Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**

Издательство Московского университета

№ 5 • 2022 • СЕНТЯБРЬ—ОКТЯБРЬ

Выходит один раз в два месяца

Содержание

История журналистики

Алексеев К. А. Попытки создания центрального издательства по физкультуре и спорту в 1920-е гг. 3

Бабюк М. И. Финансово-экономические аспекты функционирования советских телеграфных агентств РОСТА и ТАСС в условиях Новой экономической политики 32

Жилякова Н. В. Периодизация развития журналистики Томской губернии/Томской области 63

Телевидение и радио

Легойда В. Р., Шестерина А. М., Малыгина Л. Е., Павлова Е. С. Интерпретация концептов веры и прощения в телепередаче религиозной направленности «Парсуна» 82

Дискуссия

Крашенинникова М. А., Никольская Э. С. Традиционные СМИ и социальные медиа: диалектика социальных конфликтов (2021–2022) 103

Критика и библиография

Лебедева Т. Ю., Минаева Л. В., Юркович Ф. Политическая коммуникация: испытание «цифрой» 136

CONTENTS

History of Journalism

Konstantin A. Alekseev. Attempts to Establish a Central Physical Culture and Sport Publishing House in the 1920s 3

Maxim I. Babyuk. Financial and Economic Aspects of the Operation of Russian Telegraph Agencies ROSTA and TASS under the Conditions of The New Economic Policy 32

Natalia V. Zhilyakova. Periodization щf Journalism Development in the Tomsk Province/Tomsk Region 63

Television and Radio

Vladimir R. Legoyda, Alla M. Shesterina, Lidia E. Malygina, Ekaterina S. Pavlova. Interpretation of the Concepts of Faith and Forgiveness in Religious Television Programs (a Case Study of Installments oft he "Parsuna" Program) 83

Discussion

Maria A. Krasheninnikova, Elina S. Nikolskaya. Traditional Media and Social Media: Dialectics of Social Conflicts (2021–2022) 104

Criticism and Bibliography

T. Yu. Lebedeva, Liudmila V. Minaeva, Philippe Jurkowicz Political Communication: the Digital Test 136

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

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Алексеев Константин Александрович, доцент кафедры истории журналистики, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: cheslav83@gmail.com

ПОПЫТКИ СОЗДАНИЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО ИЗДАТЕЛЬСТВА ПО ФИЗКУЛЬТУРЕ И СПОРТУ В 1920-е гг.

В статье рассматривается практически не поднимавшийся прежде в российской и зарубежной исследовательской литературе и крайне запутанный вопрос об истории формирования в 1920-х гг. централизованного профильного издательства по физкультуре и спорту. На основе архивных документов, многие из которых впервые вводятся в научный оборот, выстраивается последовательность возникновения и прекращения целого ряда издательских проектов, создававшихся под эгидой различных руководивших советской физкультурой организаций. Предпринимается попытка воссоздать хронологию развития издательского процесса в спортивной сфере вплоть до появления акционерного издательского общества «Физкультура и спорт» и проанализировать сложный комплекс факторов, которые оказывали влияние на функционирование этого и других издательств.

Ключевые слова: *журналистика СССР 1920-х гг., спортивная журналистика, спортивная периодика, издательская деятельность, издательство «Физкультура и спорт».*

Konstantin A. Alekseev, Associate Professor at the Chair of History of Journalism, Higher School of Journalism and Mass Communications, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; e-mail: cheslav83@gmail.com

ATTEMPTS TO ESTABLISH A CENTRAL PHYSICAL CULTURE AND SPORT PUBLISHING HOUSE IN THE 1920S

The article deals with an extremely confusing issue about the history of the formation of a centralized specialized publishing house for physical culture and sport during the 1920s, which has not been practically raised so far in Russian and foreign research literature. Such a publishing house was necessary for the leadership of Soviet physical education as one of the main tools for organizational and outreach activities, designed to direct the lives of millions of athletes in the direction necessary for the state. The article is aimed at destroying the widely accepted but erroneous opinion that only the history of the Physical Culture and Sport publishing house established in 1923 deserves scholarly attention. On the basis of archival

documents, many of which are introduced into scientific circulation for the first time, the article examines a whole sequence of emergence and termination of a number of publishing projects created under the auspices of various organizations which headed Soviet physical education. The author used the documents containing information about the work of these organizations and their interaction with publishing agencies, which are stored in the funds of the state archives GARF (State Archive of the Russian Federation) and RGASPI (Russian State Archive of Socio-Political History). Also used were publications from sports periodicals published in the 1920s. The author set himself the goal of recreating the chronology of the publishing process in the field of sports up to the emergence of the Joint-Stock Publishing Company "Physical Culture and Sport" and to analyze a complex set of factors that influenced the operation of this and other publishing houses.

Key words: *Soviet journalism of the 1920s, sports journalism, physical culture, sports, sports periodicals, publishing, Physical Culture and Sport publishing house.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2022.331

Введение

Одним из ключевых и при этом наименее исследованных вопросов истории формирования советской физкультурно-спортивной печати в довоенные годы является возникновение центрального профильного издательства по физкультуре и спорту. С одной стороны, важность его появления и дальнейшего бесперебойного функционирования всегда была очевидна для руководства советского физкультурного движения в связи с необходимостью централизованного управления массами физкультурников и ведения среди них необходимой агитации и пропаганды. Поэтому создание и поддержка подобных редакционно-издательских структур были важнейшим направлением деятельности руководящих органов с первых лет их существования. С другой стороны, эта магистральная для изучения довоенной спортивной журналистики тема до сих пор оставалась вне внимания исследователей, которые практически не обращались к тому, на какой издательской базе создавались наиболее заметные центральные физкультурно-спортивные издания, например: «Красный спорт», «Физкультура и спорт», «Теория и практика физической культуры» и т. д.

Сказанное относится к немногочисленным работам отечественных исследователей как советского, так и постсоветского периода. Даже наиболее вдумчивые и добросовестные авторы (Орлов, 1974; Асаулов, 1989; Суник, 2010; Хорошева, 2014) если

и затрагивали этот вопрос, то лишь эпизодически, в основном довольствуясь сведениями, зафиксированными в справочниках советского периода, которые сейчас перекочевали в интернет-энциклопедии. Одним из таких общих мест является, например, утверждение, что центральное издательство «Физкультура и спорт» было основано в 1923 г. (Сикорский (ред.), 1981: 562). Согласно другой, не менее распространенной версии, было создано в 1930 г. (Кукушкин (ред.), 1961: 313). И в любом случае речь идет об истории только одного издательства, которое последовательно развивалось на протяжении всего советского периода, лишь претерпев ряд преобразований.

Поверхностность или даже ошибочность подобных утверждений становится очевидной при более глубоком погружении в историю вопроса. На основе документов можно утверждать, что по крайней мере на протяжении 1920-х г. история формирования центрального редакционного-издательского аппарата не представляет собой линейного, непрерывного и однонаправленного процесса. Скорее, речь идет о нескольких (отчасти даже конкурирующих) издательствах, которые сменяли друг друга и отражали в своей судьбе общие метания, поиски и борьбу за власть, которыми характеризовался начальный период становления советского спорта. Обращение к опыту создания первых центральных физкультурных издательств, из которого в дальнейшем и выросло всесоюзное издательство «Физкультура и спорт» (на протяжении 1930-х гг. – «Физкультура и туризм»), имеет несомненную теоретическую значимость и для понимания общих историко-журналистских процессов, поскольку этот опыт – в первую очередь опыт выживания сначала на частично регулируемом государством издательском рынке в период НЭПа, а затем и в условиях жесткого централизованного планирования и регламентации в системе ОГИЗа – вполне типичен и показателен для многих издательств эпохи.

Все сказанное выше определяет как новизну, так и необходимость, актуальность исследования, результаты которого представлены в данной статье. В ней реконструируются попытки создания и основные этапы формирования центрального специализированного физкультурно-спортивного издательства в 1920-е гг. во всем многообразии факторов, влиявших на этот процесс. Достижению поставленной цели способствует обращение к архивным документам центральных физкультурных организаций, собранным в фон-

дах ГАРФ и РГАСПИ. Основным источником стали хранящиеся в Государственном архиве Российской Федерации документы о деятельности ВСФК – Высшего совета физической культуры при ВЦИК (с 1930 г. – Всесоюзного совета физической культуры при ЦИК СССР), в частности протоколы заседаний его пленумов, президиума и секретариата, на которых в числе прочего рассматривались и вопросы издательской деятельности. Сложность использования данных документов заключается в том, что они дают сведения о ключевых решениях ВСФК по судьбе создававшихся под его эгидой издательств, то есть отражают уже итоги всей подготовительной работы и обсуждений, однако содержат крайне мало рабочих документов (смет, отчетов, докладных записок, рабочей переписки и т. д.), которые показывали бы текущее функционирование издательских структур с их повседневными проблемами и заботами. Таким образом, эти документы не дают полной картины: в отдельных случаях они раскрывают суть происходивших событий и даже дублируются в разных делах и фондах, однако в других случаях по многим важным и даже переломным моментам сведений не сохранилось или они представлены крайне отрывочно, их буквально приходится собирать по крупицам, воссоздавая общую картину из разрозненных фрагментов, часто противоречащих друг другу.

Поэтому для сравнительного анализа данных, их уточнения и проверки привлекались дела из фондов других организаций, имевших отношение к курированию физкультуры в 1920-е гг. и изданию профильной литературы. Речь идет о собранных в ГАРФ фондах таких организаций, как Главное управление всеобщего военного обучения (Всевобуч), Общество строителей Международного Красного стадиона (ОСМКС), Всероссийское товарищество производственных ассоциаций допризывников (ВТОПАС) и Красный спортивный интернационал (КСИ). Также в работе использовались документы личного фонда Н. И. Подвойского, первого руководителя советской физкультуры, хранящиеся в РГАСПИ.

Естественно, исследование деятельности центральных издательств по физкультуре и спорту было бы неполным без обращения к публикациям периодических изданий по физкультуре и спорту в 1920-е гг. На страницах таких органов печати, как «Красный спорт» (до середины 1924 г. – журнал, далее – газета), «Физическая культура», «Известия спорта», «Известия физической куль-

туры», «Физкультура и спорт», «В помощь физкультактивисту» и др., не только публиковалась информация о деятельности выпускавших их издательств (объявления о подписке, обращения к читателям, реклама выпускаемой книжной продукции и т. д.), но и выходили обзорные, библиографические, исторические материалы, написанные самими участниками событий. Например, чрезвычайно информативными были статьи М. В. Шимкевича – одного из наиболее активных деятелей молодой советской физкультурно-спортивной журналистики. Сопоставление информации из разных источников – порой противоречивой, иногда субъективно окрашенной, часто неполной – позволило в итоге сформировать более точное понимание обстоятельств работы первых издательств, которые предшествовали появлению всесоюзного издательства «Физкультура и спорт».

Безусловно, в статье невозможно отобразить все нюансы и перипетии, сопровождавшие возникновение центрального физкультурного издательства, однако как минимум можно сформировать общее, исторически и хронологически верное представление о возникновении важнейшего инструмента организационной, пропагандистской и агитационной деятельности, позволившего направить активность миллионных масс физкультурников в нужное советскому правительству и Коммунистической партии русло.

Этап первый. Издательская деятельность Всевобуча

Первой государственной структурой, которая отвечала за развитие физической культуры в Советской республике и для этой цели стремилась наладить выпуск специализированной литературы, было Главное управление всеобщего военного обучения и формирования резервных частей Красной Армии (ГУВВО, или Всевобуч), созданное декретом ВЦИК «Об обязательном обучении военному искусству» в апреле 1918 г. Всевобуч в подготовке призывников использовал разные формы и методы пропаганды физической культуры и, как отмечал исследователь В. Ф. Асаулов, «располагал разветвленной сетью печатной пропаганды – спортивные газеты, бюллетени, журналы, книги, плакаты и т. п.» (1989: 19). М. В. Шимкевич, активный деятель первых лет советской физкультурной печати, назвал период с 1918 по 1921 г. этапом «ведомственной литературы Всевобуча»[1], когда на основе госснабжения в свет выходили преимущественно методические издания, которые

имели военно-прикладной характер. Однако весной 1921 г. вся военно-издательская деятельность была сосредоточена в Высшем военном редакционном совете. Как пояснял все тот же Шимкевич, «эта реформа была вызвана, с одной стороны, финансовыми соображениями, с другой – борьбой с издательской горячкой отдельных главков и учреждений <...> ВВРС, став формально-передаточным центром всей военно-литературной деятельности, охватывающей, как известно, весьма разнообразные области от естественных наук до социологии, должен был создать мощный редакционный и технический аппарат, отвечавший новым целям и задачам. Однако по многим причинам сделать этого ВВРС'у долго не удавалось, и к концу 1921 года все возраставший спрос на литературу намного превысил предложение»[2].

В этих условиях Всевобуч приступил к разработке плана собственного издательства. Рождение подобной идеи в первую очередь было связано с появлением в структуре Всевобуча Высшего совета физической культуры (ВСФК) – совещательного органа, занимавшегося вопросами организации спортивной деятельности. Само его появление было вызвано переходом от военного коммунизма к НЭПу и сокращением полномочий военных ведомств. Начальник Всевобуча Н. И. Подвойский хоть и продолжал оставаться формально председателем ВСФК, но постепенно утрачивал контроль над становившимся все более самостоятельным и независимым органом. На протяжении 1921 г. на заседаниях ВСФК, проходивших под председательством К. А. Мехоношина, заместителя Подвойского, все настойчивее говорили о реорганизации ВСФК в центральный межведомственный орган при ВЦИК, который сосредоточил бы в своих руках руководство физкультурой в условиях НЭПа. М. В. Шимкевич свидетельствовал, что на заседаниях президиума ВСФК впервые был поставлен вопрос о необходимости собственного издательства: «Осенью 1921 года, в связи с развитием работы ВСФК и оживлением деятельности спортивных организаций, в Главном Управлении Всевобуч был создан редакционно-издательский аппарат, во главе которого был поставлен пишущий эти строки, и с начала 1922 г. мы приступили к редакционно-издательской работе на хозрасчете»[3].

Созданный «редакционно-издательский аппарат» трудно было назвать издательством в полном смысле слова хотя бы потому, что у него не было собственной типографской базы. Однако в документах ВСФК он назывался именно издательством, а Шимкевич

значился как «заведующий издательством». Сам Шимкевич связывал с появлением данной структуры начало нового качественного этапа в издании физкультурной печати: «Издание на хозрасчете с расширением задач за пределы Всевобуча и Военведа (1922–24)»[4]. Не имея достаточных стартовых средств для полноценного книгоиздания, издательство начало работу «с малого» – с выпуска двух первых центральных периодических изданий по физкультуре и спорту. 15 мая 1922 г. был выпущен первый номер двухнедельного научно-популярного журнала ГУВВО «Физическая культура», а 7 июля 1922 г. в качестве приложения к нему начал выходить еженедельный иллюстрированный журнал «Известия спорта». Издательство «Физическая культура» (по названию первого и основного журнала) под руководством Шимкевича занималось сбором, редактированием и подготовкой материалов к печати, а выходили они в виде номеров журналов, а затем и отдельных книг в других типографиях (сначала – в 39-й типографии МСНХ «Мосполиграф», затем типографии им. Воровского при ОГПУ), с которыми заключались соглашения на коммерческой основе.

Этап второй. Издательство «Физкультиздат» при ВСФК

В 1923 г. в руководстве молодой советской физкультурой произошли значительные изменения. В начале года Главное управление Всевобуча (ГУВВО) было подчинено Главному штабу РККА и преобразовано в Центральное управление военной подготовки трудящихся (ЦУВПТ) во главе с К. А. Мехоношиным, который параллельно продолжал управлять и ВСФК. Летом 1923 г. ВСФК постановлением ВЦИК перешел в его прямое подчинение в качестве межведомственного органа, объединявшего представителей ведомств, которые отвечали за физическую культуру (Наркомздрав, Наркомвоен, Наркомпрос, Наркомтруд, ЦК РКП, ЦК РКСМ, ВЦСПС, ГПУ, Моссовет и МСФК – Московский совет физической культуры). Возглавил новую структуру, сохранившую прежнее название, но значительно расширившую функции, нарком здравоохранения Н. А. Семашко, а К. А. Мехоношин продолжил работу в качестве его заместителя. Утрата военным ведомством прежних полномочий привела к кризису в работе издательства «Физическая культура», проблемам с выходом журналов (нарушение периодичности, опоздание с выходом, выпуск сдвоенных

номеров), а затем и к их закрытию. Обновленный ВСФК был заинтересован в создании собственного издательства для издания массового журнала и сборника научно-руководящих статей: этот вопрос на протяжении октября–ноября 1923 г. активно обсуждался на заседаниях президиума. На заседании 6 ноября было решено: «Технический аппарат издательства утвердить в следующем его порядке: 1) зав. издательством, 2) редактор и 4 технических работника. Зав. издательством назначить тов. Чеснокова Б. М. <...> Зав. издательства является ответственным лицом перед ВСФК по изданию журнала. Чеснокову приступить к работе немедленно, ему же поручается переговорить о привлечении частного капитала в дело издательства»[5].

Б. М. Чесноков, который стал центральной фигурой в руководстве издательства ВСФК, был спортсменом и спортивным журналистом с дореволюционным стажем, в 1915–1917 гг. имел опыт редактирования популярного журнала «К спорту!», а в 1923 г. руководил издательской секцией в составе агитационно-издательской комиссии МСФК[6]. По составленной Чесноковым смете для начала работы по выпуску журнала «Вестник физической культуры» (поскольку журнал с таким названием уже выходил в Харькове, название вскоре было изменено на «Известия физической культуры») ВСФК выделил субсидию в 400 червонцев, в дальнейшем же планировалось выйти на самоокупаемость[7]. Новое издательство долгое время не имело названия (только с лета 1925 г., когда был утвержден его устав, оно официально стало называться «Физкультиздат»), но, самое главное, оно не имело и собственной типографии. Поэтому наиболее сложной задачей для Чеснокова стал поиск типографии, которую можно было бы взять в аренду или в которой можно было бы организовать процесс печати наиболее экономно (рассматривался даже вариант типографии «Красная книга» в Орле). В итоге «Известия физической культуры» с января 1924 г. начали печататься в 4-й типографии «Мосполиграфа», а с № 8 – в типографии «9-е января».

Председатель ВСФК Н. А. Семашко, который также стал ответственным редактором «Известий физической культуры», подчеркивал в обращении к читателям: «Мы приступили к издательской деятельности и развернули ее без какой-либо материальной помощи от государства, без оборотных средств, в таких случаях полагающихся. Лишь тот отклик и сочувствие, которые мы встретили в наших организациях, позволили нам прочно поставить дело <...>

“физкультурная общественность” сама создала свою печать»[8]. В таких обстоятельствах условиями выживания издательства было расширение ассортимента издательской продукции, организация новых изданий, массовой подписки на них и широкое привлечение рекламы.

Временем наибольшего расцвета «Физкультиздата» стал 1925 г., когда вышло Постановление ЦК РКП(б) «О задачах партии в области физической культуры», в котором были впервые определены роль и место физической культуры в социалистическом строительстве – средства сплочения широких рабочих и крестьянских масс вокруг партийных и советских организаций. В этом же документе подчеркивалась роль ВСФК как объединяющего органа, согласовывающего деятельность всех организаций, ведущих работу по физкультуре. В 1925 г. в издательстве ВСФК, помимо «Известий физической культуры» и приложения к ним – журнала «Пролетарский спорт», выходили имевшие отдельную подписку периодические издания: еженедельная газета «Красный спорт», сборник «Теория и практика физической культуры» (раз в два месяца), «Шахматно-шашечный журнал “64”» (два раза в месяц), а также непериодические издания – спортивные календари, методические пособия, руководства, сборники правил и прочее из серии «Библиотека физкультуры». С целью организованного сбора рекламных объявлений для этих изданий Чесноков развернул сеть агентов в различных городах, которые не только искали рекламодателей, но и занимались распространением продукции издательства. Стоимость рекламных объявлений, например, на 2 и 4 странице обложки «Известий физической культуры» в 1924 г. достигала 30 червонных рублей.

