «МИССИЯ РУССКОЙ ЭМИГРАЦИИ»

Статья посвящена проблеме общественного восприятия речи И.А. Бунина «Миссия русской эмиграции» (1924) по обе стороны советской границы. Предметом исследования являются соответствующие (большей частью малоизвестные) публикации в леворадикальных эмигрантских и советских периодических изданиях. Особое внимание уделяется характерной для этих изданий манере ведения дискуссии с политическими оппонентами. Все цитаты приводятся по первоисточникам.

***Ключевые слова:** И.А. Бунин, речь, «Миссия русской эмиграции», леворадикальная эмигрантская печать, советская печать.*

The article is dedicated to the problem of the public apprehension of I.A. Bunin's speech "The Mission of the Russian Emigration" (1924) in both sides of the Soviet borders. The subjects of our research are the corresponding (mostly little-known) publications in left-radical emigrant and Soviet periodical press. We give particular attention to the typical way of such press to have a discussion with the political opponents. All the quotations are got from the original source.

***Key words:** I.A. Bunin, the speech, "The Mission of the Russian Emigration", the left-radical emigrant press, the Soviet press.*

Введение

Речь «Миссия русской эмиграции» — одно из самых известных, переиздаваемых и в то же время одно из наименее изученных публицистических произведений И.А. Бунина. Литература об этой речи исчерпывается, как правило, весьма краткими упоминаниями в исследовательских работах, посвященных жизни и творчеству Бунина [см.: Андреева, 1998; Бабореко, 2004; Мальцев, 1994; Мочалова, 2001; Свалов, 2009; Скроботова, 2006; Трубицина, 2004], а также более или менее обстоятельными примечаниями к сборникам и собраниям сочинений писателя, в которые «Миссия...» включалась[1]. Едва ли не в наименьшей степени исследователи ин-

[1] См.: *Бунин И.А.* Под серпом и молотом: Сб. рассказов, воспоминаний, стихотворений / Вступ. ст., сост., подгот. текста и примеч. С.П. Крыжицкого. Лондон [Канада], 1975; 2-е изд. 1982; *Он же*. Окаянные дни. Воспоминания. Статьи / Сост., предисл., подгот. текста и примеч. А.К. Бабореко. М., 1990; *Он же*. Окаянные

тересуются тем, как она была воспринята современниками Бунина, жившими по обе стороны советской границы. Цель данной статьи — отчасти восполнить этот пробел. Предметом нашего рассмотрения являются отклики леворадикальных эмигрантских и советских периодических изданий на знаменитую, «программную», как ее часто называют в научной литературе, речь Бунина.

За помощь, оказанную при подготовке этой статьи, автор благодарит сотрудников Отдела литературы русского зарубежья Российской государственной библиотеки, Государственной публичной исторической библиотеки России, а также лично С.Н. Морозова (ИМЛИ РАН) и Р. Дэвиса (РАЛ, Великобритания).

Тропа войны

С речью «Миссия русской эмиграции» будущий нобелевский лауреат выступил 16 февраля 1924 г. на одноименном вечере в парижском Salle de Géographie. Кроме Бунина, в этом вечере участвовали также политик и богослов А.В. Карташёв, писатели И.С. Шмелёв и Д.С. Мережковский, ученый-филолог Н.К. Кульман и студент, будущий публицист и общественный деятель И.Я. Савич. Полтора месяца спустя, 3 апреля, бунинская речь была опубликована в правоцентристской кадетской газете «Руль»[2].

У Бунина и его единомышленников не было намерения высказывать на вечере в Salle de Géographie какие-либо политические суждения — они хотели только выразить свое *религиозное* отношение к современности, к тому, что происходило в России и в мире с февраля 1917 г. Разумеется, они не обошли молчанием и такие — еще «свежие» по тому времени — события, как смерть В.И. Ульянова-Ленина, переименование Петрограда, начало официального признания «Советов» крупнейшими западными государствами, первые выступления представителей «сменовеховства» и других леворадикальных эмигрантских группировок с призывами возвращаться на родину и т.д. Поэтому, как ни старались участники вечера «Миссия русской эмиграции» (которые сами себя полуофициально называли «непримиримыми» — по отношению к советской власти) держаться в своих речах вне политики, их *религиозный* пафос не мог не окраситься в некие *политические* тона, которые ле-

дни: Неизвестный Бунин / Сост., предисл. О. Михайлова. М., 1991; *Он же*. Великий дурман / Сост., вступ. ст. и примеч. О.Б. Василевской. М., 1997; *Он же*. Публицистика 1918—1953 годов / Под общ. ред. О.Н. Михайлова. М., 1998; 2-е изд. 2000; *Он же*. Собр. соч.: В 8 т. / Сост., подгот. текстов А.К. Бабореко. М., 2000. Т. 8; *Он же*. Полн. собр. соч.: В 13 т. М., 2006. Т. 8; *Он же*. Окаянные дни: Дневники, статьи, воспоминания. М., 2011.

[2] См.: *Бунин Ив*. Миссия русской эмиграции (Речь, произнесенная в Париже 16 февраля) // Руль (Берлин). 1924. 3 апр. № 1013. С. 5—6.

выми кругами эмиграции были восприняты как откровенно правые — «реакционные» и «реставраторские».

В «подведомственной» этим кругам периодической печати против Бунина и его единомышленников была развернута массированная идеологическая кампания. Ее зачинщиком и наиболее деятельным участником стала левокадетская газета «Последние новости». Уже 20 февраля издание, возглавляемое П.Н. Милюковым, обрушилось на «непримиримых» с резкой, уничтожающей критикой. Им, в частности, были предъявлены обвинения в «реакционности», «аристократизме», «презрении к русскому народу», а сами их выступления были названы «голосами из гроба»[3].

После этого в эмигрантской прессе завязалась полемика, которая продолжалась вплоть до начала мая 1924 г. В эту полемику оказались втянутыми, по меньшей мере, 13 периодических изданий, которые выражали взгляды самых разных политических сил эмиграции — от ультраправых до ультралевых. Точка зрения левых радикалов в данном случае была отражена в публикациях сменовеховской газеты «Накануне» (Берлин) и просоветского «Русского голоса» (Нью-Йорк). Не осталась в стороне от этих газетно-политических баталий и советская печать: вечеру «Миссия русской эмиграции» и прозвучавшей на нем, а затем и опубликованной в «Руле» одноименной речи Бунина были посвящены материалы в «Известиях» (Москва), «Правде» (Москва), «Красной газете» (Ленинград).

В своих суждениях о высказанных «непримиримыми» идеях названные издания проявили исключительное единодушие. В этом нет ничего удивительного: все эти газеты либо своими словами пересказывали-повторяли то, что о вечере «Миссия русской эмиграции» и одноименной речи Бунина писали «Последние новости» (которые, по существу, и формировали — или, по крайней мере, пытались формировать — общественное мнение русского зарубежья), либо попросту «списывали» друг у друга. Потому-то и тональность их откликов на выступления Бунина и других участников вечера «Миссия русской эмиграции» предсказуемо однотипна. Эти отклики дышат острой ненавистью, их авторы не гнушаются откровенной клеветы и площадной брани в адрес «непримиримых». Впрочем, подобная манера вести дискуссию с политическими оппонентами вообще была характерна для определенной части эмигрантской (причем не только ультралевой, но и ультраправой) печати, не говоря уже о печати советской. В плане этики у политических радикалов всех мастей, от черносотенцев до коммунистов, была налицо атрофия чувства меры и полемического такта.

---

[3] См.: <*Б.п.*> Голоса из гроба // Последние новости (Париж). 1924. 20 февр. № 1174. С. 1.

«Анафема России»

Газета «Накануне» высказала свое мнение о вечере «Миссия русской эмиграции» 2 марта 1924 г. В сущности, она лишь на свой лад пересказала милюковскую передовицу «Голоса из гроба». Даже сам этот заголовок был позаимствован сменовеховской газетой — для собственной передовой.

В своей версии «Голосов из гроба» газета не пощадила ничьих репутаций, ниспровергла все возможные авторитеты. Весьма показательно уже начало статьи: «Величественная картина: П.Н. Милюков, в тоге из “Последних новостей”, решительно заколачивает вход в склеп русской эмиграции. Из склепа несутся вопли мертвых душ Бунина, Мережковского, Шмелёва и некоторых других подручных». Далее «Накануне» с исключительным упорством доказывала принадлежность «трех с половиной корифеев (за половину идут Савич, Кульман и др.)» к «мракобесам» и «вурдалакам» русской эмиграции.

«С необычайной высоты своего великолепия и чистоты, — писала газета, — они обрушили на современную Россию целое море помоев, сплетен, грубых выдумок. О существе мессианства они ничего не сказали, но выступали все с поражающим единством мыслей. Аристократизм и ненависть, вот два тезиса, преподнесенные ими эмиграции, как альфа и омега утверждения истины». В Бунине, по утверждению издания, «старый барин, помещик, крепостник возобладал над всем, что в нем предполагали раньше. Из последних в последние слова поносил он русский народ, в позиции, метко отмечаемой “Посл<едними> нов<остями>”: “я выше, я генеральская дочь, а там — только титулярные советники”, смерды, холопы презренного бесстыдного века».

«Революция, — говорилось далее, — рассеяла жизненный поток — один пошел по великому пути обновления, другой, ручеек, разлился в болото эмиграции. Но Бунин и другие не вода, не глина, а камни на пути потока революции. Они и впрямь сильнее многих других силой сопротивления. И поэтому их реакция — реакционность — должна была прорваться, сказаться особенно резко».

Статья заканчивалась словами: «Предоставим мертвым хоронить своих мертвецов, не будем тревожить их праха напоминанием, что гордая “генеральская дочь”, как известно, плохо кончила — продалась в розницу. Неумолимы законы жизни; чем ярче, чем полнее цветение новой жизни в России, чем ярче ее новый полнокровный быт, чем смелее стучат молотки труда, строящего новую жизнь, тем жальче, безнадежнее в потемках эмигрантского склепа раздаются стуки костлявых рук в крышки гробов»[4].

[4] <*Б.п.*> Голоса из гроба // Накануне. 1924. 2 марта. № 52. С. 1.

Еще дальше в шельмовании участников вечера «Миссия русской эмиграции» пошла «самая распространенная в Соединенных Штатах и Канаде ежедневная кооперативная газета» «Русский голос», не скрывавшая своей просоветской ориентации[5]. Ее отклик на выступления «непримиримых» (о которых редакция могла судить только по публикациям в эмигрантских изданиях, присылаемых из Европы) был уже не чем иным, как злобным пасквилем.

Например, о Бунине — одном из трех, по выражению «Русского голоса», «бывших писателей» — было сказано, что он будто бы «взял на себя поручение “облаять” народ. По его словам, весь русский народ — “сволочь” и все “несчастья России” произошли оттого, что она была населена русскими». Далее утверждалось: «Все три писателя [Бунин, Мережковский и Шмелёв] не скрыли (в этом, пожалуй, значение их “откровения”), что быть против советского правительства — значит, быть против России и всего русского народа. Но, по словам Бунина, для него “Бог” важнее, чем “Россия”. А посему, раз вся “Россия захвачена антихристом“, он, русский писатель Бунин, призывает всех, всех истреблять “антихриста” (т.е. истреблять русский народ). Приятно, что три писателя договорились».

Вывод «Русского голоса» был таков: «Мережковский, Бунин и Шмелёв открыто призывают к уничтожению русского народа. Они высказали то, что лежит на сердце у каждого врага революции»[6].

Спустя две недели «Русский голос» напомнил своим читателям «о “докладе”, прочитанном в Париже писателями Мережковским, Буниным, Шмелёвым». И опять газета клеветала на этих «трех писателей», которые якобы «подвергли анафеме Россию, русскую молодежь»[7].

«Эпигон крепостничества»

С середины марта 1924 г. полемика вокруг выступлений участников первого вечера «Миссии русской эмиграции» выплеснулась за пределы эмигрантской среды: теперь в нее оказалась вовлеченной еще и советская печать.

Бунин в постскриптуме к тексту своей речи, опубликованному в «Руле», упоминает о московской «Правде», в которой 16 марта

---

[5] Редактор «Русского голоса» А. Ветлугин (наст. имя и фам. Владимир Ильич Рындзюн; 1897—1953) писал 2 января 1925 года А.В. Луначарскому: «В продолжении двух лет я состою редактором нью-йоркской газеты “Русский голос”, стоящей на советской платформе. О характере “Русского голоса” Вы можете судить по тому факту, что весной прошлого года нами было собрано и переслано Н.К. Лениной (т.е. Крупской. — *А.Б.*) 2000 долларов в фонд Живого Памятника Ленину...» [цит. по: Николаев Д.Д., 2008, с. 306].

[6] <*Б.п.*> Договорились // Русский голос. 1924. 9 марта. № 2968. С. 2.

[7] <*Б.п.*> Как они работают // Там же. 25 марта. № 2984. С. 2.

1924 г. «появилась статья, почти слово в слово совпадающая со всем тем, что писалось о нас в “Последних новостях”»[8]. В Парижском архиве писателя сохранилась вырезка с этой статьей, которая озаглавлена «Маскарад мертвецов» и подписана инициалами Н.С. Однако место ее опубликования Бунин и на вырезке, и в постскриптуме указал неверно. Эту ошибку вслед за писателем не раз повторяли и его современники, и исследователи его жизни и творчества [см.: Мальцев, 1994, с. 268; Бабореко, 2004, с. 275; Трубицина, 2004, с. 101; Марченко, 2011, с. 63][9]. В действительности статья «Маскарад мертвецов» была напечатана в «Известиях», а инициалы Н.С. принадлежали журналисту, писателю, критику, впоследствии также фольклористу и коллекционеру Н.П. Смирнову.

Бунин был прав: при написании своего полуграмотного опуса («*Просматривая* печать белой эмиграции, *кажется*, что попадаешь на маскарад... мертвых»[10]) Смирнов, несомненно, пользовался милюковскими «Голосами из гроба». Не исключено, что в его поле зрения были и другие «Голоса...» — в «Накануне». На это указывает удивительное концептуальное, а местами и словесное сходство всех трех текстов. Однако цитаты московский критик брал только из «Последних новостей».

Очевидно, что в своей статье Смирнов пытался быть столь же остроумно-злоязычным, как его «коллеги»-эмигранты: «Маскарад мертвецов» написан бойко, «ловко», с претензией на литературность[11]. Тем не менее явные пробелы в образовании не могли не сказаться на стиле молодого журналиста. Однако помимо стилистических ошибок в его статье имеется и ряд фактических неточностей.

Так, называя Бунина «старым белогвардейцем», Смирнов утверждал, что писатель «редактировал в Крыму газету деникинского “Освага”, приветствуя воинственных галлов позорнейшими виршами». Под «газетой деникинского “Освага”» автор «Маскарада мертвецов» имел в виду, несомненно, «Южное слово», но это издание выходило не в Крыму, а в Одессе. К тому же «позорнейшими

---

[8] *Бунин Ив.* Миссия русской эмиграции... С. 6.

[9] См. также: *Даватц В.* Миссия эмиграции: I. Лампады св. Сергия // Новое время (Белград). 1924. 10 апр. № 887. С. 2; *Крыжицкий С.П.* Примечания // Бунин И.А. Под серпом и молотом. С. 229; *Морозов С.Н., Николаев Д.Д., Трубилова Е.М.* Комментарии // Бунин И.А. Публицистика 1918—1953 годов. С. 541.

[10] *Н.С. <Смирнов Н.П.>* Маскарад мертвецов // Известия. 1924. 16 марта. № 63. С. 2. Курсив наш. Показательно, что, цитируя эту же фразу в своем постскриптуме, Бунин не удержался от едкого замечания: «...какой прекрасный русский язык!» (*Бунин Ив.* Миссия русской эмиграции... С. 6).

[11] В 1920-х гг. эта претензия давала о себе знать постоянно, едва ли не во всех публикациях Смирнова. На одну из них — предисловие к сборнику рассказов С.П. Подъячева «Разлад» (М., 1925) — в свое время обратил внимание Г.В. Адамович (см.: *Адамович Г.* Литературные беседы // Звено (Париж). 1925. 31 авг. № 135. С. 2).

виршами», т.е. стихотворением «22 декабря 1918 г.» («И боль, и стыд, и радость. Он идет...») Бунин приветствовал «воинственных галлов» почти за год до того, как начал редактировать «Южное слово»[12].

Неверными были также представления Смирнова о характере отношений Бунина, Мережковского и Шмелёва с газетой «седенького профессора, гримирующегося под бравого артиллериста с дарданелльского форта», т.е. Милюкова. По словам журналиста, в «Последних новостях» они якобы печатались уже тогда, в первой половине 1920-х гг., однако это противоречит исторической правде. Обычно под словом «печататься» подразумевается полноценное (пусть даже и не регулярное) сотрудничество с тем или иным периодическим изданием, а эти писатели только время от времени публиковали в газете «седенького профессора» отдельные и притом, как правило, незначительные тексты (вроде «писем в редакцию»), что, разумеется, вовсе не делало их ее сотрудниками[13].

Вольно или невольно (т.е. по незнанию) Смирнов в своей статье фальсифицировал и знаменитую «дружескую пародию» Куприна на Бунина «Пироги с груздями (Из кислых рассказов)»[14].

А заявляя, что в сравнении с выступлениями участников вечера «Миссия русской эмиграции» «даже “Вехи” кажутся безвинной елочной хлопушкой», автор «Маскарада мертвецов» неверно указал дату первого издания этого сборника: 1907 г., тогда как на самом деле сборник вышел в 1909 г.

И уж совсем нелепая ошибка: говоря о том, что Бунин «мечтает, как и Мережковский, о железном шлеме крестоносца», Смирнов напоминал, что писатель «во время своих скитаний по востоку» носил «пробочный (!) шлем», имея в виду, конечно, шлем *пробковый*.

Подобно анонимному автору из «Накануне», московский журналист признавал за Буниным только его дореволюционные заслуги и достижения. «Бунин, тот самый Иван Бунин, новый рассказ которого был когда-то для читающей России подарком, Ив. Бунин, печатавшийся до “Освага” в горьковской “Летописи”», теперь, по словам Смирнова, «позировал под библейского Иоканаана», выступал в его «черном плаще» (?). «Он “религиозен”, — саркастически замечал журналист. — Он — правовернейший христианин,

---

[12] Это стихотворение, написанное ко дню официального вступления в Одессу союзнических войск, было опубликовано 9 (22) декабря 1918 г. на первой полосе «Одесского листка» (№ 279).

[13] К тому же из этой «троицы» только Бунин — да и то лишь с конца 1927 г. — был полноценным сотрудником «Последних новостей». Его взаимоотношения с редакцией и лично с Милюковым были непростыми и неровными, а само участие в газете — далеко не регулярным. Тем не менее за 10 с лишним лет писатель напечатал в ней целый ряд произведений: стихи, прозу, воспоминания.

[14] Аутентичный текст «Пирогов с груздями» А.И. Куприна см.: Жупел (СПб.). 1906. № 3. С. 7.

хотя и писал когда-то в своей автобиографии: “никакой ортодоксальной веры не держусь”». С таким же сарказмом автор статьи приводил слова писателя о том, что он «от роду не был» помещиком (что было чистой правдой), «опровергая» это утверждение, по примеру «Последних новостей», цитатами из бунинских «Семи стихотворений»[15] и рассказа «Несрочная весна»[16]. «Теперь, — писал Смирнов, — православнейший писатель выступает как представитель и защитник своего, разбитого революцией класса. Это особенно ярко сказывается в его позднейших произведениях. <...> Здесь уже не только помещик, но помещик-мракобес, дворянин-крепостник.

— Эпигон крепостничества»[17].

Ключевые тезисы «Маскарада мертвецов» Смирнов воспроизвел в другой своей статье — «Солнце мертвых», напечатанной в том же 1924 г. в литературно-художественном и общественно-политическом журнале «Красная новь»[18].

«Человечья жуть»

На страницах советской прессы имя Бунина появлялось не так часто, как имена политических и военных лидеров эмиграции: П.Н. Милюкова, А.Ф. Керенского, А.В. Карташева, П.Н. Врангеля, великого князя Николая Николаевича, Н.Е. Маркова II. В этом нет ничего удивительного: как «политик» для советской власти Бунин был не опасен и не слишком интересен. О его политической ориентации (мнимом «тяготении» к монархизму) писали большей частью вскользь, как о досадном заблуждении прекрасного прежде, до революции, писателя. Но так продолжалось лишь до выступления Бунина на вечере «Миссия русской эмиграции». Печатный же текст его одноименной речи и вовсе заставил советских публицистов внимательнее присмотреться к писателю-«белоэмигранту». Один из них — М.Е. Кольцов — 24 апреля 1924 г. изложил итоги своих наблюдений в «Правде».

Свой антибунинский памфлет Кольцов начинал издалека, с обличений «добродетельных слюнтяев», которые любят «обвинять

---

[15] См.: *Бунин Ив.* Семь стихотворений: I. Сон епископа Игнатия Ростовского («Сон лютый снился мне: в полночь, в соборном храме...»); II. «Хозяин умер, дом забит...»; III. «Едем бором, черными лесами...»; IV. «Наполовину вырубленный лес...»; V. «Душа навеки лишена...»; VI. «Зарос крапивой и бурьяном...»; VII. «Все снится мне заросшая травой...» // Русская мысль (Прага). 1923. Кн. VI—VIII. С. 3—7.

[16] См.: *Бунин Ив.* Несрочная весна // Современные записки (Париж). 1924. Кн. XVIII. С. 5—18.

[17] *Н.С.* Маскарад мертвецов. С. 2. Мечты о восстановлении крепостного права Бунину приписывали и до революции.

[18] См.: *Смирнов Н.* Солнце мертвых: Заметки об эмигрантской литературе // Красная новь (Москва). 1924. Кн. 3. С. 253—254.

большевизм в раздувании “кровожадных страстей” народа, в разжигании ненависти трудовых низов к капиталистам и помещикам», и с осанны народу, сорвавшему «узду и путы на руках» и давшему «волю своим истинным чувствам к классу угнетателей».

По мнению Кольцова, в том, что «карающей рукой пролетария и мужика водило не холодное классовое побуждение, но стихия созревшего во тьме и пробужденного инстинкта», русская интеллигенция (включая «некоторых маститых литераторов») должна была, по крайней мере отчасти, винить и себя. Говоря при этом о Бунине, публицист прибег к испытанному пропагандистскому средству, третируя писателя его помещичьим происхождением. «Темен народ русский, — писал Кольцов. — Откуда ему быть просвещенному? В усадьбе дворянина Бунина университета для крестьян не водилось. Сам Бунин, ученый, культурный и изысканный человек, отстоявшись с молодости строгим стильным нарциссом, подарил нескольким тысячам российской интеллигенции десяток отличных по красоте стиля, по аристократическому изяществу книг. Шутка сказать — почетный академик по разряду изящной словесности. Но у крестьян бунинских, если собрать их воедино, не нашлось бы, у всех вместе, понятия, чтобы разобрать хоть одну главу из бунинской изящной словесности».

Подобно «известинцу» Смирнову, «правдинец» Кольцов использовал и другой стилистический шаблон советской публицистики: сталкивать — по принципу контраста — в одной характеристике похвалу дореволюционной деятельности имярек с хулой его пореволюционных поступков и высказываний. У Кольцова Бунин — одновременно «жемчужина российской литературы» и «один из духовных вождей *бывшей* русской интеллигенции» (курсив наш). Бунинская речь, опубликованная в «Руле», будто бы не столько разгневала советского публициста, сколько внушила ему чувство жалости к озлобленному из-за своего бессилия противнику. «Можно как угодно торжествовать над поверженным врагом, — рассуждал Кольцов. — Но есть минуты, когда, взглянув на искаженный отчаянием, не человечий, оскотиневший от злобы вражий лик, захочешь отвернуться. Когда, видя его в последнем градусе безумия ползающим на четвереньках и кажущим осклизлый бешеный язык, потупишь в брезгливом испуге глаза. Сплюнешь, уйдешь, чтобы не видеть обнаженной человечьей жути».

С тем же высокомерием «победителя» Кольцов разбирал и текст бунинской «Миссии русской эмиграции».

«Вы не знаете этой миссии? — с нарочитой едкостью вопрошал он. — Не чувствуют ее и полтора миллиона неудачливых белогвар-

дейцев и буржуа, выброшенных революцией за борт страны. Но Бунин, русский писатель, в изгнании став общественником, зовет эмиграцию блюсти свою миссию... Уполномоченный божеским образом безработных губернаторов и исправников, божеским подобием помещиков и спекулянтов, Бунин проклинает безбожное "попустительство" всего мира, который уже давно должен был бы крестовым походом идти на Москву. Идти на Москву надо, обязательно, безысходно необходимо, ибо описать творящееся там не в силах заплетающийся в ярости бунинский язык, проклясть его задыхающийся голос...»[19]

Кольцов не обошел вниманием и то место в бунинской речи, где, со ссылкой на записки «одного из недавних русских беженцев», рассказывалось о некоей «худой собачонке», хозяина которой, «какого-то нищего старика», убили красноармейцы. «Ах, говорится в записках, как ужасно металась и выла эта собачонка вокруг трупа и какую лютую ненависть приобрела она после этого ко всем красноармейцам: лишь только завидит вдали красноармейскую шинель, тотчас же вихрем несется, захлебываясь от яростного лая! Я прочел это с ужасом и восторгом, и вот молю Бога, чтобы Он до моего последнего издыхания продлил во мне подобную же собачью святую ненависть к русскому Каину. А моя любовь к русскому Авелю не нуждается даже в молитвах о поддержании ее...»[20]

Эти строки Кольцов прокомментировал так: «Бунин бессилен. Он не дает в своей речи никакого рецепта действия русского эмигранта. Но как клокочет его ненависть, как переливается она через края человечьего образа, "божьего подобия", заставляя это подобие открыто становиться на одну доску с животным! Голоса не хватает, нужен уже собачий лай. <...> Мужик из бунинской усадьбы и из великого множества других усадеб необъятной равнины, восставший вместе с рабочими из городов против веков рабства у Бунина и Буниных, стомиллионный истинный хозяин страны — вот кого клянет Каином свергнутый хозяин. И хулитель знает это. Но не смущен. <...> Старый барин покинут. Ненависть душит его. Такой душной апоплексической ненависти, сгибающей человека, бросающей на четвереньки, сменяющей голос на лай, — такой злобы не найти у самого темного лесного из бунинских крестьян».

В заключение Кольцов, уже окончательно переступая черту полемического такта, желал Бунину «приобщиться святых тайн» для «облегчения от астматической злобы».

---

[19] *Кольцов М.* Голос Бунина // Правда. 1924. 24 апр. № 94. С. 1.

[20] *Бунин Ив.* Миссия русской эмиграции... С. 5.

«Низины, пугающие ямы человеческой психики. Из них несет смрадом догорания, шевеля брезгливую тоску и жалость»[21], — подводил итог своим социолого-психологическим «наблюдениям» Кольцов.

«Репутация скромного существа»

Над бунинской «мольбой» о «собачьей святой ненависти к русскому Каину» глумился не только Кольцов. Например, М. Горький еще в марте 1924 г. писал М.Ф. Андреевой из Мариенбада: «...А в Париже И.А. Бунин проповедует “собачью ненависть” к большевикам. Так и говорит: собачью. Совершенно обезумели со зла эти ребята»[22]. Но если Кольцов и Горький высказывались насчет этой «мольбы» как бы между прочим, то их единомышленники из «Накануне» и «Красной газеты» целиком посвятили свои материалы сюжету о возненавидевшей красноармейцев собачонке. Поводом для этого послужило «Письмо в редакцию» газеты «Руль», которое было опубликовано 12 апреля 1924 г. за подписью некоего «пережившего послереволюционные режимы всяких цветов, российского гражданина N.N.»[23].

Как объяснял N.N., в редакцию газеты, напечатавшей за девять дней до того «пламенную речь» Бунина, он обратился «для восстановления репутации скромного существа», за которое он счел «долгом заступиться». Суть этого «заступничества» состояла в следующем.

Автор «Письма...» высказывал предположение, что Бунин, говоря о собаке убитого красноармейцами старика-нищего, имел в виду происшествие, «описанное просто, трогательно и ярко» в мемуарах русского литературоведа, поэта, переводчика В.М. Фишера. Эти мемуары были опубликованы в 1923 г. в журнале «На чужой стороне»[24]. Правда, у Фишера старик был вовсе не нищим, а ростовщиком в одном украинском местечке, носил фамилию Янковский. Убили его не красноармейцы, а петлюровцы — как деникинского «шпиона», каковым он на самом деле не являлся, — на глазах у его собаки (как писал Фишер, «такой же старой, как он

---

[21] *Кольцов М.* Голос Бунина. С. 1.

[22] *Горький М.* Полн. собр. соч. Письма: В 24 т. М., 2009. Т. 14. С. 310. Спустя два года «великий пролетарский писатель» развил свою мысль: «Моралистам Бунин дал хороший повод говорить о слепоте ненависти. Остроумные люди, вероятно, очень посмеются над мольбою культурного человека и прекрасного писателя, который дожил до того, что вот, — предпочитает собачье бешенство человеческим чувствам» (*Горький М.* Из дневника // Красная газета. Вечерний выпуск. 1926. 30 июля. № 176. С. 2; То же // Огонек (Москва). 1926. № 31. С. 6).

[23] *N.N.* Письмо в редакцию // Руль. 1924. 12 апр. № 1021. С. 4.

[24] См.: *Фишер В.М.* Записки из местечка // На чужой стороне (Прага). 1923. Кн. III. С. 35—64.

сам») по кличке Шек. Собака после этого убийства пришла жить к Фишеру. «Шек усердно стерег дом, — цитировал N.N. мемуариста, — усердно лаял, но в его собачьей душе был надрыв. Во время пальбы он дрожал и выл жалобно и тихо. Он не мог забыть выстрела, уложившего его господина. Солдат он ненавидел, *к какой бы армии они ни принадлежали*, и я разделял с ним это чувство»[25]. Автор «Письма в редакцию» подчеркивал: «В мемуарах В.М. Фишера описаны зверства и безобразия и белых казаков, и блакитно-желтых петлюровцев, и красных большевиков».

Таким образом, выходило, что в своей интерпретации происшествия с собакой Бунин значительно исказил факты ради своих — в сущности, чисто пропагандистских — целей, превратив обычную собаку, напуганную зрелищем убийства собственного хозяина, в яркий символ непримиримости к большевизму. Этим, по мнению N.N., писатель будто бы запятнал «репутацию честного Шека». Но, каким бы убедительным ни выглядело подобное «обвинение», ни подтвердить, ни опровергнуть гипотезу автора «Письма в редакцию» не представляется возможным: мы не знаем точно, был ли Бунин знаком с мемуарами Фишера и пользовался ли он ими во время работы над «Миссией русской эмиграции».

Так или иначе, загадочный N.N. своим «Письмом в редакцию» вольно или невольно дал бунинским недоброхотам материал для «разоблачительных» публикаций, направленных против «зарвавшегося клеветника».

«Эмигрантский Иеремия»

«Накануне» 18 апреля поместила «маленький фельетон» под заглавием «Разоблаченный пророк». Автор, скрывшийся за псевдонимом К. Треплев, опираясь на сведения, изложенные в «Письме...» N.N., обвинил Бунина в дезинформации. Однако при этом сам фельетонист не брезговал подтасовками и искажением фактов. В частности, он ставил знак равенства между петлюровцами и «белыми ратниками», что исторически было неверно, а цитируя пресловутое «Письмо в редакцию» «остроумного российского гражданина», выпустил из его заключительной фразы упоминание о «красных большевиках» (точно так же с этим текстом поступил его коллега из «Красной газеты» А. Меньшой).

В своем «маленьком фельетоне» К. Треплев на все лады обыгрывал бунинскую мольбу о «собачьей святой ненависти к русскому Каину». «Право же, — ерничал двойник чеховского персонажа, — это не случайно, что Бунин сопоставил себя с собакой и заговорил

[25] *N.N.* Письмо в редакцию. С. 4; *Фишер В.М.* Записки из местечка. С. 60. Курсив N.N.

о святой собачьей ненависти — к революции, к русскому народу, к новой России. Ненависть свою он разбавил поповским елеем и мистикой, взятой напрокат у Карташева. <...> С одной стороны — крест, с другой — нагайка. И посредине — в виде господа бога — Кутеп-паша[26]. Галлиполийский палач. И грозный оклик:

— Будем сечь».

Умышленно извращая смысл бунинской «мольбы», К. Треплев интерпретировал ее как абсурдное «пожелание» писателя («в пылу библейского гнева») «превратиться в собаку. Не в собаку даже, а — в "худую собачонку"...»

«Так трогательно рассказывает и так возвышенно мечтает Бунин, — язвил автор «Разоблаченного пророка». — "Святая собачья ненависть..." В этом слышится железный голос пророка Иеремии. В этом есть пророческий пафос. Но... На всякого мудреца довольно простоты. Собачонку Бунина, с которой он хотел брать пример, разоблачили, и с лица эмигрантского Иеремии сошли румяна пророческого гнева».

Указав на три «нестыковки» в бунинской версии происшествия с собакой («Во-первых, старик был убит не красноармейцами, а петлюровцами. По терминологии Бунина, "белыми ратниками". Во-вторых, собака ненавидела солдат всех армий, и главным образом тех армий, которые, к великому неудовольствию Бунина, "не приняла Россия". В-третьих, в записках, на которые ссылается Бунин, описываются грабежи "белых ратников": казаков и украинских партизан»), автор «маленького фельетона» резюмировал: «От великого до смешного — один шаг: и пророческая трагедия превращается в старый, затасканный анекдот...»