ВСФК, со своей стороны, помогал многочисленными циркулярами, не просто призывая спортивные организации подписываться на периодические издания «Физкультиздата», но и устанавливая обязательные нормы подписки: «ВСФК предлагает, чтобы до 1 февраля 1925 года все советы физической культуры обязательно провели подписку на “Известия физической культуры” и “Красный спорт” как для себя, так и обязали к тому же все свои кружки и ячейки. Минимальная норма подписки для каждого кружка – “Известия физ. культуры” – 1 годовой экземпляр, “Красный спорт” – 1 годовой экземпляр; для уездных советов – тоже; для губсоветов – 2 годовых экземпляра “Известий Ф. К.” и 3 – “Кр. Спорта”»[9].

Кроме того, деятельность издательства тесно увязывалась в финансовом отношении с работой Торгсектора ВСФК и его предприятий, производивших спортинвентарь (эти предприятия, так называемые фабрики, были созданы еще при Всевобуче в рамках структуры ВТОПАС – Всероссийского товарищества производственных ассоциаций допризывников, а затем частично перешли к ВСФК). За счет прибыли от этой коммерческой деятельности, в том числе и от доходов издательства, ВСФК планировал финансировать работу своих научно-методического и технического комитетов[10].

Руководство ВСФК, лидера физкультурного движения СССР, стремилось к централизации и монополизации издательской деятельности, ставило перед своими периодическими органами задачу стать изданиями всесоюзного масштаба. На I Всесоюзном совещании Советов физической культуры в апреле 1924 г. сотрудник ВСФК Б. А. Ивановский заявлял: «Редакционно-издательское дело по физической культуре нельзя признать поставленным удовлетворительно. Наблюдающаяся несогласованность, отсутствие связи между отдельными издательствами ведет к распыленности сил и средств и к изданию ряда журналов совершенно разного типа и характера или, наоборот, параллельных <...> В целях урегулирования дела по ф.к., экономного использования недостаточных сил и средств, должно быть проведено в возможных пределах единое руководство по единому плану всем редакционно-издательским делом СССР»[11].

Пленум ВСФК однозначно выступил «против издания ведомствами без разрешения ВСФК специальных периодических журналов по физкультуре и в том числе спорту рядом с изданием журнала ВСФК»[12]. Очевидно, что стремление «Физкультиздата» монополизировать издание всей физкультурно-спортивной печати в стране объяснялось не только идейно-политическими (проведение единой линии в руководстве физкультурой), но финансовыми соображениями – желанием собрать максимально возможный объем подписчиков, максимальное количество рекламных объявлений на отнюдь не обширном рынке, а также обеспечить издательство ВСФК рабочей нагрузкой, авторскими материалами (при том что здесь, в официальном издательстве, авторам платили меньше, чем в частных издательствах).

Уничтожение конкурентов «Физкультиздата»

Если в других городах страны (Ленинград, Харьков, Тифлис и т. д.) допускалось существование независимых издательств, то в Москве ВСФК проводил последовательную линию на искоренение возможной конкуренции. Первой жертвой этой политики стало издательство «Красный спорт» – наследник и правопреемник издательства «Физическая культура», созданный в конце 1923 г. под эгидой ЦУВПТ. Издательство «Красный спорт» под руководством все того же М. В. Шимкевича начало выпускать с января 1924 г. одноименный еженедельный журнал с ежемесячными приложениями по различным видам спорта и серию книг по физкультуре «Библиотека Красного спорта». При этом журнал «Красный спорт» официально являлся продолжателем «Известий спорта», то есть имел уже сложившуюся аудиторию (стартовый тираж составил 15 тыс. экз.), налаженную систему распространения, широкую базу авторов и рекламодателей, успешно сотрудничал с типографией им. Воровского, был интересным, содержательным и хорошо иллюстрированным изданием и поэтому, по мнению руководства ВСФК, создавал серьезную угрозу для молодого издательства ВСФК. К. А. Мехоношин, который представлял в ВСФК военное ведомство, попытался сохранить «Красный спорт» как независимый военно-спортивный орган, специально предназначенный для военнослужащих Красной Армии, но позиция остальных членов президиума была непреклонной – «сообщить письмом в Главлит о ликвидации издательства ЦУВПТ и недопустимости издания литературы по физкультуре кем бы то ни было, кроме ВСФК»[13].

При этом первоначально планировалось слить оба издательства, сохранив выпуск «Красного спорта» в формате журнала, и Шимкевич сначала даже приветствовал это объединение на страницах «Красного спорта»: «Для пользы нашего общего дела необходимо объединение издательской деятельности в центре <...> издательство ВСФК, слитое с нашим издательством, со всем его редакционным и техническим аппаратом, превратится очень скоро в издательство действительно мощное»[14]. Но вместо объединения произошло поглощение, журнал «Красный спорт» вскоре был преобразован в газету, которая получила новую редакцию, а сам Шимкевич был отстранен от работы и в дальнейшим оценивал произошедшее исключительно как административный захват

с целью «бронирования» издательства ВСФК как сдедствие «стремления к монополии на издательском рынке, в результате чего было ликвидировано здоровое предприятие»[15].

Надо отметить, что М. В. Шимкевич с этой несправедливостью не смирился и обратился к главному недоброжелателю ВСФК – Н. И. Подвойскому, который после преобразования Всевобуча был отстранен от руководства советской физкультурой. Он, однако, сумел сохранить пост председателя исполкома в созданном им Красном спортивном интернационале (КСИ), а также активно развивал новую организацию – Общество строителей Международного Красного стадиона (ОСМКС), которое имело целью строительство грандиозного комплекса спортивных сооружений на Ленинских горах. Как руководитель КСИ и ОСМКС и как старый большевик, Подвойский обладал большим авторитетом и широкими связями, что позволяло ему противостоять руководителям ВСФК, Н. А. Семашко и К. А. Мехоношину, – их разделяли не только различные взгляды на пути и способы развития физкультурного движения, но и сильнейшая личная неприязнь (подробнее об этом конфликте, значительно повлиявшем на развитие советской физкультуры в первой половине 1920-х гг., см.: Филиппов, 2011; Хорошева, 2013; 2020). Сам Подвойский и раньше, весной 1922 г., в противовес издательским начинаниям своего заместителя и недруга К. А. Мехоношина, пробовал основать издательство ВТОПАС для выпуска ежемесячного журнала «Вестник ВТОПАС» и книг по физкультурной подготовке допризывников, однако это начинание, не успевшее обзавестись ни редакционным аппаратом, ни типографией, ни магазинами, закончилось неудачей[16].

Теперь же М. В. Шимкевич предложил Подвойскому свой опыт, знание рынка, сохранившиеся деловые и коммерческие связи и ресурсы, оставшиеся от издательства «Красный спорт», для организации нового проекта. «На развалинах издательства “Красный спорт”, пользуясь полученной от него прибылью»[17], он уже весной 1924 г. начал строить издательство КСИ «Пролетарский спорт». Категорические протесты ВСФК как русской секции, т. е. фактического ядра Красного Спортинтерна, против появления нового издательства и лично кандидатуры Шимкевича вынудили исполком КСИ «законсервировать» его работу. Однако Шимкевич не смирился: осенью 1924 г. он обратился к Подвойскому с идеей совместного издательства КСИ и ОСМКС, что позволило бы обойти препятствия со стороны ВСФК. Идея была подкреплена

крайне пространным докладом, и на Подвойского, видимо, произвели впечатление рассуждения Шимкевича, показывающие глубокое понимание специфики издательского рынка в сфере физкультуры и спорта, о том, как при минимальных субсидиях организовать работу издательства таким образом, чтобы выйти на самоокупаемость (и прибыль через год после начала работы) и при этом проводить агитацию и пропаганду среди физкультурников. Особенно привлекательной, думается, выглядела фраза: «для начала, вернее возобновления работы я не требую ни копейки денег»[18].

По распоряжению Подвойского в ноябре 1924 г. Шимкевич подал в Главлит отношение о разрешении издательства и журнала «Международный Красный стадион», ответственным редактором которого должен был стать сам Подвойский[19]. Но ВСФК оперативно предпринял ряд энергичных мер, чтобы перехватить руководство и строительством Международного Красного стадиона, и деятельностью Красного Спортинтерна. Позиции Подвойского оказались прочны, совсем отстранить его не получилось, однако удалось воспрепятствовать появлению конкурирующего издательства. В декабре 1924 г. начальник Главлита П. И. Лебедев-Полянский сообщил Подвойскому: «Председатель Высшего совета Физической культуры тов. Семашко обжаловал разрешение журнала и издательства «Международный Красный Стадион», ссылаясь на постановление ВЦИК от 7 июня 1923 г. за № 119441 пункт I, разделы а, б, в, г, е – согласно которому право изданий руководящих и агитационных книг, брошюр, журналов и газет по физкультуре принадлежит только ВСФК при ВЦИК»[20]. Шимкевич, докладывая Подвойскому о том, что в издательстве подготовлен первый номер журнала, «работало свыше 40 агентов и уполномоченных, начат прием подписки на наши издания в ряде крупных контрагентств, завязаны деловые и коммерческие связи с рядом государственных и профессиональных организаций и наконец лично я имею достаточный кредит для выпуска наших первых изданий»[21], сообщал о «бешеной кампании ВСФК против нас», а сам Подвойский впоследствии утверждал: «Когда журнал был готов к выпуску и завербованы подписчики – Главлит аннулирует свое разрешение, чем наносит Обществу убыток свыше 7 000 рублей»[22].

Интересно, что вскоре ВСФК позаимствовал у Шимкевича и идею создания интернационального журнала для рабочих физкультурников разных стран, и даже название для него – с 1925 г. в каче-

стве приложения к «Известиям физической культуры» начал выходить журнал «Пролетарский спорт», который помимо прочего должен был стать орудием в борьбе за влияние на международное рабочее спортивное движение со сторонниками Н. Подвойского.

Последовательное уничтожение трех издательств, созданных М. В. Шимкевичем («Красный спорт», «Пролетарский спорт» и «Международный красный стадион»), – это лишь один, наиболее яркий пример целенаправленной политики ВСФК в защиту собственного официального издательства от конкуренции, но были и другие прецеденты. Например, в том же 1924 г. ВСФК оперативно пресек намерение создать собственный орган периодики Государственным центральным институтом физической культуры, а также попытку издательства «Рабочая Москва» основать свою «Спортивную газету»[23].

Этап третий. Ликвидация «Физкультиздата», отказ ВСФК от собственного издательства

Отсутствие конкуренции и покровительство ВСФК не помогли «Физкультиздату» добиться успеха на рынке. Ровно через два года после поглощения «Красного спорта» он и сам был ликвидирован. Во-первых, как уже отмечалось, одной из главных проблем было отсутствие собственной типографской базы, что вынуждало тратить значительные средства на аренду других типографий, но не обеспечивало качественный выход изданий. «Физкультиздат» в поисках оптимального соотношения «цена–качество услуг» постоянно искал новые варианты, причем не только в Москве, но и в других городах. Например, журнал «Теория и практика физической культуры» печатался в Ленинграде, сначала в типографии «Красной газеты» им. Володарского, а затем – в Военной типографии ГУ РККА.

Во-вторых, издательство ВСФК работало в убыток: подписка на периодические издания, несмотря на все призывы и циркуляры ВСФК, росла слишком медленно, тиражи оставались низкими (в начале 1926 г. тираж журнала «Известия физической культуры» не превышал 10 тыс. экз., газеты «Красный спорт» – 15 тыс. экз.). Руководство ВСФК винило в тяжелом положении издательства местные советы физкультуры, которыми «было предпринято очень мало реальных шагов для оказания нужного содействия Издательству»[24] и обеспечения его материальной базы на основе мас-

совой подписки. Не помогло даже резкое (в три раза!) снижение подписной и розничной цены, на которое «Физкультиздат» пошел в начале 1926 г. (за счет уменьшения объема номеров, снижения качества оформления и бумаги), – этот рискованный шаг себя не оправдал, тиражи не выросли.

В-третьих, не удалось привлечь в нужном объеме рекламу. ВСФК даже вынужден был рассылать обращения к различным государственным органам с просьбой предоставить платные объявления: «Средств у самого ВСФК нет, правительство предоставить дотации пока не может; остается самоокупаемость издания базировать на единственно доходную статью <...> поддержкой изданий со стороны крупных учреждений дачей платных публикаций <...> Пока само государство не может выделять на это дело особых средств, уже вставшие твердо на ноги госорганы должны вложить свою частицу в дело физического оздоровления страны. Украина в этом отношении служит нам примером – там их физкультурный орган имеет столь сильную поддержку со стороны гострестов, что почти целиком существует на их объявления»[25]. Пример Украины не подействовал, московские гостресты не откликнулись на призыв Н. А. Семашко.

Наконец, откровенно неудачной оказалась коммерческая деятельность Торгсектора ВСФК по производству и торговле спортинвентарем, а работа «Физкультиздата», как уже говорилось, была тесно связана с этим направлением. На одном из заседаний президиума ВСФК отмечалось, что производственная деятельность «подрывает» издательскую деятельность и мешает нормальному ходу работы издательства[26], – но, к сожалению, не уточнялось, о чем именно шла речь. Понятно только, что ВСФК пришлось отказаться от идеи зарабатывать изданием спортивной литературы и покрывать за счет средств издательства другие статьи своих расходов, – самому издательству остро не хватало денег для развития. В поисках средств Б. М. Чесноков, например, даже обращался в президиум с просьбой разрешить организацию коммерческих футбольных матчей, чтобы собранные от продажи билетов средства пошли в пользу издательства[27].

Приходится констатировать, что без государственной поддержки, без регулярных дотаций Б. М. Чесноков не сумел наладить работу издательства ВСФК таким образом, чтобы одновременно и реализовывать амбициозные организационные, пропагандистские и агитационные планы, и существовать на началах

хозрасчета. Уже с весны 1925 г. президиум ВСФК принял решение о создании постоянной ревизионной комиссии, призванной вести контроль расходов издательства и способствовать их сокращению[28]. Были предприняты жесткие меры (сокращение штатов вдвое, ликвидация ленинградского подразделения, пересмотр тиражей и т. д.), в помощь Чеснокову было создано Правление издательства, сформированы новые составы редколлегий журналов. Также ВСФК пытался ликвидировать многочисленные задолженности издательства и вообще перезапустить его работу путем создания акционерного общества, в состав которого пайщиками бы вошли все ведомства, представленные в совете[29].

Но летом 1926 г. постоянные конфликты между Н. А. Семашко и Н. И. Подвойским, неоднократно рассматривавшиеся на разного уровня комиссиях ЦК, привели к логичному решению сменить руководство для устранения конфронтации и для нормализации работы по физкультуре. У ВСФК появились новый руководитель – В. М. Михайлов, председатель Московского областного совета профсоюзов (МОСПС), – и очередной состав президиума. На его первом же заседании рассматривался вопрос дальнейшей судьбы «Физкультиздата» и вердикт был однозначным: «Считая невозможным из-за отсутствия средств дальнейшее самостоятельное существование издательства, признать целесообразным ликвидацию Физкультиздата»[30]. Была создана Ликвидационная комиссия под руководством Н. В. Крыленко, главными задачами которой стали выплата задолженностей «Физкультиздата» и поиск издательства, которое бы продолжило выпуск периодических изданий ВСФК. Задолженности отчасти были закрыты распродажей по полцены литературы, оставшейся на складах «Физкультиздата», а дальнейший выпуск двух журналов и газеты взяло на себя по договору за счет средств от ВЦСПС издательство «Рабочая Москва»[31].

Взаимодействие ВСФК с «Рабочей Москвой» оказалось крайне неудачным и закончилось разрывом соглашения и имущественными спорами из-за помещений бывшего «Физкультиздата». Недолгое сотрудничество привело к дальнейшему падению тиражей изданий, перебоям с выходом номеров, заметным потерям качества как в содержательном, так и в оформительском плане, а также – в случае с газетой «Красный спорт» – к утрате связи со многими внештатными корреспондентами, физкорами, состав которых ценой долгих усилий формировала предыдущая редакция. ВСФК постарался выправить ситуацию, заключив в декабре 1926 г. дого-

вор с более солидным издательством «Военный вестник», а затем пригласив в качестве заместителя ответственного редактора в «Красный спорт» и «Известия физической культуры» все того же М. В. Шимкевича. Опытному издателю в определенной мере удалось исправить бедственное положение, но в целом возможности его были ограничены: «Приняв по приглашению ВСФК руководство редакционной частью журнала “Известия физической культуры” и газеты “Красный спорт”, в отношении их направления, содержания и формы на 90% я был поставлен в условия совершившегося факта, так как ВСФК уже заключил договор с “Военным вестником” на издание этих органов, причем были твердо установлены названия, формат, размер, объем, периодичность, характер самих изданий, порядок работы и т. д. <...> Мы начали в 1927 году работу, имея целью сделать все возможное для поднятия качества журнала и газеты при существующих условиях, а также обеспечить регулярность выхода их. Никто не будет отрицать, что в этом смысле мы имеем значительные по сравнению с предыдущими годами достижения <...> Ни от меня лично, ни от редакционного аппарата в целом не зависело ни в малейшей степени какое-либо изменение задач и содержания наших периодических изданий. Все было предрешено договором ВСФК с “Военным вестником”. Технические условия диктовали ВСФК задачи и содержание его изданий»[32].

Этап четвертый. Создание АИО «Физкультура и спорт»

Кардинальное улучшение издательской деятельности ВСФК требовало качественно иного подхода к организации дела. М. В. Шимкевич сразу постарался донести до нового руководства ВСФК мысль о необходимости иметь собственное издательство, которое бы начало регулировать выпуск физкультлитературы и издавать массовый популярный еженедельник нового типа, свободный от недостатков существующих изданий. Когда в июне 1927 г. издательство «Военный вестник» заявило об отказе работать с убыточными физкультурно-спортивными органами, на заседании секретариата ВСФК впервые прозвучало: «Признать желательным существование физкультурного издательства при ВСФК, поручив комиссии в составе т. т. Разенко, Копылова и Шимкевича к следующему заседанию разработать вопрос о возможности создания издательства ВСФК»[33]. Комиссия разработала проект самостоятель-

ного уставного акционерного издательства с привлечением в качестве пайщиков всех заинтересованных в развитии физической культуры организаций. К октябрю 1927 г. данная инициатива дозрела до решения президиума: «Считать необходимым создание физкультурного издательства с привлечением к его созданию заинтересованных организаций и ведомств: ВЦСПС, Динамо, Осоавиахима, МГСФК»[34]. Члены президиума обязаны были «добиться от своих организаций и учреждений конкретного ответа о степени материального участия их в создании издательства»[35].

Разработка устава акционерного издательства была поручена сотрудникам ВСФК А. Я. Лурье, который руководил мощнейшим финансово-коммерческим отделом в Центральном совете ПСО «Динамо», и В. А. Михельсу – представителю Осоавиахима, имевшему опыт журналистской работы в редакции «Известий». Перед ними была поставлена задача найти такие организационные формы, которые обеспечили бы наиболее выгодные материальные условия существования издательства[36]. Впоследствии Михельс стал председателем правления и фактическим руководителем издательства «Физкультура и спорт», а также редактором и главным действующим лицом в редколлегии одноименного журнала. При создании устава нового общества за основу был взят нормативный устав акционерного издательского общества, разработанный Наркоматом юстиции. В докладной записке в президиум ВСФК Лурье и Михельс отмечали принципиальный момент: «Прибыль общества целиком поступает в увеличение основного капитала на расширение деятельности Издательства. Дивидендов Издательство не выплачивает»[37]. Очевидно, что издательство создавалось с прицелом на самоокупаемость и прибыль, а не в расчете на существование за счет субсидий: они уставом предусмотрены не были.

Однако почти сразу в судьбе издательства все пошло не так, как значилось в проекте. Из предполагавшегося по проекту начального уставного капитала в 100 тыс. руб. удалось собрать лишь 45 тыс., а в число учредителей из всех заранее намеченных организаций вошли лишь ВСФК, МСФК и ПСО «Динамо», которые внесли по 15 тыс. Из собранной суммы 22 тыс. руб. были сразу потрачены на организацию работы и приобретение необходимого оборудования[38]. Но, несмотря на скромный стартовый капитал, деятельность издательства начала развиваться довольно успешно. Главной его задачей был выпуск нового официального

периодического органа ВСФК – еженедельного массового журнала «Физкультура и спорт» со стартовым тиражом в 30 тыс. экз. Уже в конце ноября 1927 г. вышло обращение к подписчикам журнала «Известия физической культуры» и газеты «Красный спорт», сообщавшее: «Акционерное Издательское Общество "Физкультура и спорт" с 1-го января 1928 года выпускает новый еженедельный журнал под названием "Физкультура и спорт", который будет являться органом Высшего Совета физической культуры при ВЦИК. С выходом журнала "Физкультура и спорт" прекращается издание журнала "Известия физической культуры» и газеты "Красный спорт"»[39]. Важно отметить также, что новое физкультурное издательство, как и все его предшественники, не имело собственной типографии, и номера «Физкультуры и спорта» последовательно печатались сначала в московской типографии «Красный маяк», после этого в типографии «Правды», а затем в типографии «Рабочей газеты».

Зато появлению нового журнала сопутствовала широкая подписная кампания с объявлениями во всех почтово-телеграфных отделениях, при поддержке «Известий ЦИК СССР», «Правды», Всесоюзного контрагентства печати и издательства «Огонек». Цена подписки была снижена на треть по сравнению с «Известиями физической культуры», а все подписчики могли участвовать в розыгрыше спортивного инвентаря (5 комплектов шерстяного трикотажа, 10 пар лыж с резинами и ремнями лучшего качества, 10 пар коньков «Яхт-Клуб», 10 футбольных мячей, 10 пар легкоатлетических туфель, 10 пар бутс)[40]. Интерес к журналу постоянно поддерживался проведением для читателей различных конкурсов, анкет и других интерактивных мероприятий.

Одним из главных факторов, способствовавших успешной работе, стало широкое освещение журналом в 1928 г. I Всесоюзной Спартакиады, которая вызвала в стране значительный рост интереса к физической культуре и спорту и позволила издательству заработать на выпуске альбома и справочника Спартакиады, афиш, лозунгов, тезисов для докладчиков, а также десятка брошюр, посвященных различным спортивным дисциплинам, тиражом от 10 тыс. экз. каждая[41]. Для подписчиков журнала «Физкультура и спорт» был проведен конкурс прогнозов «Кто будет победителем на всесоюзной Спартакиаде?» с ценными призами от годовой подписки до малокалиберной винтовки. В дальнейшем подобные читательские конкурсы – «Кто выиграет всесоюзное первенство по футболу?», «Кто

выиграет всесоюзное первенство по городкам?» и т. д. – стали регулярными.

Коммерческий подход, построенный на активном использовании рекламы, широкой подписке и цветущем разнообразии методов привлечения читателей, оправдал себя: к началу следующего подписного года (1929) стоимость журнала «Физкультура и спорт» была уменьшена еще на 25%, а тираж увеличен до 35 тыс. экз. В середине 1928 г. ВСФК передал издательству право выпуска в качестве приложения к журналу «Физкультура и спорт» своего официального «Бюллетеня», который с 1929 г. был преобразован в еще один журнал – «В помощь физкультактивисту» с тиражом 10 тыс. экз. (вместо 500–1000 экз. у «Бюллетеня») и самостоятельной подпиской. Важно, что эти преобразования были ответом на запрос, существовавший у части читательской аудитории – инструкторов и преподавателей физической культуры: «Ряд советов физкультуры, конференции инструкторов, отдельные физкультурники-активисты неоднократно поднимали вопрос и выносили решения о необходимости создания специального руководящего органа, который мог бы помочь при проведении повседневной работы <...> По постановлению ВСФК издававшийся им Бюллетень был реорганизован в двухнедельный журнал, рассчитанный на удовлетворение вышеперечисленных требований <...> Мы обращаемся к нашим читателям с просьбой сообщить редакции свои критические замечания, указания, советы, дабы мы могли превратить журнал “В помощь физкультактивисту” в орган на 100 процентов удовлетворяющий своих читателей»[42]. Возглавил выпуск журнала все тот же В. А. Михельс. В 1930 г. журнал стал называться «Физкультактивист», а его тираж вырос до 15 тыс. экз.

Флагманский журнал «Физкультура и спорт» начал 1930 г. с тиражом в 60 тыс. экз., тем самым выполнив задачу, которую ВСФК ставил перед издательством в начале его работы, – создать массовый журнал с тиражом не менее 50 тыс. экз. Его уже нельзя было назвать еженедельником: периодичность возросла до 6 раз в месяц (т. е. 72 номера в год). Также с начала 1930 г. линейку периодических изданий АИО «Физкультура и спорт» пополнили ежемесячные журналы «Теория и практика физической культуры» (уже существовавший, но переданный в издательство) и «Физкультура в школе» (вновь созданный), являвшиеся, соответственно, органами Наркомздрава и Наркомпроса. Наконец, решением Комитета

по делам печати с «Физкультурой и спортом» было слито ленинградское издательство «Шахматный листок» с одноименным журналом (официальным органом шахсекции ВСФК), книжной серией «Библиотечка шахматиста» и магазином, и В. Михельс (который почти год безуспешно добивался от ВСФК присоединения этого карликового автономного издательства) мог удовлетворенно резюмировать: «Мы имеем полную дифференциацию физкультурных органов, которые смогут почти полностью удовлетворять запросы наших читателей»[43] (см. табл. 1).

Таблица 1

Периодические издания АИО «Физкультура и спорт» на начало 1930 г.

Название журнала	Периодичность	Тираж	Редактор
Физкультура и спорт	6 раз в месяц	60 000	В. Михельс
Физкультактивист	2 раза в месяц	15 000	В. Михельс
Теория и практика физической культуры	1 раз в месяц	10 000	Н. Семашко
Физкультура в школе	1 раз в месяц	5 000	М. Эпштейн
Шахматный листок	2 раза в месяц	10 000	А. Ф. Ильин-Женевский

С 1929 г. «Физкультура и спорт» активно развернуло и книгоиздательскую деятельность, значительно расширив издательские планы по литературе, раскинув сеть авторов и корреспондентов по всему СССР (см. табл. 2). Ответственный секретарь ВСФК Д. Разенко отмечал: «Потребность в физкультурной литературе в Советском Союзе всегда была огромной. Задача всякого издательства заключалась в умении организовать свою работу таким образом, чтобы он смог учесть эти разнообразные потребности читателей. Те издательства, которые существовали до “Физкультуры и спорта”, очевидно, не могли удовлетворить потребителя и потому обрекали себя на ликвидацию. Существующее издательство на первых порах своей деятельности сумело подойти к читательским массам, нащупать их интерес»[44].

Таблица 2

Рост АИО «Физкультура и спорт»
(книгоиздательство и периодическая печать)*

Год	Кол-во наименований продукции	Объем производства (млн листов-оттисков)
1928	17	4
1929	54	6,5
1930	225	17

*Данные за 1928–1929 гг. – фактические, за 1930 г. – согласно плану работы издательства. План не был полностью реализован из-за реформирования издательства и включения его в структуру ОГИЗа в 1930 г.

Не надо упускать из вида, что создание централизованной издательской структуры позволило ВСФК улучшить контроль над выпускаемой физкультурной литературой и периодикой в целом по стране. При этом хотя ВСФК оказывал определенное влияние на содержание журнала и издаваемой литературы, рассматривал и принимал издательские планы, однако издательство пользовалось довольно высокой степенью независимости в принятии решений. По крайней мере, на заседаниях президиума ВСФК В. А. Михельс неоднократно объяснял, почему им не была помещена в журнале та или иная статья, написанная кем-либо из сотрудников ведомства.

Самое же главное, как подчеркивал В. А. Михельс, «впервые физкультурное издательство стало существовать, не требуя дотаций, исключительно на коммерческих основаниях»[45]. Справедливости ради надо отметить, что несколько попыток Михельса «потребовать» у ВСФК дотацию для издательства были зафиксированы в протоколах заседаний президиума Высшего совета осенью 1928 г. Но в сентябре вместо финансовой помощи издательство получило административную поддержку: президиум постановил, «не ограничиваясь рекламой», привлечь к распространению журнала «Физкультура и спорт» все подведомственные ВСФК организации и учреждения[46]. А в октябре, когда издательство просило дотацию специально для выпуска «Бюллетеня ВСФК», запрос был просто отклонен[47]. В дальнейшем подобных запросов зафиксировано не было.

В любом случае появление АИО «Физкультура и спорт» стало качественным шагом вперед – с этим были согласны многие сотрудники ВСФК, имевшие отношение к издательской отрасли.

Вот, например, что отмечали авторы учебного пособия для физкоров – внештатных корреспондентов физкультурно-спортивной печати: «После ликвидации сначала изд-ва Всевобуча, затем изд-ва ВСФК, центральные физкультурные органы переходили из одних рук в другие, что не могло не сказаться как на качестве продукции, так и на тиражности изданий. Стесненные издательские условия не позволяли физкультурной печати развернуться во всю ширь, выработать наиболее целесообразные типы изданий <...> В этих условиях своего рода "стихийным" и довольно-таки часто повторяющимся за какие-нибудь несколько лет бедствием были прекращение выхода тех или иных органов и реорганизации, бесчисленные переименования изданий и т. п. <...> За какие-нибудь 5 лет физкультурные журналы и газеты в Москве передавались из рук в руки не более и не менее как восьми (!) различным издательствам. Лишь с 1928 года, по мере концентрации физкультурно-издательского дела, положение физкультурной печати улучшилось»[48].

Заключение

На основе рассмотренных документов можно утверждать, что первая попытка создать центральное издательство по физкультуре и спорту была предпринята не в 1923 г., как сообщают справочники или энциклопедии, а осенью 1921 г., когда в составе Всевобуча был организован редакционно-издательский аппарат, формально называвшийся издательством «Физическая культура». Это издательство прекратило свою деятельность в результате перехода управленческих функций в сфере физической культуры от военного ведомства к гражданской межведомственной организации – ВСФК, который действительно в 1923 г. основал собственное издательство, позже получившее наименование «Физкультиздат». Появление издательства ВСФК сопровождалось ликвидацией конкурирующих издательских структур ЦУВПТ («Красный спорт»), ОСМКС («Пролетарский спорт») и КСИ («Международный Красный стадион»), которые создавал М. В. Шимкевич, умевший выстраивать коммерчески удачные проекты. Однако устранение конкурентов не помогло устойчивому существованию «Физкультиздата», который из-за убытков был ликвидирован летом 1926 г., а выпускаемые им издания были переданы во внешние издательства, что не способствовало развитию физкультурно-

спортивной периодики. Важно подчеркнуть, что между прекращением «Физкультиздата» и созданием издательства «Физкультура и спорт» прошло почти полтора года и между ними нет никакой связи и преемственности: за это время сменился и руководитель ВСФК, и его состав, и сотрудники, отвечавшие за издательскую сферу. Интересно отметить, что единственным человеком, который принимал прямое участие и в работе издательства «Физическая культура» (1921–1923), и в деятельности «Физкультиздата» (1924–1926) и вошел в первый состав правления АИО «Физкультура и спорт», а также был одним из редакторов одноименного журнала, являлся Б. А. Кальпус, представлявший РККА. Пожалуй самый опытный спортивный журналист первых десятилетий советской власти, он и в 1930-е гг. продолжил свою работу, но его пример – яркое исключение, которое только подтверждает правило.

Появление после ряда неудач предыдущих проектов Акционерного издательского общества «Физкультура и спорт» в 1928 г. стало началом нового этапа, на котором издательская деятельность по физкультуре и спорту вышла на значительно более высокий уровень. Но даже в работе этого издательства, которое добилось наиболее заметных результатов с точки зрения коммерческого успеха и охвата читательских масс (количество выпускаемых изданий, их тиражи, периодичность и т. д.), можно заметить трудности, с которыми сталкивались все издательства по физкультуре. Прежде всего, на протяжении 1920-х гг. ВСФК и другие организации, руководившие физкультурным движением, не были способны содержать свои официальные издательские структуры, вынуждая их к активной самостоятельной деятельности на основе хозрасчета, но не снимая с них задачи идейного воспитания и организации масс физкультурников. Справиться с этой двойной нагрузкой, как было доказано на многих примерах, удавалось нечасто. Еще одной общей проблемой было отсутствие у издательств собственной полиграфической базы – ее приходилось решать при помощи соглашений с различными типографиями, сотрудничество с которыми часто складывалось непросто и не гарантировало качества продукции, своевременного выхода изданий и т. д.

Успешная деятельность АИО «Физкультура и спорт» под руководством В. А. Михельса в 1928–1930 гг. не стала началом поступательного и планомерного развития спортивной издательской сферы. Наоборот, 1930-е гг. получились для издательства, которое было сначала преобразовано во Всесоюзное смешанное акционер-

ное общество «Физкультура и туризм», а затем влито в состав ОГИЗа, крайне непростыми, наполненными разнообразными трудностями. Этот период в истории центрального физкультурно-спортивного издательства еще ждет своего исследователя.

Примечания

[1] *Шимкевич М.* Пройденный путь // Красный спорт (газета). 1927. № 51–52. С. 1.
[2] *Шимкевич М.* Два года работы // Красный спорт (журнал). 1924. № 9–10. С. 3.
[3] *Шимкевич М.* Пройденный путь // Красный спорт (газета). 1927. № 51–52. С. 1.
[4] Там же.
[5] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 6. Л. 38.
[6] Бюллетень Московского Губернского совета физической культуры. № 2. С. 4.
[7] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 6. Л. 42.
[8] *Семашко Н.* О наших изданиях // Известия физической культуры. 1924. № 22. С. 2.
[9] Всем комитетам физической культуры // Известия физической культуры. 1924. № 21. С. 24.
[10] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 9. Л. 6.
[11] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 28. Д. 11. Л. 22.
[12] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 8. Л. 6.
[13] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 10. Л. 13.
[14] *Шимкевич М.* Два года работы // Красный спорт (журнал). 1924. № 9–10. С. 6.
[15] *Шимкевич М.* Пройденный путь // Красный спорт (газета). 1927. № 51–52. С. 1.
[16] ГАРФ. Ф. 441. Оп. 1. Д. 442. Л. 13.
[17] РГАСПИ. Ф. 537. Оп. 1. Д. 86. Л. 15.
[18] Там же. Л. 33.
[19] ГАРФ. Ф. 4346. Оп. 1. Д. 8. Л. 8.
[20] ГАРФ. Ф. 4346. Оп. 1. Д. 32. Л. 26.
[21] ГАРФ. Ф. 4346. Оп. 1. Д. 55. Л. 3.
[22] Там же. Л. 28.
[23] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 10. Л. 29.
[24] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 17. Л. 50.
[25] Там же. Л. 147.
[26] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 13. Л. 22.
[27] Там же. Л. 33.
[28] Там же. Л. 57.
[29] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 19. Л. 13.
[30] Там же. Л. 41.
[31] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 21. Л. 158.
[32] *Шимкевич М.* Письмо в редакцию // Известия физической культуры. 1927. № 23–24. С. 25.
[33] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 28. Л. 173.
[34] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 25. Л. 90.
[35] Там же. Л. 107.
[36] Там же.
[37] Там же. Л. 112.
[38] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 32. Л. 36.

[39] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 28. Д. 26. Л. 1.
[40] Там же.
[41] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 32. Л. 36.
[42] К читателям // В помощь физкультактивисту. 1929. № 4. С. 1.
[43] Физкультурную печать – в массы! // Физкультура и спорт. 1929. №. 52. С. 1.
[44] *Разенко Д.* Подписывайтесь на журнал «Физкультура и спорт». Наши пожелания // Физкультура и спорт. 1929. № 2. С. 4.
[45] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 32. Л. 37.
[46] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 34. Л. 51.
[47] ГАРФ. Ф. 7576. Оп. 1. Д. 37. Л. 67.
[48] *Теодоронский С. А., Шипилин Л. В.* В помощь физкультурнику-корреспонденту: Опыт пособия по вопросам физкультурной печати. М.-Л., 1931. С. 20.

Библиография

Асаулов В. Ф. Печать как эффективное средство формирования советской системы физического воспитания народа: 1917–1925: дис. ... канд. ист. наук. Киев, 1989.

Книговедение: Энциклопедический словарь / гл. ред. *Н. М. Сикорский*. М.: Советская энциклопедия, 1981.

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

Суник А. Б. Очерки отечественной историографии истории физической культуры и спорта. М.: Советский спорт, 2010.

Филиппов А.Н. Становление физической культуры в СССР: конфликт Н. А. Семашко и Н. И. Подвойского // Вестн. Ярослав. гос. ун-та им. П. Г. Демидова. Сер. Гуманитарные науки. 2011. № 1. С. 18–20.

Хорошева А. В. Советская спортивная периодика (1917-1929) // История отечественных СМИ. 2014. Т. 1. № 1. С. 156–167.

Хорошева А. В. Становление советской физкультуры и противостояние Н. А. Семашко и Н. И. Подвойского // Реформы в повседневной жизни населения России: история и современность: мат. междунар. науч. конф. / отв. ред. *В. А. Веременко, В. Н. Шайдуров*. 2020. С. 79–85.

Хорошева А. В. Физическая культура и спорт в РСФСР и СССР в 1918–1928 гг. и международное спортивное движение // Клио. 2013. № 8 (80). С. 45–51.

Энциклопедический словарь по физической культуре и спорту / гл. ред. *Г. И. Кукушкин*. М.: Физкультура и спорт, 1961. Т. 1.

Notes

Byulleten' Moskovskogo Gubernskogo soveta fizicheskoy kul'tury [Bulletin of Moscow Provincial Council of Physical Culture]. No 2: 4.

Fizkulturnuyu pechat' – v massy! [The Physical Culture Press – to the Masses!] (1929) *Fizkul'tura i sport* 52: 1.

K chitatelyam [To Readers] (1929) *V pomosh' fizkul'taktivistu* 4: 1.

Razenko D. (1929) Podpisyvaytes' na zhurnal "Fizkul'tura i sport". Nashi pozhelaniya [Subscribe to the Physical Culture and Sport Magazine. Our Wishes]. *Fizkul'tura i sport* 2: 4.

RGASPI. F. 537. Op. 1. D. 86. L. 15 [Russian State Archive of Socio-Political History. F. 537. Inv. 1. File 86. Sh. 15].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 6. L. 38 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 6. Sh. 38].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 6. L. 42 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 6. Sh. 42].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 9. L. 6 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 9. Sheet 6].