Заканчивалась статья на той же глумливой ноте: «Право, можно порадоваться за Бунина: его молитва не была услышана Богом, и чудо не совершилось. Веселенькая была бы картина, если бы Бунин вдруг превратился, да еще до последнего своего "издыхания", в собачонку Шек: пришлось бы ему яростно лаять на присутствовавших в зале великих князей, митрополита Евлогия, славных генералов и на товарищей своих: на Мережковского, на Карташе-

[26] Имеется в виду генерал А.П. Кутепов. В эмиграции стала притчею во языцех исключительная суровость дисциплины, которую он установил в русском военном лагере в Галлиполи. Об этом, например, писал Г.Н. Раковский в своей книге «Конец белых: От Днепра до Босфора (Вырождение, агония и ликвидация)» (Прага, 1921). Однако в то же время сами галлиполийцы строгость порядков, введенных Кутеповым, оправдывали необходимостью сохранять в эвакуированных из Крыма частях боевой дух и воинскую выправку. См. об этом: <*Б.п.*> Генерал Александр Павлович Кутепов // Русские в Галлиполи: Сб. статей, посвященный пребыванию 1-го армейского корпуса Русской армии в Галлиполи. Берлин, 1923. С. 54—60; *Ряснянский С.* Галлиполи: Из Владимирского календаря на 1971 г. Б.м., б.г. С. 4—5; и др.

ва... Оказывается, что нельзя положиться не только на человека, но даже и на собаку: подведет. И если Бунину так уж хочется полаять по-собачьи, отошлем его к блоковской собаке: "...а рядом жмется шерстью жесткой, поджавши хвост, паршивый пес". Этот не подведет»[27].

«Передержка. Подтасовка. Наглая ложь»

В том же духе была написана статья некоего А. Меньшого «Оклеветанная собака», опубликованная 3 мая в вечернем выпуске «Красной газеты».

Вслед за К. Треплевым А. Меньшой тоже потешался над тем, что «обнаружилось духовное родство между Шеком и великим русским писателем Иваном Алексеевичем Буниным». И, подобно Кольцову, он эксплуатировал пропагандистский шаблон советской печати и зашел в этом гораздо дальше Кольцова, демонстрируя — то ли по простодушию, то ли из каких-то особых соображений — полное невежество в вопросе о политическом «ландшафте» эмиграции. Так, и беспартийный Бунин, и даже кадетская (т.е. демократическая) газета «Руль» были записаны А. Меньшим «в монархисты».

Трудно сказать, в каком издании А. Меньшой почерпнул сведения для своей статьи. Не исключено, что автор «Оклеветанной собаки» обращался к первоисточнику — «Письму в редакцию» N.N. Однако более вероятным представляется, что он воспользовался «маленьким фельетоном» К. Треплева, — на это указывает определенное стилистическое сходство текстов. Вместе с тем А. Меньшой, безусловно, привнес и нечто от себя. Центральной темой его статьи стала бунинская «клевета» на собаку по кличке Шек.

По словам А. Меньшого, Бунин, «великий писатель», «оклеветал эту ни в чем не повинную, честно исполнившую свой долг собаку. Оклеветал в печати. Оклеветал подлейшим образом. Оклеветал под видом похвалы, — это самый худший вид клеветы...»

«Иван Бунин, — писал далее А. Меньшой, — крайний монархист... разоренный революцией мелкопоместный дворянчик, озлобленный и желчный, — он принципиально не подает руки евреям и лицам податных сословий, — Иван Бунин, более чем наполовину выживший уже из ума, — Иван Бунин вдруг почувствовал влечение, род недуга к еврейской собачке, у которой в душе надрыв, — заметьте: чисто еврейский надрыв... Иван Бунин произнес в Париже на монархическом собрании пламенную монархическую речь — и закончил ее... цитатой из мемуаров В.М. Фишера. Только он позволил <себе> эту цитату несколько "исправить": вместо петлюровцев он поставил красноармейцев, — т.е. погром устроили крас-

[27] *Треплев К.* Разоблаченный пророк // Накануне. 1924. 18 апр. № 89. С. 4.

ноармейцы, старика-еврея Янковского убили красноармейцы, собака Шек лаяла только на красноармейцев. Передержка. Подтасовка. Наглая ложь».

Трафаретно, по К. Треплеву и Кольцову, автор статьи истолковывал и бунинскую мольбу о продлении «собачьей святой ненависти к русскому Каину»: «...Иван Бунин тоже хочет вихрем носиться, захлебываясь от яростного лая... Но пока что он облаял собаку. Как будто у еврейской собаки могут быть дворянские, верноподданнические, православные чувства... Такая явная клевета, такая диффамация, что даже “Руль” (газета правокадетская и тоже монархическая) не удержался и обратил внимание великого писателя на недопустимость такого вольного обращения с собачьей честью...»

«Так живет и работает белая эмиграция; такие вот у нее интересы; такие вот занимают ее вопросы; так вот выродились некогда талантливые люди...»[28] — резонерствовал в конце своей статьи А. Меньшой.

Заключение

Резко негативная реакция леворадикальной эмигрантской и советской печати на речь Бунина «Миссия русской эмиграции» была предсказуема и закономерна. Главной причиной этого было, несомненно, само содержание бунинской речи, в том числе выраженная в ней непримиримость к советскому режиму и его политико-культурным инициативам, а также негодование в адрес западных держав, не только не желавших вмешиваться во внутренние дела охваченной революцией России, но и с 1924 г. начавших признавать с точки зрения международного права ее новую власть.

Полемические приемы, к которым прибегали леворадикальные эмигрантские и советские публицисты, не отличались большим разнообразием и изобретательностью. Все авторы пользовались примерно одним и тем же набором публицистических шаблонов, имея целью дискредитировать Бунина и его позицию в глазах своих читателей. В эффективности подобной стратегии и тактики сомневаться не приходится. Однако эффективность эта, безусловно, носила в большей или меньшей степени «локальный» характер. Если «Известия», «Правда», «Красная газета» могли воздействовать на общественное сознание целой огромной страны, то влияние «Накануне» и «Русского голоса» было куда более скромным: «целевая» аудитория этих газет была несопоставима по своим размерам с аудиторией советских официозов. При этом в глазах *большей части*

28 *Меньшой А.* Оклеветанная собака // Красная газета. Вечерний выпуск. 1924. 3 мая. № 98. С. 2.

русской эмиграции значение и тех и других изданий было одинаково ничтожным, соответственно и их мнение — в частности, о Бунине и его речи — не могло иметь особого веса. Кстати, похоже, что и сам Бунин либо проигнорировал направленные против него выступления леворадикальной эмигрантской и советской печати (разумеется, за вычетом статьи «Маскарад мертвецов»), либо вовсе о них не знал. По крайней мере, в Парижском архиве писателя эти публикации не обнаружены.

Тем не менее само по себе их появление представляет определенный интерес не только как «косвенный» факт биографии писателя, но и как яркий эпизод в истории отечественной печати 1920-х гг.

Список литературы

Андреева С.Л. Библейские реминисценции как фактор текстообразования (На материале произведений И.А. Бунина «Тень птицы», «Окаянные дни», «Миссия русской эмиграции»): Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1998.

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

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

Марченко Т.В. «...Мало бунинской атмосферы, нужна и блоковская»: Поэма А.А. Блока «Двенадцать» в художественном сознании И.А. Бунина // Ежегодник Дома русского зарубежья им. А. Солженицына. 2011. М., 2011.

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

Николаев Д.Д. Ветлугин // Литература русского зарубежья. 1920—1940 / Под общ. ред. О.Н. Михайлова. М., 2008. Вып. 4.

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

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

Трубицина Н.А. Библейские мотивы в речи И.А. Бунина «Миссия русской эмиграции» // Творческое наследие Ивана Бунина на рубеже тысячелетий: Материалы Международной научной конференции, посвященной 70-летию вручения Нобелевской премии и 50-летию со дня смерти писателя. Елец, 2004.

Поступила в редакцию
08.06.2014

Д.А. Гутнов, доктор исторических наук, профессор кафедры истории и правового регулирования СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: gutnov@yandex.ru

ИЗ ИСТОРИИ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ: ИНСТИТУТ КРАСНЫХ ЖУРНАЛИСТОВ И ЕГО БЛИЖАЙШИЕ ПРЕЕМНИКИ (1919—1938)

Статья содержит основные факты истории первого в России высшего профильного учебного заведения по журналистике — Института Красных журналистов, который более чем за двадцатилетие своего существования сменил не одно название и заложил основы всего последующего советского и российского журналистского образования.

Ключевые слова: *Институт Красных журналистов, журналистское образование, учебное заведение, журналисты.*

The article contains the basic facts of the history of first Russian high educational institution for journalism — Institute of Red Journalists. During more than twenty years of its existence this institution has changed several names, but laid the foundations for all subsequent journalism education in Soviet Union and modern Russia.

Key words: *Institute of Red Journalists, journalism education, educational institution, journalists.*

Введение

Первое в России специализированное высшее учебное заведение журналистского профиля было создано на базе московских курсов Российского телеграфного агентства в 1919 г. и получило наименование Институт Красных журналистов (ИКЖ). В 1921 г. при вхождении в систему Главпрофобра этот институт был переименован в Московский институт журналистики (МИЖ). В ноябре 1923 г. Московский институт журналистики был реорганизован в Государственный институт журналистики (ГИЖ) — высшее учебное заведение, находящееся в ведении Наркомпроса РСФСР. В 1924 г. ГИЖ был включен в общую сеть коммунистических вузов[1]. В 1930 г. он был преобразован в Коммунистический институт журналистики (КИЖ) им. «Правды». Решением ЦК ВКП(б) от 11 ноября 1930 г. на него была возложена обязанность готовить редакторов республиканских, краевых и областных газет, крупных районных и городских газет. Постановлением ЦК ВКП(б) от 1 июня 1931 г. КИЖ был преобразован в коммунистический вуз союзного значения —

[1] Комвуз — система партийного образования в СССР в 30-е гг. XX в.

Всесоюзный коммунистический институт журналистики имени «Правды» при ЦИК СССР (ВКИЖ).

Несмотря на то что архив этого высшего учебного заведения после его закрытия в 1938 г. был сдан на государственное архивное хранение и сохранился в ГАРФе[2], обращение к нему исследователей было нечастым. Тем не менее сложилась определенная историографическая традиция изучения данного учебного заведения. Среди работ, где истории данной институции уделено довольно много места, можно назвать кандидатскую диссертацию А.Н. Тепляшиной [Тепляшина, 1989]. В несравненно более узком ракурсе, однако же довольно хронологически точно об основных вехах истории ИКЖа и вышедших из его шинели учебных учреждениях написано в коллективной монографии «Медиаобразование в России. Краткая история развития» [Фёдоров, Челышев, 2002]. Правда, в силу более общего характера монографии указанным сюжетам посвящено лишь несколько параграфов первой главы.

Из современных исследователей, которые серьезно работали с документами этого архива, можно назвать И.А. Фатееву, защитившую в 2008 г. очень содержательную диссертацию на соискание ученой степени доктора наук [Фатеева, 2008]. Довольно подробный очерк об истории изучаемого нами учебного заведения принадлежит перу того же автора в приложении к монографии, опубликованной незадолго до защиты и, по всей вероятности, ставшей основой будущей диссертации [Фатеева, 2007]. Этот очерк ценен и тем, что там впервые был опубликован первый учебный план ГИЖа [там же, с. 162—165]. Остается сожалеть, что автор не рассматривала истории данного учебного заведения специально, а лишь в связи с заявленной ею темой.

В той или иной мере истории этого высшего учебного заведения касались в своих трудах и иные авторы [Таловов, 1990; Овсепян, 1996; Бережной, 1996 и пр.], однако именно и только как учебную институцию его не исследовал, пожалуй, больше никто.

Институт Красных журналистов: история и практика

Сразу заметим, что содержание обучения в ИКЖе-МИЖе-ГИЖе-КИЖЕ-ВКИЖе претерпело с течением времени значительные изменения. Чтобы выяснить, каким оно было в первые годы существования института, воспользуемся «предметной книжкой студента», расписанной в 1924 г. видным отечественным библиографом Н.М. Сомовым[3].

[2] ГАРФ. Ф. Р-5214. 1751 ед. хр.

[3] *Сомов Н.М.* Библиография журнализма. Систематический указатель книг и статей по журналистике (библиография журнализма). М.: Изд-во ГИЖ, 1924. С. 49—50.

Тогда студенты института изучали курсы двух отделений: основного и специального. Первый блок дисциплин носил общеобразовательный характер и обеспечивал достижение выпускником определенного культурного и идеологического уровня. Сюда входили такие ныне позабытые дисциплины, как «марксизм-ленинизм», «история революционного движения», «политэкономия», «организация народного хозяйства и экономическая политика Советской России», «история ВКП(б)». Второй блок более интересен с точки зрения профессионального журналистского образования. Предметы этого цикла делились на теоретические и практические. В перечень теоретических дисциплин входили: «основы газетного дела» (история, организация и техника. — *Д.Г.*), «история русской журналистики в связи с историей духовной культуры», «газетная информация», «теория и история публицистики», «история русской литературы и критики», «организация редакции» (дополнительный курс), «верстка и выпуск газеты», «история рабочей печати в России», «буржуазная и социалистическая печать Запада и Америки», «история техники печатного дела», «библиография» (общий курс), «библиография в газете» (дополнительный курс), «статистика и печать», «РОСТА» (организация, задачи и деятельность), «центропечать» (организация, задачи и деятельность), «государственное издательство» (организация, задачи и деятельность), «новые формы газеты», «грамматика и стилистика», «корректура».

Практические занятия проводились по следующим предметам: «газетная информация», «теория публицистики», «газетная библиография», «газетная техника», «основы научного социализма», «политическая экономия», «организация народного хозяйства и экономическая политика Советской России», иностранные языки (немецкий, французский, английский), «стенография».

На этапе преобразования института в полноценный вуз с трехгодичным сроком обучения (осень 1922 г.) руководство института обратилось с ходатайством об утверждении нового учебного плана в ГУС (Государственный ученый совет[4]) Наркомпроса. Представленный план был рассчитан на 2328 часов аудиторных занятий, из которых на долю специальных приходилось 1054 часа (примерно 46%). Сохранился и сам план, и разбивка по годам и триместрам. Кроме уже названных ранее предметов в него включены такие специальные курсы, как «правка материала», «языковедение в применении к журналистской практике», «литературная критика и ее

[4] ГУС Наркомпроса — руководящий научно-методический орган Наркомпроса РСФСР, ведавший осуществлением политики государства в области науки, искусства, образования и социалистического воспитания. Организован и возглавлялся М.Н. Покровским, после его смерти ликвидирован.

современные методы», «газеты РСФСР» (критический разбор), «законодательство о печати».

В связи со сменой руководства вуза в 1925 г. учебный план был изменен (количество дисциплин значительно уменьшилось, хотя общее количество часов увеличилось). В 1926/1927 учеб. году план был рассчитан на 3024 часа аудиторной нагрузки, из которых 43% планировалось на «журналистскую» подготовку [Фатеева, 2008, с. 165]. В программу были включены следующие «журналистские» курсы: «энциклопедия периодической печати», «информация и фоторепортаж», «техника газетного дела», «техника печатного дела», «публицистика», «история периодической печати», «обзор современной печати», «иллюстрированный журнал», «газетное хозяйство», «газетный практикум», «практикум стенгазет и рабселькоровского движения». Как видим, «собственно журналистская» часть плана была довольно весома. Та же ситуация оставалась и на рубеже 20—30-х гг.

К сожалению, с начала 30-х гг. положение стало меняться в худшую сторону: в связи с общей «коммунизацией» процесса обучения доля собственно журналистских дисциплин стала сокращаться. Так, в середине 30-х гг., по утверждению В.П. Таловова, в программе ВКИЖа «оставили всего три профессионально-журналистские дисциплины», и «на их изучение была выделена лишь шестая часть учебного времени» [Таловов, 1990, с. 40]. По сохранившимся архивным данным, в 1934 г. в институте работали 49 штатных преподавателей и лишь шестеро из них вели журналистские дисциплины и представляли кафедру печати[5].

Огромное внимание в институте уделялось такому элементу учебного плана, как практика. Она представлялась педагогическому коллективу как «органическая часть учебы, придающая последней тот ее практический характер, достижение которого считалось одной из основных задач работы». Практика, как значилось в «Объяснительной записке» к учебному плану института на 1926/1927 учебный год[6], делилась на две составные части: газетную практику и внеинститутскую работу по руководству стенгазетами и рабкоровскими кружками.

Газетная практика включала в себя работу репортером московской газеты, затем работу в качестве завотделом или секретаря редакции губернской газеты определенного типа (рабочей, крестьянской или национальной), после этого практику в аппарате редакции московской газеты того же типа (таким образом осуществлялась специализация, или, как тогда говорили, «уклон»), в военной газете

[5] ГАРФ. Ф. 5214. Оп. 1. Д. 41. Л. 29—31.

[6] Там же. Оп. 1. Д. 8. Л. 25—40.

(или руководство страничкой Красной Армии в гражданских изданиях) и, наконец, работу в отделе печати ЦК партии под руководством инструкторов подотделов. Как видим, газетная практика предполагала столичную и провинциальную составляющие.

Учебная часть института очень заботилась об «увязке теории и практики», стараясь посылать студента только на «такую практическую работу, к которой он Институтом уже теоретически подготовлен». График проведения практик, их продолжительность, содержание и результаты часто рассматривались на заседаниях Правления института.

Так, 10 декабря 1926 г. было решено направить для прохождения зимней практики студентов 2 и 3 курсов на период с 14 января по 14 февраля 1927 г. Второкурсники направлялись в редакции московских газет («Правда», «Известия», «Труд», «Экономическая жизнь», «Рабочая газета», «Рабочая Москва», «Гудок» и др.) на две недели в распоряжение выпускающего редактора (так как планировалось участие в работе по выпуску и верстке) и еще на 2 недели — непосредственно в отделы (помощниками их заведующих). В течение первых двух недель студенты должны были «обследовать» приспособленность типографии к выпуску данной газеты и взаимоотношения, складывающиеся между типографией и редакцией. На период работы в отделах им предлагались еще две темы для изучения:

1) из каких источников и каким путем данный отдел получает свои материалы;

2) каковы принципы отбора материала при обычных условиях и при проведении той или иной кампании.

Третьекурсники направлялись на практику в Отдел печати ЦК в качестве инструкторов. Содержанием их работы было:

1) обследование отдельных газет;

2) выполнение заданий по отдельным темам.

Нельзя не отметить, что программа обеих практик 1927 г. предполагала как журналистско-творческий, так и исследовательский компоненты[7].

Еще более радикальной представляется «практизация» ГИЖевской подготовки накануне и после VI пленума ЦБ СРП (1930), провозгласившего «переход на непрерывную производственную практику» и «непрерывный учебный год» при «соотношении учебы и практики как 1,2:1». В то время в журналистском сообществе родилась идея газет-вузов. При этом принималась в расчет специфика редакционных коллективов (небольшое количество сотрудников, недостаточная специализация внутри редакций). По замыслу ре-

[7] Там же. Оп. 1. Д. 6. Л. 116.

форматоров учебного процесса, школьное обучение должно было «перемежаться с работой в редакциях»[8].

Переход на непрерывную практику был одобрен решением Правления института под руководством Д.А. Розанова от 31 января 1930 г. со ссылкой на директивы партии об улучшении качества подготовки специалистов посредством введения производственного обучения[9]. В предшествующий период существовал порядок с тремя днями производственной практики в месяц. Теперь же утверждались графики учебы и работы для каждого курса отдельно. Например, второкурсникам, которым оставалось учиться семнадцать месяцев, предстояло в общей сложности находиться в базовых редакциях семь месяцев, первокурсникам — из двадцати восьми месяцев одиннадцать.

Но идее непрерывной производственной практики не суждено было осуществиться. Перспективная с точки зрения педагогической стратегии (особенно с позиций обеспечения тесной связи институтов журналистского образования с потребностями реальной журналистской работы), она не была подкреплена соответствующими технологическими моментами. Однако эта идея достойна того, чтобы войти в актив журналистского образования, поскольку соответствует современным тенденциям расширения социального партнерства профессиональной школы с предприятиями, для которых она готовит кадры, с целью повышения профессионализации обучения.

Материальные трудности 20-х гг. и хроническое недофинансирование по линии Наркомпроса в какой-то степени компенсировались шефством над институтом ряда периодических изданий. В «Отчете о деятельности Государственного института журналистики за 1923—24 учеб. год» указывается довольно широкий перечень московских изданий, переводивших средства институту, и общая сумма перевода — 14 423 р. 51 к.[10] Кроме денег предприятия отрасли помогали, как говорится, и «натурой»: бесплатно посылали выпускаемые книги и периодику.

С 1921 г. в МИЖе начал издаваться собственный печатный орган — газета «Вечерние новости». Она выходила еженедельно по понедельникам и закрепила традицию участия студентов в выпуске институтских печатных изданий. Вскоре к нему добавился журнал «Современник», посвященный вопросам журнализма, «Красное перо», еженедельный орган студенческого комитета, «Голос сти-

[8] Там же. Оп. 1. Д. 26. Л. 20—21.
[9] Там же.
[10] Там же. Оп. I. Д. 2. Л. 11.

жей[11]» — однодневная газета студентов[12]. Позже появились другие издания.

В 1922 г. при ГИЖе было организовано собственное издательство в целях «практического обучения студентов». Оно действовало до 1925 г. Вскоре расходы на его создание не только оправдали себя, но и стали приносить доход. Согласно тем же документам, прибыль от работы издательства (например, за октябрь—декабрь 1923 г. более 1791 тыс. руб.[13]) шла на учебные и бытовые нужды института. Функционировали при ГИЖе и другие предприятия, работавшие на условиях хозрасчета и приносившие доход. Например, в декабре 1924 г. там возникло бюро вырезок, целью которого было «поставить дело информации госорганов и учреждений путем широкого использования газетного материала»[14].

Финансовое положение института сильно окрепло в период НЭПа. В это время ГИЖ выступал как «учредитель» разного рода изданий и издательств, функционировавших на условиях хозрасчета, и затем практиковал оказание «платных образовательных услуг», финансировавшихся заинтересованными сторонами.

Таким образом, в составе ГИЖа довольно быстро появилась и вела работу масса редакций, которые, с одной стороны, приносили доход институту, а с другой — создавали своего рода образовательную среду. При этом институт неизбежно терял часть своих профессионально-формирующих функций, но зато планировалось увеличить его «пропускную способность», что было очень актуально в обстановке жесточайшего кадрового голода, объясняемого форсированным наращиванием количества периодических изданий в стране (планировалось даже перевести ГИЖ в режим двух наборов студентов в год: в августе и в ноябре).

После ликвидации в 1925 г. издательства ГИЖа выпуск институтской газеты становится затруднительным (есть данные, что одно время в институте существовала только стенная газета «ГИЖевец»), но не снимается с повестки дня. Для ее печатания заново создается типолаборатория, курируемая видным историком печатного дела М.И. Щелкуновым. Тогда же создается база для фотолаборатории во главе со студентом А.Н. Сафроновым, ведшим в институте фотокружок. На этой базе организуется выход институтской газеты, имевшей вспомогательный по отношению к учебному процессу характер.

Таким образом, не имея возможности выпускать «большую массовую газету», коллектив тем не менее намеревался создать

---

[11] Стиж — студент института журналистики. — Д.Г.

[12] *Сомов Н.М.* Указ. соч. С. 91.

[13] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Д. 909. Л. 12—14.

[14] ГАРФ. Ф. 5214. Оп. 1. Д. 3. Л. 291—308.

технически совершенное по форме и учебное по функциям издание, причем для управления им планировалось организовать редакционную коллегию и редакционное совещание. Ответственным редактором был назначен заведующий кабинетом печати и секретарь кафедры печати А.Г. Григоренко.

Созданное издание просуществовало фактически всю историю института, пережив несколько переименований («КИЖевец», «Правдист» — после присвоения вузу имени газеты «Правда»). Стоит только заметить, что в целях специализации или по другим причинам могли создаваться параллельные или «дочерние» издания. Так, в 1928 г. Правление приняло решение издавать учебную газету «Рабочие Сокольники»[15]. С появлением заочного сектора появился «Заочный Правдист».

В первое десятилетие деятельности рассматриваемой нами институции там работал довольно сплоченный и профессиональный коллектив преподавателей, зарекомендовавших себя к тому времени как хорошие профессионалы-журналисты. Среди прочих назовем имена выдающегося историка книги, библиографа и библиофила М.И. Щелкунова (1884—1938); известного журналиста с дореволюционным стажем, ректора ГИЖ К.П. Новицкого (1879—1960), известного партийного и государственного деятеля, тесно связанного с журналистикой и также ректора института (1933—1937) В.А. Ноделя (1897—1937) и др.

Поскольку идеология института строилась на как можно более тесном взаимодействии с практикой журналистской работы, среди педагогов ГИЖа было много действующих журналистов. Они активно привлекались в первое десятилетие существования института. Тогда, к примеру, с лекциями и докладами в институте выступали ответственный секретарь «Правды» М.И. Ульянова, редактор «Известий» Ю.М. Стеклов, редактор журнала «Журналист», позже работник Отдела печати ЦК ВКП(б) С.Б. Ингулов, видные публицисты, партийные и общественные деятели А.В. Луначарский, М.С. Ольминский, Н.Н. Батурин, Л.Д. Троцкий, С.И. Гусев, Л.С. Сосновский и др.

Конечно, основная учебная нагрузка ложилась на плечи штатных работников кафедры печати во главе с ее председателем Ю.М. Бочаровым (специалистом по истории периодической печати). Все они имели долговременный стаж работы в журналистике. Назовем наиболее авторитетных из них. Кроме уже упоминавшихся М.И. Щелкунова и Г. Григоренко, это Н.К. Иванов-Грамен («Теория публицистики»), М.Ю. Левидов («Иллюстрированный журнал», «Правка

[15] ГАРФ. Ф. 5214. Оп. 1. Д. 6. Л. 48.

материала»), С.Н. Срединский («Газетная техника»), М. Гус, А. Курс, Б.М. Волин, И. Блюм, А.И. Зонин, М.И. Эйшискин.

Не ошибемся, если скажем, что в 20-е гг. грань между штатными сотрудниками и приглашенными лекторами часто оказывалась весьма «размытой». Ситуация стала меняться к концу 30-х гг., когда в связи с постановлением ЦИК СССР «Об учебных программах и режиме в высшей школе и техникумах» (1932) многие стороны педагогической работы получили тщательную регламентацию. Еще один удар по порядку почасовой оплаты и частичной преподавательской занятости был нанесен постановлением СНК СССР 1937 г. «О введении штатных должностей и должностных окладов для профессорско-преподавательского состава в вузах». В соответствии с ним каждый преподаватель теперь должен был состоять в штате только одного вуза, который являлся основным местом его работы. Вводилась четко дифференцированная система должностей с фиксированным кругом обязанностей, объемом учебной нагрузки и уровнем оплаты.

Вновь вводились ученые степени и звания, что обернулось непреодолимым препятствием для широкого привлечения к преподаванию в вузах специалистов-практиков. Существенным образом изменился порядок оплаты преподавательского труда: вместо почасовой установилась штатно-окладная система, размер оплаты дифференцировался не только в соответствии с ученой степенью, но и в зависимости от вида учебной работы.

Следует сказать об отборе студентов в данное учебное заведение. В связи с упразднением в 1918 г. вступительных экзаменов в университеты и с политикой пролетаризации высшей школы, выражавшейся в первоочередном приеме в вузы представителей бывших эксплуатируемых классов, руководство института изыскивало альтернативные, но не противоречащие действующему законодательству способы отбора абитуриентов. В этих условиях установка на прием людей, имеющих опыт работы в журналистике, оказалась более чем востребованной. Это положение отражено в большинстве правоустанавливающих документов института, так как он был создан для подготовки квалифицированных сотрудников печати из рабочих и сельских корреспондентов. В 1922 г. из 147 студентов газетный стаж до учебы имели 92% — 140 человек. По состоянию на 1 апреля 1923 г. их было 96% — 108 из 113 стижей[16]. Из 81 первокурсника набора 1924 г. опыта предшествующей работы в изданиях не имели только трое.

[16] Государственный институт журналистики: отчет о деятельности за 1922—24 гг. М.: Издат. отдел ГИЖ, 1924.

Отчитываясь перед ЦК партии летом 1926 г., руководство ГИЖ определяло свой контингент как «партийцев рабкоров и селькоров», систематически печатающихся в течение не менее двух лет.

В 1927—28 учебном году требование предоставления опубликованных работ при поступлении было сохранено, но изменен период — они могли быть напечатаны в газетах или журналах за последний год. В документах 30-х гг. подобный пункт не встречается, хотя общее требование («опыт работы в большевистской печати») предъявлялось.

3 сентября 1925 г. на заседании Правления института его тогдашний ректор С.Д. Муравейский предложил ввести дифференциацию по трем основным категориям газет (рабочие, крестьянские и национальные). Было решено на третьем (выпускном) курсе создать три соответствующих отделения[17]. Тогда же ректор поднял вопрос о специализациях по видам деятельности, предложив разделить учебный процесс на четыре цикла, посвященных разным направлениям газетного дела: «редакции, информации, выпуску и газетному хозяйству». Однако это предложение Правление не поддержало.

На необходимость профилирования обучения указывали институту и вышестоящие структуры. Так, 10 июля 1926 г. Коллегия Отдела печати ЦК ВКП(б) постановила «предложить институту взять курс на специализацию квалификаций студентов по типам газет (рабочих, крестьянских, руководящих, национальных и т.п.)». Такие рекомендации давались неоднократно.

В 1928 г. в Правление института поступила записка из Отдела печати ЦК. В ней говорилось: «ГИЖу надо поставить перед собой задачу подготовить десяток-другой рецензентов-библиографов отдельно по вопросам театра, искусства, кино, литературы. Вообще наряду с общей подготовкой работников целесообразно поставить специализацию работников по отдельным типам газет (в первую очередь для вечерних) и по отдельным отраслям газетной и литературной работы»[18].

Нетрудно предположить, что одним из направлений специализации подготовки должно было стать радио. И действительно, на рубеже 1927 и 1928 гг. в Правление института поступило предложение вновь назначенного редактора институтской радиогазеты ввести соответствующие курсы[19]. Правда, обсудив его, Правление 12 января 1928 г. посчитало возможным признать это предложение

[17] ГАРФ. Ф. 5214. Оп. 1. Д. 3. Л. 399, 402.

[18] Там же. Оп. 1. Д. 15. Л. 81.

[19] К этому времени радиогазеты в институте еще не существовало, но шли технические и организационные работы по ее созданию. — Д.Г.

преждевременным в силу отсутствия материальной базы и соответствующего практического опыта и ограничилось предложением к редакции радиогазеты сделать в институте доклад о ней.

Тема «радиогазеты» получила свое продолжение в 1932 г., когда в вузе были созданы все необходимые условия для ее создания[20]. Но, видимо, реальных результатов это не принесло, потому что летом 1936 г. Председатель Комитета по радиовещанию при СНК СССР П.М. Керженцев обратился в ЦК ВКП(б) с просьбой разрешить организовать при ВКИЖе двухгодичные заочные курсы работников радиовещания, а также создать в семи журналистских учебных заведениях специальные группы редакторов радиовещания. В этих группах очного обучения предлагалось начать готовить к работе в эфире в общей сложности 325 человек. При этом учебно-методическое руководство по специальным радиодисциплинам и финансирование всего проекта Радиокомитет брал на себя[21].

Нам не известно, осуществилась ли задача открыть специальные радийные группы для очного обучения (скорее всего — нет), а вот обучение слушателей-заочников по специализации «Радиовещание» в институте существовало. Так что ВКИЖ успел внести свою лепту в становление подготовки и переподготовки работников радио.

Отдельным направлением в деятельности института стало решение задачи кадровой обеспеченности национальной и комсомольской печати: в 1927 г. в его составе был создан национально-восточный факультет с 4-годичным сроком обучения, а в 1932 г. — комсомольское отделение.

Еще более разветвленной была специализация на курсовом секторе ВКИЖа (так называлось отделение, на котором проходили переподготовку работники прессы). Так, например, есть данные о систематически функционирующих заочных и очных курсах переподготовки редакторов армейских газет, велась подготовка сотрудников детских газет, транспортных и т.д.[22]

Есть основания предполагать, что в планах института было расширение и углубление специализированной подготовки. Так, в архиве сохранился помеченный январем 1937 г. проект письма в ЦК ВКП(б) Председателя Комитета по заведованию учеными и учебными учреждениями при ЦИК СССР В.П. Милютина, в чьем подчинении институт находился с 1931 г. В нем изложены несколько вариантов реорганизации ВКИЖа[23]. Однако этому проекту не

[20] Там же. Ф. 7668. Оп. 1. Д. 601. Л. 5.
[21] Там же. Ф. 5214. Оп. 1. Д. 64. Л. 19—20.
[22] Там же. Оп. 1. Д. 64. Л. 9.
[23] Там же. Оп. 1. Д. 64. Л. 9—10.

суждено было осуществиться. Вслед за ликвидацией весной 1938 г. Комитета по заведованию учеными и учебными учреждениями был ликвидирован и сам институт.

Заключение

Подобную же печальную участь разделили и другие советские вузы, готовившие журналистов. Журналистское образование растворилось в многопрофильных вузах, большую часть которых представляли собой университеты. Однако вскоре стало ясно, что квалификация журналиста требует гораздо более глубоких гуманитарных знаний, нежели те, которые дают отраслевые вузы. Поэтому в 1946 г. в Ленинградском университете и год спустя в Московском были вновь образованы отделения журналистики при филологических факультетах, которые вскоре были преобразованы в самостоятельные факультеты.

Список литературы

Бережной А.Ф. На пути к организации журналистского образования в России // Факультет журналистики. Первые 50 лет / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 1996.

Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 — начало 90-х годов). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996.

Таловов В.П. Журналистское образование в СССР. Л., 1990.

Тепляшина А.Н. Динамика развития журналистского образования в первое десятилетие Советской власти: Дисс. ... канд. филол. наук. Л., 1989.

Фатеева И.А. Журналистское образование в России: теория, история и практика: Дисс. ... докт. филол. наук. Екатеринбург, 2008.

Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. Челябинск, 2007.

Фёдоров А.В., Челышев И.В. Медиаобразование в России. Краткая история развития. Таганрог, 2002.

Поступила в редакцию
08.06.2014

Б.И. Есин, доктор филологических наук, профессор кафедры истории русской литературы и журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: ruslit.msu@yandex.ru

ПАРИЖСКИЕ ПИСЬМА Э. ЗОЛЯ В ЖУРНАЛЕ «ВЕСТНИК ЕВРОПЫ»

В статье рассматриваются «Парижские письма», цикл очерков Э. Золя в «Вестнике Европы» 70-х гг. XIX в., которые, во-первых, должны были познакомить русского читателя с бытом культурной Франции, Парижа, во-вторых, рассказать о творческом методе самого Золя и теории «экспериментального романа».