GARF. F. 7576. Op. 28. D. 11. L. 22 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 28. File 11. Sh. 22].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 8. L. 6 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 8. Sh. 6].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 10. L. 13 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 10. Sh. 13].

GARF. F. 441. Op. 1. D. 442. L. 13 [State Archive of the Russian Federation. F. 441. Inv. 1. File 442. Sh. 13].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 28. L. 173 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 28. Sh. 173].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 25. L. 90 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 25. Sh. 90].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 32. L. 36 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 32. Sheet 36].

GARF. F. 7576. Op. 28. D. 26. L. 1 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 28. File 26. Sh. 1].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 32. L. 36 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 32. Sh. 36].

GARF. F. 4346. Op. 1. D. 8. L. 8 [State Archive of the Russian Federation. F. 4346. Inv. 1. Inv. 1. File 8, Sh. 8].

GARF. F. 4346. Op. 1. D. 32. L. 26 [State Archive of the Russian Federation. F. 4346. Inv. 1. File 32. Sh. 26].

GARF. F. 4346. Op. 1. D. 55. L. 3 [State Archive of the Russian Federation. F. 4346. Inv. 1. File 55. Sh. 3].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 10. L. 13 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 10. Sh. 13].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 17. L. 50 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 17. Sh. 50].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 13. L. 22 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 13. Sh. 22].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 19. L. 13 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 19. Sh. 13].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 21. L. 158 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 21. Sh. 158].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 32. L. 37 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 32. Sh. 37].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 34. L. 51 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 34. Sh. 51].

GARF. F. 7576. Op. 1. D. 37. L. 67 [State Archive of the Russian Federation. F. 7576. Inv. 1. File 37. Sh. 67].

Semashko N. (1924) O nashikh izdaniyakh [On Our Publications]. *Izvestiya Fizicheskoy Kul'tury* 22: 2.

Shimkevich M. (1924) Dva goda raboty [Two Years of Work]. *Krasnyi Sport (journal)* 9–10: 3.

Shimkevich M. (1927) Proidennyi put' [The Path Traveled]. *Krasnyi Sport (newspaper)* 51–52: 1.

Shimkevich M. (1927) Pis'mo v redaktsiyu [A Letter to the Editor]. *Izvestiya Fizicheskoy Kul'tury* 23–24: 25.

Teodoronskiy S. A., Shipilin L. V. (1931) *V pomoshch fizkul'turniku-korrespondentu. Opyt posobiya po voprosam fizkul'turnoy pechati* [To Help a Physical Training Correspondent. The Experience of a Study Guide on the Issues of the Physical Culture Press]. Moscow. P. 20.

Vsem komitetam fizicheskoy kultyry [To All Physical Culture Committees] (1924) *Izvestiya Fizicheskoy Kul'tury* 21: 24.

References

Asaulov V. F. (1989) *Pechat' kak effektivnoye sredstvo formirovaniya sovetskoy sistemy fizicheskogo vospitaniya naroda: 1917–1925*: dis. ... kand. ist. nauk. [The Press as an Effective Tool for Shaping the Soviet System of People's Physical Training: 1917–1925. PhD hist. sci. diss.] Kiev. (In Russian)

Filippov A. N. (2011) Stanovlenie fizicheskoy kul'tury v SSSR: konflikt N. A. Semashko i N. I. Podvoyskogo [Formation of Physical Culture in the USSR: the Conflict Between N. A. Semashko and N. I. Podvoysky]. *Vestn. Yaroslav. gos. un-ta im. P. G. Demidova. Ser. Gumanitarnye nauki* 1: 18–20. (In Russian)

Khorosheva A. V. (2013) Fizicheskaya kul'tura i sport v RSFSR i SSSR v 1918–1928 gg. i mezhdunarodnoye sportivnoye dvizheniye [Physical Culture and Sports in the RSFSR and USSR in 1918–1928 and International Sports Movement]. *Klio* 8 (80): 45–51. (In Russian)

Khorosheva A. V. (2014) Sovetskaya sportivnaya periodika (1917–1929) [Soviet Sports Periodicals (1917–1929)]. *Istoriya otechestvennykh SMI* 1 (1): 156–167. (In Russian)

Khorosheva A. V. (2020) Stanovlenie sovetskoy fizkultury i protivostoyanie N. A. Semashko i N. I. Podvoyskogo [Formation of Soviet Physical Culture and the Confrontation of N. A. Semashko and N. I. Podvoysky]. In V. A. Veremenko, V. N. Shaydurov (eds.) *Reformy v povsednevnoy zhizni naseleniya Rossii: istoriya i sovremennost': mat. mezhdunar. nauch. konf.* [Reforms in Everyday Life of Russian Population: History and Modernity. Proceedings of the International Scientific Conference]. Pp. 79–85.

Orlov S. I. (1974) *Zarozhdenie i stanovlenie sovetskoy sportivnoy zhurnalistiki (k voprosu o tipologii izdaniy)*: dis. ... kand. ist. nauk. [Origins and Development of Soviet Sports Journalism (Towards the Typology of Publications): PhD hist. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Sikorskiy N. M. (ed.) (1981) *Knigovedenie: Entsiklopedicheskiy slovar'* [Bibliology: an Encyclopedic Dictionary]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya Publ. (In Russian)

Sunik A. B. (2010) *Ocherki otechestvennoy istoriografii istorii fizicheskoy kul'tury i sporta* [Essays on Russian Historiography of the History of Physical Culture and Sports]. Moscow. (In Russian)

Kukushkin G. I. (ed.) (1961) *Entsiklopedicheskiy slovar' po fizicheskoy kul'ture i sportu*. T. 1 [Encyclopedic Dictionary on Physical Culture and Sports. Vol. 1]. Moscow: Fizkul'tura i sport Publ.

Поступила в редакцию
29.07.2022

Бабюк Максим Иванович, кандидат философских наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: mbabyuk@yandex.ru

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВЕТСКИХ ТЕЛЕГРАФНЫХ АГЕНТСТВ РОСТА И ТАСС В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ[1]

В статье на основе архивных документов анализируются финансово-экономические аспекты функционирования советских информационных агентств в условиях Новой экономической политики. Анализ показал, что в 1920-е гг. агентства ритмично развивались, расширяли свою деятельность как внутри страны, так и за рубежом. Однако слабость внутреннего рынка, а также политические задачи, которые стояли перед агентствами, делали их доходы недостаточными для обеспечения эффективной деятельности. В силу этого агентства систематически субсидировались государством, хотя размер этих субсидий варьировался в зависимости от ситуации.

Ключевые слова: *телеграфное агентство, РОСТА, ТАСС, РАТАУ, ЗакТАГ, НЭП.*

Maxim I. Babyuk, PhD in Philosophy, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: mbabyuk@yandex.ru

FINANCIAL AND ECONOMIC ASPECTS OF THE OPERATION OF RUSSIAN TELEGRAPH AGENCIES ROSTA AND TASS UNDER THE CONDITIONS OF THE NEW ECONOMIC POLICY

This article based on archive documents analyses the financial and economic aspects of the Soviet telegraph agencies' operation under the conditions of the New Economy Policy (NEP). It is claimed that during the 1920s agencies developed rhythmically expanding activities at home and beyond the borders. But it was hard for them to be economically effective, because of the weak national market and political tasks, which were set by the government. This is why the activities of the agencies were partially subsidized by the state.

Key words: *telegraph agency, ROSTA, TASS, RATAU, ZacTAG, NEP.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2022.3262

Проблематика исследований хозяйственной деятельности советских телеграфных агентств в условиях НЭПа

Экономические и финансовые аспекты развития системы советских информационных агентств в первые десятилетия советской власти недостаточно исследованы в отечественной науке. Связано это, прежде всего, с особенностями развития отечественной исторической науки в советский период, которые до сих пор оказывают влияние на ее развитие.

Речь идет об избирательном характере исследований по проблематике советских СМИ. Тема была слишком идеологизирована, и потому хозяйственные вопросы функционирования крайне редко становились предметом для академического анализа. Это в полной мере касается и системы советских информационных агентств: большинство работ были посвящены организационным и тематическим аспектам их деятельности (Брыляков, 1976; Изоркин, 1966 и др.). В работах, посвященных проблемам функционирования всей системы советских СМИ (Кузнецов, Мишурис, 1979 и др.), их деятельность рассматривалась в самых общих чертах. А уж вопросы хозяйственные и финансовые, которые требовали работы с малодоступными в тот период архивными и статистическими данными и уже потому представляли серьезную проблему для исследователей, почти не затрагивались. В результате в советских условиях так и не появилось фундаментальных исследований по проблематике функционирования советских информационных агентств.

Уже в постсоветский период в отечественной науке появился ряд работ, затрагивавших те или иные аспекты деятельности отечественных информагентств. В частности, можно отметить несколько исследований, появившихся в 2000-е гг., которые несколько расширяют наше знание о предмете применительно к первым годам советской власти (Жирков, 2000; Ламосова, 2009 и др.). Однако, несмотря на существенно большую доступность архивных данных и плюрализм в подходах к оценке функционирования советской системы, комплексного раскрытия проблематики развития советских информационных агентств на ранних этапах существования СССР так и не произошло. Целостных исследований по теме пока так и не появилось, а огромное количество документов и материалов до сих пор ждут своего исследователя.

В рамках данной работы мы попытались хотя бы отчасти закрыть существующий пробел, очертив базовые принципы хозяйственной деятельности советских информационных агентств в условиях Новой экономической политики. Учитывая недостаток теоретических исследований, опора в работе делалась на обширный корпус архивных и открытых источников.

Ключевыми источниками данных стали документы, связанные с хозяйственной деятельностью советских телеграфных агентств в 1920-е гг., хранящиеся в Государственном архиве Российской Федерации (ГАРФ). В первую очередь речь идет о собраниях документов Российского телеграфного агентства (РОСТА) и Телеграфного агентства Советского Союза (ТАСС). Это обширные фонды, хранящие массивы документов за весь период существования агентств, посвященных самым разнным проблемам их функционирования. И если хронологически документы РОСТА ограничены периодом 1918–1935 гг. (когда последнее было аннулировано), то материалы ТАСС представлены за весь советский период.

Впрочем, хозяйственным и финансовым аспектам работы агентств посвящены далеко не все материалы фондов, да и комплектность их применительно к 1920-м гг. очень разная. В силу этого отбор данных и их анализ представляет сложность для исследователя. Так, по отдельным позициям и периодам документы неоднократно дублируются в разных делах и даже фондах, а по другим – полные данные просто не сохранилась. Несмотря на это, обширный корпус документации организационных и финансовых отделов РОСТА и ТАСС позволяет делать уверенные выводы по ключевым аспектам хозяйственной деятельности не только этих, но и республиканских агентств СССР в 1920-е гг.

Материалы фондов ТАСС и РОСТА стали основным, но далеко не единственным источником архивных данных для работы. Дополнительные сведения были получены из документов фондов высших органов государственной власти и госуправления советского государства, а также партийных органов. Одним из таких источников стал фонд Совета Труда и Обороны (СТО) СССР. Через СТО, как один из высших органов государственной власти, принимавших решения по множеству вопросов государственного строительства, в 1920-е гг. проходили в том числе и документы по РОСТА, которые, в силу их отчетного характера, представляют интерес для исследователей проблемы.

Другим важным источником информации стали данные фонда отдела Агитации и Пропаганды ЦК РКП(б), хранящиеся в Российском государственном архиве социально-политической истории (РГАСПИ). Поскольку этот отдел ЦК в первой половине 1920-х гг. занимался регулированием деятельности печатных и других средств массовой коммуникации, ряд документов фонда посвящен проблемам РОСТА и вопросам его взаимодействия с печатными СМИ и органами власти. Соответственно, материалы фонда позволяют уточнить некоторые вопросы хозяйственного функционирования информационных агентств в этот период.

Также в работе использовались данные из открытых источников – статьи и материалы печатных изданий, выпускаемых советскими руководящими организациями, отвечавшими за развитие агитационно-пропагандистского комплекса. Речь идет в первую очередь о журнале «Красная печать», издававшемся в 1920-е гг. Агитпропом ЦК РКП(б) и содержавшем массу инструкторских материалов по проблемам работы печатных и других СМИ.

Несмотря на обилие сохранившихся документов, оценка параметров финансово-экономической деятельности советских информационных агентств является нетривиальной задачей. Проблем тут несколько. С одной стороны, в архивных фондах РОСТА и ТАСС не сохранилось единообразных и полноценных годовых финансовых отчетов. Поэтому данные носят фрагментарный, а иногда и противоречивый характер. Некоторые из отчетов, обнаруженных нами, содержат промежуточные цифры, не позволяющие их полноценно сравнивать с результатами других лет. Показательно, что финансовые данные в разных документах в отдельных случаях противоречат друг другу, иногда достаточно серьезно. Наконец, реорганизации, которым подвергалась система в 1920-е гг., также добавляют проблем при анализе, поскольку в отчетных документах зачастую не были четко указаны разграничения между агентствами. В одних случаях, например, РОСТА в отчетах включало данные по республиканским агентствам, в других нет. Наконец переход от РОСТА к ТАСС как центральному советскому информационному агентству оказался долгим, и часть документации сложно маркируется, включает в себя как общие, так и частные показатели, содержит противоречия.

Однако, несмотря на эти трудности, комплексный анализ документов позволяет сформировать общее представление о характере хозяйственной деятельности РОСТА и ТАСС.

Общие характеристики хозяйственной деятельности РОСТА и других советских информационных агентств в 1920-е гг.

Советская система информационных агентств, формировавшаяся в условиях Гражданской войны, являла собой любопытный феномен структуры, действующей в экстраординарных условиях и направляемой экстраординарной философией. Основой ее стало телеграфное агентство РОСТА, которое с момента своего основания существовало как полифункциональная медиаструктура, серьезно отличавшаяся от известных на тот период классических информационных агентств. Отчасти это было связано с тем, что советское руководство имело мало опыта организации подобного рода деятельности, зато обладало колоссальным энтузиазмом и массой идей по преобразованию окружающего мира, которые отражались в том числе и на системе коммуникации. Соответственно, и хозяйственная модель нового агентства базировалась на экономических принципах, определявшихся политикой военного коммунизма (Бабюк, 2021 а). Модель эта была дотационной, однако с массой нюансов, связанных с глубоким экономическим кризисом и частичным возвратом к полунатуральному хозяйству (Там же).

Однако уже вскоре после окончания Гражданской войны и перехода к новому этапу государственного строительства советские органы вынуждены были, как известно, поступиться революционным романтизмом в угоду запросам реальной жизни. Под давлением обстоятельств руководством партии и правительства к жизни были возвращены многие элементы рыночного уклада.

Впрочем, разворот к Новой экономической политике, провозглашенный еще в марте 1921 г. на X съезде РКП(б), далеко не сразу коснулся советской системы массовой коммуникации. В частности, переход на хозяйственный расчет печатных СМИ начался только к концу года и растянулся на длительное время.

Российское телеграфное агентство начало этот переход еще позднее – во второй половине 1922 г. Он сопровождался масштабной структурной реформой самого агентства, бурным развитием на его основе всей советской системы производства и распростра-

нения массовой информации (Бабюк, 2021 б), а также изменением ключевых форм хозяйствования реорганизованных структур.

Суть этих изменений состояла, прежде всего, в избавлении РОСТА от непрофильных функций, отнимавших и без того немногочисленные на тот момент ресурсы. В частности, агентство перестало осуществлять выпуск газет, устную агитацию и многое другое (Бабюк, 2021 а: 84).

Одновременно в составе РОСТА было создано несколько новых структурных подразделений, призванных оптимизировать и расширить основную (информационную) деятельность как по тематической линии, так и по охвату. Так было создано отдельное Коммерческое Телеграфное Агентство (КТА), задачей которого стало распространение информации рыночного толка, а также ряд новых республиканских информационных агентств, которые подчинялись РОСТА, но занимались информированием в республиках Союза ССР. Причем если КТА фактически было подразделением РОСТА с особым набором функций, то республиканские агентства с самого начала обладали автономией, в частности хозяйственной.

То есть фактически в 1922 г. вместо отдельного полифункционального предприятия, занимавшегося разными видами информационной деятельности, началось создание сети узкоспециализированных информационных агентств, ориентированных на сбор, переработку и распространение информации.

Экономическая реформа состояла в переходе к хозрасчетной модели развития. Формально суть ее состояла в организации хозяйственной деятельности на принципах самоокупаемости. РОСТА (а с ним и республиканские агентства) должно было распространять информацию в печати на возмездных началах[2], окупая таким образом свои затраты.

В сфере массовой коммуникации создавался пусть и не очень свободный, но рынок, на котором хозяйствующие субъекты должны были вступать в договорные отношения, оплачивать получаемую информацию, услуги связи и пр. В этом смысле хозяйственный функционал информационных агентств не отличался от аналогичного в печатных изданиях. Все предприятия должны были теперь жить по средствам, зарабатывая на продаже информации и предоставлении услуг.

Для РОСТА и – позднее – других агентств основной статьей дохода должна была стать продажа информации. Соответственно,

несмотря на важную идеологическую роль, которую играли информационные агентства в политической системе, контролирующими хозяйственную деятельность страны органами (СНК, Наркоматом финансов, Госпланом и др.) они рассматривались в первые годы НЭПа как хозрасчетные предприятия[3], ключевой задачей которых был выход на самоокупаемость. По мере сил информационные агентства и пытались выстраивать свою деятельность на принципах хозрасчета.

Формально схема хозяйственной деятельности агентства выглядела следующим образом: РОСТА с сентября 1922 г.[4] занималось сбором, обработкой и распространением информации как внутри, так и вне страны на платной основе. При этом основным источником получения прибыли стала подписка. Подписчиками РОСТА являлись: «периодические издания, государственно-административные учреждения и предприятия СССР, состоящие на госбюджете и хозрасчете, также биржи, банки, акционерные о-ва, платящие по тарифу»[5]. Предполагалось, что подписка на информацию РОСТА, а также распространение коммерческой информации будут покрывать расходы агентства и способствовать выходу на самоокупаемость.

В целом эта схема, с известными оговорками, повторялась и на республиканском уровне. Вновь создаваемые агентства (прежде всего РАТАУ и ЗакТАГ) должны были ориентироваться на подписку как на основной источник коммерческих доходов.

На практике же складывающийся информационный рынок с момента появления не был свободным. Государственные и партийные институты даже с переходом на хозрасчет регулировали его особым образом, обеспечивая информагентствам достаточно комфортные условия существования.

Тарифы за информацию устанавливались Отделом печати ЦК РКП(б)[6] и должны были быть выше себестоимости производимой и распространяемой информации. При этом тарифы периодически индексировались[7], что было связано с рядом факторов: обесцениванием совзнаков как основной денежной единицы в первые годы НЭПа, общим повышением цен и тарифов, что увеличивало издержки агентства, наконец, вероятно, лоббированием интересов РОСТА на уровне ЦК. Рост тарифов зачастую вызывал резкое недовольство контрагентов, которые указывали на сложное материальное положение прессы и обращали внимание ЦК на привилегированное положение агентства[8]. Далеко не все периоди-

ческие издания могли оплачивать предоставляемые информационные услуги, что приводило к задержкам платежей или необходимости предоставления скидок[9]. Однако в целом ЦК в области тарифной политики скорее поддерживало РОСТА, учитывая объем издержек последнего, а также то, что тарифы РОСТА были не слишком высокими, составляя лишь 2–4% от расходов редакций центральных советских периодических изданий. То есть агентство находилось в благоприятном положении в отношении ценовой политики: с его интересами считались.

Такая поддержка РОСТА объясняется еще и безусловной значимостью его как политического института. Агентство держало на балансе совокупность средств и организационных структур (отделения, корпункты и пр.) для сбора, переработки и передачи информации, а также пользовалось услугами сторонних организаций. Среди последних были, прежде всего, подразделения Наркомата Почт и Телеграфов, которые обеспечивали услуги связи. Техническая передача информации в этот период стоила очень дорого, к тому же цены периодически поднимались, что тяжело отражалось на финансах агентства.

Еще одной проблемой для руководства РОСТА стали сложные и запутанные финансово-экономические отношения с республиканскими телеграфными агентствами, которые находились с РОСТА в договорных отношениях в области обмена информацией. Представители республиканских агентств сетовали на требования РОСТА об уплате разницы между полученной и отправленной информацией, считая их грабительскими: хозяйственная слабость региональных подписчиков не позволяла им зарабатывать достаточно средств и требования Москвы воспринимались как чрезмерные. Впрочем, республиканские агентства в хозяйственном отношении подчинялись местным партийно-политическим структурам, которые выделяли субсидии на их деятельность. В свою очередь, учредители агентства предполагали на первых порах субсидировать и РОСТА, рассчитывая на поэтапное сокращение издержек и выход на самоокупаемость.

Наконец, самыми сложными в финансово-экономическом плане для РОСТА были вопросы работы за рубежом, будь то финансовые отношения с иностранными агентствами, которые поставляли ему информацию на договорной основе, или организация собственных корреспондентских пунктов. Для работы за рубежом требовалась валюта, которой у советского государства

было немного . Однако, учитывая важность вопроса, зарубежная деятельность субсидировалась. Судя по документам, перед руководством РОСТА не ставилась задача обеспечения рентабельности своей международной деятельности.

Учитывая все сказанное, для РОСТА, как и для республиканских агентств, были созданы условия, существенно упрощавшие переход на частичную самоокупаемость. Как уже было сказано, агентство занимало монопольное положение на рынке информации, поставляя ее в советские печатные СМИ на безальтернативной основе. Издания были вынуждены подписываться на информацию от центрального информационного органа, что существенно упрощало его работу. Да они, как правило, и не имели других значимых источников получения информации.

Также РОСТА было приравнено к бюджетным предприятиям и освобождено полностью или частично от уплаты налогов и сборов[10].

Однако реальных возможностей для выхода на полную самоокупаемость у советских информационных агентств в условиях 1920-х гг. не было: слишком уж высоки были издержки. Судя по тональности документов, среди лиц, принимавших решения в отношении РОСТА, не было понимания истинного положения вещей. Если зарубежная деятельность агентства субсидировалась достаточно широко и безоговорочно, то в отношении информационной деятельности внутри страны у учредителей и контролирующих органов сохранялись иллюзии о возможности перехода на самоокупаемость. Во многих отчетах, а также запросах на дополнительные субсидии представители РОСТА регулярно поднимали вопрос о нерентабельности, как бы оправдываясь за невыполнение поставленных целей. Эти вопросы поднимаются в документах агентства даже в конце 1920-х гг., когда в условиях сворачивания НЭПа вопрос рентабельности средств массовой информации отошел на второй план[11].

На практике переход к хозрасчету для РОСТА и отделившихся от него республиканских информационных агентств оказался болезненным мероприятием. Слишком уж сложными были условия, в которых оказалась вся система массовой информации в первой половине 1920-х гг., а также объемными и затратными те мероприятия, которые реализовывали информационные агентства в этот период. Среди системных проблем были слабость финансово-экономической базы советской печати, недостаток финансовых

инструментов, техническая отсталость, необходимость постоянного расширения деятельности и многое другое. Неоправданно высокими были себестоимость сбора и доставки информации, функционирования отделений, стоимость многих базовых услуг, что дополнительно увеличивало издержки агентств. При этом с агентств никто не снимал внутриполитических задач, нерентабельных, но необходимых с точки зрения информационных стратегий советской власти[12]. И наконец, важнейшим препятствием для выхода на самоокупаемость была крайне подвижная структура советских телеграфных агентств в 1920-е гг.. Восстановление дипломатических отношений СССР со многими странами мира, а также увеличение внутренней корреспондентской сети приводили к непрерывному росту агентств и периодической структурной перетряске. Все это способствовало и постоянному росту расходов.

Ну и платежеспособность многих контрагентов РОСТА в тот период была недостаточной для того, чтобы обеспечить ритмичные платежи. Предприятия и издания зачастую просто не были способны стабильно оплачивать информационные услуги[13]. Если в крупных городах советские газеты и журналы имели неплохие обороты и прибыли за счет тиражей и рекламы, то ситуация в региональной (особенно крестьянской и национальной) печати была плачевной. Сами издания здесь еле сводили концы с концами и существовали зачастую на дотационной основе, будучи неспособными регулярно оплачивать получаемую информацию. В этих условиях информационным агентствам было сложно добиться стабильного сбора доходов. Ситуация несколько улучшилась на протяжении 1920-х гг., однако большая часть низовой печати – районной, крестьянской, национальной и т. п., то есть той, что изначально была дотационной и политически детерминированной, – все равно испытывала проблемы с оплатой услуг информационных агентств. Совокупность всех этих факторов приводила к тому, что РОСТА с самого начала НЭПа нуждалось в господдержке для организации полноценной деятельности.

Наконец, нельзя не отметить как ключевой фактор реализации хозяйственной политики информационных агентств изменившуюся в 1920-е гг. политическую конъюнктуру. По мере укрепления политической системы вопрос перехода СМИ на самоокупаемость утрачивал свою актуальность. Это не значит, что с контор газет, журналов или информационных агентств снималась эта задача. Однако государственные органы все реже ставили этот вопрос

во главу угла, охотно выделяя субсидии тогда, когда это было необходимо. В первую очередь это коснулось информационных агентств. Так, несмотря на разговоры о самоокупаемости, объем субсидий в хозяйственной деятельности РОСТА и – позднее – ТАСС ежегодно рос. Субсидии, льготы и другие скрытые и явные преференции играли все более существенную роль в развитии информационного дела. Поэтому применительно ко второй половине 1920-х гг. можно говорить о закреплении субсидиарно-подписной модели функционирования ТАСС и республиканских агентств. Возникшая сразу после перехода к НЭПу как временная, она оказалась наиболее актуальной в сложившихся условиях.

Интересно, что руководство ТАСС даже пыталось закрепить ее юридически. В одном из проектов Положения о Телеграфном Агентстве Советского Союза, которое предлагалось для утверждения СНК, отдельно прописывалось, что агентство существует на началах коммерческого расчета, однако средства его составлялись не только из подписной платы и средств от обслуживания контрагентов, но и дотаций Правительства СССР[14]. Хотя в конечный вариант Положения этот текст не вошел, однако сам по себе документ весьма красноречиво демонстрирует ход мысли управленцев в этот период. То же самое пытались проделать представители РАТАУ при утверждении Положения об этом агентстве.

Финансово-экономические аспекты работы системы информационных агентств в условиях 1920-х гг.

Основы операционной деятельности и особенности работы

Как уже отмечалось, основу операционной деятельности советских информационных агентств составляли сбор, обработка и распространение информации в стране и в мире, которые осуществлялись через систему собственных отделений и корреспондентских пунктов, а также путем обмена со сторонними агентствами в стране и за рубежом на договорной основе. Технически они осуществлялись посредством телефонной, радио- и телеграфной связи. Кроме того, советские агентства выпускали печатные вестники или бюллетени.

Существовал ряд нюансов, определявших функционал и специфику деятельности агентств. Так, монополией на сбор и распространение информации за рубежом обладало РОСТА, а после создания в 1925 г. союзного агентства – ТАСС. Для этого был

развернут ряд отделений и корреспондентских заграничных пунктов, а также заключены договора с рядом крупнейших мировых телеграфных агентств. Впрочем, в отдельных случаях свои корреспондентские пункты за рубежом могли иметь и республиканские агентства. В частности, РАТАУ разрешалось в виде исключения иметь такие пункты в местах проживания украинского населения[15].

Выделившиеся из состава РОСТА республиканские агентства занимались, за редким исключением, местной информацией, причем предполагалось их исключительное право на работу в своем регионе, с условием передачи и получения информации из центра на договорной и возмездной основе. Так, в Положении о Закавказском телеграфном агентстве указывалось, что оно «собирает и распространяет своими средствами связи информацию, для чего устанавливает по всей ЗСФСР своих агентов, а равно и корреспондентов»[16]. Здесь же указывалось, что «на территории ЗСФСР Закгагу предоставляется исключительное право распространения по газетам союзной, закавказской и иностранной информации»[17].

Созданно на волне Новой экономической политики Коммерческое телеграфное агентство при РОСТА фокусировалось на распространении актуальной финансово-экономической информации. Рекламный проспект Коммерческого телеграфного агентства, выпущенный в 1924 г., очерчивал его деятельность: «КТА ставит себе основной целью широко осведомлять коммерческие организации о товарных ценах и о конъюнктуре рынка.

КТА имеет по всему СССР густую сеть коммерческих корреспондентов, ежедневно информирующих КТА о ценах на товары и продукты.

КТА ежедневно рассылает своим подписчикам (к началу делового дня) свои бюллетени: финансовый, продовольственный, текстильный, сырьевой, биржевой и др.

КТА обслуживает специальными телеграммами Госплан, МТБ, Нефтесиндикат, Сахаротрест, Хлебопродукт и др. организации по их особым заданиям.

КТА выполняет любые поручения коммерческих органов по снабжению информацией мест (курс червонца, золрубля, валюта, цены на товары и т. д.)

КТА связано с рядом мировых центров: Берлин, Париж, Лондон, Нью-Йорк, Чикаго, Гамбург, Гельсинфорс, Прага, Вена, Варшава и т. д.

КТА осведомляет коммерческие органы о мировых ценах на хлеб, сахар, нефть, металлы, химпродукты, хлопок, масло и т. д. <...> КТА имеет отделения в Ленинграде, Харькове, Ташкенте, Оренбурге, Новониколаевске, Чите, Тифлисе, Баку, Ростове-на-Дону, Краснодаре и др. городах. Корреспонденты во всех торговых пунктах СССР»[18].

Данное объявление, несмотря на рекламный характер, описывает основы операционной деятельности не только КТА, но и РОСТА в целом. Все же коммерческое агентство, несмотря на формальную обособленность, было структурным подразделением Российского телеграфного агентства, осуществляло свое функционирование на мощностях последнего, пользовалось его корреспондентской сетью и средствами связи. Разница была в том, что РОСТА концентрировалось на информации общественно-политического и социокультурного характера. В документах агентства отмечалось, что «"РОСТА" имеет своим назначением сообщать по всей СССР и за границей политические, финансово-экономические, торговые и другие, имеющие общественный интерес, сведения за плату»[19].

Далеко не вся операционная деятельность советских информагентств была ориентирована на извлечение прибыли: работа РОСТА, а позднее ТАСС на зарубежном направлении практически полностью субсидировалась государством. Кроме того, агентства в ряде случаев должны были снабжать внутриполитической информацией государственные и партийные организации на безвозмездной основе.

Наконец, агентства должны были заниматься освещением экстраординарных политических событий (прежде всего, съездов, партконференций, международных событий и т. п.). Последнее требовало расходов, зачастую достаточно существенных, но не приносило прибыли, поскольку информация в этом случае распространялась в стране и в мире на общих основаниях. Последнее существенно осложняло борьбу за финансовую эффективность, но советская система массовой коммуникации создавалась как политический инструмент, и даже в эпоху НЭПа этот фактор оставался определяющим для организации операционной деятельности.

Фактически на протяжении 1920-х гг. объемы операционной деятельности агентств увеличивались, что было связано с ростом числа отделений и корреспондентских пунктов, сменой технических решений, увеличением объема информации.

Бурный структурный и количественный рост агентств продолжался только до середины 1920-х гг. Это выражалось в ежегодном росте объемов переданной информации, постепенном техническом перевооружении, увеличении числа работников. В частности, если состав центрального отделения РОСТА на конец 1923 г. насчитывал 170 человек[20], то в 1925 г. их было более 300, при общем количестве сотрудников по стране более 1 000[21]. До конца 1920-х гг. количество людей принципиально не менялось, колеблясь в пределах названных чисел[22]. Система достигла пределов роста в условиях НЭПа и до структурной перестройки экономики Советского Союза существенно не росла.

Финансово-экономические аспекты деятельности

В финансовых документах агентства отмечалось: «На основании ст. 4 п. 2 Положения об Р.Т.А. средства его составляются: а/ из подписной платы за информацию и других доходов и б/ дополнительных субсидий ВЦИК на покрытие дефицита РТА»[23]. Расходы были более дифференцированы, однако их совокупность отражалась в документации также в виде нескольких основных групп.

Таблица 1

Структура доходов и расходов РОСТА/ТАСС в условиях 1920-х гг.[24]

Доходы	Расходы
Подписка РОСТА/ТАСС	Техническая связь
Подписка КТА	Содержание штата (з/п, местком, соцстрах и т. п.) и гонорар
Разные доходы (проценты, продажа имущ., перевалютировка и т. п.)	Общие расходы (организационные, хозяйственные и т. п.)
Субсидия рублевая	Амортизация
Субсидия валютная	Скидки, комиссия, неблагонадеж.долги и расходы на бесплатную информацию

Таблица 1 довольно грубо очерчивает структуру движения финансовых средств. На практике даже структура доходов агентства требует пояснений.

В первую очередь это касается подписной платы. Несмотря на то что фактически Коммерческое телеграфное агентство было подразделением РОСТА/ТАСС и их отделения работали по стране совместно, подписка, а также доход от нее в документах, как правило, учитывались отдельно. В свою очередь, валютные субсидии

как источник дохода появились в бюджете не сразу, и в отдельных случаях РОСТА или ТАСС могли получать разовые экстраординарные дотации на развитие. Наконец, доходы из категории «разные» могли существенно варьироваться в зависимости от года и ситуации. Вот как это выглядело на практике (см. табл. 2).

Таблица 2

Доходы РОСТА в 1922–1923 бюджетном году (по данным бухгалтерии РОСТА и НКФ)[25]

Статья доходов	По данным РОСТА		По данным Наркомата Финансов	
	Зол. руб.	%	Зол. руб.	%
1/ Подписная плата	69 637,48	19,5	69 637,48	27,96
2/Проценты, случайные доходы	1 564,39	0,4	1 564,39	0,62
3/ Доходы отделений	76 105,02	21,27	76 105,02	30,56
4/ Курсовая разница	118 409,40	33,07	101 755,90	40,86
5/ Субсидия	92 172,84[26]	25,76	-	-
Итого	**357 889,13**	**100**	**249 062,79**	**100**

Доходы отделений в таблице также относились к подписным. В отчетности РОСТА такое деление доходов встречалось и позднее, однако вместе с делением на доходы РОСТА и КТА. Особенно такое деление было характерно для первых лет НЭПа, когда московская подписка обеспечивала существенную часть доходов.

Данная таблица в некотором смысле аномальна, поскольку здесь доходы отделений выделялись в отдельную статью, присутствует такая статья, как «курсовая разница», которая была следствием хождения в стране двух систем денежных знаков. К тому же приведенные цифры противоречат некоторым более поздним данным. Однако она показательна как общий пример.

Статья доходов от подписки обеспечивалась за счет распространения информации по подписке всеми возможными способами, начиная от передачи по радио и заканчивая бумажными носителями.

Эти доходы – особенно в первые годы НЭПа – делились на центральные и региональные. Вот как это деление выглядело в финансовых отчетах за 1924–1925 и 1925–1926 гг.

Таблица 3

Доходная смета РОСТА/ТАСС
по подписке на 1924–1925 и 1925–1926 бюджетные годы (руб.)[27]

Наименование дохода	По смете тек. года утверждено		Факт выполнения тек. бюдж. года по кн. на 1 мая с.г.		Проектируется на 1924–1925 б.г. и 1925–1926 б.г.	
По РОСТА	***1924/25***	***1925/26***	***1924/25***	***1925/26***	***1925/26***	***1925/26***
Подписка московская	78 114	160 000	93 002,65	118 781,84	160 000	268 800
Подписка провинциальная	133 214	300 000	156 689,06	260 632,49	300 000	520 000
По КТА	***1924/25***	***1925/26***	***1924/25***	***1925/26***	***1924/25***	***1925/26***
Подписка московская	146 352	120 000	97 465,87	60 440,82	120 000	120 000
Подписка провинциальная	43 117	60 000	40 606,74	29 021,56	60 000	60 000
ИТОГО	**400 797**	**640 000**	**387 764,32**	**468 876,71**	**640 000**	**968 800**

Принципиально такое деление ничего не меняло, но позволяло оценить значимость центральных органов агентства как в распространении информации, так и в обеспечении его финансовой устойчивости. Ну и косвенно указывало на характер развития экономики в первой половине 1920-х гг. В условиях слабой экономики Москва обеспечивала до 40% доходов от подписки.

Гораздо более сложной была структура дополнительных доходов РОСТА/ТАСС, которые чаще всего обозначались в документах под категорией «разное». Эти доходы были, как правило, самыми непостоянными и сильно зависели от конъюнктуры. Как говорилось, в число доходов этого типа входила прибыль от так называемой «курсовой» разницы. По итогам первого года работы на хозрасчетных началах агентство получило более 100 тысяч рублей[28] прибыли от так называемой «перевалютировки». В этот период в стране ходили одновременно две валюты – совзнаки и червонные рубли, причем первые стремительно обесценивались, а агентство получало прибыль от обмена полученных от государства или контрагентов средств по более выгодному курсу. Однако этот тип доходов агентства отмечался в документах только в первый год работы на хозрасчете.

Что касается других видов доходов в категории «разное», то в первые годы существования агентства на началах хозрасчета они

были незначительными. Так, в том же 1922–1923 финансовом году на долю случайных доходов пришлось всего 1 564 руб. 39 коп., которые в основном пришлись на проценты от ценных бумаг и счетов агентства. Однако по мере становления внутреннего рынка, а также расширения РОСТА/ТАСС и ассортимента их услуг количество статей дополнительных доходов существенно возросло. Так, в частности, в 1926–1927 бюджетном году среди них числились следующие (см. табл. 4):

Таблица 4

Разные доходы и поступления ТАСС в 1 полугодии 1926–1927 финансового года (руб.)[29]

	Статья дохода	Сумма
а	От домоуправления за аренду торговых и жилых помещений	2 735
б	Случайные поступления /продажа негодн. имущества/	500
в	Доходы фотографии	1 750
г	Возврат телеграфных расходов от союзн. агентств	3 200
д	Возврат телеграфных расходов от республ. агентств и газет	6 549
е	От республ. агентств за использование информации	1 500
ж	Возврат расходов от РОСТА	5 400
з	Доход от продажи справочника «Все страны»	500
	Итого	**22 135**

Однако и данная таблица не отражает всех дополнительных доходов агентства за указанное полугодие. Так, отдельной статьей здесь шли «чрезвычайные доходы и поступления по векселям и открытым счетам», по которым ТАСС получил 45 тыс. рублей[30].

Наконец, нужно отметить, что во второй половине десятилетия ассортимент услуг агентства уже включал изготовление и рассылку клише для издательств и редакций[31]. На эту услугу также могли оформляться подписка или заключаться дополнительные соглашения[32].

В целом же доля разных доходов в балансе РОСТА/ТАСС была довольно невысокой.

Вместе с тем важнейшую роль в обеспечении финансовой устойчивости РОСТА/ТАСС играли субсидии, выделяемые государством. Ими покрывалась разница между доходами и расходами внутри страны, а также полностью обеспечивалась зарубежная деятельность агентства.