Ключевые слова: *Э. Золя, «Вестник Европы», Париж, Франция, экспериментальный роман.*

The article deals with the "Parisian Letters" — a series of essays in the magazine "Herald of Europe" ("Vestnik Evropy"), which were published in the 70s of the XIX century. Firstly, these articles had to acquaint Russian readers with the lifestyle of France and Paris, secondly, they were to tell about Zola's creative method and his theory of "experimental novel".

Key words: *Emile Zola, "Herald of Europe", Paris, experimental novel.*

Введение

Начало 70-х гг. XIX в. было временем первого знакомства русской публики с творчеством Эмиля Золя. «Вестник Европы» и другие журналы с 1872 г. сделали творчество писателя предметом своего внимания, обсуждения и доброжелательных отзывов русской критики. И. Тургенев, В. Чуйко, П. Боборыкин оказались людьми, активно продвигавшими сочинения Золя в капитализирующейся России.

Писатель был привлечен непосредственно к активному сотрудничеству в журнале «Вестник Европы» в 1875 г., после знакомства русского общества с его романами серии «Ругон-Маккары», особенно «Терезой Рекен» и «Чревом Парижа». Переводы их печатались в журналах «Отечественные записки», «Вестник Европы», «Дело», «Русский вестник» и других.

Первые очерки (корреспонденции) под названием «Письма из Парижа» появились в «Вестнике Европы» одновременно с окончанием публикации романа «Проступок аббата Муре» в 1875 г. Близкое знакомство и общение с Тургеневым, жившим во Франции, сыграли важнейшую роль в приглашении французского писателя в русское издание.

«Письма из Парижа» не были обычным для русского журнала того времени иностранным обозрением. Очерки Золя печатались одновременно и параллельно с традиционным обозрением иностранной жизни, которое вели: Нефтцер — редактор французской газеты «Temps» и некто Фукье, т.е. иностранцы, как это имело место и в «Отечественных записках» — Шассен, в «Деле» — Реклю и других изданиях. Именно они вели обзор текущей политической жизни Англии, Франции и других государств Западной Европы и Америки.

Корреспонденциями их называл часто в переписке и сам Золя.

Активные переговоры через Тургенева о парижских обозрениях Золя в русском журнале идут с начала 1875 г. Тургенев писал из Парижа М. Стасюлевичу, редактору «Вестника Европы»: «...Он сделает это умно и дельно. Правда, у Вас уже есть парижский корреспондент, но Золя мог бы обращать внимание преимущественно на литературные, художественные, социальные явления» (18 января). «Мне кажется, что если у вас есть и другой фельетонист-корреспондент Парижа — это им обоим не может повредить, так как Золя о политике говорить не станет, а о литературе, художествах и пр. приятных вещах» (22 февраля)[1].

В центре очерков Золя планировались вопросы науки, культуры, искусства, быта Парижа. Они должны были знакомить русских читателей с различными сторонами жизни Парижа, новинками литературы, положением различных слоев общества, богатых и бедных, с развлечениями, праздниками, семейными отношениями, отдыхом, бракосочетаниями и похоронами, охват проблем культуры потенциально был значительно шире политической информации.

Сам Золя обещал дать в своих письмах «общую», но живую картину современного общества, изученного... с единственной заботой изобразить все, как оно есть»[2].

Парижские письма

Мы называем произведения Золя, опубликованные в журнале «Вестник Европы», и очерками, и корреспонденциями, и письмами не по невниманию, а потому, что они действительно были разнообразными в жанровом отношении. Всего очерков было 64, печатались они до 1880 г. включительно.

Первым среди них был очерк, посвященный избранию в Академию Дюма-сына. Второй дает картину Парижа, весны в городе.

---

[1] М.М. Стасюлевич и его современники в их переписке. СПб., 1911—1913. Т. III. С. 48, 50.

[2] Вестник Европы. 1878. № II. С. 439.

А затем идут очерки о выставках картин, парижских окрестностях, скачках и играх, браках во Франции, о том, как умирают и хоронят во Франции, рассматривались: типы французского духовенства, школа и школьная жизнь во Франции, морские купания во Франции, парижанин на даче и в деревне, открытие всемирной выставки в Париже, современная французская молодежь, наводнение на Гароне, современные женские типы во Франции, вознаграждение литературного труда во Франции, современные газетные нравы, дуэли, а также большое количество материалов, касающихся литературы, литературного процесса, творческого метода самого Золя, о чем речь пойдет далее.

Среди очерковых корреспондентских материалов встречаются законченные художественные произведения, посвященные различным проблемам жизни во Франции. Как правило, все они имеют документальную основу, но написаны в виде небольших рассказов, новелл. Таков, например, рассказ «Наводнение», где Золя описывает стихийное бедствие, которое разразилось однажды на реке Гарона. От обильных дождей река вышла из берегов и затопила прилегающие районы. Жертвы исчислялись сотнями погибших, убытки миллионами. Автор рассказывает о жизни конкретной крестьянской семьи близ Тулузы, жизни, полной «довольства и труда», которая драматически разрушается во время наводнения.

Как правило, многие новеллы затрагивают трагические эпизоды жизни французов. Такова «Драма в провинциальном городке», напечатанная в 1879 г. Журден Пишон — молодой почтовый служащий, человек грубый и неуклюжий с виду, полюбил аристократку Терезу де Марсан. Его любовь была безответной. Однажды Тереза пригласила Жульена к себе домой и предложила ему свою любовь в обмен на услугу, которую он должен ей оказать: вынести из дома и утопить труп любовника Терезы, зверски убитого ею. Исполнив поручение, Жульен покончил с собой, не вынеся грязи и мерзости, которыми обернулась его первая любовь.

Аналогичный сюжет поруганной любви встречаем в другой новелле «Наиса Микулен». Новелла «Мадам Сурди» повествует о нравственном падении молодого художника из Парижа в силу порочных наследственных качеств и попытке его жены поддержать успех мужа, выдавая свои картины за труды опустившегося мужа. Новелла «Парижанка» вводит читателя в великосветский салон Парижа, в мир, наполненный ароматом духов, элегантными мужчинами и хорошенькими женщинами, которые пробивают теплые местечки своим бездарным мужьям — политическим деятелям, играющим роль марионеток в различных гос. учреждениях.

«Праздник в Коквиле» — анекдотический рассказ о трехвековой вражде двух семей (ситуация Ромео и Джульетты). Примире-

ние этих семей происходит во время праздника благодаря тому, что около селения разбилось английское судно с грузом вина, и жители бросились спасать бочки с вином, а затем целую неделю длилось общее застолье, пили это вино. Веселое недельное пиршество и послужило примирению враждующих семейств к радости молодых влюбленных.

Как новеллы, так и очерки часто построены на контрастном противопоставлении богатых и бедных. Их существование, судьба отличаются и при жизни, и после смерти.

Смерть, похороны у богатых отмечены пышностью и тщеславием, а у простого народа крайней бедностью. Здесь все построено на контрастах. Граф умирает и похороны «респектабельны»: «Кисти гробового покрова поддерживаются одним маршалом Франции, одним герцогом..., одним бывшим министром и одним академиком». Семья рабочего не имеет средств, чтобы похоронить сына, умершего от недоедания и горячки. Его хоронят за общественный счет на пустыре в общей яме. У гроба миллионерши происходит свара сыновей из-за наследства. Но делить беднякам нечего.

Описывая браки во Франции, очеркист показывает, как разнятся они в аристократических кругах и у простых рабочих, крестьян. Громкое торжество у богатых и скромное событие у бедных. Богатые в браке соединяют два состояния, чтобы стать еще богаче, «сердце, любовь — в девяти случаях из десяти тут не при чем». Мелкие буржуа в браке, не без иронии пишет Золя, «спят вместе лишь затем, чтобы избежать двойного расхода на стирку простыней».

Морские купанья, даже океан, «обуржуазиваются». На побережье строят дорогие отели, казино, роскошный театр, дорогие газовые фонари протянулись вдоль дороги до самого моря, и вместе с тем в обществе царит открытая безнравственность, супружеская ложь, неверность. Очерк «Современные женские типы» содержит ту же параллель: одно дело аристократия, крупная буржуазия, другое — городская работница или крестьянка. Тяжелый труд крестьянки определяется недостатком просвещения, тяжелое положение городской работницы — властью семьи, «когда встречаешь честную работницу.. можно быть уверенным, что у нее отец не пьяница, а мать не лентяйка», но таких семей мало. Характеризуя жизнь школы во Франции и казенное просвещение, Золя находит, что обучение в школе «более блестяще», чем «солидно», а дух школы «мертвящий». «Мы хорошие латинисты и эллинисты, но круглые невежды в истории и особенно в географии», которые больше других наук связаны с современностью.

Отчеты о различных выставках, о театральных новинках, книгах, о развлечениях парижан дополняют информационное содержание писем Золя.

Так, в письме, посвященном открытию всемирной выставки в Париже, уделено много внимания русскому павильону, отношению к нему французов. Золя соблюдает некоторую деликатность в своем рассказе, отмечая, что русские находятся вдалеке от павильонов главных европейских государств: их павильон стоит где-то после Китая, Испании и Японии, где-то между Австро-Венгрией и Швейцарией и отличается желанием организаторов дать представление о русском деревянном зодчестве, показывает «великолепные меха, превосходные золотые и серебряные вещи, блюда и вазы».

Тогда как в том же «Вестнике Европы» некто «наблюдатель» прямо писал о русском павильоне как о фальшивом, за которым настоящей России не видно[3].

Среди очерков мы находим и очерк о выборах во Франции 1877 г. Традиционное для русской печати негативное изображение процедуры буржуазных выборов, беспощадное изображение одной из сторон буржуазной демократии, нарушения закона, подкуп избирателей, спаивание избирателей — вот черты выборов в Париже. «История осудит эту кампанию реакционеров». Золя рассказывает о фактах прямого насилия на выборах: цепь солдат окружила избирательный участок и пропускала к урнам только «благонамеренных» избирателей.

В 70-е гг. у Золя при критическом, ироническом отношении ко многим сторонам жизни Парижа, Франции нет отточенных социальных характеристик, как, скажем, у Герцена в 40-е гг. в «Avenue Marigny»: «Русский эмигрант видел два Парижа: Париж, стоящий за ценз, и Париж, стоящий за цензом». Он не говорит, как Герцен, об исторической обреченности буржуазии, которая отвернулась от народа. Золя видит расслоение общества на богатых и бедных, но никаких общих социальных выводов не делает, предлагая социальные паллиативы: воспитание, просвещение народа, бедноты, что не противоречило социальным позициям «Вестника Европы».

Вместе с тем Золя в середине 70-х все еще был под впечатлением франко-прусской войны и Парижской коммуны. Писатель во время этих исторических событий не был в Париже, где разыгрались основные события 1871 г. Он сопровождал жену, которая проходила курс лечения на юге Франции. Но это не значило, что он был вне событий того времени. Его отношение к франко-прусской войне отразилось в ряде «Парижских писем».

В 4-м номере «Вестника Европы» 1877 г. он печатает рассказ «Эпизод из нашествия». Позднее рассказ стал широко известен под названием «Осада мельницы». Посвящен он конкретному эпизоду войны, когда мельница дяди Мерлье стала местом битвы

[3] Вестник Европы. 1878. № 7. С. 412—413.

французских и прусских солдат. Выстрелы орудий и ружейная трескотня ворвались в мирную жизнь. Противник войны молодой француз Доминик вынужден взяться за оружие и, защищая невесту, дочь старого мельника, погибает в бою.

Через два номера Золя помещает статью «Мои воспоминания из военных эпох», где высказывает свое отношение и к франко-прусской войне, и к войне вообще. В ней переплетаются как гуманистические, так и фаталистические суждения автора.

Признавая, что международная бойня — «ужасное и жестокое» дело, писатель вынужден указать, что такое явление, как война, «столь же мрачная необходимость, как и смерть». Он приходит к выводу, что дремлющие в человеке мрачные инстинкты иногда просыпаются, и начинается война, столкновения.

«Поля цивилизации для своего процветания требуют кровавого удобрения. Нужно, чтобы смерть подкрепляла жизнь, и война походит на те страшные перевороты допотопной эпохи, которые своими развалинами готовили мир для жизни человека. Кто негодует на войну, тот должен негодовать на все людские бедствия. Зачем не признавать ее общечеловеческого значения? Она — величественная, хотя и роковая вещь. Бывают моменты, когда для нации, как и для отдельных лиц, необходимо сильное лекарство. Мы стали слишком нервны. К чему оплакивать каждое угасающее существование? Разве мы знаем, сколько нужно жизней и смертей для того, чтобы уровнять бытие на земном шаре?». Чтобы подтвердить, оправдать это суждение, Золя выводит образ кабинетного ученого, меломана и филантропа Жюльена, который, мстя за смерть своего брата, в ходе франко-прусской войны становится бравым солдатом, профессиональным убийцей «без страха и упрека», «зуавом», сильным человеком.

Публикуя этот очерк, журнал не высказал своей точки зрения, — подчеркнутая объективность к мнению французского писателя была проявлена журналом Стасюлевича в полной мере.

В дальнейшем Золя свои общественные взгляды на борьбу, революцию высказывает в связи с появлявшимися во Франции трудами историка И. Тэна и смертью государственного деятеля и политика Тьера.

В 1876 г. Э. Золя присылает статью, посвященную первому тому книги И. Тэна «Происхождение современной Франции». У статьи было продолжение, посвященное второму тому сочинения Тэна. Золя соглашается с историком, когда тот в I томе утверждает, что революция 1789 г. была делом всего общества, что она была роковой необходимостью. Бесполезная пышность французской монархии, ее полное пренебрежение к народным интересам, нищета, бедственное положение народа определили ее характер. Выводы,

которые сделал Тэн в первом томе своего исследования, были, по мнению Золя, совершенно правильны. Первый: революция есть дело всего общественного организма. Второй: она была роковой необходимостью.

В период между появлением первого и второго томов в мировоззрении Тэна происходит определенный поворот. Во втором томе, который вышел в 1878 г. и охватывает период Парижской коммуны, Тэн изменил свою точку зрения. Революция 1789 г. теперь предстает как дело рук горсти заговорщиков, использовавших бедственное положение народа, чтобы призвать его к мятежу. Тэн приписал революцию «праздношатающимся иностранцам», их агитации. Коммуны очень повлияли на строгость такого приговора. «Мне не нужно лучшего доказательства, — пишет Золя, — как его (Тэна) собственные слова: “Несколько миллионов дикарей подзадориваются несколькими тысячами говорунов, и трактирная политика находит себе истолкователя и орудие в уличном скопище”». Тут, заключает Золя, чувствуется человек, вспоминающий о недавнем мятеже, ревущем под его окнами, и который не может быть справедлив, потому что мятеж расстраивает его спокойную и мирную жизнь.

Восстание парижского пролетариата Золя считал лишь отчаянной попыткой продолжить оборону Парижа от немецких войск и с этой точки зрения испытывал некоторое сочувствие к восставшим. У Золя нет в описании времени Коммуны драматизма происходивших событий, оценки декретов Коммуны, реакции буржуа, разгрома коммунаров, как это имело место, например, даже в ограниченном цензурой журнале «Дело», в «Дневнике парижанина» Эли Реклю — непосредственного участника борьбы парижских рабочих, близкого к кругам анархистов-коммунистов.

В 1877 г. Золя присылает статью о французском политическом и государственном деятеле Тьере в связи с его смертью.

Золя называет Тьера основателем французской республики[4]. Да, он республиканец, но не сторонник революции. Тьер, подавив страшное восстание Коммуны, мог заговорить еще громче от имени республики.

Золя понимал, что представляет из себя лично Тьер как буржуазный деятель с его фрондой, честолюбием, желанием попасть в правительство, занять первое место в государстве, обеспечить личное благосостояние, но не осудил его. «После подписания мирного договора (с немцами) Тьер, среди ожесточенной борьбы партий, помышлял только об одном — об уплате контрибуций в 5 млрд и о быстрейшем освобождении территории. Вечной славой

[4] Вестник Европы. 1877. № 10.

останется за ним, что он освободил отечество от чужестранных войск гораздо ранее положенного срока».

Затрагивает Золя в письмах и вопросы печати. Два очерка посвящены французской журналистике. В одном (1877 г., № 8) дана информация об основных изданиях во Франции, обрисована печать столичная и «малая», провинциальная. Отмечается постепенное вытеснение старой чопорной газеты ограниченного тиража массовой «газетой новостей», репортерских крайностей. В другом (1888 г., № 10) писатель выступает с критикой невысокой морали буржуазных журналистов.

Тем не менее Золя считал полезной для начинающих писателей работу в газете. В очерке, посвященном молодежи, говоря о путях молодежи в литературу, Золя отвергает мнение, будто газетная работа губит индивидуальность, «сушит» стиль. «Лично я того мнения, что работа в газете не только не вредит таланту истинного писателя, но еще служит наилучшей школой языка, какую только можно себе представить. Ничто так не вырабатывает слог, как необходимость ежедневно писать статьи. Журналистика соприкасается со всем, она открывает писателю обширный кругозор. Я скажу даже, что в настоящее время писатель, не бывший журналистом, не способен понять и изобразить современную жизнь»[5].

Социально-политические взгляды Золя, отразившиеся в «Парижских письмах», были весьма умеренными, что соответствовало программе Вестника Европы Стасюлевича. Тургенев в Париже корректировал некоторые положения социологических очерков Золя также в умеренно-либеральном плане, что не лишало ценности корреспонденций французского писателя. Редакция очень редко позволяла себе делать поправки в материалах Золя при переводе на русский язык.

Наибольшее число «Парижских писем» все же посвящено литературной жизни Франции, истории и теории романа. Этим вопросам и сам Золя, и редакция «Вестника Европы» придавали большое значение, и связано это было со взглядами на развитие реализма романа. Недаром Стасюлевич в 1877 г. отобрал и опубликовал отдельным изданием те письма, очерки Золя, которые относились к этой проблеме. Сторонники реализма заинтересовались теоретическими рассуждениями Золя об экспериментальном романе как одном из путей дальнейшего развития реализма, отразившего идеи рационализма, позитивизма.

Первым литературно-критическим очерком Золя было письмо-статья «Романы г.г. Гонкур» в № 9 1875 г. В нем писатель заметил: «Нужно громко высказать некоторые истины; особенно удобно

[5] Вестник Европы. 1878. № 4. С. 865—893.

это сделать на чужбине, где критик может стоять вне крикливых брюзжаний кружков и самозваных репутаций и облечься в полное беспристрастие чистой справедливости». Это был явный намек на прохладное отношение во Франции к творчеству Золя и суждениям о развитии романа.

Через месяц в очередном письме из Парижа Золя предупредит редакцию журнала об отправке статьи о творчестве Флобера, которая будет «дополнением» к статье о братьях Гонкур и позволит ему «окончательно высказаться о французском натуралистическом романе»[6].

Итак, после статьи о братьях Гонкур последовали статьи-очерки: «Флобер и его сочинения» (1875), «Альфонс Доде и его сочинения» (1876), «Жорж Занд и его сочинения» (1876), «Бальзак и его письма» (1877), где Золя на конкретных примерах ставит общие задачи романа своего времени.

Придерживаясь принципиально реализма, основной задачей литературных статей Золя считал разъяснение и пропаганду принципов натурализма в литературе, опираясь на успех своих томов «Ругон-Маккаров» в России.

На фоне больших достижений естественных наук, позитивизма, особенно труда физиолога Клода Бернара «Введение в изучение экспериментальной медицины», в течение пяти лет идет это разъяснение, утверждение своего нового метода как подлинно научного, отрицания элементов романтизма в литературе и романе, в творчестве В. Гюго, Жорж Занд.

В конце концов Золя остановился на термине «экспериментальный» применительно к новому типу реалистического романа, новому принципу построения произведения. В теории Золя было много общего с русским реализмом, преимущественно психологическим, но также строго реалистическим, проблемным и в принципе научным, но с сохранением права автора пользоваться вымыслом, толкованием душевного состояния действующих героев наряду со строгим следованием фактам жизни.

Элементы «научного» романа Золя видит уже в романах Бальзака. Однако его творчество представлялось ему переходным, колоссальными «руинами», где среди обломков и щебня высятся мраморные глыбы и колоны недостроенного здания реалистического романа. Бальзак явился вовремя: «Он должен был явиться как раз в тот момент, когда роман готовился расширить свои рамки и поглотить все роды старинной риторики, чтобы послужить орудием всемирного исследования, предпринятого современным умом над людьми и вещами. Ученый метод начинал царить, побледневшие

[6] «Стасюлевич и его современники в их переписке». Т. III. С. 601.

герои стирались перед реальными явлениями, анализ заменил условные приемы. Бальзак первым был призван мощно пустить в ход эти новые орудия. Он создал натуральный роман, точное изучение общества» («Бальзак и его письма»).

Неслучайно в этом абзаце такая лексика: исследование, анализ, орудие исследования, ученый метод.

Золя под впечатлением бурного развития естественных наук, экспериментов, дающих точные знания, под влиянием позитивизма считает необходимым соотносить, использовать их методы для литературного процесса.

Так, ознакомившись с исследованиями ученых о том, что в аромате цветущих растений содержатся яды, дурман, он рассказал в романе «Преступление аббата Муре» о самоубийстве героини от концентрированного аромата цветов.

Редакция не возражала: писатель вел речь о реалистическом творчестве, что соответствовало принципам журнала, а трактовка нового типа натурального романа, творчества была любопытна русским читателям в конце XIX в.

Но, по мнению Золя, Бальзак, «прежде чем дойти до стремления изобразить правду... долго блуждал в самых диковинных выдумках, гонялся за лживыми страхами и величием. Можно даже сказать, что он никогда не мог вполне отделаться от пристрастия к чрезвычайным происшествиям, что придает большей части его произведений характер лихорадочного сновидения, которое мерещится человеку наяву» («Флобер и его сочинения»).

Такие рассуждения Золя находились в русле общих суждений критика, решительно отвергавшего в реалистическом романе малейший намек на фантастичность сюжета или необычность действующих персонажей. Именно научная достоверность романа, всех частей романа, не оставляющая места для вымысла, — была главным требованием Золя. Он приводит сходные мысли у Флобера: «Я полагаю, что большое искусство должно быть научным и безличным».

Такое понимание творчества романа позволяло Золя отстаивать свою беспартийность, но ограничивало возможности реализма.

Тут можно привести известный отзыв Ф. Энгельса о романах Бальзака в письме к М. Гаркнес, где он писал: «Бальзак, которого я считаю гораздо более крупным мастером реализма, чем всех Золя прошлого, настоящего и будущего, в своей “Человеческой комедии” дает нам самую замечательную реалистическую историю французского общества, из которого я даже в смысле экономических деталей узнал больше (например, о перераспределении движимого и недвижимого имущества после революции), чем из

книг всех специалистов-историков, экономистов, статистиков этого периода, вместе взятых»[7].

Тогда как Золя не увидел ничего, кроме преувеличений, хотя именно эти преувеличения и помогли Бальзаку раскрыть в художественном произведении законы, движущие капитализмом, воспроизвести картины полной исторической объективности.

Главой современного «натуралистического», то есть «научного», романа Золя считал Флобера: «Никто из тех, чей талант в настоящую минуту созрел, не может не признать учителя во Флобере. Он расчистил и осветил непроходимый лес Бальзака. Он произнес и правдивое слово, которого все дожидались...» («Флобер и его сочинения»).

Современными представителями натурализма Золя признает Э. Гонкур и А. Доде. Из сопоставления произведений этих писателей и постоянных нападок в «Парижских письмах» на романтиков-идеалистов (В. Гюго, Ж. Санд и др.) проясняются представления о новом «экспериментальном» романе Золя.

Главной чертой нового романа Золя считает упрощение фабулы и «безусловное отсутствие всякого романтического вымысла».

«Сочинение романа состоит теперь лишь в выборе сцен и известного гармонического порядка их развития... Это реальная жизнь, вдвинутая в искусственно созданные рамки. Всякий вымысел изгнан из нее. В ней не встречаешь детей, отмеченных при рождении, затем потерянных, чтобы быть найденными при развязке. Нет речи о мебели с секретными ящиками, о документах, являющихся в самый последний момент, чтобы спасти угнетенную невинность. Нет даже никакой, хотя бы самой простой интриги». Вместе с упрощением фабулы изменяется способ характеристики персонажей. «Красота произведения заключается уже не в преувеличении какого-либо лица, которое перестает быть скупцом, обжорой и пр. и становится воплощением скупости, обжорства и пр.». Сложную интригу и романтического героя замещает тщательное выписывание среды: «романисты повинуются... стихийной необходимости, не позволяющей им выделить личность из окружающих их предметов».

«В этом и состоит новое слово искусства: людей не изучают более как каких-то отдельных интеллектуальных диковин, изъятых из окружающей их природы; напротив того, думают, что люди не существуют независимо и непосредственно, что они связаны крепко с местностью, чей пейзаж, ...пополняет и объясняет их» («Романы г.г. Гонкур»).

---

[7] *Маркс К., Энгельс Ф.*. Избранные письма. М., 1953. С. 405—406.

Чтобы верно изображать среду, необходимо тщательно собирать жизненные документы. Писателю «нужна живая модель... если у него такой модели нет, он чувствует себя связанным, у него опускаются руки, и он не может работать...» (Новейший роман Альфонса Доде «Набоб»). Построенный таким образом роман будет, по мнению Золя, вполне научным. Романист сообщает своему произведению характер полной объективности. Но у писателей-натуралистов при одинаковых принципах подбора и обработке материала результаты получались разными, никто не добивался полной абсолютной объективности — темпераменты у писателей были разные.

Самым тяжелым упреком роману Золя считал обвинение в тенденциозности. Такой упрек он делает Жорж Санд, которая «всю жизнь желала быть целителем, работником прогресса, апостолом новой блаженной жизни... Отсюда то странное человечество, которое ей мерещилось. Она искажала действительность всякий раз, как ее касалась» («Жорж Занд и ее произведения»).

В статьях Золя «писатели-реалисты» постоянно противопоставляются «писателям-идеалистам», последователям романтизма. Так же как и Флобер, опираясь на заданный литературе позитивизм, Золя под термином «романтизм» критикует тенденциозный радикальный «социализм», социалистический роман. Выдвигаемый им принцип «научности» в литературе охранял литературу от «ненаучности», опасных теорий социализма. Эти охранительные идеи, проводимые Золя в «Парижских письмах», были созвучны программе «Вестника Европы».

Заключение

Единодушная поддержка «Писем» Золя продолжалась до письма о творчестве Жорж Занд, а затем и о В. Гюго (№ 7 за 1876 г., № 4 за 1877 г.). Русская критика, и в первую очередь народнического направления, решительно отвергла теорию экспериментального романа, натуралистического метода творчества. Русский роман с его психологическим содержанием, борьбой за социальный идеал не нуждался в рациональном, «научном» характере. Ведущий критик 70-х гг. Н.К. Михайловский негативно оценил рассуждения Золя[8], а чуть раньше он справедливо писал: «Мы, русские, так давно имеем свою “натуральную школу” и свой “реальный роман” и так наслушались самых разнообразных на этот счет рассуждений,

[8] См.: «Отечеств. зап.». 1877. № 12. С. 327—328.

что не получаем ничего нового в эстетических и критических принципах Золя»[9].

Русская демократическая критика 1870-х гг. опиралась на творческий опыт Н. Чернышевского (роман «Что делать?»), Н. Бажина («История одного товарищества»), С. Степняка-Кравчинского («Андрей Кожухов»), И. Омулевского («Светлов» или «Шаг за шагом») и др.

К статьям о литературе примыкают и письма о французском театре. Их всего пять. Господство «романтической драмы» на парижской сцене для Золя — отсталость, театр не поспевает за романом, считал он.

В театре нет «научной строгости». Сам театр есть условность, начиная от декораций, от рампы, освещающей актеров снизу, до действующих лиц, сценическая жизнь которых условна. Условности в театре значительно больше, чем в литературе.

Исторические, романтические пьесы, пьесы на сюжеты из зарубежной жизни, которые в изобилии производятся на театральный рынок, отмечены печатью дилетантизма. Ни одну из них (в том числе и пьесы из русской жизни) нельзя разыгрывать перед обществом, средой, которые они изображают, утверждает Золя.

Список литературы

Есин Б.И. История русской журналистики XIX в. М., 2008.

Кучборская Е.П. Реализм Эмиля Золя. М., 1973.

Лапшина Г.С. Очерки из истории отечественной журналистики 1870-х годов. М., 2009.

Мостовская И.Н. И.С. Тургенев и русская журналистика 70-х годов XIX в. М., 1984.

М.М. Стасюлевич и его современники в их переписке. СПб., 1913.

Поступила в редакцию
03.06.2014

[9] Там же. С. 320—321.

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

ЖУРНАЛ «КРЕСТЬЯНКА» В 1920 гг.: ПРИЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ

В статье анализируется история советского журнала «Крестьянка» в 1920-е гг., приемы формирования постоянной аудитории и увеличения тиража. В этот период применялись специфические методы продвижения журнала. Задачей журнала было ведение эффективной пропаганды идей равноправия советских женщин для неграмотной сельской аудитории.

Ключевые слова: *история России, история советской журналистики, журнал «Крестьянка», аудитория советских женских журналов 1920-х гг.*

The article examines the history of a Soviet magazine "Krestyanka" in the 1920s, particularly the techniques of creation of the permanent audience and increasing of the circulation. The specific promotion methods of the magazine were implemented in this period. The focus of the magazine was doing an efficient propaganda of ideas of Soviet women equality for illiterate peasants.

Key words: *the history of the Soviet media, the Soviet magazine "Krestyanka", the audience of the Soviet women's magazines in the 1920s.*

Введение

Исследований истории советских журналов для женщин немного. В диссертации Е.Ю. Коломийцевой [Коломийцева, 2008], рассматривающей развитие женской прессы на протяжении всей истории российской журналистики, в том числе и современной, советскому периоду (с 1917 по 1990-е гг.) посвящен один параграф. В монографии «Отечественные женские журналы: историко-типологический аспект» [Смеюха, 2011] также рассматриваются все три века российской журналистики и система женских журналов РФ, но в историко-типологическом аспекте. Задачи этой работы не требовали глубокого исследования специфики партийно-советской системы изданий для женщин и содержания наиболее известных журналов.

Анализ советской периодики для женщин 1920—1930-х гг. требует междисциплинарного подхода. Знаменитые журналы «Крестьянка» и «Работница» входили в систему партийно-советских СМИ, а значит, важно учитывать все особенности функционирования этой системы. Большинство исследований по истории журналистики [Минаева, Варнакова, 2013], написанных в советский период, умалчивают о таких существенных аспектах, как, например,

цензурный контроль или методы партийного руководства печатью. Поэтому, анализируя, казалось бы, локальную тему — историю «Крестьянки», — важно иметь в виду место журнала в системе партийно-советских СМИ и задачи, которые ставились перед редакцией партийными органами.

Исследование истории женской прессы требует сочетания различных методов [Методика изучения периодической печати, 1977; Зайцев, 2004; Головин, 2012], таких как историко-типологический анализ, контент-анализ, дискурс-анализ, проблемно-хронологический анализ. Изучение содержания печати в исторический период, далеко отстоящий от современности (в данном случае — почти 100 лет назад), требует привлечения значительного материала для воссоздания исторического контекста. Адекватная реконструкция, необходимая в любом историческом исследовании, позволяет интерпретировать контент женских изданий как в свете проблематики современных СМИ, так и с учетом исторических особенностей и смыслов, характерных для указанной эпохи. Активно развивающиеся в последнее время гендерные исследования помогают как в исторической реконструкции [Хасбулатова, 2000 и др.], так и в понимании актуальных задач изучения процесса изменений гендерных стереотипов [Фролова, Смирнова, 2010 и др.]. Значительный вклад в изменение привычных гендерных ролей, в феминизацию женщин внесли советские женские журналы довоенного периода.

Содержание журнала «Крестьянка»

Борьба за равноправие женщин была одним из важных направлений деятельности как партийных, так и советских органов после Октября. В 1919 г. в ЦК РКП(б) был создан отдел по работе среди женщин (далее — Женотдел), его возглавила И.Ф. Арманд. Система печати для женщин выстраивалась партийными органами с целью привлечь их в ряды партии коммунистов и обеспечить участие в социальном строительстве. Структура этого отдела отражала два направления его работы: организационно-инструкторское и агитационно-пропагандистское. Отделы по работе с женщинами были созданы и в местных органах партийной власти. Причем, как заявила И.Ф. Арманд на первом Всероссийском съезде работниц и крестьянок в 1919 г., «работа по строительству (нового общества. — *О.М.*) и работа по пропаганде, являясь лишь разными сторонами одного и того же дела, должны быть теснейшим образом связаны между собой» [Блонина, 1919].

Еще с дооктябрьского периода у РСДРП(б) сложилось два типа партийных изданий: *руководящий* и *массовый*. Функции и аудитория этих изданий были различные.

Руководящие издания в первую очередь выполняли организационную функцию, их аудитория — это партийные и комсомольские работники, в том числе и работники отделов по работе с работницами и крестьянками. Так, например, журнал «Коммунистка» «рассчитан на заведующих Женотделами окружкома, райкома, женорганизаторов города и деревни, работников Востока, руководителей делегатских собраний и женактив, работающий в советских, кооперативных и других организациях»[1]. Названы такие задачи журнала: обсуждение методов работы партийных органов среди женщин, воспитание новых кадров, помощь женактиву в практической работе, обобщение местного опыта. С помощью подобного рода партийных изданий[2] координировалась и направлялась агитационно-пропагандистская работа местных партийных комитетов, готовились партийные агитаторы и осуществлялась руководящая и организаторская функции ЦК партии.

Другой тип издания и по задачам, и по целевой аудитории, и по содержанию — это *массовые* пропагандистские журналы. Задачи такого издания:

- трансляция большевистской идеологии на определенные группы женской аудитории,
- всемерное увеличение количества женщин, поддерживающих советскую власть,
- пропаганда новых ценностей,
- агитация за актуальные лозунги,
- разъяснение политики партии большевиков в целом и в «женском» вопросе в частности.