Выделение субсидий происходило следующим образом: руководство агентства обращалось с соответствующим запросом (включавшим сметные документы и объяснительную записку к ним) непосредственно в Совет Народных Комиссаров, представители которого после согласования с Наркомфином принимали соответствующее решение о выделении средств. В документах РОСТА вопрос выделения субсидий описывался следующим образом: «Размер субсидии устанавливается на каждый сметный период бюджетным совещанием и утверждается СНК»[33].

Субсидирование носило довольно сложный характер. Оно было ключевым источником доходов агентства с момента формирования. Однако в условиях перехода к НЭПу как объемы, так и общий характер дотаций изменились. Они состояли из двух отдельных статей. Первая была связана с организацией зарубежной работы агентства, вторая направлялась на покрытие дефицита, образовавшегося в результате операционной деятельности внутри страны.

Заграничная работа была политически чувствительна, да и требовала больших расходов в иностранной валюте, которая по понятным причинам отсутствовала у агентства. Поэтому она субсидировалась отдельно суммами, выделяемыми исключительно под эти расходные статьи[34]. Разница цен между странами просто не позволяла агентству осуществлять эффективную деятельность за рубежом на свои средства. К тому же зарубежные отделения и корпункты в первые годы после перехода на хозрасчет не приносили никакой прибыли, в том время как на их содержание уходило до ¼ всех расходов РОСТА[35]. Эта сумма полностью покрывалась субсидиями, которые агентство и получало по отдельной смете. Характер этой субсидии был безусловным, она не зависела от конъюнктуры.

Субсидии на осуществление деятельности внутри страны также были постоянными, но их размер варьировался от года к году. Они были меньшими по объему по сравнению с субсидиями на зарубежную деятельность[36]. Но, главное, они не гарантировались как постоянный источник дохода для агентства, а запрашивались ежегодно на основании критериев, связанных с ростом тарифов, увеличением объемов деятельности внутри страны, увеличением других издержек и т. п.

При этом регулирующие органы (прежде всего, Наркомфин и Госплан) постоянно предлагали сокращать размер ежегодных го-

сударственных субсидий, выделяемых РОСТА на информационную деятельность внутри страны, мотивируя это как раз хозрасчетным характером деятельности агентства[37]. В свою очередь, руководство РОСТА яростно сопротивлялось попыткам сокращения субсидий, апеллируя к политическим задачам, которое выполняло[38]. В конечном итоге размер субсидии определялся на уровне Совета Народных Комиссаров, который был финальной инстанцией[39] (см. табл. 5).

Таблица 5

Размер субсидий, выделяемых РОСТА/ТАСС государственными органами (руб.)[40]

Тип субсидии	1922–23	1923–24	1924–25	1925– 26	1926–27
валютная	н/д	н/д	349 983,06	390 000	н/д
внутренняя	92 172,84 или 420 166,65[41]	339 136,37	189 910,50	100 000	75 000
Всего	**н/д**	**н/д**	**539 893,56**	**490 000**	**н/д**

Появившиеся в течение первой половины 1920-х гг. республиканские информационные агентства (РАТАУ, ЗакТАГ) не осуществляли деятельности за рубежом, поэтому получали субсидии только на организацию работы внутри республик. Будучи органами республиканских СНК, они субсидировались из республиканских бюджетов, а также косвенно дотировались РОСТА. Последнее было связано с недостаточно урегулированными отношениями между агентствами. После перехода на хозрасчетные отношения между агентствами были установлены договорные отношения, согласно которым обмен информацией производился на возмездной основе. Однако на практике система работала плохо. Взаиморасчеты осуществлялись плохо, а агентства обвиняли друг друга в недобросовестном поведении. Так, в частности, в переписке представители РАТАУ и ЗакТАГ периодически жаловались на требования представителей ТАСС об уплате разницы между получаемой и отправляемой республиканским агентствам информацией, а также претендовали на часть выделяемых ТАСС субсидий[42]. В свою очередь, руководство ТАСС в отчетах периодически указывало на недобросовестность отделений в области финансовых взаимозачетов[43].

В целом же система прямого субсидирования со стороны союзных и республиканских государственных органов сохранялась все 1920-е гг. и, несмотря на повторявшиеся даже в период сворачива-

ния НЭПа декларации по выходу на самоокупаемость, оставалась одним из важнейших элементов финансовой стабильности советских информационных агентств.

Наконец, нельзя не отметить целый ряд скрытых элементов субсидирования, которое предоставляло государство информационным агентствам, как важнейшим проводникам его политики. Агентства существовали в режиме наибольшего благоприятствования и получали целый ряд льгот, позволявших существенно уменьшать их издержки.

В первую очередь это были налоговые льготы. Они были установлены с момента перехода РОСТА на хозрасчет и сохранялись в течение всего периода НЭПа[44]. После образования ТАСС налоговые льготы были установлены постановлением СНК. В нем отмечалось, что ТАСС «приравнено в отношении обложения общегосударственными и местными налогами к учреждениям, состоящим на государственном бюджете»[45]. Это выражалось в освобождении от некоторых налогов и в установлении льготных тарифов. Республиканские агентства в отношении налогообложения были приравнены к ТАСС[46].

К другим формам субсидирования, существенно облегчавшим работу агентств, можно отнести льготы на использование коммуникационных сетей. Тарифы за пользование всеми видами связи устанавливались Наркоматом Почт и Телеграфов, и информационные агентства получали существенные скидки на их использование. Последнее было закреплено в Положениях об агентствах, принимаемых высшими органами государственной и республиканской власти[47]. Эта скрытая форма субсидирования была самой значимой, поскольку на расходы по использованию связи даже с учетом скидок приходилось до 50% расходов агентств.

Наконец, агентствам предоставлялись льготы по выполнению социальных обязательств. В частности, действовал льготный тариф на социальное страхование[48]. В частности, с января 1926 г. специальным постановлением ЦИК и СНК СССР для ТАСС устанавливался временный льготный «% на отчисления в фонды, состоящие в распоряжении страховых органов» (7,5%) и «% отчислений в фонд врачебной помощи» (2,5%)[49].

Структура расходов

Структура расходов агентств была намного сложнее, чем доходная часть. Осуществление деятельности требовало трат по множе-

ству различных позиций, количество которых, как и соотношение расходов, варьировалось в зависимости от бюджетного года. Общую картину восстановить довольно сложно, поскольку документы этого периода не составлялись по единому образцу, а потому близкие по сути расходы могли объединяться или, наоборот, проходить по разным статьям. Вот как выглядела расходная часть бюджета по итогам 1922–1923 г. (см. табл. 6):

Таблица 6

Счет убытков (расходов) РОСТА за 1922–1923 бюджетный год (по данным бухгалтерии РОСТА и НКФ)[50]

Статья расходов:	По данным Роста		По данным Наркомата финансов	
	Руб,	%	Руб,	%
1/ Зарплата	30 995,85	11,32	30 995,85	12,02
2/ Гонорар	9 453,99	3,45	9 453,99	3,67
3/ Соц. страхование	2 825,96	1,03	2 825,96	1,09
4/Техн. связь	67 740,32	24,73	67 740,32	26,26
5/ Общие расходы	15 947,13	5,82	15 947,13	6,18
6/ Ремонт	29 703,12	10,84	13 727	5,32
7/Скидки, комиссия, неблагонадежные долги	3 325,27	1,21	3 325,27	1,29
8/ Расходы отделений	113 953,53	41,6	113 953,53	44,17
Итого	**273 945,17**	**100**	**257 969,05**	**100**

Как видно из приведенных данных, наиболее значимая доля расходов приходилась на техническую связь. Они составляли около 25% всех трат центрального отделения РОСТА. В расходах отделений они могли составлять даже большую долю. Однако, как уже отмечалось, данные по 1922–1923 финансовому году противоречивы и не могут быть взяты за абсолют. Более поздние материалы РОСТА указывают на еще более высокую долю технической связи в структуре расходов. Так, за 8 месяцев 1924–1925 г. они составили 46% общих трат.

Таблица 7

Общие расходы РОСТА
с 1 октября 1924 г. по 1 июня 1925 г.[51]

Месяц	Общий расход		Зарплата		Тех. связь		Разные хозяйств. расходы	
	Руб.	%	Руб.	%	Руб.	%	Руб.	%
Октябрь	91 491,51	100	24 807,38	27,3	46 106,17	50,4	20 577,96	22,3
Ноябрь	79 196,11	100	27 429,96	34,6	35 131,71	44,4	16 634,44	20
Декабрь	87 695,13	100	32 361,02	36,9	38 953,57	44,5	16 380,54	18,6
Январь	101 567,96	100	32 529,56	32	51 641,17	50,8	17 397,23	17,2
Февраль	84 224,83	100	32 731,76	38,9	37 674,86	44,8	13 818,21	16,2
Март	98 888,16	100	40 988,12	41,4	42 706,51	43,2	15 193,53	15,3
Апрель	89 910,86	100	39 327,85	43,7	41 920,66	46,7	8 662,35	9,6
Май	110 706,74	100	41 937,92	37,8	47 855,80	43,8	20 913,02	18,9
Итого	**743 681,30**	**100**	**272 113,57**	**36,8**	**341 990,45**	**46**	**129 577,28**	**17,4**

По итогам всего года цифра незначительно снизилась, но и в финальном отчете за 1924–1925 финансовый год указывалось, что на почтовые, телефонные и телеграфные расходы приходилось более 43% общей расходной части бюджета[52].

Большая часть статьей расхода агентств носила более-менее постоянный характер. В частности, это касается зарплат, социального страхования и гонораров. Они, конечно, корректировались в связи с пересмотром тарифов, изменениями в коллективных договорах и т. п., однако доля этих изменений была не слишком значительной. Другие расходы носили переменный характер. В частности, такая статья, как ремонт была, по понятным причинам разовой. Однако так или иначе амортизационные расходы в этой части бюджета были постоянными. Другое дело, что доля таких трат была, как правило, незначительной.

Естественно, что указанная в таблице 7 структура расходов агентства носила самый общий характер. Детализация их сложна и требует отдельного исследования. Однако, например, в отчете, на основе которого сформирована данная таблица, есть любопытная разбивка по статье «общие расходы», которая позволяет объемно оценить особенности работы РОСТА в первые годы НЭПа.

Таблица 8

Общие расходы РОСТА в 1922–1923 финансовом году

Тип расхода:	Совзнаки	Зол. курс 400 (в зол. рублях, курс обмена на совзнаки на окт. 1923 г.)
Канцелярский расход	875 987,44	2 189,97
Расход по выпуску бюллетеней	804 413,30	2 011,03
Технические материалы	546 018,10	1 365,04
Выписка провинц., моск. и загран. изданий, справочников, журналов и публикаций	427 306,03	1 068,26
Автотранспорт	376 818,30	942,05
Содержание телеграф. отдела	62 626	156,56
Разъезды, трамв., служ. и гуж. железн. транс.	233 560,23	583,90
Типографский расход	68 861,39	172,16
Телеграф. расход	216 614,04	541,53
Почт. расход и спешная почта	548 614,48	1 371,54
Услов. адреса, объявл., газ	8 856,31	22,14
Съезды	54 981,10	137,45
Командировка	52 568,69	131,43
Ремонт жилищ. помещений	50 875,15	127,19
Содержание дома и расх. по дому	210 076,61	525,19
Аренда дома	59 243,70	148,10
Освещение	91 380,96	228,45
Канализация и водопровод	42 156,57	105,39
Отопление	801 148,21	2 002,88
Разный мелк. /ремонт/расход	464 370,08	1 160,94
Стипендии	133 874,72	334,68
Шефство	248 500	621,25
Итого	**6 378 851,41**	**15 947,13**

Данные 1922–1923 гг. не совсем показательны, поскольку они представляют первый год работы агентства на началах хозрасчета. В последующие годы РОСТА/ТАСС расширилось, увеличилась его капитализация, объем активов, наконец, изменилось соотношение ряда как расходных, так и доходных статей. Например, агентство получило собственное помещение и впоследствии, как видно

из табличных данных, даже получало прибыль от сдачи помещений в аренду. Появились дополнительные технические расходы. Однако общая логика бюджета в условиях 1920-х гг. оставалась неизменной.

Динамика финансово-экономической деятельности информационных агентств

Картина развития советских информагентств была бы неполной без определения вектора развития хозяйственной деятельности в 1920-е гг. Однозначную оценку дать сложно, учитывая условия, в которых развивалась система агентств, а также противоречивость задач, которые перед ними ставились. Однако можно отметить, что система эта существенно окрепла за первую половину 1920-х гг., разрослась структурно и масштабировала свою деятельность на территорию всего Союза и за рубеж. Существенно возросли доходы агентства от основных видов деятельности, были оптимизированы многие процессы. Если верить отчетным документам, в первой половине 1920-х гг. РОСТА, а потом и ТАСС были убыточными, однако с каждым годом становились все более финансово эффективными. В частности, в январе 1926 г. в докладе на заседании совета ТАСС отмечалось: «Из приложенных таблиц-сводок за отчетный 1924/25 и за предшествующий 1923/24 год – видно, что собственные доходы Агентства по червонной смете в отчетном году достигли цифры р. 1 286 704,51, т. е. 87,12% баланса против руб: 744 271,78, т. е. 68,68% баланса прошлого года, что дает превышение на Р. 542 432,73, т. е. на 73%. В то же время субсидия в отчетном году Р. 189 940,50, составляя 12,88% баланса против субсидии 1923/24 г. – Р. 339 136,37, составлявшей 31,32% баланса, меньше на Р. 149 195,87, т.е. меньше на 44%.

Сопоставление этих процентов, т. е. 87,12% и 12,88% собственных доходов и субсидии против плюс 73% и минус 44% разницы между отчетным и предшествующим бюджетным годом, ясно доказывает стремление Агентства довести свою деятельность до самоокупаемости и возможность достижения этой цели. Особенно если сравнить с цифрами 1922/23 бюдж.г., дающими следующее %-ное отношение собственных доходов и субсидии к общему балансу, а именно: собственные доходы в 1922/23 б.г. составили сумму – Р. 341 595,23 из общего баланса в Р. 761 761,88, т. е. 44,83% и субсидия за тот же год Р. 420 166,65, т. е. 55,17% баланса»[53].

Впрочем, приведенные данные не должны вводить в заблуждение. С одной стороны, они не всегда подтверждаются более

ранними финансовыми отчетами агентства. Вполне возможно, что данные по первым годам развития на хозрасчетных началах использовались для доклада произвольно. С другой, на том же заседании совета ТАСС отмечалось множество проблем финансового характера, мешавших выходу на самоокупаемость. Среди них отмечались: необходимость больших вложений в техническое перевооружение, уменьшение субсидий по внутренней смете, прогрессирующая задолженность со стороны республиканских агентств[54]. Как следствие, отмечалось: «Все указанные обстоятельства не могут не создать для ТАСС чрезвычайно тяжелого финансового положения, которое в настоящем бюджетном году должно еще более обостриться»[55]. Выход из ситуации, кроме оптимизации финансовой деятельности, виделся руководителям ТАСС в сохранении льготных тарифов на передачу информации, выделении экстраординарных субсидий и кредитов[56], то есть руководство ТАСС апеллировало к государству в попытках решить свои проблемы. Апелляция выглядела вполне логично ведь агентство было государственным и государство создавало часть этих проблем.

Тем не менее, если рассматривать операционную деятельность РОСТА/ТАСС в течение 1920-х гг. в комплексе, можно отметить поступательный рост ее объемов. В финансовом плане это выглядело следующим образом:

Таблица 9

Доходы и расходы по внутренней смете РОСТА и ТАСС (1922–1927) (руб.)[57]

Год	1923–1924	1924–1925	1925–1926	26–27 за 1е полугодие (в скоб. ориент. за год)
Расходы	1 122 208,58	1 470 779, 79	1 257 645,87	884 878,07 (ок. 1 770 000)
Доходы	1 083 408,15	1 476 642,01	1 068 800	810 102 (ок. 1 620 000)
Из них субсидия	339 136,37[58]	189 910,50	100 000	37 750 (75 000)
Прибыль/ Убыток	-38 800,43	+5 862,22 р.	-188 845,87	-74 876,07 (ок. 150 000)

Таблица 9 оставляет больше вопросов, чем дает ответов. Как видно из приведенных данных, агентство развивалось поступательно, последовательно увеличивая объемы работы и прибыли при постоянном сокращении субсидий. Исключением стали 1925–1926 гг., когда видна просадка, связанная с реорганизацией

агентства и общей ситуацией на внутреннем рынке СССР. Однако итогом деятельности было постоянное накопление убытков, которое руководство пыталось купировать за счет получения у учредительных органов разовой экстраординарной субсидии.

Другой проблемой является достоверность приведенных данных. Все они взяты из отчетов, докладных записок, обращений РОСТА/ТАСС разных лет. Сличение разных документов дает картину вольного обращения с цифрами, которые не всегда согласованы по годам и достоверность которых не полностью подтверждается сторонними структурами. В силу этого данные могут носить приблизительный характер.

Наконец, в данной таблице не учтены результаты зарубежной деятельности агентства. Прибыли она не приносила и, как уже отмечалось, полностью покрывалась валютной субсидией от государства. Зарубежные операции отражались в отчетности, влияли на конечный финансовый результат, в отдельные годы в них генерировались убытки.

Тем не менее данные позволяют говорить о ритмичном развитии хозяйственной деятельности РОСТА/ТАСС в течение 1920-х гг. при сохранении целого ряда сложностей объективного и субъективного характера, препятствовавших оптимизации его работы.

Заключение

В течение 1920-х гг. система советских информационных агентств, прежде всего РОСТА/ТАСС, осуществляла свою финансово-экономическую деятельность в весьма противоречивых условиях. Задачей агентств был постепенный выход на самоокупаемость. Однако по ряду причин в условиях 1920-х гг. это оказалось невозможным. Агентства постоянно росли и реорганизовывались, вынуждены были осуществлять регулярное технологическое перевооружение, выполняли различные дополнительные, но актуальные политические задачи, требовавшие привлечения дополнительных ресурсов. К тому же они действовали в условиях слабого внутреннего рынка, роста тарифов и ряда субъективных факторов. Все это способствовало увеличению зависимости агентств от государственного субсидирования.

Сворачивание НЭПа в стране постепенно снизило актуальность перехода на хозрасчет: политические задачи информационных агентств оказались гораздо важнее достижения ими хозяйст-

венной эффективности. Однако, несмотря на это, в документах агентства даже к концу периода ставились задачи по финансово-экономической оптимизации деятельности. Так, в датируемой 1928 г. черновой «Схеме технического и хозяйственного переоборудования, а также финансового положения ТАСС на 1928/29–32/33 г.» одной из основных задач была заявлен «полный переход на хозрасчет (отказ от правительственной дотации и от скрытого дотирования Р-х А-в[59] ТАСС'ом»[60].

Примечания

[1] Исследование выполнено при поддержке Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского университета «Сохранение мирового культурно-исторического наследия».

[2] Последнее было закреплено непосредственно в уставных документах информагентств, утверждаемых органами власти, являвшимися их учредителями.

[3] ГАРФ. Ф. р-5674. Оп. 5. Д. 118. Л. 7.

[4] Там же. Л. 18.

[5] Там же.

[6] Там же.

[7] В частности, для газеты «Труд» стоимость информации РОСТА в 1923 г. была повышена почти в 2 раза, с ок. 800 до 1 350 р. в месяц. См. РГАСПИ Ф. 17. Оп. 60. Д. 899.

[8] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Д. 891. Л. 63.

[9] ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 85. Л. 3а.

[10] Там же. Д. 26. Л. 74.

[11] Там же. Д. 256. Л. 13.