Другие задачи, например образовывать или развлекать аудиторию, — не ставились или были второстепенны.

«Крестьянка» и «Работница» — это центральные партийные массовые журналы, в названиях которых отражен узкоклассовый подход к определению целевой аудитории.

В январе 1922 г. партийно-советская печать была переведена на хозрасчет[3], этим решением ознаменован переход к нэпу. Уже через три месяца, в апреле 1922 г., в резолюции XI съезда РКП (б) «О печати»[4] констатируется состояние «тягчайшего кризиса» печати, резкое сокращение количества изданий, уменьшение тиражей.

---

[1] Работница. 1930. № 5. С. 20.

[2] Можно назвать также журналы агитационно-пропагандистского отдела ЦК партии: «Вестник агитации и пропаганды», «Спутник агитатора» и другие.

[3] «О переводе всех органов периодической печати на начала хозяйственного расчета». Декрет ВЦИК и СНК // Русская журналистика в документах. История надзора / Сост. О.Д. Минаева. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 275.

[4] Там же. С. 278.

«Крестьянка»[5] — орган Женотдела ЦК РКП(б)[6] — начала выходить в 1922 г., поэтому на журнал влияли все сложности этого периода: от недостатка финансирования до отсутствия системы распространения.

В редакционном обращении[7] говорится, что «Российская коммунистическая партия, которая руководит нашей революцией, приходит» на помощь крестьянке в том, чтобы воспользоваться своими новыми правами, наладить новую жизнь. Редакция призывает крестьянок написать о том, что им интересно и нужно знать. В рекламных объявлениях, публиковавшихся в «Крестьянке», четко сформулирована цель журнала — «агитация среди крестьянок, пропаганда коммунистических идей, внедрение в сознание крестьянок знаний, необходимых в их повседневной жизни и работе, ...руководство по всем отраслям своей жизни»[8]. Ставится задача — сделать журнал необходимым и через него «сдвинуть сознание крестьянок с тупика безграмотности и предрассудков» (табл. 1).

Таблица 1

Сведения о журнале «Крестьянка» в 1922—1930 гг.

Год	Тираж	Цена за №	Цена подписки на год	Периодичность/ кол-во №№ в год	Объем	Приложения
1922	5000—15 000	35 руб.	320 руб.	Ежемесячный (с апреля)/9	22—34 полосы	Приложение «Долой неграмотность»
1923	6500—15 000	20 коп. зол. или 5 руб.	На 6 мес. — 2 р. 10 коп. зол.	Двухнедельный/22	34—58 полос	
1924	6500—35 000	20 коп.	6 руб.	Двухнедельный/22	26—36 полос	
1925	40 000—50 000	20 коп.	3 р. 60 коп.	Двухнедельный/24	16—26 полос	С № 17 выкройки одежды
1926	28 000—60 000	12 коп.	2 р. 25 коп.	Двухнедельный/24	22 полосы	6 выкроек одежды в год
1927	23 750—35 000	12 коп.	2 р. 25 коп.	Двухнедельный/24	18 полос	6 выкроек одежды в год

[5] Это первый центральный журнал для женщин, «Работница» выходит с 1923 г.

[6] РСДРП(б) в 1918 г. была переименована в РКП(б), в 1925 г. — в ВКП(б). Эти изменения отражались на обложке журнала.

[7] «Крестьянка» — крестьянке // Крестьянка. 1922. № 1. С. 1.

[8] Крестьянка. 1922. № 1. С. 21.

Окончание табл. 1

Год	Тираж	Цена за №	Цена подписки на год	Периодичность/ кол-во №№ в год	Объем	Приложения
1928	28 250—50 000	12 коп.	2 р. 25 коп.	Двухнедельный/24	18 полос	6 выкроек одежды в год
1929	50 000—75 000[9]	12 коп.	2 р. 25 коп.	Двухнедельный/24	18 полос	6 выкроек и большой настольный календарь
1930	108 000—140 000[10]	10—12 коп.	2 р. 25 коп.	Двухнедельный/24	18 полос	6 выкроек и большой настольный календарь

Таблица позволяет судить о том, как журнал корректирует свою работу по расширению аудитории: экспериментирует с объемом и периодичностью, меняет цену, добавляет приложения. В 1923—1924 гг. «Крестьянка» стоила дороже «Работницы», затем в 1925—1935 гг. — дешевле почти в два раза, а с 1936 г. цены журналов сравнялись. Объем «Крестьянки» (количество полос) изменялся: от 14 до 58. В годы нэпа значительное место занимала реклама. В 1922 г. рекламные полосы составляли до половины объема журнала: 8—10 полос из 22-х — рекламные. В № 5 за 1923 г. 25 полос рекламных объявлений. Реклама никак не связана с интересами аудитории: публиковались объявления ГУМа, Нефтесиндиката, Торгугля, Резинотреста, объединения шелковых фабрик, треста «Обновленное волокно» и других. В 1924—1926 гг. рекламных объявлений стало гораздо меньше, от 1 до 6 полос в номере.

Как аудитория реагировала на рекламу? «Что страшно неприятно поразило меня в последнем 5-м номере — так это отдел объявлений... Отцы родные, да для чего и для кого исписали ими 10 листов, кому они нужны. Ведь нэпман и в руки не возьмет «Крестьянку», а павловские, примерно, крестьяне в Москву не поедут за товарами, — для чего портить журнал таким ненужным материалом»[11], — пишет библиотекарь Лукашевич из Воронежской губернии. Редакция отвечает: «объявления дают нам возможность ежемесячно увеличивать тираж... Начали мы с 5000 экз., а теперь достигли уже

[9] № 20 был посвящен 12-летию Октябрьской революции и выпущен тиражом 150 000 экз.

[10] Спецномер (№ 21 за 1930 г.) к годовщине Октябрьской революции вышел тиражом 400 000 экз.

[11] Крестьянка. 1922. № 7. С. 27—28.

18 000... Конечно, объявления в нашем журнале — необходимое зло. Бороться с ним можно только увеличением числа платных подписчиков»[12].

В оформлении журнала использовался стиль лубочной картинки, в которую привносились новые элементы. В 1924 г. на обложке появился рисунок Н. Попова[13], как огромная крестьянка в лаптях идет и разбрасывает на маленькие избы книги о том, что дала крестьянке советская власть. Конечно, чтобы понять идею обложки, нужно уметь понимать условность изображения. Рассказы и некоторые рубрики обязательно сопровождались иллюстрациями, рисунками или фотографиями. В 1920-е гг. фотографии в «Крестьянке» — редкость.

Любопытные детали восприятия публикаций журнала описаны в письме крестьянки Марии Князевой. Она пишет: «Прочитали мне дети журнал “Крестьянка”. Все там хорошо, все складно так написано, да вот одно мне пришлось не по нраву. Показали мне ребята картинку, сами-то заливаются, смеются, а нам не понравилось... Была это там написана Арина-делегатка, да такой уродиной представлена — страсть глянуть. Ноги-то кривые, а лапти — какие-то просто плетни. ...Не след вам конфузить нас крестьянок... Хорошо это вы делаете, что пишете про нас, про баб, всякую нужду нашу знаете, да только уж коли хотите показывать крестьянку, то показывайте такую, какая она есть, а не косолапьте и не уродуйте нашу сестру»[14].

Редакция ответила крестьянке, что в рубрике «Веселая страничка» нарочно помещаются «смешные рисунки, чтоб было весело, смешно... Такие рисунки называются “карикатура”, раз ребята смеялись, значит действительно весело нарисовано». Вот такие объяснения приходилось давать журналистам, хотя вряд ли они устроили читательницу. Рисунков в журнале было очень много, они создавали настроение и иллюстрировали содержание публикаций. Для неграмотного человека иллюстрации имели огромное значение, однако вопрос о том, насколько малограмотная аудитория способна понять все смысловые оттенки рисунков и публикаций, остается открытым.

По мнению библиотекаря из Воронежской губернии Лукашевич, журнал «прямо хорош»: «интересная обложка, крупный шрифт, занимательные картинки»[15]. Хвалит она интересное содержание, а главное — что публикации не длинные — «малограмотный читатель не любит длинных чтений».

---

[12] Крестьянка. 1922. № 7. С. 28.
[13] Крестьянка. 1924.
[14] Крестьянка. 1923. № 7. С. 48.
[15] Крестьянка 1922. № 7. С. 27.

Редакция «Крестьянки» дорожила такими оценками аудитории, как «журнал вполне понятный и простой», «это все правда! Все про нас», «содержание такое родное, близкое»[16]. Однако с этим сложно согласиться. Да, журналисты старались имитировать крестьянскую речь в рассказах и стихотворениях. Но журнал перегружен сложными темами, новыми понятиями, научной лексикой. В первую очередь это относится к научно-популярным и образовательным публикациям. Вот типичный пример — заметка о том, что сифилис вызывается бактериями. «Бактерии бывают вредные и полезные, они очень малы, их рассмотреть можно только в микроскоп. Бактерии сифилиса попадают в кровь человека и заражают»[17], — пишет журналистка и советует лечиться у доктора. Неграмотной деревне предназначены слова «сифилис», «бактерии», «микроскоп» и т.д.

Вот, например, крестьянка М.Е. Петровская пишет: прочитала статьи «Как устроены половые органы у женщины» и «Образование человеческого зародыша», советую всех крестьянок познакомить с этими статьями, а особенно деревенских бабок, повитух, чтобы они раз и навсегда усвоили, что женщина во время родов не мешок, не применяли бы никакие встряхивания, катанье по полу родильниц и разных других способов»[18]. Приводит примеры, как бабки лечат грыжу: дают травы, прокалывают ребенку ухо и вдевают серьгу. Задает очень конкретные и полезные вопросы: о том, почему бывает пупочная грыжа, как лечить и как от нее уберечься, предохраняет ли от беременности кормление грудью, в каком возрасте бывают менструации, не вредно ли женщине до 2 лет кормить ребенка грудью и т.д. Интересный пример того, как читательница подсказывает журналистам темы научно-популярных статей, реальные болезни и ситуации из жизни.

В таблице 2 представлены наиболее часто появлявшиеся рубрики. Содержание рубрик могло меняться, заметно, как они дублируют друг друга.

Таблица 2

Рубрикатор журнала «Крестьянка»

Название рубрик	Содержание публикаций
Статейный отдел	Статьи о политике партии по отношению к деревне, о XII съезде РКП(б), о едином налоге, о советской страховке, о беспризорниках и т.д.

[16] Крестьянка. 1923. № 10. С. 5.
[17] *Гольденберг.* «Дурная болезнь», или сифилис // Крестьянка. 1923. № 10. С. 40—41.
[18] Почтовый ящик // Крестьянка. 1924. № 7. С. 33.

Название рубрик	Содержание публикаций
Кооперация, Крестьянка и кооперация	Заметки о кооперативах, что можно сдать в кооператив, по каким ценам, какие товары продаются и т.д.
По белу свету, Там, где еще правит буржуазия	Заметки «о борцах за коммунизм», как живут рабочие и крестьяне в других странах.
Наука, Наука, жизнь и работа, Полезные книги	Заметки, что такое снег, чахотка, чесотка и т.д. Научные статьи, например, о пасхе и аналогичных праздниках в разных религиях[19]. Аннотации новых книг, в основном агитационно-пропагандистских.
Беседы врача, Отдел ребенка, Охрана матери и ребенка, Полезные советы	Заметки научно-популярные о болезнях детских и женских, зачем детям школы, как детей закалять, о кормилицах, о сезонных детских болезнях, права крестьянки при разводе, о чесотке, о битье детей, о кликушестве и т.д.
Для детей	С № 4 1923 г. стихи и рассказы для чтения детям вслух.
По России	О работе делегаток, о коммунах.
Наша жизнь и работа	Заметки о том, как учительницы читают газеты и журналы, проводят собрания в деревнях, о крестьянках-делегатках, как крестьянки учатся грамоте (любые приметы новой жизни и нового быта).
Машина помогает по хозяйству	Рассказывается о том, что такое единый натуральный налог, почему надо бороться с чересполосицей, о кооперации, как машина может работать на земле (рубрика редко появляется).
Практические советы	Заметки, как утеплить скотный двор, как беречь корову, как кормить домашнюю птицу и т.д.
Сельское хозяйство	Практические сведения о свиноводстве, как разводить семена, как прясть лен, хранить и заготавливать фрукты и овощи.
Крестьянка в домашнем хозяйстве	Материалы по домоводству, как хранить продукты, как готовить сезонные блюда и т.д.
Веселая страничка	Стихотворения, короткие рассказы, частушки и рисунки агитационного содержания о борьбе с кулаками, с попом и религиозными обрядами, со знахарками (авторская рубрика А.С. Неверова, подпись «Насмешник»).
Справочник крестьянки	Сведения по определенному кругу вопросов: размер налогов, государственная помощь семьям красноармейцев и т.д.

[19] *Флеровский И.* Воскресший бог // Крестьянка. 1923. № 6. С. 25.

Название рубрик	Содержание публикаций
Почтовый ящик, Из писем с мест	Письма читательниц, ответы редакции на них, агитационные странички, объявления о подписке, анкеты и т.п.
Литературные побеги	Авторская рубрика А.С. Неверова (подпись «Дядя Сережа») — разбор рассказов и стихотворений, присланных читательницами, пояснения, как надо писать.
Страничка малограмотной	Рассказы, стихотворения по всем основным темам журнала.

В рекламном объявлении о подписке в 1930 г. очень хорошо рассказано о содержании «Крестьянки»:

Журнал всю правду расскажет нам:
О прошлом, о нашем грядущем,
О новом, чей голос звенит по полям,
О новом, победно идущем...
Чужую, ненужную нам старину
Он судит сурово и грозно;
Он выучит вас, как взорвать целину
И сделать страну колхозной.
Чтоб глубже корнями врастал новый быт,
Чтоб старое было добито,
Пусть будет осиновый кол забит
В могилу старого быта.
Нам в этом поможет журнал наш родной,
Который зовется «Крестьянка» —
Он борется с плесенью старой —
С пивной, с попом, суеверьем и пьянкой[20].

Особенности аудитории «Крестьянки» в 1920-е годы

Целевая аудитория «Крестьянки» определена как «трудовая крестьянка»[21]. В 1920-е гг. журнал обращается ко всем крестьянкам, хотя и упоминает о существовании кулака. Ситуация кардинально изменится в годы коллективизации. В рекламном объявлении о подписке[22] в 1930 г. редакция так определяет свою аудиторию:

Колхозницы, батрачки,
Беднячки и середнячки —
Чтоб крепла колхозная ваша семья —
Читай журнал свой «Крестьянка».

[20] Крестьянка. 1930. № 24. С. 18.
[21] «Крестьянка» — крестьянке // Крестьянка. 1922. № 1. С. 1.
[22] Крестьянка. 1930. № 24. С. 18.

В 1931 г. редакция называет читательниц журнала: селькорки, колхозницы-ударницы, делегатки, беднячки и середнячки[23]. Однако в 1922 г. адресат журнала — все крестьянки. По мнению Л.Н. Денисовой, автора монографии о русских крестьянках, «выделение женщин как “отдельной” от мужчин силы» было предпринято именно с учетом грядущего проведения коллективизации [Денисова, 2007, с. 7].

Современному человеку, образованному и живущему в информационном обществе, сложно осознать, каков был уровень представлений крестьянки, мир которой ограничивался околицей. По письмам читательниц в рубрике «Почтовый ящик» можно попытаться реконструировать характеристики аудитории «Крестьянки» в 1920-е гг.

Неграмотность — основная особенность крестьян. «Грамотеек у нас в деревне всего-навсего три»[24], — пишет А. Зорский из Гомельской губернии. «Грамотных крестьянок из пожилых совсем нету. А девок несколько есть, они и читают»[25], «очень мало таких, которые немного поразвитее»[26], — пишут читательницы. Вот типичное письмо читательницы «Крестьянки»: «Не посудите меня, простую деревенскую женщину. Только складно-то не сумею я, слова-то мои к этому не приучены... Мне вот 32 года, экзамен я кончила в земской школе, ну а писать ничего не писала»[27].

Крестьянки бедны — еще одна важная характеристика аудитории. Они не могут собрать деньги на подписку даже вскладчину: «у нас нет средств, чтобы сложиться и выписывать»[28]. «Беда в том, что наши делегатки почти все батрачки и жены погибших мужей, и ни одна не имеет за душой копейки, а в особенности в летний сезон, когда заработать не представляется возможности»[29], — пишут крестьянки в редакцию и просят высылать журнал бесплатно «в связи с нашей бедностью». Редакция обещает присылать бесплатно журнал тем, кто будет постоянно присылать заметки о своей жизни[30], иногда сообщается о посылке одного-двух номеров.

Как читательницы доставали деньги на подписку? Вот примеры из журнала: «нажали на крестком» (крестьянский комитет. — *О.М.*), чтобы выписал один номер, «собрали по два яйца с дома и продали их», сдавали муку в кооператив и придумали «отчисления муки» делать — небольшими суммами собирать деньги на подпи-

---

[23] Крестьянка. 1931. № 16. С. 18.
[24] Крестьянка. 1924. № 11. С. 3.
[25] Там же. С. 5.
[26] Почтовый ящик // Крестьянка. 1923. № 10. С. 56.
[27] Крестьянка. 1923. № 4. С. 34.
[28] Почтовый ящик // Крестьянка. 1923. № 10. С. 56.
[29] Крестьянка. 1924. № 11. С.43.
[30] Крестьянка. 1923.№ 19. С. 32; 1923. № 4. С. 34 и др.

ску[31]. Иногда сбор средств начинается после собрания, на котором читали «Крестьянку»: «Кто чем может, несут на журнал: кто пасьму ниток льняных, своими руками сделанных, кто крынку пшеницы...»[32]. Многодетная мать из Костромской губернии несколько недель продавала по 3—4 яйца и насобирала денег на подписку[33].

Удивляет то, что журнал, выпускаемый Женотделом ЦК партии, постоянно борется за увеличение подписки, ведет пропаганду коммунистической идеологии, несет знания в деревню — и не распространяется бесплатно.

Более того, даже работники местных партийных комитетов подписку на партийную прессу (как руководящую, так и массовую) должны были оплачивать: в объявлении сказано о том, что «журналы "Работница", "Коммунистка" и "Крестьянка" Губженотделы[34] могут выписать со скидкой 20%, если оплатят более 50 экз., а тем, кто платит наличными, скидка 25%»[35].

Крестьянки не привыкли читать, да и не видели в этом необходимости, — еще одна черта аудитории этого периода. В письмах активисток в редакцию встречаются жалобы, что «крестьянки говорят денег нет, да и читать некогда»[36]. Еще одно свидетельство находим в письме «делегатки» Чесноковой: активистки желали бы выписать журнал, но у них нет средств, «а с крестьянками не сговоришься»[37]. В результате в 1925 г. на уезд с 200 тысяч населения выписан только один номер журнала[38].

Интересно, что аудитория у «Крестьянки» была не только женская. «Кто хоть раз видел и читал (журнал. — *О.М.*), непременно постарается его достать. Даже мужики интересуются. — А ну-ка, ты прочти бабскую евангель! С такими просьбами ко мне не раз обращались крестьяне. ...Сначала "бабьей книгой" звали, иной раз и посмеивались, кто "декретом" ее зовет. Потому всякие законы там прописаны. И мужики уважение к нему почувствовали»[39]. А. Зорский зафиксировал важный момент — аудитория у журнала гораздо шире заявленной! Еще похожее свидетельство: «Мужики, хоть и зовут его (журнал. — *О.М.*) "бабьей библией", а сами от крышки до крышки прочитывают»[40]. Вот что пишет учительница

---

[31] Крестьянка. 1924. № 11. С. 7.

[32] Крестьянка. 1925. № 1. С. 24.

[33] Крестьянка. 1927. № 9. С. 3.

[34] Отделы по работе с работницами и крестьянками губернских комитетов партии.

[35] Крестьянка. 1923. № 17. С. 37.

[36] Почтовый ящик // Крестьянка. 1923. № 8. С. 48.

[37] Почтовый ящик // Крестьянка. 1923. № 15. С. 44.

[38] Крестьянка. 1925. № 11. С. 3.

[39] Крестьянка. 1924. № 11. С. 3.

[40] Там же. С. 6.

М. Волкова из Череповецкой губернии: журнал «читают дети и взрослые, как крестьянки, так и крестьяне-мужчины»[41]. Еще одно свидетельство из Царицынской губернии от Г. Кутыркина: «не одни женщины интересуются журналом, даже и большая часть мужчин нашей республики. ...я сам хоть не получаю журнал, но я его часто читаю»[42]. Это интересный пример того, как реальная аудитория не совпадает с целевой. А ведь мужчины упоминаются в «Крестьянке» чаще всего в негативном контексте, да и для детей советы — грозить мужу сельсоветом, скалкой и разводом — вряд ли были полезны. Можно сделать вывод, что деревня в этот период получала недостаточно периодических изданий.

Понять, какие представления складывались у крестьянок, впервые соприкоснувшихся с журналистикой, помогают их письма. Как читательницы говорят о журнале:

• называют журнал «книгой»: нет опыта чтения периодики, не видят разницы между книгой и журналом, газетой;

• гордятся, что «про их бабью долю книжка пишется»[43]: «со дня революции и до сего времени мы не знали, представления себе не имели, что женщина равноправна с мужчиной. Пуще всего нам нравится, что вы пишете про нас — женщин»[44];

• очень благодарны журналистам: «горячая», «великая» благодарность «глубоко благодарны» и даже «присоединяю свой голос к крику благодарности»[45]. «Когда мне попал в руки журнал — невольно слезы на глаза навернулись. Для нас журнал издается... Нас просят писать»[46]. Многие говорят о том, что впервые им оказывают такое внимание и уважение: просят ответить на анкету, написать о себе и т.д.;

• журнал — «лучший советчик и друг»[47], «хорошая толковая подруга»[48] (похожие ассоциации вызывал и журнал «Работница»);

• «бабья библия», «бабская евангель»[49] (евангелие. — *О.М.*) — этот образ встречается несколько раз, он важен и в связи с антирелигиозной пропагандой, и для характеристики содержания журнала: в нем крестьянка найдет ответ на любой вопрос;

• «ваш журнал, как восход солнца, светлым лучом проникает в наши зачерствелые сердца»[50],«лейте больше света в деревню»[51], —

---

[41] Крестьянка. 1924. № 6. С. 33.
[42] Там же. С. 33.
[43] Крестьянка. 1924. № 11. С. 3.
[44] Крестьянка. 1923. № 18. С. 37.
[45] Крестьянка. 1924. № 6. С. 33.
[46] Крестьянка. 1923. № 10. С. 4.
[47] Там же. С. 6.
[48] Крестьянка. 1924. № 11. С. 5.
[49] Крестьянка. 1924. № 11. С.6.
[50] Крестьянка. 1923. № 19. С. 32.
[51] Крестьянка. 1922. № 5. С. 25.

просят читательницы. Многие считают, что раньше жили «в темноте»[52];

• «когда получаю журнал, радуюсь как письму от родной матери»[53];

• «первая ласточка в деревне», которая «принята страшно ласково»[54];

• «содержание журнала такое родное, близкое»[55], «простой и понятный» журнал о деревенской жизни;

• «Крестьянка» — путешественница, пока два села обходит, «всю ее пальцами истыкают, еле живая домой придет»[56], — этот любопытный образ встретился в письме П. Поченцовой из Царицынской губернии;

• «Крестьянка» — дорога к новой жизни: «вы очищаете нам дорогу, по которой мы, темные крестьянки, можем идти твердо и смело[57];

• журнал «нужен женщине, как воздух»[58];

• журнал — посредник между всеми крестьянками СССР[59];

• журнал «сумеет разбудить всю женскую массу в России, которая еще спит непробудным сном темноты и невежества»[60].

В стихотворении А. Зорского соединяются сразу несколько образов, связанных с «Крестьянкой»:

...а в старых хатах — жуткий мрак,
И образа под паутиной.
Журнал же — солнечный маяк
Для Феклы, Моти и Христины.
Журнал понятный и простой
Пришел в закуренные хаты
Бороться с жуткой темнотой
И когти обрезать богатым.
Он летом в редкий час досуга,
Зимой за прялкой в вечера.
Для бабы — первая подруга
Верней, советчица-сестра[61].

---

[52] Крестьянка. 1923. № 4. С. 34.
[53] Крестьянка. 1924. № 11. С. 4.
[54] Крестьянка. 1922. № 7. С. 27.
[55] Крестьянка. 1923. № 10. С. 5.
[56] Крестьянка. 1924. № 11. С. 4.
[57] Почтовый ящик // Крестьянка. 1923. № 8. С. 48.
[58] Крестьянка. 1937. № 1. С. 32.
[59] Крестьянка. 1925. № 1. С. 24.
[60] О журнале «Крестьянка» // Крестьянка. 1924. № 5. С. 20.
[61] *Зорский А.* Крестьянка // Крестьянка. 1924. № 11. С. 24.

Специфические методы формирования аудитории «Крестьянки»

С большим трудом в 1920-е гг. редакции «Крестьянки» удавалось распространять журнал, тираж рос очень медленно. Попытки скачкообразно, резко увеличивать тираж не имели успеха — тираж неминуемо опускался к прежнему уровню или еще ниже (табл. 3).

Таблица показывает, что тираж был очень нестабилен в первые годы издания журнала. Только к 1937 г. тираж смогли довести до 300 000 экз., все попытки еще его увеличить не увенчались успехом.

Борьба за рост аудитории «Крестьянки» велась очень упорно, целенаправленно и разнообразными методами. Коллективные «читки» партийных газет и журналов были частью работы местных партийных комитетов и их отделов по работе с женщинами. Эта форма агитационно-пропагандистской работы была вызвана, в первую очередь, поголовной неграмотностью крестьянок. Перед партийными агитаторами была поставлена задача подробного объяснения политики партии в социальной сфере и в так называемом «женском вопросе». Поченцова, волорганизатор[62], пишет: «Журнал “Крестьянка” нам необходим как воздух для делегаток, ...он для женщин необходим, они его хорошо понимают, и его можно читать каждой грамотной крестьянке»[63].

Одной из задач «Крестьянки» было взаимодействие с местными партийными агитаторами, которые в основном также были малограмотны. Журнал корректировал их работу, определял актуальные задачи работы среди женщин, снабжал материалами с примерами «правильной постановки вопросов». Содержание «Крестьянки» соответствовало основным направлениям работы местных партийных организаторов, более того, помогало им ориентироваться в непростых вопросах, давало материал для бесед.

А. Дударева пишет: «Я работаю председателем волисполкома... <В журнале> прописывают все, что необходимо нам, работающим на низовой советской работе, ...есть, чем руководствоваться, ...из него я узнаю о всех задачах, которые встают перед нами»[64].

Журнал формировал партийно-советский актив, слой людей, разделяющих и помогающих проводить политику власти. «Я делегатка и подписчица журнала “Крестьянка”. Я была совсем малограмотной... Много хорошего и дельного узнала я через журнал. Теперь я научилась говорить по собраниям, научилась шить и кроить. И даже могу сама проводить собрание»,[65] — вот свидетельство того, как пресса помогала формировать слой активистов.

---

[62] Волостной организатор и агитатор.

[63] О журнале «Крестьянка» // Крестьянка. 1924. № 5. С. 20.

[64] Крестьянка. 1930. № 1. С. 17.

[65] Полезный журнал // Крестьянка. 1930. № 1. С. 17.

Таблица 3

Тираж «Крестьянки» в 1922—1930 гг.

№	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929	1930
1	№ 1—2 5000	№ 1—2 15 000	6500	40 000	50 000	32 000	40 000	55 000	Нет данных
2	—	—	Нет данных	40 000	50 000	Нет данных	Нет данных	54 750	Нет данных
3	5000	Нет данных	Нет данных	40 000	50 000	31 000	39 000	60 000	Нет данных
4	5000	15.000	Нет данных	40 000	60 000	Нет данных	36 000	60 000	140 000
5	12 000	15.000	Нет данных	40 000	54 000	34 000	50 000	75 000	120 000
6	15 000	10.000	Нет данных	40 000	55 000	34 000	39 000	60 000	120 250
7	Нет данных[4]	10.000	Нет данных	40 000	55 000	34 000	39 000	60 000	115 000
8	15 000	10.000	Нет данных	40 000	53 000	34 000	39 000	61 500	Нет данных
9	15 000	10.000	Нет данных	40 000	44 500	34 000	37 500	62 000	108 000
10		10.500	16 000	40 000	45 000	32 500	36 000	62 000	Нет данных
11		10 000	16 000	40 000	42 000	30 000	37 000	62 000	Нет данных
12		7500	16 000	40 000	41 000	28 750	36 250	62 000	Нет данных

[66] Такая пометка означает, что в журнале тираж не указан или при переплете часть обложки обрезана. В первые годы выпуска журнал был оформлен очень небрежно, иногда отсутствуют сведения о тираже, главном редакторе, нет оглавления или названия рубрик и т.д.

Окончание табл. 3

№	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929	1930
13		7500	24 000	40 000	35 000	27 000	35 000	70 000	Нет данн.
14		6500	35 000	40 000	34 000	26 000	31 500	60 000	120 000
15		6500	35 000	40 000	30 000	24 500	30 000	60 000	140 000
16		6500	35 000	40 000	30 000	24 250	29 250	50 000	134 000
17		6500	№ 17—18 35 000	40 000	30 000	Нет данных	28 250	50 000	132 000
18		Нет данных	—	40 000	29 000	23 750	29 250	50 000	132 000
19		Нет данных	35 000	40 000	28 000	27 500	29 500	52 000	118 000
20		Нет данных	35 000	40 000	28 500	Нет данных	29 500	150 000[5]	117 500
21		Нет данных	24 000	50 000	29 500	25 500	35 000	53 000	400 000[6]
22		Нет данных	24 000	40 000	29 500	Нет данных	35 000	53 500	125 000
23		—	—	40 000	32 000	35 000	42 000	62 500	132 000
24		—	—	45 000	31 000	30 250	39 720	63 500	133 000

[67] Номер посвящен 12-летию Октябрьской революции.
[68] Тираж спецномера в честь годовщины Октябрьской революции.

Обязанностью местных партийных работников было распространение партийной печати, увеличение подписки. Е.М. Данилина, активистка, пишет, что журнал читает всегда с удовольствием, ждет с нетерпением: «Много в нем полезного для нас, крестьянок. Часто читаю еще вслух на делегатских собраниях. Получив ваше воззвание и подписной лист, я стала вербовать подписчиц»[69].

Вот какие приемы применялись для увеличения аудитории:

• В первую очередь это борьба за то, чтобы всех читательниц сделать подписчиками: призывы подписываться самим и «вербовать» подруг и знакомых. Фотография в журнале — сход крестьянок, слушают чтение журнала (деревня Мамонтовка, Белоруссия). Над фотографией надпись крупным шрифтом: «А ты подписалась на "Крестьянку"»?[70]

• Редакция неоднократно прибегала к прямому обращению к крестьянкам с призывами написать, о чем хотелось бы прочитать, ответить на вопросы анкет, высказаться по темам публикаций и т.д.

• Читки журнала происходили на собраниях, на праздниках, на посиделках, вечером, когда окончены работы («вышла Фекла с журналом, бабы слушают, ребятишки тут же играют»[71]). Вот как проходил «вечер прялки». Собрались женщины из ближних деревень на посиделки, принесли прялки и шерсть. «Веретена быстро вертятся, а товарищи комсомолки читали нам журнал "Крестьянка". Велась беседа... Нам надо чаще собираться вместе — работать веселей да и главное — можно послушать газеты и журналы»[72]. В рубрике «Почтовый ящик» напечатано письмо крестьянки Зориной из Калужской губ.: «Получила журнал. Много сошлось крестьянок послушать о дорогом вожде Ленине В.И. Неоднократно слышала спасибо, что ознакомила их... На первой зачитке смеялись, а теперь лезут заглянуть на картинки в журнале. Побольше бы таких журналов, мы бы немного бы осветились»[73].

• Формой работы с аудиторией было анкетирование. В рубрике «Сперва подумай, а потом отвечай» крестьянкам задавали вопросы по содержанию номера, чтобы заставить внимательно читать и запоминать содержание журнала. В качестве награды обещали публиковать фамилии тех, кто правильно ответил и прислал ответы в редакцию. Вопросы были такие: кто имеет право избирать и быть избранным в Советы, кого называли отцом китайской революции, какие вопросы рассмотрел конгресс Коминтерна[74], когда родился

[69] Письма читательниц // Крестьянка. 1930. № 1. С. 16.
[70] Крестьянка. 1927. № 5. С. 10.
[71] Крестьянка. 1924. № 11. С. 3.
[72] Вечер прялки // Крестьянка. 1924. № 6. С. 18.
[73] Крестьянка. 1924. № 8. С. 37.
[74] Сперва подумай, а потом ответь // Крестьянка. 1928. № 22. С. 11.

Ленин, что такое ВЦИК, какая польза от сушеной малины, когда надо косить траву, чтобы получить питательное сено[75].

• Конкурс с призами. Вот цитата из объявления в «Крестьянской газете»: «Распространители печати, которые работают “на процентах”, к участию не допускаются. Участники конкурса должны оформить подписку за наличный расчет не менее чем на 3 месяца по любому изданию из списка издательства: это “Крестьянская газета”, “Крестьянка”, “Лапоть”, “Крестьянский журнал”, “Журнал крестьянской молодежи”, “Изба-читальня”»[76]. Чтобы получить премию, нужно собрать не менее 300 подписчиков, что очень сложно. Премии обещаны очень привлекательные, для 1925 г. это предметы роскоши:

Первая: зимнее пальто, шапка, суконный костюм, ботинки и половина дюжины белья;

Вторая: лошадь;

Третья: кожаное обмундирование, сапоги, галоши и головной убор;

Четвертая: корова;

Пятая: часы карманные «Мозер»;

Шестая: библиотека в 25 рублей по выбору призера.

Это вполне современный прием работы с аудиторией, только сейчас журналы награждают читательниц наборами косметики или кухонным комбайном — доступными для большинства читательниц товарами.

• «Читки» часто соединялись с «вербовкой» селькорок, обсуждением содержания журналов. Редакции обязаны были всячески расширять круг «селькорок» (сельских корреспонденток) и «женкорок» (женских корреспонденток). Журнал устраивал съезды селькорок, проводил обсуждения публикаций и стремился превратить их в агитаторов, разъясняющих содержание журнала. «Крестьянка» посылала своих селькорок на учебу в ГИЖ[77] — это тоже форма работы с аудиторией. В журнале часто публиковались подобные обращения: «Товарищи СЕЛЬКОРКИ, приближается день печати (5 мая)! К этому дню нам нужно подсчитать наши успехи в деле печати. Нужно выяснить, какое участие принимают крестьянки в стенгазетах, в кружках друзей газеты. ...Разъясняйте, какое большое значение имеет газета, журнал, как они помогают перестраивать жизнь, исправлять недостатки. Написать есть о чем. Кому статейка в газете или журнале помогла улучшить свое хозяйство, кого они научили быть общественницей..., был устранен недостаток

[75] Сперва подумай, а потом отвечай // Крестьянка. 1928. № 9. С. 16.
[76] Крестьянка. 1925. № 11. С. 18.
[77] Крестьянка. 1926. № 3. С. 11.

в сельсовете, ...кто начал учиться грамоте...»[78]. Рост рядов селькорок напрямую связывался в партийных документах с ростом тиража, что не подтверждается данными таблицы 4.

Таблица 4

Тираж и количество сельских корреспонденток журнала «Крестьянка»

Год	Количество селькорок[79]	Тираж[80]
1923	22	6500—15 000
1924	385	6500—35 000
1925	956	40 000—50 000
1927	1632	23 750—35 000

В Постановлении ЦК ВКП (б) от 1929 апреля 1927 г. было отмечено, что «вокруг женских журналов созданы значительные кадры рабселькорок (к концу 1925 г. — 5 тыс., к концу 1926 г. — 8,5 тыс.)», но количественный и качественный рост оценен как «чрезвычайно слабый»[81].

«Боевая задача журнала — сделаться необходимой настольной книгой крестьянки, которую она не только будет читать, но в который она и сама писать будет. “Крестьянка” должна стать журналом самих крестьянок»[82], — так сформулированы задачи журнала в редакционном обращении в первом номере. Задача всячески «втягивать» читателей в работу газет и журналов была поставлена перед всеми партийными изданиями.

Деятельность женских журналов по формированию широкого круга «селькорок», «рабкорок» и «женкорок» заслуживает отдельного анализа, она напрямую связана с тем, что корреспондентки не просто присылали свои заметки в редакцию, но были активными проводниками политики партии. Постоянно публиковались призывы написать в журнал, рассказать о себе, своих проблемах и достижениях. «Не нужно смущаться тем, что будет плохо написано. Как бы ни написала каждая из вас, “Крестьянка” всякое письмо прочтет со вниманием, на всякое письмо даст ответ»[83], — говорится в обращении редакции в 1922 г.

---

[78] Крестьянка. 1927. № 6. С. 2.

[79] Крестьянка. 1924. № 11. С. 9; 1927. № 9. С. 3.

[80] Сведения автора.

[81] Об обслуживании печатью женских трудящихся масс // О партийной и советской печати. Сб-к документов. М.: Правда, 1954. С. 367.

[82] Крестьянка. 1922. № 1. С. 21.

[83] Крестьянка. 1922. № 8. С. 32.

Есть и такой пример, когда в ответ на просьбу крестьянок прислать журнал бесплатно, редакция отвечает, что не может этого сделать, но выход есть: «пишите нам о своей жизни и работе... и за это будете получать журнал»[84]. За опубликованные заметки читательниц журналы платили гонорары, это тоже привлекало аудиторию.

Задача всемерно расширять количество рабочих корреспондентов ставилась перед всеми партийно-советскими периодическими изданиями. В учебнике для студентов Всесоюзного Коммунистического института журналистики 1934 г. работе с рабкорами посвящена целая глава, поскольку это «форма связи редакции с читателями». В качестве примера описан опыт газеты «Правда» по «подбору» рабселькоров [Редактирование и массовая работа большевистской печати, 1934, с. 295].

Подбор рабселькоров происходил по их письмам, во время проведения рейдов и выездных редакций, на слетах ударников, на совещаниях, съездах, на собраниях и читательских конференциях. С рабселькорами велась активная работа: съезды и совещания (от уездных до центральных изданий), литературная учеба и кружки, «день рабселькора» в редакции, «коллективное рабкорство низовых газет» и т.д. Подробно задачи редакций по работе с рабселькорами были определены в Постановлении Оргбюро ЦК РКП(б) «О формах связи газет с рабочими и крестьянскими читателями» от 1 декабря 1924 г.

Особая роль в продвижении женских журналов отводилась именно «селькоркам» и «рабкоркам». Они занимались «читками» и разъяснением сложных тем, они же активно «вербовали» подписчиц. Но главное — они сами демонстрировали новый образ жизни женщины.

Примером того, насколько важным было это направление работы журналов, стало дело селькорки Дарьи Смирновой — колхозницы из Татарской автономной области. Она «подмечала все, что делалось в колхозе и сельсовете, и о всех творимых там возмутительных безобразиях, преступлениях и кулацком засилье сообщала в журнал «Крестьянка»[85]. Она писала про пьянство председателей колхоза и сельсовета, они еще и скрыли хлеб своих родственников-единоличников, секретарь сельсовета украл 20 пудов колхозного хлеба, председатель колхоза дал колхозную корову кулаку и справку другому кулаку, что тот середняк, и т.д. Райком партии и местная парторганизация Смирновой не помогали и на жалобы «Крестьянки» не реагировали, а обращения селькорки поручали рассматривать тем, на кого она жаловалась. Дарью Смирнову исключили из колхоза и всячески третировали. Журнал обратился

[84] Крестьянка. 1924. № 11. С. 43.

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

в обком ВКП(Б) Татарии, была проведена проверка, все факты, о которых сообщала Смирнова, подтвердились. В результате были приняты такие решения: председателя сельсовета за травлю селькорки и остальные проступки исключили из партии, сняли с работы и отдали под суд. Председателя колхоза исключили из партии, с работы сняли. Работникам райкома объявили строгие выговоры и понизили в должности. Работнице Женотела райкома партии за то, что занимала пассивную позицию, тоже вынесено партийное взыскание. Все эти факты были опубликованы в журнале «Крестьянка» и стали еще одним примером того, что деятельность селькорок имела большое воспитательное значение. Ну а для редакции «Крестьянки» селькорки были важны еще и для понимания нужд и запросов аудитории.

Заключение

«Крестьянка» — первый журнал для деревенских жительниц в 1920-е гг. В отличие от «Работницы» ей не приходилось конкурировать с непартийными женскими изданиями. Нужно отметить, что борьба за увеличение тиража не заставляла редакцию делать содержание журнала более понятным, разнообразным и полезным для аудитории, менее политизированным. Такие функции «Крестьянки», как взаимодействие с местными партийными работниками, агитаторами, вербовка селькорок, втягивание женщин в общественную и партийную жизнь, пропаганда политики советской власти по «женскому вопросу» и т.д., нетипичны для традиционного женского издания. «Крестьянка» была пропагандистским журналом для женской сельской аудитории.

Список литературы

Блонина Е. Работа среди женского пролетариата на местах // Коммунистическая партия и организация работниц. Пособие для пропагандисток. М.: Коммунист, 1919.

Головин Ю.А. Типологические особенности журнальной периодики // Современная пресса: теория и опыт исследования. Ежегодник 2012. М.: Факультет журналистики МГУ, 2012. С. 292—309.

Денисова Л.Н. Судьба русской крестьянки в XX веке: брак, семья, быт. Монография. М., 2007.

Зайцев Е. Дискурс-анализ — это анализ дискурса? // Медиальманах. 2004. № 4—5. С. 50—59.

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

Коммунистическая партия и организация работниц. Пособие для пропагандисток. М.: Коммунист, 1919.

Методика изучения периодической печати / Под ред. Б.И. Есина. М., 1977.

Минаева О.Д., Варнакова Г.С. История советской журналистики. Печатные труды преподавателей факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Библиографический указатель (1952—2013). М.: Факультет журналистики МГУ, 2013.

Редактирование и массовая работа большевистской печати. Учебное пособие / Под ред. В. Ноделя. М., 1934.

Смеюха В.В. Отечественные женские журналы: историко-типологический аспект. Монография. Ростов-на-Дону, 2011.

Фролова Т.И., Смирнова О.В. Гендерные трансформации российской семьи в медиаизмерениях // Гендер и СМИ-2009. Ежегодник. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 95—115.

Хасбулатова О.А. Российская государственная политика в XX столетии: гендерный анализ // Женщина в российском обществе. Российский научный журнал. 2000. № 3. С. 30—39.

Поступила в редакцию
15.06.2014

Е.А. Смирнова, соискатель кафедры истории и правового регулирования отечественных СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: eiemariabraun@gmail.com

ИСТОРИЯ КОДЕКСОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье диахронически описаны все журналистские кодексы профессиональной этики, созданные в России после распада Советского Союза по настоящий момент. Документы разделены по ареалу распространения и по тематике.

Ключевые слова: *кодекс, профессиональная этика журналиста, нормативная теория.*

The article presents a diachronic survey of journalistic codes of ethics in post-Soviet Russia. Documents are divided by their location and subjects.

Key words: *code of ethics, journalism ethics, normative theory.*

Введение

Кодекс профессиональной этики журналиста — важнейший инструмент саморегулирования журналистики, документально закрепляющий добровольно принятые обязательства журналистов, наглядно и конкретно выражающий ответственность СМИ перед обществом. Если обобщить исследования кодексов профессиональной этики журналиста, можно увидеть две основные задачи, которые они выполняют.

Первая задача — каталогизация кодексов. Яркие примеры — сайт ethicnet.uta.fi К. Норденстренга и А. Хейнонена, каталог кодексов этики rjionline.org/codes-ethics автора идеи средств обеспечения подотчетности прессы Клода-Жана Бертрана и Глобальная база данных кодексов этики СМИ, подготовленная сотрудниками Института проблем информационного права в рамках проекта ЮНЕСКО [Кодексы профессиональной этики, 2011].

Вторая задача исследователей кодексов журналистской этики — анализ меняющихся профессиональных стандартов, которые характеризуют состояние журналистики и медиасистему в целом[1]. Такой анализ российских кодексов есть в работах Д.С. Авраамова [Авраамов, 2003], Г.В. Лазутиной [Лазутина, 2011], А.Г. Рихтера [Рихтер, 2011], В.М. Хруля [Хруль, 2012], А.А. Синеок [Синеок,

[1] Так, «формирование новых профессиональных стандартов» указывается в качестве ключевых процессов становления российской модели СМИ профессором Е.Л. Вартановой [Вартанова, 2013, с. 41].

2005], А.В. Киреевой [Киреева, 2007]. В их статьях и монографиях анализ кодексов раскрывает специфические для журналистики этические дилеммы, обозначает проблемы эффективности кодексов либо иллюстрирует общие тенденции регулирования СМИ на постсоветском пространстве. Имея схожую задачу каталогизации и более узкую задачу анализа норм профессиональной этики, представляемое исследование отличается от других главным образом более обширным, претендующим на полноту списком кодексов. Первостепенной задачей было собрать вообще все кодексы журналистской этики, появившиеся в России после распада Советского Союза. В работе мы также опирались на особенности функционирования норм профессиональной морали журналиста, раскрытые в исследованиях А.И. Анненкова [Анненков, 2004], А.Ю. Колянова [Колянов, 2007], И.А. Кумылгановой [Кумылганова, 1992], А.С. Маслова [Маслов, 2013], Г.М. Нуруллиной [Нуруллина, 2009], М.В. Симкачевой [Симкачева, 2006], А.А. Юркова [Юрков, 2002].

Методология

Основным применявшимся методом в соответствии с приоритетной задачей стал метод диахронического описания кодексов.

Поиск кодексов профессиональной этики осуществлялся по упоминаниям в научной литературе и профессиональной прессе. Под кодексом в нашем исследовании, как и в большинстве современных исследований по этому вопросу, понимается любой конвенциональный документ, кодифицирующий нормы профессиональной этики журналиста. Это важно уточнить, так как существует понимание кодекса как только одной из форм документа, содержащего профессионально-этические нормы, наряду с декларацией, хартией, конвенцией и др.

Результаты исследования

Первым документом, кодифицирующим нормы профессиональной этики в Российской Федерации, стали Правила профессиональной этики сотрудников международной телерадиокомпании «МИР», принятые Советом директоров этой организации 30 июля **1993** г. Это редакционный кодекс, его объединяет идея этичного межнационального общения.

Следующий кодекс журналистской этики, созданный в Российской Федерации, региональный по букве документ — Декларация Московской хартии журналистов, в которую входили 27 человек. Подписание было совершено 4 февраля 1994 г. Участники Мос-

ковской хартии вспоминали, что писали декларацию, опираясь на международный журналистский кодекс [Журналистика: ответственность общественной профессии, 1998, с. 57], и действительно в ней много общего с Международными принципами журналистики. Уникальность Московской хартии в том, что несколько человек стихийно самоорганизовались и написали текст, ставший эталонным и распространившийся впоследствии в других документах по всей стране, — текст национального масштаба.

По духу нормы декларации стали национальными, когда через несколько месяцев — 3 июня **1994** г. — те же формулировки появились в новом документе — Кодексе профессиональной этики российского журналиста. Решение Конгресса Союза журналистов России вызвало критику специалистов. Например, Авраамов писал: «Если участники Хартии взяли обязательства на себя лично, то 60 делегатов Конгресса распорядились судьбой многих тысяч» [Авраамов, 2003, с. 50]. Однако минувшие двадцать лет показали жизнеспособность Кодекса: несмотря на то, что его нормы не менялись, на него ссылаются, его используют, он жив. Именно Кодекс профессиональной этики российского журналиста стал основой для нескольких региональных кодексов, и его потенциал не был еще раскрыт полностью. Так, Э. Шилленгер отмечает: «Он может служить основой для создания тысячи подобных кодексов или других документов, регламентирующих этические нормы в отдельных редакциях» [Шилленгер, 2005, с. 96]. Отчасти так и стало, хотя сейчас в Союзе журналистов России готовится новый национальный кодекс.

На исходе того же года, 27 декабря, увидели свет «Нравственные принципы телевизионной журналистики», написанные С.А. Муратовым. Авторитетный исследователь тележурналистики предложил профессиональной отрасли телевидения свое видение норм профессиональной этики. «Нравственные принципы...» не в полной мере можно считать кодексом, так как они не были предметом согласия представителей профессии, а остались авторским произведением.

Начатая Муратовым кодификация специальных телевизионных норм быстро получила отклик в **1995** г., когда Национальная ассоциация телерадиовещателей приняла Меморандум, напоминающий о стандартах поведения тележурналиста во время избирательной кампании.

Еще раз телевизионные особенности профессиональной этики воплотились в Памятке журналиста телекомпании НТВ, которая была посвящена ограничениям злоупотреблений возможностями воздействия журналиста.

В мае **1997** г. была создана Гильдия судебных репортеров, которая утвердила Декларацию «О принципах честной работы в жанрах судебного очерка и репортажа, а также журналистского расследования». В ней прописаны нормы для другого направления журналистики — судебной.

Также в 1997 г. произошел конфликт между акционерами одной из старейших российских газет — «Известий», позитивным результатом которого стал документ, регулирующий взаимоотношения финансовой и редакционной составляющих СМИ — Хартия взаимоотношений редакции газеты «Известия» и акционеров издания. Документ оказался ситуативным, так как в дальнейшем не оказывал влияния на политику редакции.

На исходе первого всплеска интереса к кодификации этических норм журналиста в **1998** г. появилось два региональных документа. Декларация доверия журналисту, представленная на научной конференции в Санкт-Петербурге, напоминала «Принципы» Муратова — это документ, созданный вне профессии, но не предлагающий правила, а ставящий условия, при которых работа журналиста будет воспринята аудиторией. Он написан как бы с другой стороны канала коммуникации и ставит журналиста лицом к лицу с требовательной аудиторией. Второй региональный документ, Кодекс этики татарстанского журналиста, за вычетом нескольких пунктов повторил дословно Кодекс профессиональной этики российского журналиста.

Следующий **1999** г. принес два вызова профессиональному сообществу журналистов. Во-первых, угроза создания государственного Высшего совета по этике и нравственности. Ответом на принятие Думой закона о таком совете стала Хартия телерадиовещателей, в которой руководители крупнейших аудиовизуальных СМИ обязывали себя нормами профессиональной этики и созданием собственного Совета по нравственности. Совет создан не был, а Хартия применялась в работе других механизмов регулирования.

Во-вторых, выборы в Думу, за три месяца до которых была создана Декларация российских журналистов в поддержку свободных и честных выборов, принятая на Всероссийском фестивале прессы в Ижевске, широко представлявшем регионы России. Что интересно, уже перед следующими выборами через четыре года практически дословно такой же текст приняли на пленуме Краснодарского краевого отделения Союза журналистов России, назвав «новый» документ Декларацией кубанских журналистов в поддержку свободных и честных выборов.

В **2000**-м г. появился важный для истории кодификации норм профессиональной этики текст — Тюменская медиаконвенция. Она наиболее изучена научным сообществом, потому что от нача-

ла до конца «выращивалась» в профессиональном сообществе региона исследовательской группой во главе с В.И. Бакштановским и Ю.В. Согомоновым. Собственно нормативная часть конвенции небольшая и представляет собой минимальный стандарт «устоев» профессии, найденных в дискуссиях тюменских журналистов.

Еще один региональный документ был принят в Новосибирской области — Хартия журналистов и учредителей (издателей) районных СМИ Новосибирской области, своего рода соглашение между двумя ветвями власти в редакциях, подобное Хартии «Известий».

Также в мае 2000-го г. произошло несколько громких событий в медийной сфере — обыски в холдинге Медиамост, попытка Минпечати вынести предупреждение ТВЦ, двухтысячный митинг журналистов в поддержку НТВ, организованный Союзом журналистов. В таком информационном поле Большое жюри Союза журналистов России, Фонд защиты гласности, Гильдия судебных репортеров и главные редакторы региональных газет выступили 16 мая с Пактом о минимальных журналистских стандартах.

В **2001** г. общественности представили рекордное количество региональных кодексов — три. В начале года увидел свет Кодекс профессиональной этики журналистов Чувашии. В отличие от Кодекса этики татарстанского журналиста он не повторял дословно положения Кодекса профессиональной этики российского журналиста, а содержал переосмысленные принципы, разделенные на четыре группы: принципы деятельности, взаимоотношений, ответственности и корпоративности.

Осенью 2001 г. Союз журналистов Башкортостана принял Кодекс профессиональной этики журналиста Башкортостана, который обладает тем же достоинством, что чувашский кодекс, — не дословно повторяет, но переосмысливает общий Кодекс профессиональной этики российского журналиста.

Единственный в Красноярском крае кодекс этики журналиста был принят тогда же, осенью 2001, в преддверии напряженных выборов губернатора Красноярского края 2002 г. в целях нераспространения «черного пиара».

Помимо региональных кодексов в 2001 г. было опубликовано два редакционных. В вологодской газете «Премьер» редактор и издатель написали о том, какими принципами руководствуется редакция, — их немного и они четко выражены. Этот редакционный документ появился как частная инициатива. Второй редакционный этический документ «открывает» для профессиональной этики российского журналиста сферу деловой прессы — это «Догма» газеты «Ведомости». Этот документ скорее относится к жанру правил, так как содержит конкретные указания для журналистов по поводу работы с источниками, конфиденциальности неопублико-

ванной информации, работы с фактами и даже оформления статей. В 2006 г. «Догма» была доработана и до сих пор используется — журналисты «Ведомостей» подписывают ее при приеме на работу.

28 июня **2002** г. был принят Кодекс журналиста Свердловского творческого союза журналистов, созвучный татарстанскому, — так как почти полностью повторяет Кодекс профессиональной этики российского журналиста.

В 2002 г. в профессиональной этике российского журналиста появилась тема терроризма. Для российской журналистики тема новой не была: террористические акты в Российской Федерации начались спустя три месяца после ее образования, а в отечественной истории о них писали еще журналисты XIX в. Почему же необходимость выработки норм освещения журналистами терроризма появилась только в 2002 г.?

Видимо, внутренние причины, и это большой недостаток, были не так сильны, как внешние, — мировая тенденция борьбы с терроризмом после 11 сентября 2001 г. и заявления международных организаций — ЮНЕСКО и Совета Европы. «Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции», были приняты Федеративным советом Союза журналистов России в 2002 г. как ответ на Резолюцию конференции ЮНЕСКО «Терроризм и средства массовой информации», которая содержит призыв «к журналистским и медийным ассоциациям принять меры по расширению способностей СМИ профессионально сообщать о терроризме и способствовать толерантности, в том числе через обеспечение возможностей для обсуждения этических проблем, касающихся освещения терроризма в СМИ» [Этические принципы..., 2004, с. 413].

Текст Резолюции конференции ЮНЕСКО в большей степени посвящен тому, что «СМИ имеют право и обязаны полно сообщать о терроризме и содействовать открытому, информированному обсуждению терроризма» [Резолюция конференции ЮНЕСКО, 2002], и в «Этических принципах...» действительно прослеживаются права общества на полноту информации в сочетании с инструкциями по сохранению безопасности участников событий и самого журналиста.

В **2003** г. был принят еще один документ профессиональной этики, содержащий нормы противодействия терроризму, — Антитеррористическая конвенция. Как «Этические принципы...» были приняты Союзом журналистов, так и конвенция была принята профессиональным объединением — Индустриальным комитетом СМИ. Однако в случае конвенции создатель документа вызывает вопросы — на деле Индустриальный комитет больше ничем не

был известен и появился, видимо, только для того, чтобы принять конвенцию. В целом Антитеррористическая конвенция повторяет содержание «Этических принципов»: расставляет приоритеты в работе журналиста при освещении терактов, устанавливает нормы взаимодействия с террористами, родственниками жертв терактов и правоохранительными органами.

Перед очередными выборами в Государственную думу был опубликован документ о добросовестном поведении партий при проведении предвыборной агитации — «Декларация участников общественного договора "Выборы-2003"». Он был подписан практически всеми партиями (кроме «Яблока»), а также профессиональными союзами: Союзом журналистов России, Национальной ассоциацией телерадиовещателей, Клубом главных редакторов региональной прессы «Четвертая власть», Общественной организацией работников СМИ «МедиаСоюз». В ходе предвыборной кампании партии обращались с жалобами на действия СМИ, и наблюдательный совет по контролю выполнения Общественного договора «Выборы-2003» перенаправлял их Большому жюри Союза журналистов России.

Единственный этический документ 2004 г. — региональный и вновь касается выборов — Хартия журналистов Алтая об отказе участвовать в манипулировании сознанием и поведением избирателей. Ее подписали руководители крупных краевых СМИ в преддверии непростых губернаторских выборов.

В **2005** г. российские телерадиовещатели приняли хартию «Против насилия и жестокости». В первой части она повторяет правовые нормы, такие как недопустимость использования СМИ для осуществления экстремистской деятельности, распространения порнографии или сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотиков, — что вызывает вопрос, зачем принимать в качестве хартии то, что уже прописано в законе? Вторая часть Хартии посвящена ответственности электронных СМИ за соблюдение прав детей и в этом отношении исторически предупреждает появление законодательных норм в области защиты детей от вредной информации в России.

В 2005 г. произошел интересный случай создания этического кодекса — случай в Карелии. По форме его можно отнести к кодексам, так как в нем предлагаются общие для регионального сообщества нормы. По содержанию Этический стандарт журналистов Карелии повторяет уже прописанные к тому времени в других документах нормы. Но тем не менее он интересен тем, что его разработали, но не приняли. Исчерпывающим образом ситуацию прокомментировала один из авторов Стандарта, руководитель Карельской коллегии Большого Жюри СЖР Наталья Мешкова. По

ее словам, несмотря на то что редакциями СМИ вырабатывался и обсуждался кодекс и его можно было подписать, те же СМИ совершенно не придерживаются проговариваемых ими же норм в своих публикациях, особенно перед выборами. Однако «можно утверждать, что ЭСЖК живет. Он есть на сайте Союза журналистов Карелии, мы знакомим с ним новых членов Союза журналистов, его изучают студенты специализации "журналистика" в ПетрГУ и используют в своих работах», — отмечает Мешкова.

Далее, в 2000-х гг. кодификационная активность пошла на убыль. В **2007** г. появился Профессионально-этический кодекс журналистов Белгородчины. В нем нормы профессиональной этики разделены на шесть принципов: верность профессиональному призванию, социальная ответственность, этичность, общественное доверие, недопущение конфликта интересов, точность и достоверность журналистских публикаций. Отдельно прописаны адресаты ответственности журналиста: коллеги, источники информации, герои публикаций, аудитория. В четком разделении норм на шесть групп-принципов и определении ответственности прослеживается рационально-научный уровень осмысления профессиональной морали.

После четырехлетнего перерыва в российской журналистике появился еще один документ, и сразу на новую тему — интернета. Журналисты республики Башкирия в **2011** г. стали первооткрывателями в этическом поле интернет-журналистики в России. Хартия интернет-журналистики Республики Башкирия содержит специфические для интернет-СМИ нормы: указывать способы оперативной связи с редакцией, удалять неэтичные комментарии, использовать активные ссылки на цитируемые материалы. Документ подписали 22 интернет-ресурса республики.

Результаты отечественной кодификации профессионально-этических норм журналиста отражены в таблице.

Тексты большинства кодексов приведены на сайте ethicalcodes.ru.

Всего было принято 29 кодексов. Перечисленные кодексы можно разделить на четыре группы по принадлежности адресата и адресанта: федеральные, региональные, отраслевые и редакционные. Численное распределение документов по группам такое:

- 6 федеральных кодексов,
- 13 региональных,
- 6 отраслевых,
- 5 редакционных (Хартия интернет-журналистики Республики Башкирия, будучи и региональным и отраслевым кодексом, вошла сразу в две группы).

Таблица

Федеральные, региональные, отраслевые и редакционные кодексы профессиональной этики журналиста России

Федеральные	Региональные	Отраслевые	Редакционные
		1993	
			Правила профессиональной этики сотрудников МТРК «МИР»
		1994	
Кодекс профессиональной этики российского журналиста	Декларация Московской хартии журналистов	Нравственные принципы телевизионной журналистики	
		1995	
		Меморандум НАТ	
		1997	
		Декларация Гильдии судебных репортеров	Хартия взаимоотношений редакции газеты «Известия» и акционеров издания
		1998	
	Декларация доверия журналисту Кодекс этики татарстанского журналиста		
		1999	
Декларация российских журналистов в поддержку свободных и честных выборов		Хартия телерадиовещателей	

Продолжение табл.

Федеральные	Региональные	Отраслевые	Редакционные
		2000	
Пакт «Чистые перья»	Тюменская медиаконвенция Хартия журналистов и учредителей (издателей) районных СМИ Новосибирской области		
		2001	
	Кодекс профессиональной этики журналистов Чувашии Кодекс профессиональной этики журналиста Башкортостана Красноярская декларация этических норм журналистики в ходе выборов		«Поверх вранья» Догма-1
		2002	
Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции	Кодекс журналиста Свердловского творческого союза журналистов		

Окончание табл.

Федеральные	Региональные	Отраслевые	Редакционные
2003			
Антитеррористическая конвенция Декларация участников общественного договора «Выборы-2003»	Декларация кубанских журналистов в поддержку свободных и честных выборов		
2004			
	Хартия журналистов Алтая об отказе участвовать в манипулировании сознанием и поведением избирателей		
2005			
		Хартия российских телерадиовещателей «Против насилия и жестокости»	Памятка журналиста телекомпании НТВ
2006			
			Догма-2
2007			
	Профессионально-этический кодекс журналистов Белгородчины		
2011			
	Хартия интернет-журналистики Республики Башкирия		

Помимо деления по ареалу распространения явствует и тематическая неоднородность. Специфические нормы привлекают три темы: выборы (5 документов), терроризм (2) и интернет (1).

Распределение принятия кодексов разных групп по времени представлено на рисунке 1.

На рисунке видны три отдельных временных отрезка: 1993—1995, 1997—2007 и один эпизод 2011 г.

Если посмотреть на корреляцию гистограммы с историей формирования национальной модели СМИ, то видно, как отчетливо отделен от других период 1993—1995 гг. В концепции Я.Н. Засурского [Вартанова, 2013, с. 41] этот период относится к корпоративно-авторитарной модели в истории постсоветской журналистики, но профессиональное сознание инертно, и первый всплеск кодификации мы скорее бы назвали отражением предыдущего периода — «четвертой власти», «золотого» века свободы СМИ, в условиях которого формировались новые нормы профессиональной морали. А период 1997—2007 гг. можно назвать временем моды на профессионально-этические документы, временем возложения надежд на их эффективность.

Кроме деления на периоды можно посмотреть на зависимость разных типов документов. Прослеживается тенденция: за принятием документа федерального значения следует создание кодифицирующих источников отраслевыми организациями и с небольшой временной отсрочкой — региональными сообществами журналистов. Отчетливей всего на это указывает казус Кодекса профессиональной этики российского журналиста (1994) и практически идентичного Кодекса этики татарстанского журналиста (1998). Было бы явной ошибкой сказать, что все региональные документы копируют или основаны на федеральных, — это отнюдь не так, но влияние прослеживается.

Выводы

За время формирования новой модели постсоветской журналистики в России было создано 29 кодексов. По ареалу распространения они делятся на федеральные, региональные, отраслевые, редакционные. Большинство кодексов создано в региональных сообществах: Алтая, Башкирии, Белгородской области, Краснодарского края, Красноярска, Новосибирской области, Свердловской области, Татарстана, Тюмени, Чувашии.

Во многих документах есть механические повторы (Кодекс профессиональной этики татарстанского журналиста, кодексы Чувашии и Свердловского творческого союза журналиста), что можно отнести к недостаткам (формальный подход к разработке кодекса),

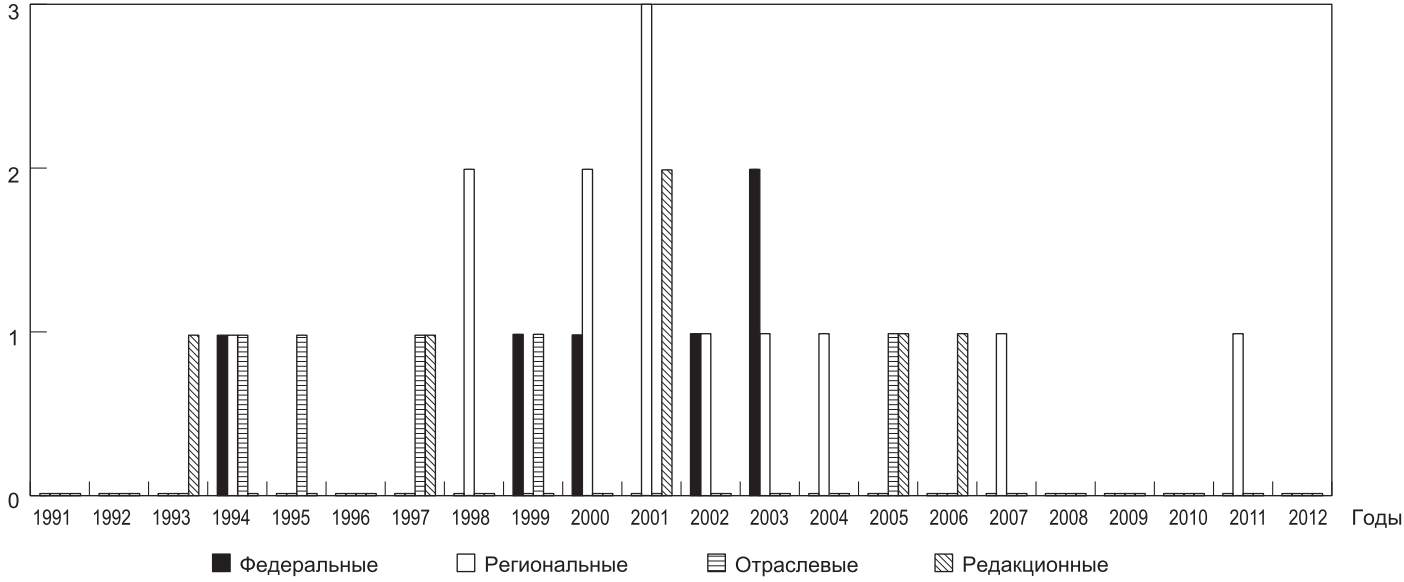


Рис. 1. Хронология создания федеральных, региональных и отраслевых кодексов этики журналиста в России

но есть и достоинства — переосмысление и обусловленность конкретными проблемами (выборы, особые нормы для судебного репортажа или электронной журналистики).

Вообще наиболее успешными можно назвать именно те кодексы, которые были разработаны, во-первых, без государственного вмешательства, во-вторых, действующими журналистами для самих себя. Таковыми, например, являются Декларация московской хартии журналистов и Декларация Гильдии судебных репортеров.

Часть документов обладала временным действием — на срок проведения предвыборной кампании и выборов, часть быстро забывалась, так как была принята под давлением государства — Хартия телерадиовещателей, к примеру. Среди проблем следует назвать также взаимопроникновение этических и правовых норм.

Тем не менее история кодексов профессиональной этики демонстрирует небезуспешные попытки сформулировать нормы профессионально правильного поведения и интересный процесс рефлексии профессионального сознания журналистов постсоветской России.

Список литературы

Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003.

Анненков А.И. Представления о реально должном в профессиональной журналистской морали (на основе анализа публикаций современных общероссийских изданий): Дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2004.

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

Журналистика: ответственность общественной профессии // Круглый стол. Приложение к журналу «Досье на цензуру». 1998. № 1 (3). М.: Досье на цензуру, 1998.

Киреева А.В. Кодификация российских СМИ: дискуссионные проблемы (по материалам Фонда защиты гласности) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2007. № 5.

Кодексы профессиональной этики [Электронный ресурс] // Рихтер А.Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики. М.: ЮНЕСКО, 2011.

Колянов А.Ю. Профессиональная деформация личности политического журналиста: Дисс. ... канд. полит. наук: 10.01.10. СПб., 2007.

Кумылганова И.А. Нравственные критерии профессиональной журналистской деятельности: Дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 1992.

Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2011.

Маслов А.С. Корреляция правовых, этических и творческих аспектов деятельности журналистов (на примере реализации профессиональных

стандартов в фотожурналистике): Дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Краснодар, 2013.

Нуруллина Г.М. Этическая трансформация массмедийной политики: Дисс. ... канд. полит. наук: 10.01.10. Краснодар, 2009.

Резолюция конференции ЮНЕСКО «Терроризм и средства массовой информации» (Манила, 1-2 мая 2002 года). URL: http://www.cjes.ru/files/Resolution_on_Terrorism_and_Media_Rus.pdf

Рихтер А.Г. Укрепление этических норм саморегулирования журналистов на постсоветском пространстве // Этические вопросы освещения судебной деятельности в СМИ / Под ред. Ю.В. Казакова, М.А. Федотова. М.: АНО ТЦ ЮНЕСКО, 2011.

Симкачева М.В. Профессионализм журналиста: трансформация понятия, модели практического воплощения: Дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Казань, 2006.

Синеок А. Этические кодексы российских СМИ: декларация и реальность // Актуальные проблемы саморегулирования СМИ / Под ред. Г.В. Винокурова, А.Г. Рихтера, В.В. Чернышова. М.: Институт проблем информационного права, 2005.

Хруль В.М. Не кодексом единым... Проблемы соблюдения этических норм в журналистской деятельности // Правовые и этические аспекты журналистики. М.: Факультет журналистики МГУ, 2012.

Шиллингер Э. Проблемы и перспективы развития журналистской этики в России // Актуальные проблемы саморегулирования СМИ / Под ред. Г.В. Винокурова, А.Г. Рихтера, В.В. Чернышова. М., 2005.

Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции // Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы / Сост. Ю.В. Казаков. М.: Медея, 2004.

Юрков А.А. Адекватность информирования как этическое свойство журналистского творчества: Дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. СПб., 2002.

Поступила в редакцию
15.06.2014

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

22 ИЮНЯ 1941 ГОДА В ТУРЕЦКОЙ ПРЕССЕ

В данной статье автор анализирует материалы турецкой прессы, сообщающие о начале оккупации Германией советской территории 22 июня 1941 г., и определяет позицию турецкой прессы в контексте внешней политики Турции. За основу в данной работе приняты сообщения и статьи трех самых известных изданий того периода: газеты «Улус», принадлежащей турецкому правительству и обычно беспристрастно освещающей события; «левой» газеты «Тан», симпатизирующей Советскому Союзу и странам антигитлеровской коалиции, и «правой» газеты «Джумхуриет» с националистическим и прогерманским уклоном.

Ключевые слова: *отношения Турции и Германии, отношения Турции и СССР, отношения Германии и СССР, Вторая мировая война, турецкая пресса, 22 июня 1941 г.*

This article examines the news and articles of Turkish press regarding the Germany's occupation of Soviet territory on 22nd June 1941, and outlines the attitude of Turkish press in the context of Turkey's foreign policy. The article is based on the materials of three most well-known titles of the given period: "Ulus", that belonged to the Turkish government and used to give impartial coverage; left-winged "Tan", inclined to the USSR and Allies; and right-winged "Cumhuriyet" with its nationalistic and pro-German attitude.

Key words: *Turkish-German relations, Turkish-Soviet relations, German-Soviet relations, the Second World War, Turkish press, 22nd June 1941.*

Введение и исторический контекст

Пресса отражает социальные и политические изменения в обществе. Ее высказывания часто зависят от мнения находящихся у власти политических сил. Эти силы контролируют прессу, особенно в военное время, и определяют границы ее свободы.

В настоящее время в русскоязычной научной литературе по истории журналистики мало детальных исследований, освещающих взаимоотношения прессы и политических сил в зарубежных странах во время Второй мировой войны. При этом автору не удалось найти ни одной специальной работы, посвященной СМИ Турции данного периода. Этим обусловлена научная новизна данного исследования.

Для правильной оценки политики Турции во время войны необходимо проанализировать позицию турецкой прессы, а для пра-

вильной оценки турецкой прессы необходимо рассмотреть политику государства в отношении прессы.

В этот период внешняя политика Турции была направлена на то, чтобы оставаться в стороне от военных действий и обеспечить политическую, национальную, экономическую независимость страны. Таким образом, Турция проводила политику «равновесия», в соответствии с которой она присоединялась к сильнейшей стороне, но не прерывала отношения и с другой. Например, в 1939 г. Турция подписала договор о союзничестве с Францией и Великобританией. В то же время она попыталась заключить договор с СССР, но этому помешали притязания Советского Союза касательно черноморских проливов. Кроме того, 18 июня 1941 г. Турция, стоявшая на стороне антигитлеровской коалиции и одновременно находившаяся вне военных действий, подписала с Германией пакт о ненападении.

С другой стороны, турецкие власти передавали новости, поступавшие через официальное Анатолийское агентство и зарубежные информационные агентства, в местную и зарубежную прессу для печати на турецком и французском языках. Эти новости принадлежали государственному агентству, следовательно, государство давало разрешение на их публикацию. У Республиканской Народной партии также была своя газета, а в штате практически любого печатного издания имелся депутат, который писал статьи или был редактором. В этот период турецкая пресса формально была независимой, существовала лишь государственная цензура. Этот факт Турция активно использовала в своих отношениях с другими странами. Новости, связанные с внешней политикой, тщательно проверялись. Если иностранные государства выказывали недовольство публикациями в турецкой прессе, правительство заявляло, что в стране существует свобода слова, и оно не контролирует печатные издания. Таким образом, власти и передавали нужную информацию через прессу, и не усугубляли свои отношения с другими странами. Так, используя прессу в качестве инструмента, турецкое правительство обеспечивало себе необходимую гибкость в проведении внешней политики.

Методология и результаты исследования

В данной статье, охватывающей тот период, когда пресса играла важную роль во внешней политике Турции, рассмотрены материалы трех наиболее значительных периодических изданий Турции: газеты Республиканской Народной партии «Улус», придерживавшейся центристских взглядов, разделявшей мнение правительства и беспристрастно освещавшей события, «левой» газеты «Тан», поддер-

живавшей СССР и страны антигитлеровской коалиции, и «правой» газеты «Джумхуриет», стоявшей на националистических и прогерманских позициях. Являясь изданиями с наиболее высоким тиражом, эти газеты представляли правые, левые и центристские политические взгляды и выражали позицию турецкой прессы и общественного мнения.

Чтобы понять, как турецкая пресса отнеслась к объявлению Германией войны Советскому Союзу 22 июня 1941 г., следует рассмотреть события, предшествовавшие этой дате. С начала июня информационные агентства, в особенности британские, стали публиковать сообщения, намекающие на возможное начало войны, связывая это с напряженностью в советско-германских отношениях и перемещением военных сил на границе. В качестве источников информации эти агентства указывали Германию (некоторые — даже самого Гитлера[1]) и сообщали о внушительном присутствии германских войск на границе с Советским Союзом[2]. Газета «Таймс» писала, что подобные военные маневры Германии объясняются тремя причинами: 1) наличием здесь обширной территории, где солдаты могли бы восстановить силы; 2) стремлением внушить СССР тревогу видом своих вооруженных сил и заставить его пойти на уступки; 3) желанием Германии оккупировать территорию Советского Союза, чтобы получить контроль над украинским сельским хозяйством и кавказской нефтью[3].

Сразу после выхода этой новости советское информационное агентство ТАСС опубликовало опровержение[4]. ИТАР-ТАСС заявило, что с Германией не велось переговоров по поводу заключения новых соглашений, и сообщение о скоплении германских войск на границе СССР является ложным. По утверждению этого агентства, подобные недостоверные слухи распускают противники СССР и Германии, заинтересованные в эскалации военного конфликта[5]. Дав опровержение по трем мотивам, упомянутым в «Таймс», агентство ТАСС сообщило, что Германия сосредоточила свои войска на востоке и северо-востоке страны по другим причинам[6].

Во время Второй мировой войны публиковалось бессчетное количество сообщений с целью проведения подобной пропаганды. Однако эта новость отличается тем, что опровержение концентра-

---

[1] Almanya Rus Hududuna Muazzam Kıtaat Yığmış // Cumhuriyet. 1941. Haziran 13. S. 1, 5.

[2] Almanya Sovyetlere karşı asker yığıyormuş // Tan. 1941. Haziran 13. S. 1.

[3] Sovyet hudutlarında muazzam Alman kuvvetleri tahşit olunuyor // Ulus. 1941. Haziran 13. S. 1.

[4] Сообщение ТАСС // Правда и Известия. 1941. 14 июня. С. 2.

[5] Moskova bir tekzip neşretti // Tan. 1941. Haziran 14. S. 1.

[6] Tass ajansı Sovyetlerle Almanya arasında anlaşmazlık olduğuna dair çıkarılan bazı şaiyaları tekzip ediyor // Ulus. 1941. Haziran 14. S. 3.

ции германских войск на границе с СССР было сделано только Советским Союзом. Тот факт, что Германия не отреагировала на эту новость, привлек внимание одного из известных журналистов того времени М.З. Сертеля. В своей статье, опубликованной 19 июня, М.З. Сертель затрагивает этот вопрос, говоря, что немедленное опровержение со стороны СССР и молчание Германии стали ключевой темой сообщений, распространяемых американскими информационными агентствами.

С другой стороны, 19 июня на повестке дня в Турции находился пакт о дружбе и ненападении, заключенный с Германией днем ранее[7]. В то время, когда передовые статьи всех газет были посвящены этому событию, газета «Тан» разместила на первой полосе статью «Германия готовится напасть на СССР?»[8], что явилось одним из примеров проявления антисоветской позиции данной газеты.

В своей статье Сертель сообщил, что он не верит новостям, опубликованным «Таймс», и пришел к выводу, что «в лучшем случае Германия может попросить у Советского Союза финансовой поддержки, и если Советский Союз сочтет это необходимым, то может договориться с Берлином». Тем не менее он затронул два очень важных момента, связанных с вероятностью начала войны: во-первых, в этом случае Германия лишь даст Великобритании и США время, чтобы завершить военные приготовления; во-вторых, Советский Союз — далеко не балканские страны, чтобы его можно было быстро захватить. В особенности подчеркивая последний момент, автор писал о мощи советского войска, оснащенного новейшим вооружением и состоящего из преданных своей идее солдат. Сертель высказал убежденность в том, что в случае возникновения военного конфликта невозможно будет сказать, как долго он продлится.

В последующие дни сообщения о военной активности на советской границе перемежались сведениями о передвижениях финских войск[9]. Долгожданное опровержение из Берлина, сделанное неделю спустя после советского, было озвучено в анкарской радиогазете. Однако речь в нем шла не о перемещении войск или вероятности военного конфликта — Германия отрицала информацию о том, что она предъявляла к СССР какие-либо требования[10]. Как

[7] Düstur 3. Tertip c. 22 s. 1335; *Önder Z.* Die Türkische Außenpolitik im Zweiten Weltkrieg. Münschen. 1977. S. 123—124. Это соглашение было одобрено Великим национальным собранием Турции 25 июня 1941 г. Zabıt Ceridesi d.6 i.2 c.19 (25.6.1941).

[8] *Sertel M.Z.* Almanlar Sovyetlere taarruza mı hazırlanıyor? // Tan. 1941. Haziran 19. S. 1.

[9] Bazı Fin kuvvetleri hareket halinde // Tan. 1941. Haziran 21. S. 1.

[10] Almanya'nın talepte bulunduğu iddiası tekzip edilmektedir // Tan. 1941. Haziran 21. S. 1.

говорилось в опровержении, в советско-германских отношениях нет ничего, что могло бы вызвать беспокойство, и данное сообщение является ребяческой выдумкой британцев[11].

Другой вызвавшей всеобщий переполох новостью, просочившейся в информационные агентства, стало сообщение о маневрах Красной Армии на направлении Москва — Ленинград. В действительности пункт 4 опровержения ТАСС от 13 июня содержал сведения об этом факте, поясняя, что Красная Армия будет проводить ежегодные маневры в летнем лагере и что они совершаются лишь в целях предосторожности[12]. Эта новость со ссылкой на «Красную Звезду», печатный орган Красной Армии, была помещена в правительственной газете «Улус» без комментариев под заголовком «Красная Армия проводит учения на западном направлении»[13], а в националистической газете «Джумхуриет» статья, посвященная данному событию, была озаглавлена «Провокации на направлении Ленинград — Москва»[14]. Демократическая газета «Тан», питающая определенные симпатии к советскому режиму, принизила значимость этой новости, разместив ее на внутреннем развороте под заголовком «Маневры советских войск» без комментариев[15].

Под влиянием сообщений о состоянии советско-германских отношений у турецкой общественности возникло состояние ожидания войны, что привело к публикации статей, затрагивающих вопросы о вероятности военного конфликта и о его последствиях. В то время как война между Германией и СССР для всего остального мира была лишь вероятностью, маячившей на горизонте, в Турции она стала ожидаемым событием. Вынужденные дружеские союзы, основанные лишь на выгоде, однажды непременно распадаются. Как писал колумнист Юнус Нади, нужно отличать мечту от реальности. К открытому противостоянию Советский Союз и Германию могли подтолкнуть не страны антигитлеровской коалиции, а разрыв вынужденно заключенного соглашения о дружбе[16]. Отставной генерал Х.Э. Эркилет, который сотрудничал с газетой «Джумхуриет» и на статьи которого иногда ссылался Сталин, в своей колонке задает вопрос: «Нападет ли Германия на Россию?»[17]. Некоторые полагали, что единственным недостатком подметив-

---

[11] Berlin şaiyaları çocukça addediyor // Tan. 1941. Haziran 21. S. 3.

[12] Tass ajansı Sovyetlerle Almanya arasında anlaşmazlık olduğuna dair çıkarılan bazı şaiyaları tekzip ediyor // Ulus. 1941. Haziran 14. S. 3; Сообщение ТАСС // Правда и Известия. 1941. 14 июня. С. 2.

[13] Kızılordu garp mıntıkasında atış talimi yapıyor // Ulus. 1941. Haziran 20. S. 1.

[14] Leningrad-Moskova hattında büyük tahdişat // Cumhuriyet.1941. Haziran 21. S. 1, 5.

[15] Sovyetler Birliğinde manevralar // Tan. 1941. Haziran 21. S. 5.

[16] *Yunus Nadi*. Hayal ve hakikat // Cumhuriyet. 1941. Temmuz 23. S. 1.

[17] *Erkilet H.E.* Almanya Rusya'ya teveccüh edecek mi? // Cumhuriyet. 1941. Haziran 22. S. 1, 5.

шего много важных моментов Эркилета была его симпатия к Германии. Когда статья генерала только была опубликована, мир уже начали сотрясать новости о том, что немецкие войска пересекли советскую границу, и между Германией и СССР началась война. Первым сообщением, попавшим в информационные агентства, стала нота Германии к Советскому Союзу[18]. Германские, финские и румынские силы, растянувшиеся на 2400 км, перешли в наступление[19]. Гитлер первым выступил с разъяснением своей позиции. В своем заявлении он обвинил Советский Союз в нарушении договора и желании захватить черноморские проливы, контролируемые Турцией[20]. В ответ на это заявление выступил глава МИД СССР Молотов, сказав, что СССР в отношениях с Германией руководствовался лишь благими намерениями, и Гитлер потерпит поражение так же, как когда-то Наполеон[21].

В день, когда началась война между Германией и СССР, Великобритания и США встали на сторону Советского Союза. Вечером 22 июня Черчилль в своем выступлении пообещал оказать СССР любую посильную помощь[22]. Турция же объявила о своем нейтралитете[23].

В статье, посвященной советско-германской войне, М.З. Сертель отметил причины нападения, упомянутые Гитлером[24], и доба-

---

[18] Almanya'nın Sovyet hükümetine notası // Ulus. 1941. Haziran 23. S. 1, 5.

[19] Alman-Sovyet harbi dün başladı // Ulus. 1941. Haziran 23. S. 1, 5; Alman-Rus muharebesi başladı // Tan. 1941. Haziran 23. S. 1.

[20] Hitler'in mesajı "Rusya Pakta menfur şekilde ihanet etti" // Tan. 1941. Haziran 23. S. 1.

[21] Molotov'un nutku "Napolyon gibi Hitler de mağlup olacaktır" // Tan. 1941. Haziran 23. S. 1; Выступление по радио заместителя Председателя Совета Народных Комиссаров СССР и Народного Комиссара Иностранных Дел тов. В.М. Молотова 22 июня 1941 года // Правда. 1941. 23 июня. С. 1.

[22] Çörçil'in Nutku Rusya'ya imkan olan bütün yardım yapılacak // Ulus. 1941. Haziran 23. S. 1; İngiltere Rusya'ya yardım edecek // Tan. 1941. Haziran 2. S. 1; Выступление Черчилля по радио // Правда; Известия. 1941. 23 июня. С. 5; Послание Рузвельта Конгрессу // Правда. 1941. 23 июня. С. 5; Послание Рузвельта Конгрессу // Известия; Комсомольская правда. 1941. 23 июня. С. 4.

[23] Resmi tebliğ Türkiye bitaraf // Ulus. 1941. Haziran 23. S. 1; Türkiye Bitaraf — Alman — Sovyet harbi karşısında bitaraflığımızı ilan ettik // Tan. 1941. Haziran 2. S. 1; Bitarafız // Cumhuriyet. 1941. Haziran 23. S. 1; Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi 30.18.1.2./95.54.1; АВП РФ. Ф. Об. оп. 3. П. 1. Д. 5. Л. 32—33; АВП РФ. Ф. 06. Сл. 3. П. 3. Д. 29. Л. 73—74; Документы внешней политики. 22 июня 1941 — 1 января 1942. Т. XXIV. М. 2000. С. 30 и 44.

[24] В статье перечислены следующие причины: 1) СССР не выполнял условия соглашения о дружбе, заключенного в 1940 г.; 2) СССР захватил территории прибалтийских стран, Бессарабии и Буковины, хотя это не было прописано в договоре; 3) на Балканах СССР проводил антигерманские операции и настраивал Болгарию и Югославию против Германии, желая разместить на данной территории военные базы; 4) СССР заключил тайное соглашение с Великобританией и подготовил планы нападения на Германию; 5) большевизм был идейным противником национал-социализма, поэтому необходимо было искоренить его. *Sertel M.Z.* Sovyetlerle Almanlar harp halinde // Tan. 1941. Haziran 23. S. 1.

вил, что на самом деле они только скрывают истинные намерения фюрера. Среди этих мотивов Сертель не назвал упомянутое Гитлером стремление СССР заполучить черноморские проливы Турции, хотя эта новость в то время бурно обсуждалась турецкой общественностью. Можно предположить, что, будучи сторонником СССР, Сертель намеренно не стал затрагивать вопрос о проливах. В своей колонке он поднял эту тему лишь десять дней спустя: «Это утверждение вызвало бурную реакцию турецкой прессы... Но ранее, 22 июня, Молотов в своей речи опроверг данное утверждение Гитлера. Затем, видя, что турецкая пресса болезненно воспринимает данную тему, агентство ТАСС было вынуждено выступить с более ясным разъяснением советской позиции по поводу Турции и проливов. Наконец, позавчера с заявлением выступил глава советской разведывательной службы»[25].

Несмотря на то, что опровержение Молотова, касающееся проливов, было опубликовано в турецкой печати, оно не смогло смягчить негативную реакцию прессы и общественности. Тогда агентство ТАСС выступило с заявлением по данному вопросу, в котором опровергло утверждение касательно проливов[26] и выразило свое сожаление по поводу того, что турецкая пресса опубликовала клеветнические обвинения Гитлера, несмотря на опровержение главы МИД СССР Молотова, сделанное 22 июня. Вслед за данным заявлением ТАСС на следующий день в газете «Джумхуриет» появилась статья «Турецкая пресса удивила Москву», в которой утверждалось, что причиной подобных публикаций стало недостаточно ясное объяснение Молотова[27]. Помимо этого в статье говорилось: «...нельзя сказать, чтобы это утверждение Германии невозможно было подкрепить советскими данными».

Спикер правительства по вопросам советско-германской войны, депутат Республиканской народной партии, колумнист газеты «Улус» Ф.Р. Атай в своей статье «Война между Германией и Советским Союзом» затронул упомянутые Гитлером мотивы и так выразил свое мнение по поводу утверждений касательно проливов: «Стоит подчеркнуть удивление, вызванное в нашей стране заявлением (вероятнее всего, правдивым) по поводу проливов, сделанным СССР, которому мы оказывали поддержку на протяжении двадцати с лишним лет»[28]. В этот период давление Германии на

---

[25] *Sertel M.Z.* Türkiye'nin dış siyasetinin ana prensipleri // Tan. 1941. Temmuz 02. S. 1.

[26] Sovyet ajansı Boğazlar iddiasını tekzip ediyor // Tan. 1941. Haziran 28. S. 1.

[27] Tass ajansının bir notu // Cumhuriyet. 1941. Haziran 29. S. 1, 5.

[28] *Atay F.R.* Almanya ile Sovyetler Birliği arasında harp // Ulus. 1941. Haziran 23. S. 1. На самом деле Турция еще раньше узнала о переговорах СССР по поводу проливов. 9 марта 1941 г. на встрече Верховного посла Хайдара Актая с Вишинским было сказано, что СССР остается верным соглашению, подписанному с Турцией

Турцию усилилось, что отразилось в статье Ф.Р. Атая. Атай считал, что с затягиванием войны Советский Союз не продемонстрировал искренности в выполнении заключенного соглашения, в частности пунктов, упомянутых Гитлером, и поэтому Германия напала на СССР.

Сертель полагал, что если отстраниться от внешних причин, упомянутых Гитлером, то можно увидеть суть проблемы: к тому времени Германия захватила Европу, но не смогла выиграть войну. В то же время США наращивали силы и оказывали помощь странам антигитлеровской коалиции. К тому же с 1942 г. США собирались вступить в войну против Германии. В Европе Германия не смогла захватить Великобританию, а что касается северной Африки, то план оккупации Египта был отложен на осень. По мере усиления США и Великобритании стало ясно, что война для Германии затягивается, что грозило для нее неблагоприятным исходом, учитывая недостаточную численность ее армии для контроля над оккупированной территорией Европы. Германия также стремилась захватить обширные богатые земли Советского Союза: особенно она была заинтересована в Украине с ее развитой легкой промышленностью, горнодобывающим производством и сельским хозяйством, а также в Кавказе с его нефтяными месторождениями. Именно это было главной причиной начала советско-германской войны[29]. Захват Украины обеспечил бы Германию и даже население всей Европы, в том числе промышленность, ресурсами на многие годы.

Колумнист прогерманской газеты «Джумхуриет» и одновременно депутат Юнус Нади не верил, что Гитлер назвал истинные мотивы нападения Германии. Он полагал, что настоящей причиной была неискренность в соглашениях о дружбе между двумя странами и что в данной ситуации война была практически неизбежна[30]. Сам Юнус Нади не был удивлен началом войны между странами, так как изначально не верил в пакт о ненападении между Германией и Советским Союзом. Нади писал, что, заключив в 1939 г. соглашение с Германией, а не со странами-союзниками, Советский Союз сам повысил вероятность военного конфликта,

---

в 1925 г. (АВП РФ. Ф. 07. Оп. 2. П. 9. Д. 24. Л. 3—5) Пытаясь предотвратить сближение Турции и СССР, Гитлер во время встречи с послом Турции в Германии Хусревом Гереде 17 марта упомянул о желании СССР захватить проливы (*Aydın M.* Savaş Kaosundaki Türkiye: göreli Özerklik 1939—1945 // Türk dış Politikası 1919—1980. İstanbul. 2002. S. 434.) В ответ на это Турция потребовала от СССР разъяснений по поводу заявлений, высказанных 9 марта. Разъяснение было сделано 25 марта. Ayın Tarihi, 1941. Mart № 88. S. 49; Документы внешней политики СССР. Т. 23. Кн. 2(2) (02.03.1941—22.06.1941). М., 1998. С. 505.

[29] *Sertel M.Z.* Türkiye'nin dış siyasetinin ana prensipleri // Tan. 1941. Temmuz 02. S. 2.

[30] *Yunus Nadi*. Alman-Rus harbi // Cumhuriyet. 1941. Haziran 23. S. 1.

более того, ускорил его наступление, но ошибся в оценке исхода войны. Нади указывал на то, что обе стороны были виновны, и Советский Союз не является несчастной жертвой агрессии. Сертель же в своей статье изобразил Советский Союз как государство, на которое было совершено нападение с единственной целью заполучить его ресурсы, и утверждал, что СССР достаточно силен, чтобы дать отпор Германии. Сертель подчеркнул, что Германия впервые столкнулась с равным по силе противником, и привел данные о советских вооруженных силах. По его мнению, советская армия была одной из самых технически оснащенных в мире[31]. В то же время Советский Союз обладал огромным населением и неиссякаемыми ресурсами, что делало его способным долгое время вести войну. Принимая данные факты во внимание, война между СССР и Германией должна была стать главным военным конфликтом Второй мировой войны, а ее исход предопределил бы судьбу всего мира. По словам Ф.Р. Атая, она стала бы «не только главнейшим событием текущей войны, но главнейшим событием нашего века»[32].

Помимо статей, опубликованных 23 июня в газетах «Тан» и «Джумхуриет», имеются и другие примеры пристрастного отношения этих изданий к происходящему. Наиболее ярким из них является тот факт, что если в газете «Тан» была приведена полностью речь Молотова, в «Джумхуриет» был опубликован почти полный текст заявления Гитлера и германской ноты.

Принимая во внимание, что практически все сведения турецкая пресса получала от Анатолийского агентства, являвшегося государственным, представляется необходимым рассмотреть его новостные бюллетени в день начала войны. 22 июня 1941 г., когда Германия напала на СССР, Анатолийское агентство выпустило 4 новостных бюллетеня, насчитывавших в общей сложности 38 страниц. Из 64 новостей, представленных в данных бюллетенях, 36 были посвящены нападению Германии на Советский Союз. Источником 20 новостей были указаны страны «оси», трех — Советский Союз, одиннадцати — страны антигитлеровской коалиции, двух — Анкара. Все эти материалы были опубликованы в газетах без внесения каких-либо поправок, за исключением небольших

[31] «После войны 1914—1918 годов Россия стала первым государством, осознавшим необходимость модернизации армии. Более того, в 1931 году Германия отправила в СССР группу немецких офицеров, которые изучали организацию армии. Позднее нацисты оснастили свою армию вооружением, воссозданным по образцу увиденных ими в СССР моделей. Советы впервые использовали парашют во время военных действий. Все страны воспользовались опытом парашютных маневров Советского Союза, проведенных в 1935 г.». *Sertel M.Z.* Türkiye'nin dış siyasetinin ana prensipleri // Tan. 1941. Temmuz 02. S. 2.

[32] *Atay F.R.* Almanya ile Sovyetler Birli i aras nda harp // Ulus. 1941. Haziran 23. S. 4.

сокращений или изменений заголовков. В некоторых заголовках можно отчетливо проследить симпатию либо неприязнь изданий к сторонам военного конфликта. «Политика равновесия», проводимая Турцией на внешнем направлении, отражалась и на прессе: следовало публиковать новости, в равной мере касающиеся всех участников военного конфликта, используя адекватный язык. Тем не менее издания могли сообщать краткое содержание данных новостей и менять заголовки. Статьи журналистов более определенно свидетельствовали о политических предпочтениях изданий.

Газета «Улус», печатный орган Республиканской народной партии Турции, обычно давала объективную оценку событий в соответствии с внутри- и внешнеполитической линией правительства. Мировая общественность воспринимала «Улус» как голос турецкого правительства, все новости и точки зрения, публиковавшиеся в «Улусе», были одобрены властями или же являлись собственно их высказываниями. Публикации проходили тщательный контроль. Когда Турция подверглась особо сильному давлению, это нашло свое отражение и в сообщениях газеты «Улус», в которых тем не менее не содержалось излишнего преувеличения. В качестве примера можно привести статью Ф.Р. Атая от 23 июня.

Выводы

Рассмотрев периодические издания данного периода, мы видим, что часть колумнистов являлись депутатами, более того, часть депутатов были владельцами газет, в которых они публиковали свои статьи[33]. Некоторые из этих депутатов, в отдельных кругах прозванные «пропагандистами официальной идеологии»[34], следовали Уставу Республиканской народной партии Турции, изданному в 1939 г., и не могли писать в газетах, журналах и других изданиях ничего, противоречащего программе партии и ее уставу, интересам государства, его внутренней и внешней политике, а также не могли позволить другим писать подобного рода сообщения[35]. Между тем, владелец газеты «Джумхуриет», не подчинявшейся данным условиям, и ее журналист Юнус Нади, а также А.Ш. Эсмер, писавший для газеты «Улус», не были согласны с мнением правительства. И так как их взгляды не совпадали с официальными, на выборах 1943 г. они не были представлены в качестве кандидатов в депутаты. Данный факт свидетельствует о стремле-

[33] Среди авторов газеты «Улус» депутатами были Ф.Р. Атай, А.Ш. Эсмер и Ахмет Улус, а среди авторов газеты «Джумхуриет» — Юнус Нади, Абидин Давер и Неджип Али Кючюк.

[34] *Frey W.F.* The Turkish political elite. Massachusetts. 1965. P. 85.

[35] *Koçak C.* 2. Dünya Savaşı ve Türk basını // Tarih ve Toplum. 1986. N 35. S. 29—30.

нии властей контролировать общественное мнение в соответствии со своими установками. Принимая во внимание, что Анатолийское агентство тоже было непосредственно связано с государством, представляется практически невозможным вести речь о свободе слова и отсутствии цензуры в турецкой прессе.

Тем не менее стоит дать отдельную оценку газеты «Тан». Представляя левое политическое направление, придерживаясь антифашистских и антиимпериалистских взглядов, газета «Тан» публиковала сообщения, соответствовавшие ее принципам. Несмотря на угрозы Германии и закрытие издания в связи с содержанием публиковавшихся материалов, эта газета довольно успешно справлялась с представлением оппозиционных и левых взглядов и стала одной из трех самых продаваемых газет военного периода.

Колумнисты могли делиться своей точкой зрения с читателями лишь в той мере, в какой это позволяло им турецкое правительство. Тем не менее, если взять для сравнения печать других стран, турецкая пресса была в более выгодном положении — ведь в Турции выходило множество газет и журналов, одни из которых поддерживали Германию, другие — СССР и страны антигитлеровской коалиции. Однако единственной причиной, по которой печатные органы могли относительно свободно публиковать свои материалы, была внешняя политика Турции. Свобода прессы часто использовалась правительством как тактический ход при проведении внешней политики. Получая отклики из других стран на публиковавшиеся материалы, правительство заявляло, что не котролирует прессу и, благодаря этому, с одной стороны, приобрело определенную гибкость в отношениях с европейскими государствами, а с другой стороны, получило возможность излагать свою точку зрения в печати, сохраняя нейтралитет[36]. Таким образом, турецкие власти искусно использовали прессу в качестве инструмента для проведения внешней политики.

Список литературы

Aydın M. Savaş Kaosundaki Türkiye: göreli Özerklik 1939—1945 // Türk dış Politikası 1919—1980. İstanbul. 2002.

Deringil S. Denge oyunu. İstanbul. 2003.

Frey W. Frederick The Turkish political elite. Massachusetts. 1965.

Koçak C. 2. Dünya Savaşı ve Türk basını // Tarih ve Toplum. 1986. № 35.

Önder Z. Die Türkische Außenpolitik im Zweiten Weltkrieg. Münschen. 1977.

Поступила в редакцию
25.04.2014

[36] *Deringil S.* Denge oyunu. İstanbul. 2003. S. 11.

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

А.А. Тертычный, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати МГУ имени М.В. Ломоносова, e-mail: tertaa@ yandex.ru

АНТИКОРРУПЦИОННЫЕ ЖУРНАЛИСТСКИЕ РАССЛЕДОВАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ САЙТАХ

Главная задача этой статьи — анализ журналистских расследований коррупции в современной России. Автор описывает опыт подобных расследований на региональных интернет-сайтах. Целью исследования было также выявление проблем таких расследований и поиск путей, способствующих их продуктивности.

Ключевые слова: *журналистские расследования, коррупция в России, региональная интернет-журналистика.*

The main task of this article is an analysis of journalistic investigations of corruption in contemporary Russia. Author describes the practical experience of investigative journalism on the internet-sites. The goal of the research is also the detection of challenges to such investigations and search of methods to improve their effectiveness.

Key words: *investigative journalism, corruption in Russia, regional internet-journalism.*

Коррупция как предмет расследований в региональной журналистике

В своем выступлении на заседании Совета по борьбе с коррупцией в конце 2013 г. В.В. Путин назвал ее самой главной проблемой современной России[1]. По уровню коррупции Россия стоит рядом с такими странами «третьего мира», как Пакистан и Ливан[2]. В начале 2013 г. Национальный антикоррупционный комитет сообщил, что сейчас годовой оборот коррупционной деятельности в России превышает 300 млрд долларов. При этом уровень коррумпированности местных органов власти составляет 36%, ГИБДД — 32%, полиции — 26%, судебной системы — 21%, медицины — 17%, крупного бизнеса — 14%, образования — 12%. Если обратить

[1] Три сигнала Путина элите и обществу. URL: http://nvo.ng.ru/politics/2013-10-31/1_three.html

[2] *Кошик А.* Россия и коррупция. Соседи с Пакистаном и Ливаном. URL: http://pasmi.ru/archive/99798

внимание на уровень коррумпированности разных регионов страны, то мы увидим следующую картину (таблтца)[3].