[12] Так, опротестовывая снижение субсидий на 1925 бюджетный год, среди прочего руководство РОСТА отмечало, что: «происходившие за последнее время съезды и конференции всесоюзного значения потребовали от Роста чрезвычайных расходов, превзошедших сметные предположения даже по передаче информации внутри СССР» (ГАРФ. Ф. р-5674. Оп. 5. Д. 118. Л. 75).

[13] Такая ситуация сохранялась достаточно долго, провоцируя недополучение прибылей агентствами даже в условиях стабилизации положения советской периодической печати. Так, даже в 1926 г. в отчете РОСТА, в частности, утверждалось: «Необходимость считаться с финансовым положением газет и вынуждает РОСТА установить подписную плату за вестники ниже себестоимости <...>» (ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 85. Л. 3а).

[14] ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 3.

[15] Там же. Д. 22. Л. 15.

[16] Там же. Д. 24. Л. 1.

[17] Там же.

[18] Там же. Ф. р-391. Оп. 9. Д. 103. Л. 452б.

[19] Там же. Д. 69. Л. 18.

[20] РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 60. Д. 888. Л. 9.

[21] ГАРФ. Ф. р-5674. Оп. 5. Д. 118. Л. 65. На 1 июня 1925 г. суммарно в системе РОСТА/ТАСС числился 1 021 человек, из которых 145 числились в РАТАУ и 83 в ЗакТАГ. Хотя республиканские агентства были отдельными структурами,

находившимся с ТАСС в договорных отношениях, в отчетности они по инерции числились как составные части.

[22] ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 17. Д. 11.

[23] Там же. Ф. р-391. Оп. 9. Д. 69. Л. 13.

[24] Составлена по материалам ГАРФ. и РГАСПИ

[25] ГАРФ. Ф. р-391. Оп. 9. Д. 69. Л. 23. Расхождения в данных Роста и Наркомфина связаны с тем, что последний проверял финансовую деятельность агентства и требовал пересмотра отчетности в тех пунктах, где данные были отражены не совсем корректно. Как видно, Наркомфин не учитывал полученную агентством субсидию как статью дохода.

[26] Сумма субсидии приведена согласно объяснительной записке к балансу РОСТА на октябрь 1923 г. и, судя по документу, подтверждена проверкой Наркомфина. Однако в более поздних документах агентства фигурирует сумма внутренней субсидии на 1922–1923 бюджетный год в размере 420 166 руб. 16 коп. при собственных доходах агентства в 341 595,23. Пока доступные документы не дают ответа на этот вопрос.

[27] ГАРФ. Ф. р-5674. Оп. 5. Д. 118. Л. 73 и ф. р-4459. Оп. 9. Д. 2. Л. 54.

[28] По данным РОСТА, прибыль по этой статье в 1922/23 финансовом году составила 118 409 руб. 40 коп., а по данным Наркомфина – 101 755 руб. 90 коп. Разница, вероятно, связана с разными методиками подсчета прибыли.

[29] ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 16. Л. 2.

[30] Речь шла, вероятнее всего, о разовой субсидии или льготном кредите.

[31] Там же.

[32] ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 9. Д. 164. Л. 102.

[33] Там же. Ф. р-391. Оп. 9. Д. 69. Л. 13.

[34] Там же. Ф. р-5674. Оп. 5. Д. 118. Л. 4.

[35] Там же. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 26. Л. 5.

[36] Там же.

[37] Там же. Ф. р-5674. Оп. 5. Д. 118.

[38] Там же.

[39] Там же.

[40] Составлено на основе документов фондов РОСТА и ТАСС.

[41] См. примечание 28.

[42] ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 89. Л. 1, 37.

[43] Там же. Д. 6. Л. 17 и Ф. р-391. Оп. 9. Д. 69. Л. 24.

[44] В частности, РОСТА было освобождено от прямых гербового и промыслового налогов. См.: ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 3. Л. 1–3.

[45] ГАРФ. Ф. 4459. Оп. 11. Д. 26. Л. 74.

[46] Там же.

[47] Там же. Д. 3. Л. 34.

[48] Там же.

[49] Там же. Л. 100.

[50] Там же. Ф. р-391. Оп. 9. Д. 69. Л. 23.

[51] Там же. Ф. 5674. Оп. 5. Д. 118. Л. 12.

[52] Там же. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 6. Л. 4.

[53] Там же. Л. 1.

[54] Там же. Л. 17.

[55] Там же.

[56] Там же.

[57] Данные за 1922–1923 бюджетный год не указаны в силу больших расхождений по разным документам.

[58] По другим данным размер субсидии составил 324 тыс. руб. (ГАРФ. Ф. р-5674. Оп. 5. Д. 118. Л. 1).

[59] Республиканских агентств.

[60] ГАРФ. Ф. р-4459. Оп. 11. Д. 256. Л. 13.

Библиография

Бабюк М. И. Хозяйственные аспекты функционирования Российского телеграфного агентства РОСТА в условиях военного коммунизма // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2021 а. № 1 С. 76–101. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2021.76101

Бабюк М. И. Организационные аспекты функционирования системы телеграфных агентств в первое десятилетие советской власти // Медиаскоп 2021 б. № 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2747 (дата обращения: 04.10.2022). DOI: 10.30547/mediascope.4.2021.3

Брыляков Н. А. Российское телеграфное.... М., 1976.

Жирков Г. В. НЭП и кризис советской печати начала 1920-х годов. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000.

Изоркин А. В. Деятельность отделений Российского телеграфного агентства в Чувашии в 1918–1922 годах // Научно-исследовательский ин-т при Совете Министров Чувашской АССР. Труды. Вып. 68. Чебоксары, 1966. С. 77–89.

Кузнецов И. В., Мишурис А. Л. История партийно-советской печати: учеб.-метод. пособие для студентов-заочников V курса фак. и отд-ний журналистики гос. ун-тов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979.

Ламосова Н. В. О деятельности кубанско-черноморского отделения Российского телеграфного агентства (1920–1924 годы) // Культурная жизнь Юга России. 2009. №1 (30). С. 126–129.

Notes

GARF. F. r5674. Op. 5. D. 118. L. 7 [State Archive of the Russian Federation F. r5674. Inv. 5. File 118. Sh. 7].

RGASPI. F.17. Op. 60. D. 891. L. 63 [Russian State Archive of Socio-Political History F. 17. Inv. 60. File 891. Sh. 63].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 85. L. 3a [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 85. Sh. 3a].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 26. L. 74 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 26. Sh. 74].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 256. L. 13 [State Archive of the Russian Federation 4459. Inv. 11. File 256. Sh. 13].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 3 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 3].

GARF. F.r4459. Op. 11. D. 22. L. 15 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 22. Sh. 15].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 24. L. 1 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 24. Sh. 1].

GARF. F. r391. Op. 9. D. 103. L. 452b [State Archive of the Russian Federation F. r391. Inv. 9. File 103. Sh. 452b].

GARF. F. r391. Op. 9. D. 69. L. 18 [State Archive of the Russian Federation F. r391. Inv. 9. File 69. Sh. 18].

RGASPI. F.17. Op. 60. D. 888. L. 9 [Russian State Archive of Socio-Political History F. 17. Inv. 60. File 888. Sh. 9].

GARF. F. r4459. Op. 17. D. 11 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 17. File 11].

GARF. F. r391. Op. 9. D. 69. L. 13 [State Archive of the Russian Federation F. r391. Inv. 9. File 69. Sh. 13]

GARF. F. r5674. Op. 5. D. 118. L. 73. i F. r4459. Op. 9. D. 2. L. 54 [State Archive of the Russian Federation F. r5674. Inv. 5. File 118. Sh. 73 and F. r4459. Inv. 9. File 2. Sh. 54].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 16. L. 2 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 16. Sh. 2].

GARF. F. r4459. Op. 9. D. 164. L. 102 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 9. File 164. Sh. 102].

GARF. F. r391. Op. 9. D. 69. L. 13 [State Archive of the Russian Federation F. r391. Inv. 9. File 69. Sh. 13].

GARF. F. r5674. Op. 5. D. 118. L. 4 [State Archive of the Russian Federation F. r5674. Inv. 5. File 118. Sh. 4].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 26. L. 5 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 26. Sh. 5].

GARF. F. r5674. Op. 5. D. 118. L. 12 [State Archive of the Russian Federation F. r5674. Inv. 5. File 118. Sh. 12].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 89. L. 1, 37 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 89. Sh. 1, 37].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 3. L. 1-3 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 3. Sh. 1-3].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 26. L. 74 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 26. Sh. 74].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 3. L. 34 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 3. Sh. 34].

GARF. F. r4459. Op. 11. D. 256. L. 13 [State Archive of the Russian Federation F. r4459. Inv. 11. File 256. Sh. 13].

References

Babyuk M. I. (2021 a) Khozyaystvennye aspekty funktsionirovaniya Rossiyskogo telegrafnogo agentstva ROSTA v usloviyakh voennogo kommunizma [Economic Aspects of Operation of Russian Telegraph Agency ROSTA under the Conditions of War Communism]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 76–101. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2021.76101 (In Russian)

Babyuk M. I. (2021 b) Organizatsionnye aspekty funktsionirovaniya sistemy telegrafnykh agentstv v pervoe desyatiletie sovetskoy vlasti [Organizational Aspects of Operation of Telegraph Agencies in the First Decade of Soviet Power].

Mediascope 4. Available at: http://www.mediascope.ru/2747 (accessed: 04.10.2022). DOI: 10.30547/mediascope.4.2021.3 (In Russian)

Brylyakov N. A. (1976) *Rossiyskoe telegrafnoe...* [Russian Telegraphic...] Moscow: Mysl' Publ. (In Russian)

Izorkin A. V. (1966) Deyatel'nost' otdeleniy Rossiyskogo telegrafnogo agentstva v Chuvashii v 1918-1922 godakh [Operation of the Departments of the Russian Telegraph Agency in Chuvashia in 1918–1922]. In *kn. Nauchno-issledovatel'skiy in-t pri Sovete Ministrov Chuvashskoy ASSR. Trudy. Vyp. 68* [Research Institute at the Council of Ministers of Chuvash ASSR. Writings. Issue 68]. Cheboksary. Pp. 77–89. (In Russian)

Kuznetsov I. V., Mishuris A. L. (1979) *Istoriya partiyno-sovetskoy pechati: ucheb.-metod. posobie dlya studentov-zaochnikov V kursa fak. i otd-niy zhurnalistiki gos. un-tov* [History of the Party-Soviet Press: a Study Guide for 5th Year Extra Mural Students of Faculties and Departments of Journalism in State Universities]. Moscow: Moscow State Univ. Publ. (In Russian)

Lamosova N. V. (2009) O deyatel'nosti kubansko-chernomorskogo otdeleniya Rossiyskogo telegrafnogo agentstva (1920–1924 gody) [On the Activities of the Kuban-Black Sea Department of the Russian Telegraph Agency (1920-1924)]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii. Zhurnal* 1 (30): 126–129. (In Russian)

Zhirkov G. V. (2000) *NEP i krizis sovetskoy pechati nachala 1920-kh godov* [NEP and the Crisis of the Soviet Press in the Early 1920s]. St. Petersburg: St. Petersburg State Univ. Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
14.06.2022

Жилякова Наталия Вениаминовна, доктор филологических наук, заведующая кафедрой теории и практики журналистики, факультет журналистики, Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия; e-mail: retama@yandex.ru

ПЕРИОДИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ ТОМСКОЙ ГУБЕРНИИ/ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ[1]

В статье впервые представлена периодизация развития томской журналистики трех эпох – дореволюционной, советской, постсоветской (новейшей). Сопоставляются разработки исследователей дореволюционной журналистики России, советской журналистики, современной российской медиасистемы; предлагается рабочий вариант периодизации новейшей истории журналистики Томска. Основные выводы связаны с выявлением разных темпов развития региональной журналистики: на первоначальном этапе томская журналистика развивалась медленнее, чем журналистика крупных городов европейской России, поскольку периодические органы печати в Сибири имели ограниченный авторский состав, крайне малочисленную аудиторию, находились в неблагоприятных цензурных условиях. В советскую эпоху журналистика Томска «синхронизировалась» с журналистикой СССР, основные этапы и периоды развития в это время в целом совпадали. Современная эпоха, связанная с переходом журналистики в цифровую среду, свидетельствует о новых тенденциях в развитии региональной медиасреды, требующих более глубокого изучения. Представленная разработка является экспериментальной, предполагающей возможность дальнейшей ее корректировки.

Ключевые слова: *история журналистики, периодизация, Томск, медиасистема, регион.*

Natalia V. Zhilyakova, Doctor of Philology, Head of the Chair of Theory and Practice of Journalism, Faculty of Journalism, National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia; e-mail: retama@yandex.ru

PERIODIZATION OF JOURNALISM DEVELOPMENT IN THE TOMSK PROVINCE/TOMSK REGION

This article is devoted to the periodization of journalism history in a large Siberian region, whose center is the city of Tomsk. Before the revolution of 1917, it was the Tomsk province, in the Soviet and post-Soviet times – the Tomsk region. The chronological framework of the study is from the appearance of the first periodicals, published in the territory of the Tomsk province in 1857, and until 2022. The introduction states that the identification of the main stages and periods of journalism development is one of the most important tasks facing researchers who

turn to the study of regional media systems. The novelty of the study lies in the fact that for the first time the periodization of Tomsk journalism development in three eras (pre-revolutionary, Soviet, post-Soviet) is presented. The literature review includes the contributions of researchers into pre-revolutionary journalism in Russia, Soviet journalism, and the modern Russian media system. The article proposes a working version of periodization that meets the needs of researchers into modern journalism history of Tomsk. The main conclusions are related to the identification of different development rates of regional journalism. It was revealed that at the initial stage, Tomsk journalism developed much more slowly than journalism in large cities of European Russia, since the periodicals in Siberia had a limited number of authors, an extremely small readership, and were under censorship pressure. In the Soviet era, Tomsk journalism "synchronized" with the journalism in the USSR, the main development stages and periods at that time generally coincided. The modern era associated with the transition of journalism to the digital environment indicates new trends in the development of the regional media landscape that require a deeper study. The presented work is experimental, suggesting the possibility of its adjustment, however it is essential for a comprehensive study of Tomsk journalism.

Key words: *history of journalism, periodization, Tomsk, media system, region.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2022.6381

Введение

Одной из важнейших исследовательских задач является выделение основных этапов и периодов формирования региональных медиасистем. Необходимость этой работы обусловлена разными темпами развития системы СМИ в России, вследствие чего исследователи не могут пользоваться общероссийскими характеристиками этапов развития медиасистемы в целом. Существующая разница становится все более очевидной при погружении в историю региона и его медиа, при «укрупнении» масштаба изучаемого явления. Сопоставление периодизации федеральной медиасистемы, отражающей тенденции, проявляющиеся в столичных СМИ и медиа крупнейших городов-миллионников, и периодизации локальной журналистики, связанной с общественно-политической, экономической, культурной повесткой отдельного региона, позволяет выявить специфику региональных медиасистем в контексте развития области/края, обнаружить их взаимосвязь и взаимовлияние с общероссийской системой СМИ и медиа, прогнозировать возможное направление эволюции медиасистемы в ближайшем будущем.

Целью настоящей статьи является выделение основных этапов и периодов развития журналистики крупного сибирского региона, центром которого является город Томск. До революции он являлся центром Томской губернии, в советское время и по сей день – Томской области. Хронологические рамки – от появления первого органа периодической печати, издававшегося на территории Томской губернии, в 1857 г. и до 2022 г., когда реализуется настоящее исследование.

Необходимо подчеркнуть, что проблемы периодизации стоят не только перед исследователями региональной периодики. Г. В. Жирков еще в 2016 г. отмечал, что исследовательский коллектив, который выполнял работы по гранту «Традиции и инновации в журналистике России: трансформация журналистики на рубеже XIX–XX вв.», столкнулся с необходимостью «более точной периодизации истории журналистики, соответствующей ее имманентному развитию и обособлению журналистики как самодостаточного явления культуры и цивилизации, что отчетливо обозначилось на рубеже XX–XXI вв.», поскольку «существующая периодизация истории журналистики не только устарела, но и имеет следы предложенной И. В. Сталиным периодизации по политическому основанию» (2016: 230). Г. В. Жирков указывал: «Постановка этой проблемы сейчас возникает как следствие происходящей в современных условиях смены парадигмы журналистики <...> Перед историками журналистики стоит задача привести периодизацию истории журналистики в соответствие с ее имманентным развитием» (Там же: 233). С ним согласен Е. В. Ахмадулин, подчеркивающий, что «исследователи неизбежно сталкиваются с методологическими проблемами периодизации исторического процесса эволюции российской журналистики. Некогда «стройная система» развития журналистики в связи с этапами освободительного движения подвергается критике и коренному пересмотру» (2018: 119).

Призывы к пересмотру прежних основ периодизации истории журналистики содержатся в работах Е. В. Ахмадулина (2008; 2018), М. М. Ковалевой (2004), А. Ш. Бик-Булатова (2012) и других исследователей, которые предлагают свои методологические подходы, однако на настоящий момент общей концепции не выработано.

Обзор литературы

До настоящего времени нет ни одной работы, в которой были бы обозначены основные этапы и периоды развития томской журналистики от ее возникновения и до наших дней, несмотря на то что в целом исследовательский интерес к процессам, происходящим в медиасистеме Томска, в последние годы увеличивается как на местном, так и на общероссийском уровнях. Логичным проявлением растущего интереса к региональным медиасистемам стала поддержка Российским научным фондом исследовательского проекта «От журналистики к медиа: переформатирование медиасистемы России 1990–2020-х гг. (на материалах медиа Томска и Томской области)» (№ 22-18-00511, 2022–2024 гг.).

Приступая к реализации проекта, исследовательский коллектив столкнулся с наличием пробелов в изучении томской журналистики, в частности с отсутствием четко обозначенных периодов развития местной медиасистемы на всем протяжении ее существования. Однако, как показало изучение научной литературы, такая ситуация характерна для многих российских регионов: исследователи местной журналистики довольно часто обращаются к проблемам периодизации, приступая к исследованию локальных медиасистем (см., напр.: Комиссаров, Данилов, Данилов, Данилова, Эшкерат, 2021; Ермолин, 2017; Попова, 2015 и др.). В работах отмечается: «Крайне редки попытки систематизировать историю именно провинциальной журналистики» (Ястремская, 2013: 164), при этом «степень изученности региональной периодики каждого из периодов разная» (Ахмадулин, 2018: 12).

Добавим, что необходимость в определении этапов и периодов развития возникает и у исследователей самых разных вопросов, относящихся к медиасфере: например, региональной веб-журналистики (Градюшко, 2021), российской онлайн-журналистики (Алгави, 2013), спортивной журналистики (Алексеев, 2018), фотожурналистики (Крашенинникова, 2014), детского телевидения (Ключевская, 2020), инфографики (Лайкова, 2015), медиаобразования (Черешнева, Коханова, 2018) и др. Очевидно, что вопросы периодизации в настоящий момент являются одними из самых актуальных в исследовательском поле журналистики, но решаются они пока только в связи с реализацией конкретных задач, стоящих перед отдельными учеными.

Выявление основных этапов и периодов развития журналистики в определенном российском регионе – необходимая часть работы по систематизации сведений о региональной медиасистеме, без которой невозможно дальнейшее осмысление и изучение материала. В настоящей статье предпринята попытка осмысления и выявления логики развития журналистики и медиа в Томске и Томской губернии/Томской области от момента возникновения первого органа периодической печати и до наших дней, с опорой на существующие периодизации.

Этап первый: дореволюционный

История развития журналистики России логично разбивается на три основных этапа, что соответствует специфике истории российского государства: дореволюционный (в отдельных работах – досоветский), советский и современный (у разных исследователей – постсоветский либо новейший) (см., напр.: Ястремская, 2013). Хронологические границы этих этапов до сих пор составляют предмет дискуссий, однако бесспорны объективные содержательные изменения, которые отличают этапы друг от друга и позволяют говорить об их целостности.