Таблица

Рейтинг коррумпированности регионов РФ

Место в рейтинге (предыдущая позиция)	Субъект РФ	Общая сумма коррупционных сделок по фактам фигурирующим в СМИ, руб. (III квартал)
1 (7)	Московская область	33 579 661 000
2 (42)	Республика Башкортостан	1 063 988 000
3 (40)	Воронежская область	1 011 581 000
4 (58)	Свердловская область	915 620 000
5 (5)	Ханты-Мансийский ОА	849 340 000
6 (47)	Новосибирская область	537 180 000
7 (35)	Орловская область	476 968 000
8 (37)	Челябинская область	270 020 000
9 (66)	Ульяновская область	209 250 000
10 (44)	Архангельская область	206 025 000

По словам известного журналиста-расследователя А. Константинова, «коррупция живет и процветает. В России взятки брали всегда, но масштабы сегодняшних злоупотреблений служебным положением уже угрожают национальной безопасности страны. Государство не может излечить само себя, потому что те, кто должны это делать, сами являются носителями болезни» [Константинов, 2006, с. 2]. В ряду тех, кто способен внести свой вклад в лечение этой болезни, несомненно, находится и журналистика, о чем свидетельствует и зарубежный опыт [Lovenberg, 1999, s. 9—21; Houston, Bruzzese, Weinberg, 2002, p. 138—146]. «Значимость журналистских расследований в качестве инструмента антикоррупционного воздействия объясняется самим характером этого вида деятельности, которая наиболее ярко характеризует журналистику как средство непосредственного социального контроля, как средство непосредственной борьбы со всевозможными недугами (в том числе — и с коррупцией), поразившими современное российское общество» [Тертычный, 2002, с. 203].

[3] Рейтинг коррумпированности регионов РФ. Топ-10. URL: // http://ubep44.ru/index.php?page=korrumpirovannost-rossii-statistika.

Как показывает практика, журналисты традиционных региональных СМИ пока относительно редко осмеливаются проводить расследования случаев коррупции. Слишком зависимы они от местных властей, часто слишком трудно бывает доказать случаи мздоимства. Наибольшую активность в антикоррупционной деятельности проявляют региональные выпуски общефедеральных изданий. По теме региональной коррупции, например, неоднократно выступали «Аргументы и факты» («Министерство ЖКХ заменила собой в борьбе за права соседей уфимская пенсионерка»), «Российская газета» («Жуликов в управляющих компаниях многоквартирных домов станет меньше. Кодовый замок»), «Комсомольская правда» («Финансовые пирамиды коммуналки», «Домкомы объединяются») и т.д.

Есть определенные достижения в расследованиях коррупции и у некоторых изданий федеральных округов. Так, новосибирская газета «Момент истины» опубликовала ряд статей о коррупции, опять же, в жилищно-коммунальном хозяйстве («Взаимное укрывательство», «Услуги ЖКХ не должны быть дороже автомата» и пр.). Порой публикует расследования областная «Смоленская газета» («Чем не угодна бабушка чиновникам?» и пр.), а также «Калининградская Вечерка» («Коррупция и конфликт интересов при реализации государственной целевой программы “Янтарная Россия”, “База Балтфлота в руках бандитов”, “Туманное будущее “солнечного камня”») и ряд других изданий. Но ряд этот относительно небольшой.

Опыт региональных интернет-сайтов, расследующих коррупцию

Типологические особенности региональных антикоррупционных сайтов

Наиболее активно развивают информационную борьбу с коррупцией журналисты региональных интернет-сайтов, менее уязвимых для противодействия со стороны разных сил, недовольных расследовательской деятельностью журналистов [Lovenberg, 1995, s. 212—221]. В стране в последние годы их возникло немало. Все их можно условно разделить на две большие группы: 1) сайты, на которых коррупция выступает лишь одной из многих тем расследовательских публикаций; 2) сайты, специализирующиеся именно на расследованиях коррупционных проявлений в обществе. Из общего числа предварительно исследованных нами сайтов рассмотрим пять, по нашим наблюдениям, наиболее активно посещаемых пользователями сети.

В **первую группу** может быть включен, например, сайт, под названием «Бюро журналистских расследований “Детектив”», созданный в 2009 г. во Владивостоке. Главный редактор и учредитель сайта — журналистка А.Ю. Скобеева (Загоруйко). Сайт имеет штатных, а также внештатных авторов. Тексты публикуются не только на сайте, но и в социальных сетях (ВКонтакте и Twitter). По словам учредителя, «Бюро журналистских расследований “Детектив” — это агентство с определенной спецификой». Под пристальное внимание «бюро» попадают новости законодательства, различные юридические ситуации, правовые «загадки», а также коррупционеры всех родов и сословий, нарушители закона, правовые коллизии и «темные делишки» власть предержащих. Бюро журналистских расследований «Детектив» состоит из информационного агентства, бесплатной юридической консультации и правовой онлайн-библиотеки. «Мы открыты для сотрудничества и диалога: с юристами, юридическими конторами и адвокатскими палатами. С журналистами-расследователями, чьи материалы подтверждены документальными фактами»[4].

Сайт публикует тексты под рубриками «На контроле»; «Оборотни в погонах»; «Корпоративные споры и рейдеры»; «Автомобиль», «Правовые новости», «Недвижимость и земля», «Коррупция», «Дела бюджетные», «Юридическая консультация», «Есть такая профессия...», «Правовая библиотека», «Почтовый ящик», «Сарафанное радио». Под рубрикой «Журналистские расследования» на сайте опубликовано за время его существования восемьдесят с лишним текстов. Но лишь около одной пятой из них освещают тему коррупции. Следует заметить, что не только расследовательские, но и некоторые другие публикуемые на сайте тексты в той или иной мере также затрагивают тему коррупции.

Следующий сайт — новосибирское «Агентство журналистских расследований», был также создан в 2009 г. Его создатель — редакционный коллектив. Основными авторами расследований на сайте являются его главный редактор Виктор Антропов, лауреат Всероссийского конкурса «Журналисты против коррупции», и Сергей Кузьмин, лауреат премии «За честь и журналистское достоинство». Сайт агентства в основном наполняется материалами своих корреспондентов, в том числе и работающих в некоторых странах СНГ. Обосновывая необходимость существования своего сайта, его создатели исходят из того, что «в стране тотально-повальной коррупции с культом силы и диктатуры у.е.=$ (под видом диктатуры закона) “четвертая власть” (как некогда дразнили прессу) зачастую является для униженных и оскорбленных инстанцией надежд,

[4] Бюро журналистских расследований «Детектив». URL: http://detectiv- reporter.ru/

умирающих, как известно, последними. В смысле — если и не добиться положительного результата, то хотя бы выговориться... Это по минимуму. Но жить лучше все же по максимуму — то есть результата добиваться. Таковы цели. А средства — те самые журналистские расследования ради огласки происходящего. Вы ведь наверняка заметили, насколько подлецы и злодеи боятся разглашения своих грязных тайн. Сживая сограждан со свету, их же еще заодно и уговаривают, чтобы не поднимали шума. Не доставим злодеям и подлецам такого удовольствия?! Раньше говорилось: плохих людей меньше, но они лучше организованы. А теперь баланс сил еще круче. И остается брать пример с героев Дюма. Помните: "Один за всех..."? Как вы поняли, наше оружие — слово»[5].

Конечный результат своих расследований журналисты публикуют в газете агентства под названием «Претензия»[6]. По словам главного редактора, «газета сия не новостная, и соответственно она не ставит перед собой цели "прокукарекать первыми, а там хоть не рассветай". Наши цели — в плоскости поиска истины и утверждения ее. Потому мы как бы спорим с медийными кривляками, проповедующими сомнительные каноны типа: лезть на баррикады — дурной тон, надо быть над схваткой... Как можно быть над схваткой в извечном конфликте добра со злом?! И как быть с классикой: "Поэтом можешь ты не быть, но гражданином быть обязан"? (А.С. Пушкин. — *А.Т.*). Чья позиция тут выигрышнее и насколько — покажет время...»[7].

На этом сайте за период его существования по названной тематике опубликовано около сорока журналистских расследований.

В 2010 г. в Екатеринбурге ООО «Федерал Пресс» учредило сайт «Агентство журналистских расследований "Федеральный репортер"». Главный редактор агентства — И.С. Еремин. Данный сайт, по сути, является общественной интернет-площадкой для всех пользователей сети, интересующихся жанром расследований и считающих себя социально-активными гражданами России[8]. Здесь публикуются расследовательские репортажи о каждодневных проблемах жизни в России, а также о том, как эти проблемы решаются жителями, органами власти, общественными и коммерческими организациями. Кроме того, на сайте помещаются «Письма власти», написанные его читателями с целью призвать к ответу недобросовестных производителей услуг и товаров, чиновников и биз-

[5] Агентство журналистских расследований. URL: http://ajurn.ru/

[6] *Калитвинцев И.* Взятки — гадки...; *Антропов В.* Экстремальное спорт-функционирование; *Воронкова С.* Деньги на почку; *Кузьмин С.* По волнам борьбы в океане коррупции. URL: http://hghltd.yandex.net/yandbtm?lang=ru&.

[7] *Антропов В.* Рыцари печатного образа. URL: http://ajurn.ru/

[8] Агентство журналистских расследований «Федеральный репортер». URL: http://fedrep.ru/

несменов. Сайт имеет свои блоги в социальных сетях, где также размещает свои публикации, которые затем комментируются пользователями сети. У «Федерального репортера» есть свои собкоры в двадцати крупнейших городах разных регионов России.

За время пребывания в глобальной сети сайтом опубликовано более пятидесяти расследовательских текстов, связанных с темой коррупции.

Теперь рассмотрим **вторую группу** сайтов, имеющих, как было сказано, более четкую антикоррупционную специализацию. Такие сайты стали появляться в последние два года, что, очевидно, связано с усилением борьбы с коррупцией на государственном уровне. К таковым относится, например, интернет-ресурс «Первое антикоррупционное СМИ». Он создан Межрегиональной общественной организацией содействия совершенствованию государственного управления и антикоррупционной политики «Содействие» в 2012 г. в г. Москве. Главный редактор сайта — Е. Васильченко. В разделе «О проекте» можно прочитать следующее:

«"Первое антикоррупционное СМИ" — федеральное, специализированное средство массовой информации, освещающее антикоррупционную политику в России и за рубежом. В настоящий момент реальные эффективные действия и усилия в борьбе с коррупцией зачастую нивелируются, дискредитируются либо остаются в тени, становясь оружием в политических и информационных войнах. Мы уверены — эффективно противодействовать коррупции, ставшей для страны проблемой национального масштаба, возможно, только сосредоточив внимание на положительных тенденциях, результатах и инициативах, сохраняя политическую беспристрастность, пробуждая и просвещая общество, анализируя процессы, объединяя усилия и налаживая коммуникации между органами власти, бизнесом и общественными организациями. И делать это сегодня и сейчас. Наша цель — профессиональная информационная поддержка осуществляемой антикоррупционной политики, направленной на совершенствование и развитие нашей страны»[9].

Реализуя свои задачи, «Первое антикоррупционное СМИ» публикует как расследования, проведенные самими журналистами сайта[10], так и «авторами со стороны»[11] (причем расследования

---

[9] Первое антикоррупционное СМИ. URL: http://pasmi.ru/archive/99798

[10] *Ильина М.* Депутат Зайчиков: Мимо Шестуна ничего не пролетит; *Денисова М.* Этот поступок не укладывается в рамки морали; *Попова Н.* У коррупции нет никаких границ. URL: http://pasmi.ru/archive/99798

[11] *Кутеминская И.* Дважды обманутые дольщики надеются на чудо и Путина; *Волостных А.* АвтоТрейд: краткая история уголовных дел; *Колесникова А.* Где искать правду в деле мэра Ярославля Евгения Урлашова? URL: http://pasmi.ru/archive/99798

«о фактах противоправной деятельности коррупционной и иной направленности должностных и иных лиц, а также асоциальном поведении, подрывающих имидж государственной службы»[12] сайт проводит и «по заказу» на платной основе). Кроме того, на сайте выступают известные государственные деятели и руководители различных организаций, осуществляющих борьбу с коррупцией в России (вице-премьер РФ Дмитрий Рогозин, член комитета Госдумы РФ по безопасности и противодействию коррупции Илья Костунов, председатель Национального антикоррупционного комитета Кирилл Кабанов, вице-президент фонда противодействия организованной преступности и коррупции «Антимафия» Вячеслав Красюков, заместитель председателя Межрегиональной общественной организации «Комитет по борьбе с коррупцией» Ирина Рукина и др.)[13].

За истекший год на сайте было опубликовано более сорока журналистских расследований и ста читательских выступлений на тему коррупции.

Второй сайт — «Национальное бюро журналистских расследований». Этот ресурс был создан 31 марта этого года, когда в агентстве Росбалт состоялась учредившая его конференция[14], общественной организации, призванной объединить в своих рядах журналистов, работающих в этом жанре. В заявлении Бюро говорится: «Коррупция давно превратилась в реальную угрозу национальной безопасности России. Страна все глубже погружается в трясину коррупционных процессов, которые резко снижают эффективность экономики, уничтожая то, что создано честным трудом граждан, усиливают нищету и социальное неравенство, расширяют пропасть между обществом и властью, превращают политику в сферу дележа национального богатства, разлагают нравственные устои общества, наносят ущерб престижу страны на мировой арене. Коррупционная активность есть новая форма противоправной и криминальной деятельности — как отдельных граждан, так и целых организованных преступных групп и сообществ.

Проведение последовательной антикоррупционной информационной политики, цель которой — противодействие противоправной деятельности, заменено в СМИ ожесточенной войной компроматов. Факты коррупции крайне редко становятся основой для материалов как журналистских расследований, так и уголовных дел, или просто не доводятся до суда. Коррумпированность

[12] Сотрудничество. URL: http://pasmi.ru/ad

[13] *Саржевская Г.* Успехи в борьбе с коррупцией в 2013 году. Существуют ли они? URL: http://pasmi.ru/archive/100473

[14] О Национальном Бюро журналистских расследований. URL: http://www.stopcrime.ru/nbr2/1640/1643.html

становится одним из условий при назначении на государственные должности. При этом государственный корпус является своего рода органом "круговой поруки", защищая коррумпированных чиновников от ответа — как перед СМИ, так и перед обществом в целом.

Отсутствие механизмов информирования общества о противоправных и коррупционных проявлениях в обществе может иметь катастрофические последствия, вплоть до развала российской государственности. Власть сегодня осознала опасность коррупции для самой себя и для страны в целом. Но без поддержки общества попытка власти противостоять коррупционным проявлениям может оказаться всего лишь очередным громким лозунгом. Мы, представители СМИ, журналисты, общественные деятели, считаем принципиально важным создание единого информационного союза, задача которого — создание информационного поля в сфере борьбы с коррупцией и проведение независимых журналистских расследований...».

В числе основателей Бюро известные руководители ведомств, журналисты, общественные деятели из разных регионов России[15]. На сайте выкладываются журналистские расследования, как уже напечатанные в каких-то изданиях, так и те материалы, которые по разным цензурным, политическим, иным причинам не увидели свет. За прошедшее после основания сайта относительно короткое время на нем было представлено более двадцати антикоррупционных публикаций из разных регионов России.

Содержание антикоррупционных расследований на сайтах

Прежде всего напомним, что в самом широком плане под коррупцией (от. лат. corruptio — подкуп) понимается прямое использование должностным лицом своего служебного положения в целях личного обогащения, сопровождаемое, как правило, нарушением

[15] А. Калитин, Программа «Спецрасследование», Первый канал, Русская служба новостей. Редактор сайта www.stopcrime.ru, советник начальника Объединенной редакции МВД РФ; К. Кабанов, председатель Национального антикоррупционного комитета, член Совета при Президенте Российской Федерации по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека; Н. Черкесова, председатель Совета директоров агентства «Росбалт»; Н. Метлина, руководитель программы «Спецрасследование». Первый канал; И. Барабанов, журнал «New Times»; В. Ширяев, «Новая газета»; М. Гладкий, журнал «Русский репортер», А. Симонов, Президент Фонда защиты гласности; И. Гальперин, газета «Совершенно секретно»; В. Саранов, газета «Версия»; Г. Александров, газета «Аргументы и факты»; Н.Самохвалов, начальник Объединенной редакции МВД РФ; В. Трифонов, газета «Коммерсантъ»; В. Хуланхов, ТВЦ; А. Иутенков, РЕН-ТВ; Б. Тумаков, Гражданский контроль» ГД ФС РФ; А. Фомин, ДТВ, Клуб региональной журналистики.

законности[16]. Более конкретное определение этого явления дано в российском законодательстве, где коррупция характеризуется как: «а) злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп, либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц, либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами; б) совершение деяний, указанных в подпункте "а" настоящего пункта, от имени или в интересах юридического лица»[17].

Все указанные выше виды коррупции могут проявляться на каждом из следующих уровней[18]:

1) **Низовая (или бытовая) коррупция,** связанная со взаимоотношениями на самом нижнем уровне: гражданин — работник государственной сферы, исполняющий определенные обязанности (например, медсестра или врач «скорой помощи» и пр.). Она может проявляться, скажем, как вручение различных подарков (вещественных, денежных) или — как оказание услуг гражданами данному должностному лицу или членам его семьи. К этой категории также относится кумовство (непотизм).

2) **Коррупция среди чиновников среднего уровня**, руководителей, организующих работу определенных участков, конкретных учреждений региона (например, главный врач больницы, начальник ОВД и пр.).

3) **Коррупция в высших органах региональной власти**, проявляющаяся в проведении политики, служащей их эгоцентричным интересам и ущемляющей интересы населения региона.

4**) Коррупция верховной власти** (она относится к политическому руководству страны и верховным судам). Данного рода коррупция проявляется как недобросовестное поведение личностей и групп, осуществляющих верховную власть в стране и проводящих политику в своих интересах и в ущерб интересам избирателей.

Анализ содержания антикоррупционных расследований на исследуемых сайтах, показывает, что они практически все обычно отображают коррупционные события первого, второго и третьего уровней. Четвертый уровень затрагивается очень редко.

---

[16] Коррупция // Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. М.: СЭ, 1991. Т. 1. С. 863.

[17] Федеральный закон Российской Федерации от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».

[18] Там же.

Если вести речь о коррупционных проявлениях первого уровня, то основными причинами их становится, прежде всего, поиск некоторыми гражданами определенной выгоды при получении услуги, порой даже положенной им по закону (например, получение бесплатной медицинской услуги вне очереди), или — попытка избежать наказания за разного рода правонарушения[19]. Взятка при этом выступает средством преодоления препятствия или защиты нарушителей от воздействия закона. Причем инициаторами коррупционного поведения могут выступать как те, кто призван действовать от имени закона, то есть представители правоохранительных органов, так и те, кто выступает в роли правонарушителей.

Так, например, в одной из публикаций под названием «Взятки гадки» (она помещена на сайте новосибирского «Агентства журналистских расследований»)[20] речь идет о покушении на получение взятки в 50 тысяч рублей со стороны следователя городского УМВД, проводившего расследование дорожно-транспортного происшествия. Эти деньги он потребовал от одного из нарушителей дорожного движения как плату за увод от уголовной ответственности. В другой же публикации под названием «За попытку дать взятку гаишнику...» (размещена на сайте агентства журналистских расследований «Федеральный репортер»)[21] рассказывается о том, как один из екатеринбургских водителей пытался дать взятку инспектору ДПС. Этот водитель, как оказалось при проверке документов, не имел водительских прав и, чтобы избежать административного наказания, он предложил инспектору «договориться», предложив взятку в размере 2000 рублей. И хотя сотрудник полиции от денег отказался и предупредил, что взятка является преступлением, водитель все-таки умудрился подложить ему деньги в салон служебного автомобиля. Подобная настойчивость в даче взятки, как правильно утверждает автор, является проявлением укоренившейся в сознании людей мысли о том, что «не подмажешь, не поедешь». И бороться с этой коррупционной установкой очень трудно.

Публикации по следам расследований коррупционных действий, которые можно отнести ко второму уровню (случаи коррупции ру-

---

[19] Хотел взять, но его взяли. URL: ttp://ajurn.ru/uploads/files/Pretenzia/ad614d93cdaf0d8391efeb3162a75d2e.pdf; Капитан Плаксин уволен. Областной главк: таким не место в органах. URL: http://fedrep.ru/page/kapitan-plaksin-uvolen-oblastnoi-glavk-takim-ne-mesto-v-organakh; Железнодорожный суд Екатеринбурга вынес приговор... URL: http://pasmi.ru/archive/100005; В Тюмени пойманы сотрудники миграционной службы, вымогавшие взятку за нелегалов. URL: http://fedrep.ru/page/v-tyumeni-poimany-sotrudniki-migratsionnoi-sluzhby-vymogavshie-vzyatku

[20] Взятки гадки URL: http://ajurn.ru/uploads/files/Pretenzia/ad614d93cdaf0d8391efeb3162a75d2e.

[21] *Денисова Марина*. За попытку дать взятку гаишнику... URL: http://fedrep.ru/page/za-popytku-dat-vzyatku-gaishniku

ководящих чиновников среднего звена)[22], также заметное явление на исследуемых сайтах. Их не намного меньше тех, которых относят к первому уровню. Пример расследований данного вида — расследование «Кредит на коррупционные нужды»[23]. В этой публикации речь идет о том, что «сотрудники МВД РФ задержали в рабочем кабинете заместителя руководителя Федерального агентства по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству (Госстрой) Андрея Шишкина. Это было сделано в рамках уголовного дела о мошенничестве, совершенном при застройке микрорайона Восточный в подмосковной Истре. За обещание согласовать всю проектную документацию по строительству господин Шишкин, по данным правоохранительных органов, требовал 30 млн руб. у девелоперской компании "Каскад"...». И т.д.

Нередко предметом журналистских расследований второго уровня становятся действия чиновников, преследующих свои собственные интересы, но закамуфлированные под «производственную необходимость». Подобный пример — размещенное на сайте «Детектив — репортер» выступление Анастасии Загоруйко «Кому на Руси... или бюджетный распил "по-свойски"»[24].

«*Пока чиновники из хозуправления г. Находки мечтают о свеженьких джипах стоимостью под 5 млн рублей, медицинские учреждения округа, включая станцию "скорой помощи", вынуждены довольствоваться бэушным 9-летним транспортом, который для них закупает администрация. О планируемой МУП "Хозяйственное управление" Находкинского городского округа покупке двух дорогостоящих джипов мы уже писали. Речь шла о приобретении двух автомобилей Toyota Land Cruiser 2010 года выпуска с кожаным салоном и кучей других примочек.*

Очень контрастно на фоне этих покупок смотрится приобретение транспорта для детской поликлиники № 1 города Находки в августе этого года. Автомобиль для перевозки медработников, которые ездят к заболевшим и температурящим деткам, оказался всего-то не старше 2001 года выпуска, а в качестве "наворотов" имеет домкрат и запасное колесо. Покупка обошлась в 490 тысяч рублей.

---

[22] Откаты-подкаты (Как шахтерские деньги в трубу вылетели). URL: http://detectiv-reporter.ru/otkati-podkati/kak-shachterskie-dengi-v-trubu-vileteli.html; Павел Залесов: в России 95% градоначальников — ставленники промышленно-финансовых групп. URL: http://pasmi.ru/archive/100005; Помощник арбитражного судьи попался на взятке в $80 тыс. URL: http://stopcrime.ru/investigations/index.html; Серпуховские дороги «заточены» под Hyundai. URL: http://pasmi.ru/archive/10000.

[23] Кредит на коррупционные нужды. URL: http://www.delonomer.ru.../doc/2244863; *Рубенкович О.* Чиновники и адвокат застряли возле ячейки. URL: http://stopcrime.ru/investigations/index.html; *Ломтев А.* «Наезд?»: факты нашли подтверждение. URL: http://stopcrime.ru/nbr1/2931/2441.html и др.

[24] Кому на Руси... или бюджетный распил «по-свойски». URL: http://detectiv-reporter.ru

В июле этого же года для нужд "скорой помощи" был закуплен микроавтобус. По условиям контракта он должен был быть не старше 2003 года и стоить не дороже 380 тысяч рублей. Из дополнительных требований также — домкрат, запасное колесо, носилки, каталка и сирена с проблесковым маячком. В итоге подержанный автомобиль был куплен за 378 тысяч рублей, 2 тысячи сэкономили. Еще один микроавтобус "скорой помощи" был куплен в апреле за 347 тысяч рублей. Если подсчитать, то все три медицинских автомобиля обошлись администрации в 1 млн 248 тысяч рублей. Для сравнения — в 2 млн 295 тысяч рублей обошелся только один джип. Странная математика при распределении бюджетных средств. На одной чаше весов — жизнь и здоровье горожан, на другой — комфорт отдельных чиновников...». И т.д.

Коррупционная составляющая, к сожалению, сопутствует деятельности довольно большого числа руководящих чиновников среднего звена в самых разных сферах современной региональной жизни. В связи с этим журналистские расследования коррупции второго уровня, как и первого, и представляют основную часть публикаций данного рода на региональных сайтах. Что касается расследований коррупции третьего уровня (коррупции в органах региональной власти), то они появляются на исследуемых региональных сайтах реже, чем расследования первых двух уровней коррупции.

Примером расследования коррупции третьего уровня, в которой бывают замешаны органы региональной власти, может служить публикация «В Увельском районе Челябинской области власти химичат с ветеранским жильем!», размещенная на сайте «Агентства журналистских расследований (г. Екатеринбург).

«*Так уж получилось, что Увельский район Челябинской области стал долгим прибежищем засидевшейся "единой команды" во главе с главой района господином-барином Литовченко. Несменяемость власти — бич государства РФ, и команда Литовченко есть тому весьма яркое подтверждение. Мы уже писали о том, как издеваются в Увельском районе над ветеранами, на примере истории офицера, Защитника Отечества, ветерана Алакшина Михаила Фёдоровича.*

Повторим суть этой истории кратко.

Жил-был бывший офицер, ставший после службы в Германии благодаря трудной многолетней работе ветераном труда Алакшин Михаил Фёдорович со своей супругой, ветераном Великой Отечественной войны. Супруга умерла, оставив Михаилу Фёдоровичу квартиру на правах найма. Решил Михаил Фёдорович квартиру приватизировать. Но получил отказ как от администрации района, так и от Законодательного Собрания Челябинской области. В письме от ЗСО ветеран отнесен к непонятной категории "очередник смерти", на

основании чего приватизация ему не светит. В письме от главы Увельского района господина-товарища Литовченко ветерану вообще дано четко понять, что живет он в данной квартире "на птичьих правах".

Эта история получила продолжение. Ветерана поддержала прокуратура, подав иск в защиту его права на приватизацию. Однако на судебном процессе Увельская районная администрация уцепилась мертвой хваткой за свой рубеж обороны. Администрацию поддерживают в ее беспредельной позиции подпевалы из ручного районного Совета Ветеранов. Всплыли достаточно приметные контуры возможного мошенничества с неприватизированным жильем. Администрация и ветеранская организация, оказывается, не участвуют в новых федеральных программах по обеспечению жильем ветеранов. Распределять неприватизированные квартиры, оставшиеся от умерших стариков, гораздо проще. Или участвуют все-таки? Если да, то эта тема примет уже совсем другой оборот! Если нет все-таки, то все равно суровый в своей постановке вопрос остается: не слишком ли много издевательств со стороны власти выпадает на долю заслуженных и уважаемых людей, которых всего в доме с непонятным статусом проживает 10 человек. Непонятный статус очень устраивает районную "власть". Карманный совет ветеранов распределяет квартиры с разрешения "барина" Литовченко, руководствуясь своими, зачастую дикими, местническими "понятиями". В частности, при предоставлении жилья ветерану Алакшину многие "карманные ветераны" были против, так как считали семью Алакшиных "приезжими из Казахстана", и это при том, что супруги жили в поселке уже 10 лет! Что тут можно сказать? Холопство и барство всегда ходят рядом с дикостью и скотством.

В ходе судебного процесса в районном суде Увельского района создалась угроза отказа прокуратуре в иске в защиту прав ветерана. Почему? Все очень просто — договор со всеми признаками социального найма администрация района представляет как договор коммерческого найма. Более того, по словам представителей администрации, "власти" намерены подсуетиться и через две недели вернуть статус "специализированного" дому для ветеранов и инвалидов, который достаточно много лет назад был отменен...». И т.д.

Как следует из данной публикации, в расследуемой автором ситуации присутствуют признаки, которые рассматриваются им как коррупционные, свидетельствующие о том, что местные власти (не только администрации района, но и Законодательное Собрание Челябинской области) проводят выгодную им политику, но ущемляющую права военных ветеранов, сформулировав ради этого странную категория для обозначения стоящих в очереди на приобретение квартиры («очередник смерти»), на основании чего ветеранам не разрешается приватизация унаследованного жилья.

В журналистских расследованиях коррупционных проявлений четвертого уровня, напомним, фигурируют представители верховной власти страны. Подобное расследование под названием «Счастливые однокурсники Дмитрия Медведева»[25] размещено на сайте «Первое антикоррупционное СМИ».

«“*Первое Антикоррупционное СМИ*” *продолжает публикацию деловых портретов лиц, фигурирующих в расследовании фактов отчуждения федеральной собственности, к которому причастно Управление делами Президента РФ. В данной публикации ПАСМИ представляет открытую биографию, а также связи зампредседателя Газпромбанка и негласного руководителя Фонда региональных некоммерческих проектов “ДАР” Ильи Елисеева.*

Предполагается, что именно благодаря Илье Елисееву фонд “ДАР” получал беспроцентные займы от Газпромбанка, которые шли по описанной схеме на оплату строительства, а впоследствии и выкуп федеральных земель. Илья Владимирович Елисеев родился в декабре 1965 года в Ленинграде. В 1987 году с отличием окончил знаменитый юридический факультет Ленинградского государственного университета им. Жданова. Его однокурсниками были премьер-министр Дмитрий Медведев, председатель Высшего арбитражного суда Антон Иванов, помощник президента Константин Чуйченко (именно ему некоторые СМИ ставят в заслугу быстрый карьерный рост экс-руководителя ГУЭБиПК Дениса Сугробова), замгенпрокурора России Николай Винниченко, директор ФССП Артур Парфенчиков, помощник министра внутренних дел Валерий Кожокарь (он, по данным РБК, способствовал назначению Сугробова на должность начальника ГУЭБиПК) и другие.

Елисеев, Медведев и Иванов после окончания ВУЗа остались в аспирантуре, и все трое преподавали на кафедре гражданского права на юрфаке СПбГУ. Также Елисеев, Медведев и Иванов являются соавторами одного из самых известных российских учебников по гражданскому праву. “Троица” совместно занималась бизнесом. Так несколько лет просуществовала их юридическая фирма “Балфорт”. Затем в 2005 году, когда Дмитрий Медведев возглавил президентскую администрацию, а Антон Иванов стал председателем ВАС, они позвали Илью Елисеева в Москву, и тот был назначен на должность заместителя председателя правления Газпромбанка, где трудится по сей день и является членом совета директоров. ОАО “Газпромбанк” — один из крупнейших универсальных финансовых институтов России.

Банк входит в тройку крупнейших банков России и занимает третье место в списке банков Центральной и Восточной Европы.

[25] *Балашов Денис.* Счастливые однокурсники Дмитрия Медведева. URL: http://pasmi.ru/15.07.2014

Газпромбанк обслуживает ключевые отрасли российской экономики — газовую, нефтяную, атомную, химическую и нефтехимическую, черную и цветную металлургию, электроэнергетику, машиностроение, транспорт, связь, агропромышленный комплекс, торговлю и другие отрасли. Газпромбанк участвует в капитале трех зарубежных банков — Белгазпромбанка (Белоруссия), Арэксимбанка (Армения) и Gazprombank (Швейцария). Илье Елисееву принадлежит 0,02% акций банка. Судя по ежеквартальному отчету Газпромбанка по ценным бумагам за 1 квартал 2014 года, Илья Елисеев с 2006 года является председателем наблюдательного совета Фонда региональных некоммерческих проектов "ДАР". Учредителем фонда является ООО "Левит", которое принадлежит Леониду Михельсону...

С 2006 по 2008 год генеральным директором фонда "ДАР" был выпускник юридического факультета СПбГУ — студент Елисеева — Филипп Полянский. Полянскому через ООО "Цертум-Инвест" принадлежит ОАО "Благовещенский арматурный завод", где Елисеев с 2008 по 2013 год был членом наблюдательного совета. Другим директором фонда, а также его дочерних организаций — ООО "Управляющая компания фонда 'Дар' ", Северо-Западный филиал фонда "Дар", — является Ольга Травина. Между тем Травина является соучредителем Фонда социально-культурных инициатив, президентом которого является супруга председателя правительства РФ Светлана Медведева. В 2009 году фонд "Дар" был замешан в скандале с экологами, которые выступали против вырубки фисташково-можжевеловых лесов, производимых для строительства "физкультурно-оздоровительного комплекса" Управления делами президента РФ. Некоторые СМИ называли этот комплекс "дачей Медведева". В 2011 году в прессе появилась информация, что в усадьбе "Миловка" (Ивановская область, Приволжский район, город Плёс) — объект принадлежит фонду "Дар" — идет строительство "резиденции Медведева", из-за чего перепрофилировали туберкулезный санаторий в Плёсе. "Санаторий не нравится местным хозяевам города, которые воспользовались строительством резиденции Президента в Плёсе и, соответственно, надавили на ваше ведомство, которое стало их союзником", — писал тогда в своем открытом письме пытавшийся бороться против закрытия противотуберкулезного санатория фтизиатор А.Л. Радовицкий. По некоторым данным, "Управляющая компания Фонда ДАР" учредила Фонд "Петербургский международный юридический форум", который в 2011 году провел одноименное мероприятие в Михайловском замке (Санкт-Петербург), где выступил (на тот момент Президент) Дмитрий Медведев. Также Фонд "Дар" участвовал в сомнительных сделках по отчуждению в пользу третьих лиц объектов федеральной собственности в Подмосковье и Краснодарском крае,

возможный ущерб для государства от этих сделок составляет 1,7 млрд рублей». И т.д.

Как видим, в данной публикации даже не упоминается слово «коррупция», речь идет лишь об отчуждении федеральной собственности в пользу третьих лиц, среди которых и однокурсники по учебе в СПбУ нынешнего премьер-министра РФ Дмитрия Медведева. Автор текста прямо не обвиняет ни «друзей», ни самого представителя верховной власти России в коррупции, однако подобный вывод может возникнуть у аудитории из контекста публикации.

(*окончание в следующем номере*)

Список литературы

Константинов А.Д. Коррумпированная Россия. М.: Олма-Пресс, 2006.

Тертычный А.А. Расследовательская журналистика. М.: Аспект Пресс, 2002.

Шум Ю. Журналистское расследование. СПб.: Изд-во СПбГУП, 2008.

Houston B., Bruzzese L., Weinberg S. The investigative reporters handbook. Bedford. St. Martins; Boston; N.Y., 2002.

Johannes L. Investigativer Journalismus. 2 Auflage. Verlagesgesellshaft mbH, Konstanz, 2007.

Lovenberg A. Undersokande journalistic. Ordfronts forlag. Stocholm, 1995.

Поступила в редакцию
10.02.2014

НОВЫЕ МЕДИА

А.Н. Лаврова, аспирант факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: wwwuzik@gmail.com

НОВЫЕ ФОРМАТЫ КНИГ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: МОСКОВСКИЕ ИЗДАТЕЛЬСТВА НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ

Статья посвящена особенностям развития книжного рынка, появлению новых форматов книг и внедрению электронных книг на книжный рынок (на примере московских издательств). Было проведено эмпирическое исследование (измерение), которое позволило выявить, какая доля московских издательств занимается выпуском электронных книг, а также способы их реализации на книжном рынке.

Ключевые слова: *книгоиздание, электронные книги, книжный рынок, книжные издательства.*

The paper examines the special aspects of publishing market, new book's formats and implementation of e-books (through the example of Moscow publishing houses). The research helps to find out the percent of Moscow publishing houses producing the e-books. Also there are statistics about their distribution.

Key words: *publishing market, e-books, publishing houses, book publishing.*

Введение

Книжное дело претерпевало немало изменений и трансформаций еще до активного вмешательства современных технологий. Так, в 2008 г. стали появляться малые детские издательства, в 2010-х обанкротились многие крупные книготорговые компании и издательства, некоторые же стали объединять свои силы для издания и реализации книг. На данный момент безусловными монополистами на книжном рынке являются «АСТ» и «ЭКСМО» (теперь официально имеющие одного владельца). Другие издательства объединяются, открывают свои магазины, проводят собственные выставки и ярмарки. За последний год стало ясно — книжный рынок снова меняется, и очень стремительно. Уже не мифом, а реальностью становятся электронные книги.

Интерес российских ученых к электронным книгам возник в 2010 г. Одним из первых достаточно подробно рассмотрел и рынок электронных книг, и актуальные форматы их издания А.Н. Назайкин. По его данным, на тот момент, без учета нелегального скачивания, продажи электронных книг составляли всего 0,1% от всего книжного рынка [Назайкин, 2011, с. 93]. В профессиональных

журналах, посвященных книгоизданию и книжному рынку, последние два года ежемесячно публикуются материалы, посвященные электронным книгам. С 2011 г. в каждом ежегодном отчете Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям приводит данные о развитии электронного книгоиздания [Книжный рынок России. Состояние, тенденция и перспективы развития. Отраслевой доклад, 2013, с. 38]. Эта статистика собирается по результатам опросов, которые проводят среди издателей. Также публикуются прогнозы экспертов и ведущих специалистов издательской области о развитии рынка электронных книг.

Очевидно, самый разумный вариант для издательств в сложившейся ситуации — заниматься книгоизданием обычных бумажных книг и в то же время издавать книги в электронном формате. Однако большая часть издательств, которые и так едва сводили концы с концами, не готовы к таким изменениям. Допечатная подготовка книжных изданий во многом совпадает, однако все равно необходимо верстать электронные книги в новых форматах, и рынок электронных книг подразумевает уже совсем другую работу по их реализации. Для этого необходимо выделять дополнительные ресурсы, которых у малых и средних издательств чаще всего нет.

Появляются не только новые форматы книг (Fb2, E-pub), но и издательства нового типа. Открылись издательства, которые занимаются только электронными книгами (например, HocusPocus). Пусть книга и проходит все те же этапы допечатной подготовки, но теперь ее не отдают печатать в типографию. Сразу после верстки она оказывается на полках книжных интернет-магазинов.

Рынок электронных книг

У книжного рынка электронных книг есть ряд особенностей, на которые нельзя не обращать внимания и с которыми постоянно сталкиваются те издательства, которые не боятся издавать электронные книги:

— рынок электронных книг уже поделен между крупными издательствами, и малым издательствам трудно туда попасть со своими электронными книгами;

— у издательств нет опыта верстки электронных книг;

— возникают проблемы с авторским правом;

— есть классические и новые формы распространения электронных книг.

Издательства можно условно поделить на три части — крупные, средние и малые. Книжные магнаты не только печатают книги огромными тиражами, но и выстраивают весь книжный рынок и магазины «под себя». Малым издательствам почти не остается

шанса на конкуренцию — у них нет средств на большие тиражи, а значит, книги у них намного дороже[1]. И несмотря на то что их издания зачастую намного качественнее, все-таки покупатель скорее выберет бюджетный вариант. Крупные издательства имеют сети собственных магазинов. Так издательству «АСТ» принадлежит сеть магазинов «Буква», а «ЭКСМО» является крупнейшим акционером сети, в которую входят «Новый книжный», «Буквоед» и «Читай-город». Сейчас, когда эти два издательства объединились, сети распространения стали едиными для «АСТ» и «ЭКСМО». В июне 2014 г. была подтверждена информация о том, что теперь Олег Новиков, владелец издательств «АСТ» и «ЭКСМО», также купил издательство «Дрофа». Соответственно свои книги эти издательства продают в собственных магазинах, и другим издательствам очень непросто представить свою литературу читателям.

С появлением рынка электронных книг возродилась надежда, что ситуация изменится и у всех авторов и издательств будут равные возможности. Однако все сложилось иначе — рынок еще не успел сформироваться, как его практически весь выкупили крупные издательства. Если открыть сейчас сайты с интернет-магазинами электронных книг (Литрес, Аймобилко, Озон и др.), то там почти невозможно встретить книги малых издательств. Более того, крупные издательства просто выкупают эти ресурсы с целью размещения и продажи там своих книг. Так, издательство «ЭКСМО» купило достаточно раскрученный интернет-магазин «Литрес». Это нужно для эффективного распространения книг издательства. Книги других издательств там тоже продаются, однако их намного меньше. И естественным образом, в первую очередь, отображаться в поиске и в рекомендованных книгах будут книги того издательства, которому принадлежит ресурс. Олег Новиков, владелец издательств «ЭКСМО», «АСТ» и «Дрофа», который делает серьезные ставки на рынок электронных книг, считает, что «электронная книга — это дополнительная возможность охватить читателей, которые не могут дотянуться до книжных магазинов, которых у нас в стране достаточно мало»[2].

Самый крупный сайт, продающий электронные книги, — «Литрес». В нем насчитывается около 60 тысяч книг, стоимость одной книги — от 60 до 120 рублей. «Литрес» занимает 54% рынка электронных книг. Еще один популярный сайт — «Айчиталка». В нем пока около 25 тысяч электронных книг, стоимость которых составляет от 30 до 400 рублей. Бывают и книги, которые можно скачать

[1] *Экслер А.* Ozon.ru. История успешного интернет-бизнеса в России. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. С. 54.

[2] *Новиков О.* За будущее книг я не волнуюсь. URL: http://www.pro-books.ru/sitearticles/4282

бесплатно. Но в таком случае пользователь обязан разместить у себя на странице в социальной сети информацию об этой книге. По некоторым оценкам «Айчиталка» занимает второе место после «Литреса» по популярности продаж — 20% от рынка электронных книг[3].

Популярный ресурс, который работает не как интернет-магазин, а как библиотека, — bookmate.com. Классическую литературу там можно читать бесплатно, а на все остальное покупается абонемент — стоимость от 99 рублей в месяц. Причем книги не скачиваются, а читаются онлайн с ресурса или через специальную программу офлайн. Таким образом, украсть книги с этого ресурса намного сложнее.

Есть издательства, которые открылись недавно и полностью ориентированы на издание электронных книг. Так, например, издательство Hocus-Pocus выпускает электронные книги «ручной работы» — дизайнерские иллюстрированные издания для чтения на iPad и iPhone.

Рынок меняется полностью — даже бумажные книги стало намного выгоднее покупать в интернет-магазинах. Книжные магазины понимают, что их покупатель уходит в интернет, и стараются всеми силами удержать его. Так, магазин «Москва» с 2011 г. сделал полный ребрендинг. Во-первых, был открыт второй магазин, а во-вторых, запущен интернет-магазин, который, по замыслу создателей, может конкурировать с Озоном. Свой интернет-магазин открыл и ТД «Библио-Глобус». Не забыты и электронные книги — в «Москве» стоят терминалы, в которых можно оплатить и скачать на любой носитель электронную книгу. Более того, в ближайшее время должны появиться типографские услуги — вам могут напечатать книгу, которую вы скачали, прямо в магазине. Конечно, это не будет полноценное издание, но прочитать сшитую бумажную книгу будет возможно.

Магазин «Москва» пошел по достаточно простому пути — заключен договор с интернет-магазином электронных книг «Литрес», и теперь в магазине продаются через терминал книги, которые выложены на этом сайте. Это выгодно тем, что не нужно самостоятельно набирать базу электронных книг, заключая напрямую договоры с издательствами и авторами. Но, с другой стороны, те книги, которые не представлены на «Литрес», не появятся и в электронном каталоге магазина «Москва». Издательство «ЭКСМО» купило «Литрес», а это означает, что основной акцент в этом магазине электронных книг будет сделан именно на продажу книг этого издательства. Так что основные игроки книжного рынка, несмотря на его существенное изменение, не меняются.

---

[3] Издатели без издательств: атомизация и другие важные тренды мирового книгоиздания. URL: http://pro-books.ru/sitearticles/13175

В отличие от ТД «Москва» интернет-магазин «Озон» пошел по более сложному пути. Этот интернет-магазин работает напрямую с издательствами и поставщиками электронных книг, заключая договоры даже с маленькими компаниями, и собирает таким образом уникальную базу электронных книг.

Кроме стандартных форм распространения книг появляются и новые, ранее книжному рынку неизвестные варианты продаж. Так, электронные книги начал продавать сайт сети гипермаркетов электронной техники «М-Видео». Раньше продажа электронных книг в магазине бытовой техники вызвала бы недоумение, сейчас это обычная точка продаж. Свой способ распространения книг предлагает издательствам компания «NSolutions» — она обеспечивает интернет-провайдеров электронным контентом, которые те продают у себя на сайте через интернет-магазин или при помощи подписки. Раньше это были фильмы и игры, с 1 октября 2012 г. они начали сотрудничать с книжными издательствами. Работая со многими сайтами, «NSolutions» дает возможность даже малым издательствам представить там свою продукцию.

Есть несколько форматов, в которых электронные книги выкладываются на сайты. Начиная от простых вордовских файлов — doc, txt, rtf, заканчивая специальными форматами для электронных книг — Fb2 и E-pub. По результатам опроса, который был проведен среди руководителей издательств Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, самыми распространенными форматами являются PDF (62% опрошенных) и приложения для iOS (40% опрошенных), затем следуют формат E-pub (26% опрошенных) и Fb2 (17% опрощенных) [Книжный рынок России. Состояние, тенденция и перспективы развития. Отраслевой доклад, 2014, с. 20]. Если простые форматы сверстать не так сложно, то последние два сделать намного сложнее. Причем чаще всего этим занимаются верстальщики из самих магазинов электронных книг. Работы у верстальщиков много, а специалистов найти пока не так просто. Поэтому очень часто картинки и абзацы «сползают», и книги имеют достаточно непривлекательный электронный вид. Издатели, обнаружив такие проблемы, начали готовить книгу к продаже в электронном виде сами. Внешнее оформление книги, в том числе и электронной, — это лицо издательства. Есть особенности работы и с форматом PDF, который также популярен среди любителей электронных книг. Печатные книги также верстают в этом формате, но для электронных книг он уже не подойдет — в электронной книге нужны колонтитулы на каждой странице, маленькие поля, совсем по-другому должны располагаться иллюстрации.

Большая проблема состоит также в том, что очень много видов и моделей самих «ридеров», устройств, с которых читают электронные книги. И если на одних верстка отображается корректно, то на других устройствах — нет. Сейчас почти каждая электронная книга имеет какой-то недочет в отображении форматов. И основная причина состоит больше даже не в том, что электронные книги плохо верстают, а в огромном количестве «ридеров», которые не поддерживают единый формат. Более того, некоторые имеют свой формат, который почти невозможно найти в интернет-магазинах. Таким образом, владелец такого «ридера» вынужден сам конвертировать электронную книгу, то есть переводить ее из одного формата в другой. Производители же надеются, что пользователь будет скачивать книги в уже готовом нужном формате на сайте интернет-магазина этой фирмы. Однако проблема в том, что читатель сможет найти там далеко не каждую книгу. И ждать, пока увеличится ассортимент электронных книг нужного формата в интернет-магазинах, он едва ли будет.

Так как в допечатную подготовку книг входят корректура, редактура и верстка, самому автору достаточно проблематично подготовить книгу для электронного издания. Получается, что издательство необходимо и для выпуска электронных книг. Кроме допечатной подготовки издательство, в отличие от автора, может грамотно заниматься реализацией электронной книги в интернет-магазинах.

Одна из самых больших проблем рынка электронных книг — пиратство и несоблюдение авторского права. Сейчас люди уже готовы покупать электронные книги, но иногда намного легче и быстрее найти ее в бесплатной пиратской библиотеке, а на легальном сайте ее просто может не быть. Более того, часть пользователей не могут отличить в интернете легальный контент от пиратского. Говорить о борьбе с пиратством можно будет тогда, когда крупные и удобные легальные интернет-магазины электронных книг не будут по количеству произведений уступать пиратским сайтам.

Интернет-магазины пытаются применять современнее технологии для того, чтобы купленные книги пользователи не выкладывали в свободный доступ в интернет. Так, некоторые интернет-магазины присваивают каждому экземпляру свой номер, и если видят, что кто-то выложил книгу в интернет в свободный доступ, то блокируют его аккаунт и не разрешают таким образом скачивать новые книги. Также правообладатель может потребовать убрать электронную книгу с определенного ресурса.

Издатели бумажных книг, сталкиваясь с нелегальным распространением своих изданий в интернете, считают убытки, соотнося скачанные «пиратами» книги с выручкой от продажи бумажных и

электронных изданий. Однако Ассоциация интернет-издателей России считает такой подход к проблеме ошибочным, так как «пользователи часто скачивают контент только потому, что это возможно, а не потому, что они будут в действительности его потреблять». Авторы доклада также отмечают, что размещение в интернете электронных изданий книг, даже «пиратских» версий, в итоге может способствовать росту авторизированных продаж[4].

Некоторые издатели полагают, что книга, появившаяся в бесплатном доступе, потом лучше начинает продаваться и в бумажном, и в электронном формате. Так, издательство «Фантаверсум» активно сотрудничает со всеми интернет-магазинами электронных книг. Директор издательства Анна Антонова считает, что «глупо оставаться в стороне и не использовать новые возможности донесения авторского текста до читательской аудитории. Что касается пиратства, то интернет полнится историями о том, как пираты “убили” продажи, но не меньше и заметок и статей о том, как они эти продажи поддержали и многократно увеличили»[5]. Издательство «Фантаверсум» достаточно молодо (работает с 2010 г.), и книги сразу готовятся к изданию в двух форматах — бумажном и электронном. Молодым издательствам зачастую бывает проще наладить издание книг в двух форматах, чем тем издательствам, которые уже десятилетиями издают бумажные книги. В первую очередь это связано с консервативностью издателей, которые привыкли работать на рынке бумажных книг. Издатели, которые пришли на книжный рынок недавно, зачастую более ориентированы на современные технологии, им не нужно привыкать к электронным книгам, и они готовы развивать сразу оба направления.

Появляются новые возможности и у авторов, которые занимаются продвижением своих произведений в интернете. Таким образом, они могут сделать себе имя еще до того, как у них начнут издаваться бумажные книги. Так, 27-летняя писательница из Америки Аманда Хокинг через сайт amazon.com продавала свои романы по 5 долларов. В результате их стали скачивать по 100 тысяч копий в месяц, после чего она продала права на печать следующих своих романов в издательство и получила большой гонорар. Эта хорошая возможность для тех авторов, рукописи которых по тем или иным причинам не принимают издательства. Некоторые российские интернет-магазины готовы брать на продажу электронные книги напрямую от авторов. Таким способом авторы могут продавать свои

[4] Авторские права в интернете. Перспективы системы авторского права и поддержка общественного достояния. Доклад группы экспертов. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2012. С. 27.

[5] Интервью с директором издательства «Фантаверсум». URL: http://fantlab.ru/blogarticle19284

электронные книги, минуя издательства. Конечно, остается открытым вопрос качества корректуры и редактуры такой электронной книги. Но если продажи через интернет будут хорошими, то издательство с большей вероятностью будет рассматривать рукопись для издания в бумажном формате.

Российские издатели электронных книг: результаты исследования

Мы провели эмпирическое исследование, чтобы изучить современные московские издательства, которые издают книги, представляют их на книжном рынке и соответствуют хотя бы нескольким из следующих критериев: издание книг, реализация изданных книг, продвижение изданных книг в СМИ, продвижение изданных книг в интернете. Основная задача исследования состояла в том, чтобы узнать, какое количество московских книжных издательств, занимающихся изданием бумажных книг, выпускает и электронные книги. Не рассматривались те издательства, которые занимаются изданием только электронных книг, так как это уже новый сегмент книжного рынка, который требует отдельного исследования.

По результатам исследования можно прийти к заключению, что 80% московских издательств не занимаются изданием электронных книг и лишь 20% — занимаются. Из всех московских издательств всего 3,5% делают приложения для iPad и планшетов. Всего 8% издательств продают свои электронные книги в собственных интернет-магазинах.

По результатам исследования издательства были отнесены к нескольким типам в соответствии с объемом издаваемой бумажной литературы: крупные, средние и малые. Классификацию на малые, средние и крупные издательства предлагает Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. В Отраслевом докладе «Книжный рынок России» указывается, что 3/4 издательств России выпускают менее 12 книг в год (и эти издательства можно считать неактивными и, соответственно, малыми). Более 500 книг в год издает менее 1% издательств [Книжный рынок России. Состояние, тенденция и перспективы развития. Отраслевой доклад, 2014, с. 19]. Основываясь на этих данных и учитывая специфику темы, типология издательств была определена следующим образом: малые издательства — менее 12 книг в год, средние издательства — от 12 до 120 книг в год и крупные — свыше 120 книг в год. Если посмотреть отдельно, какой процент малых, средних и крупных издательств занимается изданием электронных книг, то соотношение будет совсем не равнозначным. Так, занимаются изданием электронных книг всего 9% малых издательств, 12% — средних и 40% — крупных издательств. Продают у себя на сайте

свои электронные книги 1,3% малых издательств, 6% — средних и 17% — крупных. Издают книги в виде приложений для телефонов и планшетов — 1,3% малых издательств, 1,2% — средних издательств и 8,5% крупных издательств (рисунок).



Рисунок. Активность московских издательств на рынке электронных книг

Это объяснимо: у крупных издательств есть ресурсы и возможности для того, чтобы заниматься изданием не только бумажных книг, но и электронных. В то же время малые издательства стараются в свою очередь не отставать и тоже заниматься изданием электронных книг, но получается это пока не у многих. Крупные издательства имеют как собственные ресурсы для реализации электронных книг, так и плотно сотрудничают с интернет-магазинами. Малые издательства далеко не всегда имеют вообще свой интернет-магазин, а тем более возможность продавать там электронные книги. Работать с другими крупными интернет-магазинами у них не всегда получается — если они издают ограниченное количество наименований электронных книг, то многие крупные интернет-магазины даже не будут начинать работать с этими издательствами.

Выводы

Несмотря на то что в каком-то плане электронные книги уже заняли определенную нишу на книжном рынке, делать выводы и давать прогнозы о роли электронных книг в жизни издательств пока рано. Эксперты наблюдают общее падение книжного рынка, но связывать его с появлением электронных книг не совсем верно. Специалисты выделяют еще ряд факторов, которые влияют на падение продаж книг: закрытие большого количества издательств,

книготорговых компаний и книжных магазинов, особенно в регионах; высокая стоимость типографских услуг и, соответственно, выходная цена книг постоянно повышается; большое количество полезной информации в интернете, в связи с чем учебная и справочная литература становится менее востребованной; монополизация книжного рынка, что в итоге ведет к отсутствию альтернативной литературы, и другие факторы, которые напрямую или косвенно влияют на изменение книжного рынка. Говорить о сформировавшемся рынке электронных книг в России пока рано, и основная причина — отсутствие законодательного решения вопросов о нелегальном распространении электронных книг. В ряде случаев пользователь не может отличить интернет-магазин, который продает электронные книги официально, от пиратских сайтов. Стоит признать, что электронные книги уже есть на книжном рынке, но их значение в связи с вышеперечисленными факторами определять пока преждевременно. Говорить о возможных маркетинговых ходах и успешных акциях, которые бы помогали электронным книгам продавать бумажные и наоборот, пока рано — слишком молод рынок электронных книг. Однако можно сказать, что в очень короткий срок электронная книга заняла определенную нишу на книжном рынке. Вероятно, ситуация будет меняться и дальше, но можно точно сказать, что рынок электронных книг уже существует и развивается достаточно быстрыми темпами.

Список литературы

Авторские права в интернете. Перспективы системы авторского права и поддержка общественного достояния. Доклад группы экспертов. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2012.

Издатели без издательств: атомизация и другие важные тренды мирового книгоиздания. URL: http://pro-books.ru/sitearticles/13175

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

Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2014.

Назайкин А.Н. Электронные книги наступают. Ежегодник 2010. Серия экономика и менеджмент СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.

Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании. М.: Школа издательского и медиабизнеса, 2012.

Экслер А. Ozon.ru. История успешного интернет-бизнеса в России. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.

Поступила в редакцию
22.05.2014

УКАЗАТЕЛЬ СТАТЕЙ И МАТЕРИАЛОВ, ОПУБЛИКОВАННЫХ В «ВЕСТНИКЕ МОСКОВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА. СЕРИЯ 10. ЖУРНАЛИСТИКА» в 2014 году

	№	С.
Засурский Я.Н. Колонка редактора: Интернет-портал Amazon.com: перемены в вашингтонском газетном мире	1	3
Засурский Я.Н. Колонка редактора: «Экономист» о кризисе американских идеалов	2	3

Теория журналистики и СМИ

Свитич Л.Г. Современная периодика: поле понятий и терминов	1	19
Хатиашвили Г.А. Параметры оценки редакционной составляющей медиабренда (на примере журналов «Русский репортер» и «Сноб»)	4	162
Вартанова Е.Л. Редакционная независимость: зарубежные концепции и реалии	6	4
Амкуаб (*Миквабиа*) *Г.А.* СМИ и постмодернистская ментальная модель современной культуры	6	21

Язык СМИ

Лащук О.Р. Композиционные особенности рерайтерских сообщений (на примере материалов агентств Lenta.ru и NEWSru.com в 2000—2012 гг.)	1	68
Суздальцева В.Н. Символика цвета и функционирование цветообозначений в массмедийном политическом дискурсе	1	80
Солганик Г.Я. Категория рассказчика и специфика художественной речи	2	109
Румянцева Е.И. Глагольно-лексический состав заглавий в авторитетной испанской интернет-периодике в контексте социально-политической действительности	2	120
Вещикова И.А. О некоторых инновациях в орфоэпии телевизионных массмедиа новейшего времени	3	63
Самарцева Е.А. Особенности стилистики и аргументации корпоративных сообщений в России в период экономического кризиса 2008—2010 гг. (на примере жанра CEO's letter)	4	116

Экономика СМИ

Кирия И.В., Довбыш О.С. Региональные диспропорции в развитии медиасистем в России	3	4
Вырковский А.В., Грабарник А.В. Мобильные сайты как новая составляющая бизнес-моделирования СМИ	3	15
Кирия И.В., Довбыш О.С. Региональные диспропорции в развитии медиасистем в России	4	84

Вырковский А.В., Макеенко М.И., Ванькова А.Д. Экономика неэфирных телеканалов в России: модель функционирования в контексте развития отечественной и мировой медиаиндустрии . . . 6 36

Современная журналистика: тематика и проблематика

Разумова М.А. Отражение мирового финансового кризиса в российских деловых СМИ (на примере газеты «КоммерсантЪ») . . 4 105

Дизайн СМИ

Волкова В.В. Специфика медиадизайна 4 5
Каск А.Н. Русская журнальная иллюстрация XIX века: методика систематизации 4 22
Лайкова Я.В. Инфографика в СМИ разного типа 4 41
Свитич А.Л. Некоторые аспекты изучения графической иллюстрации как элемента медиатекста 4 54
Цветкова А.В. Абстрактный код XX века: эволюция в искусстве и влияние на дизайн журналов 4 65

Право СМИ

Панкеев И.А. Авторское право фотожурналиста: законодательство и практика 1 96
Смирнова Е.А. Определение нормы профессиональной этики журналиста 3 79

Новые медиа

Гольденцвайг Г.Д. Феномен «музыки-в-облаке» в российских реалиях: проблематика ценности 2 9
Фролова Т.И. Практика гражданских коммуникаций в цифровой среде: опыт систематизации 2 29
Гольденцвайг Г.Д. Феномен «музыки-в-облаке» в российских реалиях: проблематика ценности (окончание) 3 26
Разумова М.А. Социальные сети как источник информации для деловых СМИ: ограничения и возможности 5 36
Лаврова А.Н. Новые форматы книг в контексте современных технологий: московские издательства на рынке электронных книг 6 192

Периодическая печать

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. 5 3
Митчук О.А. Формы и методы освещения туристической тематики в специализированных изданиях Украины 5 26
Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. 6 52

Реклама и связи с общественностью

Горохов В.М., Шилина М.Г. Связи с общественностью: к вопросу определения сферы деятельности 1 34
Папченко М.Ю. О понятии «удачная рекламная коммуникация» (на материале немецкоязычной рекламы) 2 63
Старовойт М.В. Вирусная коммуникация как инструмент воздействия на потребительское поведение. Экспериментальное исследование 2 75
Старовойт М.В. Вирусная коммуникация как инструмент воздействия на потребительское поведение. Экспериментальное исследование (окончание) 3 39
Шилина М.Г. Связи с общественностью: новый структурно-функциональный тип моделей в интернете. 3 51

Современная журналистика: тематика и проблематика

Тертычный А.А. Антикоррупционные журналистские расследования на региональных сайтах 6 176

Социология журналистики

Шевченко Т.С. Факторы конструирования аудиторий коммерческих массмедиа 1 6
Щепилова Г.Г. Потребность аудитории в интернете и традиционных СМИ 5 46

Зарубежная журналистика

Корнилова Е.Н. Погружение в глубины психики и тайна раздвоения личности в романах Э.Т.А. Гофмана и Г. Гессе 1 45
Блавацкий С.Р. Украинская русофильская франкоязычная пресса Франции (1919—1921 гг.). 2 88
Корнилова Е.Н. Погружение в глубины психики и тайна раздвоения личности в романах Э.Т.А. Гофмана и Г. Гессе (окончание) . . 2 97
Овчинникова О.М. Эволюция научно-популярных журналов в Италии 2 48
Северс А.В. Американская пресса о межпартийной борьбе в период обострения социально-экономической ситуации в США в сентябре—октябре 2013 года (на примере газет «Вашингтон таймс» и «Нью-Йорк таймс») 4 127

История журналистики и литературы

Минаева О.Д. Доходы и расходы советских работников печати в 1925 году (к вопросу о политике в сфере оплаты труда). 1 55
Жилякова Н.В. Медицинские издания города Томска конца XIX — начала XX века: типологический аспект. 3 90
Коростелев С.Г. Газета «Новая жизнь» (1917—1918) и цензурные условия в России после Февральской и Октябрьской революций . . 3 103

Сазонова Ю.А. Спортивная пресса УССР 1920—1930-х годов: типология, периодизация, особенности развития, историко-функциональный аспект 3 119
Греков В.Н. Журнал как диалог («Москвитянин» 1845 г.) 4 135
Минаева О.Д. Приемы производственной пропаганды для женщин в годы индустриализации (по материалам журнала «Работница») 4 148
Бакунцев А.В. И.А. Бунин на страницах одесской печати в годы Гражданской войны 5 55
Морозов С.Н. 25-летний юбилей литературной деятельности И.А. Бунина в освещении русской печати 1912—1913 гг.. . . . . 5 71
Греков В.Н. Журнал как диалог («Москвитянин» 1845 г.) 5 87
Коростелёв С.Г. Статья М. Горького «Две души» как полемика с неославянофилами 5 99
Минаева О.Д. «Может ли баба справить мужичью работу?» Особенности производственной пропаганды в советских журналах для женщин 1920-х гг. 5 112
Бабюк М.И. Кризис материально-технической базы советской печати периода НЭПа 6 74
Бакунцев А.В. «Оскотиневший от злобы вражий лик»: леворадикальная эмигрантская и советская печать о речи И.А. Бунина «Миссия русской эмиграции» 6 87
Гутнов Д.А. Из истории журналистского образования в России: институт красных журналистов и его ближайшие преемники (1919—1938) 6 103
Есин Б.И. Парижские письма Э. Золя в журнале «Вестник Европы» . . 6 115
Минаева О.Д. Журнал «Крестьянка» в 1920 гг.: приемы формирования читательской аудитории 6 128
Смирнова Е.А. История кодексов профессиональной этики в отечественной журналистике 6 150
Сыракая С. 22 июня 1941 года в турецкой прессе 6 165

Дискуссия

Машарипова Т.Ж. Публицистика и литература: общее и отличительные особенности 2 130
Кройчик Л.Е. Принципы публицистического творчества 5 130

Ведется исследование

Северс А.В. «Меморандум о взаимопонимании», или Сценарий для американских президентских дебатов 2012 года. 1 105

Критика и библиография

Новаторова Д.С. Интернет и свобода слова (рецензия на книгу Д. Нунциато «Виртуальная свобода: сетевой нейтралитет и свобода слова в эпоху Интернета») 2 149

Новаторова Д.С. О языке ненависти (Рецензия на книгу «Содержание и контекст языка ненависти: переосмысление регулирования и ответная реакция». Ред. Майкл Херц, Петер Молнар. (The content and context of hate speech: rethinking regulation and responses / [Edited by] Michael Herz, Peter Molnar. Cambridge University Press, 2012. — 544 p.)) 3 135
Фомичёва И.Д. Читая книгу памяти... Рецензия на книгу «Книга памяти профессора Е.П. Прохорова» (М.: Издательство Московского университета, 2013) 4 179

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — рецензируемое научное издание с периодичностью выхода 6 раз в год. Публикуемые в нем материалы посвящены проблемам журналистики, СМИ, массовой коммуникации. Журнал ориентирован на публикацию статей, представляющих собой результаты самостоятельного исследования, организованного и проведенного в рамках научного подхода. Авторы — ведущие российские и зарубежные ученые и исследователи.

Журнал имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете (для подписчиков), включен в систему Российского индекса научного цитирования, оформляется в соответствии с требованиями ВАКа. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов не взимается.

Статьи в журнале публикуются только после получения положительной рецензии. Рецензентами могут выступать все кандидаты и доктора наук факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, а также сотрудники иных образовательных учреждений Российской Федерации и зарубежных стран, имеющие достаточную квалификацию в соответствующей научной области, получившие ученую степень и обладающие авторитетом в научной среде. Редакционная коллегия принимает на себя обязательства по поиску рецензентов и организации процесса рецензирования.

По решению редакционной коллегии рукопись принимается, отвергается или возвращается автору на доработку. Авторы обязаны учесть замечания рецензента и внести в статью соответствующие исправления. В случае отклонения статьи редакционная коллегия направляет автору мотивированный отказ. Рецензии хранятся в редакции, копии их предоставляются по требованию авторам рукописей.

Статьи авторам необходимо отправлять на электронную почту журнала vestnik_journ@mail.ru. Материалы размещаются в номерах по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.

Все присылаемые статьи должны содержать следующие обязательные элементы:

1) Сведения об авторе на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактная информация автора (телефон и электронный адрес)

2) Аннотация (abstracts) и ключевые слова (key words) на русском и английском языках. Аннотация (объемом не более 10 строк) должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова (не более 5) после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде постраничных сносок (если есть).

Через постраничные сноски также оформляются подстрочные библиографические ссылки на периодику (газеты, журналы общего интереса); интернет-источники; художественную, деловую, научно-популярную литературу; словари, справочники, отраслевые доклады; учебники и учебные пособия; архивные данные.

4) Пристатейные библиографические списки (Список литературы) у всех статей в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования.

В список литературы включаются: монографии; сборники научных статей; научные статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках. В список литературы вносятся только источники, на которые есть подстрочные библиографические ссылки и/или отсылки в тексте статьи (затекстовые библиографические ссылки).

Отсылку в тексте приводят в квадратных скобках в строку с текстом документа: указывается фамилия автора(ов), год издания и страница. Например: [Иванов, 1998, с. 125]. При повторном цитировании: [там же, с. 128] для русскоязычных источников или [Ibid, p. 123] для иностранных источников.

Объем рукописи не должен превышать один печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами). Оптимальный размер статьи – 20–30 тыс. знаков с пробелами. Текст статьи должен создаваться в формате doc (docx, rtf), шрифтом Times New Roman, 12 кеглем, с полуторным межстрочным интервалом.

Статья должна начинаться с введения (обоснование актуальности и научной значимости исследования, теоретические подходы к проблеме, поставленная автором задача, корпус имеющих отношение к проблеме текстов). Введение может быть дополнено отдельным разделом, в котором предоставляется обзор литературы по проблеме и теоретические выкладки. В этом разделе (разделах) должна быть представлена большая часть отсылок к предыдущим работам по теме материала.

Если в статье есть компонент эмпирического исследования, в ней должны быть отдельные разделы, описывающие методологию и результаты исследования. Основная часть статьи заканчивается выводами.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических данных и иных сведений.

Редакционная коллегия журнала:

- непредвзято, взвешенно и объективно оценивает все поступающие материалы,
- при работе с материалами руководствуется лишь критериями оригинальности, научной значимости и актуальности текстов,
- до публикации обеспечивает конфиденциальность всех рассматриваемых текстов,
- гарантирует отсутствие личных интересов в работе с материалами сторонних авторов,
- не принимает от авторов вознаграждений в явной или неявной форме,
- борется с плагиатом всеми доступными способами,
- строго следует нормам законодательства, установленным правилам и процедурам.