Научные дискуссии о периодизации истории дореволюционной журналистики ведутся с 1970-х гг., что нашло отражение в сборниках материалов научных конференций Московского, Ленинградского и Ростовского университетов (см., напр.: Есин (ред.), 1977). Проблема периодизации журналистики XVIII–XIX вв. была поставлена также и в докторской диссертации А. И. Станько (1986).

Периодизация дореволюционного этапа истории провинциальной печати является и в настоящее время предметом обсуждений (см.: Кройчик, 2004; Лепилкина, 2010; Ермолин, 2017 и др.): практически все исследователи приходят к выводу о том, что необходим системный подход к выделению этапов и периодов в истории дореволюционной региональной журналистики. Многие ориентируются на периодизацию, предложенную О. И. Лепилкиной (2010):

1786–1837 – этап дискретности, основной характеристикой его была апробация разных типов изданий;

1838–1858 – этап создания и функционирования монотипологической структуры, характеризующийся доминированием губернских ведомостей;

1859–1904 – этап становления многокомпонентной децентрированной структуры провинциальной периодики;

1905–1917 – этап преобразования системы провинциальной печати, характеризующийся приоритетностью общественно-политических изданий.

Периодизация истории дореволюционной сибирской журналистики (см.: Жилякова, 2010) и томской журналистики демонстрирует, с одной стороны, отличия от общероссийской картины развития журналистики, с другой – существование общих этапов, по которым шла эволюция периодики в дореволюционной России. Так, первое периодическое издание – «Губернские ведомости» – возникло в Сибири только в 1857 г., что означает, что журналистика региона «пропустила» первые два этапа (1786–1837 и 1838–1858 гг.), выделяемые в истории провинциальной печати (не говоря уже о том, что российская журналистика ведет свой отсчет с 1702 г.). Существуют различия и в содержательных характеристиках, и в границах других периодов, хотя в целом региональная журналистика прошла те же этапы, что и российская в целом: преодоление «монополии» губернских ведомостей, появление разных типологических групп, приоритет общественно-политических изданий в региональной периодике.

В целом периодизация дореволюционной сибирской журналистики может быть представлена следующим образом:

конец XVIII в. – зарождение сибирской журналистики. Выход первых сибирских изданий – тобольских журналов «Иртыш, превращающийся в Ипокрену», «Журнал исторический...», «Библиотека ученая, экономическая...»;

начало XIX в. (до 1857 г.) – «глухие годы» сибирской журналистики. Участие сибиряков в казанской периодической печати, рукописная сибирская журналистика. Выход в Санкт-Петербурге специализированных журналов, посвященных Сибири: «Сибирского вестника» и «Азиатского вестника» Г. И. Спасского;

1857 г. – основание первых сибирских газет «Губернские ведомости» (Иркутск, Красноярск, Тобольск, Томск);

1860-е гг. – формирование местного журналистского актива вокруг «неофициального отдела» «Губернских ведомостей». Появление первых частных изданий в Сибири: «Амур», «Кяхтинский листок», «Сибирский вестник» Милютина;

1870–1880-е гг. – возникновение «газетного триумвирата»: «Сибирь», «Сибирская газета». «Восточное обозрение» – и полемика его с «Сибирским вестником»;

1890-е гг. – период интенсификации газетно-журнальной деятельности в Сибири, качественный и количественный рост изданий в городах Западной и Восточной Сибири;

1905–1907 гг. – расцвет периодической печати в Сибири. Политическая дифференциация периодики, появление сатирических журналов;

1908–1916 гг. – становление многоуровневой системы периодической печати в Сибири (Жилякова, 2010: 38–39).

Опираясь на периодизацию общероссийской провинциальной печати и разработку, касающуюся журналистики Сибири, можно выделить следующие периоды истории дореволюционной томской журналистики:

1857–1880 гг. – создание официальных периодических изданий в Томской губернии: «Томские губернские ведомости», «Томские епархиальные ведомости». Формирование концепции сибирского областничества в «Томских губернских ведомостях»;

1881–1904 гг. – появление частных газет и журналов. Противостояние областников («Сибирская газета») и централистов («Сибирский вестник»);

1905–1913 гг. – партийная дифференциация томской журналистики. Возникновение сатирических изданий;

1913–1919 гг. – формирование многоуровневой системы периодической печати в Томской губернии.

Представленная периодизация отражена в работах, освещающих историю дореволюционной журналистики Томска и Томской губернии (см.: Жилякова, 2014; Жилякова, Шевцов, Евдокимова, 2015 и др.), поэтому можно говорить о том, что ее «апробация» успешно состоялась.

Этап второй: советский

Исследователь Е. В. Ахмадулин указывает на парадокс, существующий в работах по истории журналистики: «Казалось бы, ближняя история проще и описание изданий после 1917 г. лежит на поверхности. Но именно эта «ближняя история» изучена гораздо слабее, чем предшествовавшая. Слабым местом изучения изданий

советского периода были и остаются первые годы советской власти, Гражданской войны и нэпа...» (2018: 12).

Этот же парадокс существует и в отношении томской журналистики. В отсутствие специальных работ по истории журналистики Томска советского периода исследователи опираются на работы историков, посвященные в целом жизни Томска и Томской области (Дмитриенко (ред.), 2004; Вязанцев, 1990), статьи в энциклопедиях, содержащие сведения об отдельных СМИ Томска (см.: Бузанова, Амельянчик, 2009; Войтик, 2009; Дмитриенко, Жилякова, 2009; Погодаев, Войтик, 2009, и др.). История томского телевидения является объектом исследования в диссертации Ю. М. Ершова (2012) и коллективных монографиях по телевидению Сибири (Ярославцева (ред.), 2011; Ершов (ред.), 2015). Кроме того, информация о советской журналистике Томска содержится в книгах, посвященных отдельным ведущим органам периодической печати и известным томским журналистам (Маскина (ред.-сост.), 2018; Быкова, Чередникова (ред.), 2019; Кондаков, Маскина (сост.), 2020).

Исследователи советской журналистики в учебниках и учебных пособиях выделяют следующие этапы:

ноябрь 1917–1927 гг. – СМИ первого советского десятилетия;

1928–1941 гг. – журналистика конца 1920–1930-х гг.;

1941–1945 гг. – журналистика периода Великой Отечественной войны;

1946–1956 гг. – журналистика первого послевоенного десятилетия;

журналистика второй половины 1950-х– середины 1980-х гг. (Кузнецов, 2002: 636–639; Овсепян, 1999)

При изучении томской журналистики представляется возможным опираться на эту периодизацию, включив в нее следующие важные даты:

1919 г. – утверждение советской власти на территории Томской губернии. Начало формирования системы советской журналистики Томска;

1927 г. – начало радиовещания в Томске;

1944 г. – образование Томской области. Развитие районной печати в Томской области;

1945 г. – возобновление выпуска журналов в Томске;

30 апреля 1955 г. – начало вещания первого в Сибири и пятого в СССР (после Москвы, Ленинграда, Киева и Харькова) профессионального телевизионного передающего центра.

К началу перестройки «журналистика Томска представляла собой устоявшуюся систему, характерную для многих областных центров Советского Союза и обусловленную партийно-государственной монополией на издательскую деятельность» (Жилякова, 2020: 58). С 1985 г. ситуация в журналистике начала постепенно меняться вместе с общественно-политической обстановкой в стране.

Этап третий: новейший

Периодизация истории журналистики новейшего периода является предметом осмысления в целом ряде работ ведущих исследователей (Засурский, 1999; Засурский (ред.), 2002; Золотухин, 2005; Грабельников, 2008 и др.). Попытки выделить значимые периоды в эпоху «постперестройки» начались уже в 1990-е гг. Так, И. И. Засурский писал о пяти периодах (1999):

1985–1990 гг. – «предыстория российской системы СМИ»;

1990–начало 1992 г. – «золотой век российской прессы», начало «первой приватизации» СМИ и «медовый месяц взаимоотношений СМИ и власти»;

1992–1996 г. – в этом периоде выделяются «период политического противостояния и первых экономических трудностей» (1992–1993), «временной политической стабилизации» (1994–середина 1995 гг.) и «активизация политизированного капитала и формирование пропагандистской системы перед президентскими выборами» (1996 г.);

1996–середина 1998 г. – время СМИ как «основной среды политической коммуникации»;

с августа 1998 г. – «эпоха нового курса», характеризующегося усилением роли государства в системе СМИ.

Представим другие способы периодизации – этапы:

1985–1990 гг. – этап гласности и перестройки до принятия первого Закона о СМИ в СССР;

1991–1995 гг. – этап активной и самостоятельной роли российской прессы, выявление характера прессы как «четвертой власти» в демократическом обществе;

1996–2000 гг. – этап «коммерческой прессы и концентрации» (Засурский (ред.), 2002).

И эпохи:

1985–1990 гг. – «эпоха бунтарского романтизма»;

1990–1995 гг. – «эпоха обретения законов и основных политических функций»;

1996–2005 гг. – «эпоха раздела и передела рынка СМИ» (Золотухин, 2005).

Обращаем внимание на то, что в первых работах по периодизации журналистики эпохи перестройки и 1990-х гг. исследователи отмечали малейшие изменения в положении и статусе российских медиа, отсюда «мелкая нарезка»: один период мог длиться от трех до пяти лет и внутри них выделялись еще небольшие временные отрезки, которые характеризовались как особые вехи развития журналистики. Теперь, когда появилась возможность посмотреть на этот период по прошествии более 20 лет, исследователи «укрупняют» хронологические отрезки, соотнося их с утвердившимися в общественном сознании «лихими девяностыми», «сытыми двухтысячными», кризисными 2020-ми.

В целом можно констатировать, что на настоящий момент не существует общепринятой периодизации новейшей истории журналистики. Однако для реализации исследовательской инициативы по изучению современной медиасистемы Томска и Томской области необходимо выделение основных этапов развития журналистики с опорой на совокупность критериев, имеющих важнейшее значение для современной медиасистемы – политических, экономических, технологических. В этом отношении одним из значимых факторов, определяющих специфику развития региональной медиасистемы, оказывается политика местной власти, во многом зависящая от позиции руководителей области (в настоящем исследовании – губернаторов Томской области).

В связи с этим предлагается вариант периодизации, который имеет рабочий характер:

1985–1990 гг. – годы «перестройки»: томские СМИ на пути к независимости. Ключевые события: появление первой независимой газеты «Народная трибуна», выход «Томского вестника» — независимой общественно-политической газеты, рассчитанной на широкий круг читателей, основание частной телекомпании ТВ-2. Границы периода определяются событиями в политической жизни России: 1885 г. – объявление курса на ускорение социально-экономического развития СССР, начало перестройки; 1990 г. – последний год, когда Томской областью руководили представители КПСС;

1991–1998 гг. – типологические эксперименты в сфере печатной журналистики, увеличение роли телевидения и радио. Ключевые события: начало работы частной телекомпании ТВ-2, которая быстро становится главным качественным СМИ Томска; основание первой частной радиостанции «Радио Сибирь»; зарождение томского Интернета («тонета»). Границы периода: 1991 г. – главой Томской области становится губернатор В. М. Кресс (до 2012 г.); 1998 г. – дефолт в российской экономике;

1999–2012 гг. – количественный и качественный рост журналистики Томска, появление онлайн-журналистики. Ключевые события: создание первого томского медиахолдинга «Рекламный дайджест»; в 2000 г. ТВ-2 впервые получил Национальную премию ТЭФИ; основание государственной газеты «Томские новости»; выход томского журнала для журналистов «Медиатор»; основание интернет-журнала «Томский обзор»; закрытие газеты «Томский вестник»; расцвет глянцевой журнальной журналистики. Границы периода: 1999 г. – восстановление российской экономики, оживление на рынке томских СМИ; 2012 г. – смена губернатора в Томской области (новый губернатор – С. А. Жвачкин);

2013–2020-е гг. – кризис томской журналистики. Переход ведущей роли к интернет-СМИ, развитие цифровой региональной медиасреды. Ключевые события: создание регионального информационного агентства «Томска» (РИА Томск) после ликвидации РИА «Новости», закрытие эфирного вещания ТВ-2 в 2015 г. Границы периода: 2013 г. – появление губернского телеканала «Томское время»; 2022 г. – смена губернатора (назначение врио – В. В. Мазура).

Выводы

Рассматривая основные этапы и периоды развития региональной журналистики на примере системы периодической печати дореволюционной Томской губернии, СМИ советского периода и новейшей томской медисистемы, можно увидеть, как она синхронизируется либо, напротив, асинхронно развивается по сравнению со столичной/федеральной медиасферой. Первоначальные темпы развития журналистики Томской губернии не были впечатляющими: множество факторов способствовали тому, что в крупных губернских центрах Сибири органы печати возникали редко, имели ограниченный авторский состав и крайне малочисленную читательскую аудиторию, находились в неблагоприятных цензур-

ных условиях. Тем не менее Томск демонстрировал быстрый рост и успешное формирование разветвленной и разноуровневой системы периодических изданий, занимал одно из ведущих мест в сибирской журналистике, наряду с Иркутском и Красноярском (см. напр.: Куклина, 1989).

Положение изменилось в советскую эпоху: журналистика Томской области развивалась в одном направлении и в одном «ритме» с журналистикой СССР, переживая одни и те же проблемы, которые усугублялись из-за потери Томском статуса крупного губернского центра. Этот период развития томской журналистики нуждается в дополнительном исследовании, поскольку на данный момент имеются только самые общие сведения о том, как развивалась и формировалась система печатных и аудиовизуальных СМИ в Томске в годы существования советской власти.

Третий крупный этап связан с историей развития новейшей журналистики, и здесь исследователи вновь обнаруживают как общие черты, характерные для российской журналистики в целом, так и специфические, позволяющие говорить о формировании, развитии и разрушении «томской медийной аномалии» в 1990–2020-х гг. Развитие Интернета и переход журналистики в цифровую среду свидетельствуют о переформатировании современной медиасистемы, о появлении новых «игроков» на медийном поле и новых тенденций в развитии региональной журналистики.

Представленная периодизация является рабочим вариантом, на который можно опираться при изучении журналистики томского региона от ее возникновения и до наших дней. Однако она, безусловно, будет дорабатываться и корректироваться по мере поступления новых сведений и данных.

Примечания

[1] Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00511. Режим доступа: https://rscf.ru/project/22-18-00511/

Библиография

Алгави Л. О. К вопросу о периодизации российской онлайн-журналистики // Вестн. РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2013. № 3. С. 76–85.

Алексеев К. А. К проблеме периодизации истории спортивной журналистики в России // Вестн. СПбГУ. Язык и литература. 2018. Т. 15. № 2. С. 175–185. DOI: https://doi.org/10.21638/11701/spbu09.2018.202

Ахмадулин Е. В. Проблемы изучения истории журналистики // Методика викладання історико-журналістських дисциплін і професійні потреби: мат. Міжнар. наук. конф. «Журналістика 2008: українське журналістикознавство, освіта, термінологія і стандарти» / за редакцією *Н. М. Сидоренко*. 2008. С. 12–15.

Ахмадулин Е. В. Методологические подходы к созданию энциклопедии российской печати // Кросс-культурное пространство литературной и массовой коммуникации – 6: мат. Междунар. науч. конф. Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2018. С. 10–14.

Бик-Булатов А. Ш. Концептуализация истории отечественной журналистики на современном этапе (методологический аспект) // Ученые записки Казан. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2012. Т. 154. № 6. С. 169–179.

Бузанова В. А., Амельянчик Н. А. Красное знамя // Энциклопедия Томской области. Т. 1. Томск: Изд-во Томск. ун-та. 2009. С. 343.

Век с любимой газетой: к столетию Томской областной газеты «Красное знамя» / ред.-сост. *Н. И. Маскина*. Томск: Томская полиграфическая компания, 2018.

Войтик Е. А. Томская неделя // Энциклопедия Томской области. Т. 2. Томск: Изд-во Томск. ун-та. 2009.

Время – местное: история создания и развития томского телевидения и радиовещания: сб. статей и библиогр. мат. Посвящается 65-летию томского телевидения и 75-летию томского радиовещания. Ч. 1: 1944–2000 годы / сост. *П. П. Кондаков, Н. И. Маскина*. Томск: Новости; Курсив, 2020.

Вязанцев Е. А. Партийное руководство периодической печатью Западной Сибири в 1946–1950 гг. (опыт исторического исследования одного из способов воздействия на социалистическое соревнование в промышленности): автореф. дис. ... канд. истор. наук. Томск, 1990.

Грабельников А. А. Средства массовой информации постсоветской России: пятнадцать лет спустя. М.: Изд-во РУДН, 2008.

Градюшко А. А. Периодизация региональной веб-журналистики в контексте развития цифровых технологий // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы: мат. III Рэспуб. навук.-практ. канф. Мінск, 2021. С. 54–58.

Дмитриенко Н. М., Жилякова Н. В. Журнал // Энциклопедия Томской области. Т. 2. Томск: Изд-во Томск. ун-та. 2009. С. 222–224.

Ермолин Е. А. Актуальные проблемы изучения истории досоветской Ярославской журналистики // Культура. Литература. Язык: мат. конф. «Чтения

Ушинского». Ярославль: Изд-во Ярослав. гос. пед. ун-та им. К. Д. Ушинского, 2017. С. 162–167.

Ершов Ю. М. Региональное телевидение в российской медиасистеме: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012.

Жилякова Н. В. Журналистика дореволюционной Томской губернии: идея областничества. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2014.

Жилякова Н. В. К вопросу о периодизации сибирской дореволюционной печати // Функции СМИ в транзитивном обществе. Новосибирск: СИЦ НГПУ «Гаудеамус», 2010. С. 32–39.

Жилякова Н. В. Новейшая история томской журналистики: газеты, журналы и электронные СМИ в периоды «перестройки» и «лихих девяностых» // Век информации. 2020. Т. 8. № 3. С. 58–67.

Жилякова Н. В., Шевцов В. В. Евдокимова Е. В. Периодическая печать Томской губернии (1857–1916): становление журналистики и формирование регионального самосознания. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2015.

Жирков Г. В. Логика эволюции информационного процесса и его отражение в научно-педагогических исследованиях // Век информации. 2016. № 2. С. 230–234.

Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.

Золотухин А. А. «Эпохи» новейшей истории СМИ // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Филология, журналистика. 2005. № 2. С. 182–185.

Ключевская О. С. Отечественное детское телевидение: к вопросу ретроспективной периодизации // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2020. Т. 39. № 3. С. 331–344.

Ковалева М. М. Периодизация как основа изучения истории отечественной журналистики // Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития: мат. науч.-практ. конф. М.: МГУ, 2004. С. 86–88.

Комиссаров В. П., Данилов А. П., Данилов А. А., Данилова М. Г., Эшкерат А. М. Основные этапы истории становления и развития публицистики и журналистики Чувашской республики // Журналист. 2021. № 2. С. 126–138.

Крашенинникова М. А. Проблемы периодизации истории постсоветской фотожурналистики // МедиаАльманах. 2014. № 6 (65). С. 38–45.

Кройчик Л. Е. Провинциальная частная газета. Формирование концепции // Российская провинциальная частная газета / под ред. *Л. Е. Кройчика, Ю. Л. Мандрики*. Тюмень, 2004. С. 3–20.

Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917-2000). М.: Флинта; Наука, 2002.

Куклина Е. А. Летопись сибирской периодики 1857-1916 гг. // Традиции и тенденции развития литературной критики Сибири. Новосибирск, 1989. С. 214–231.

Лайкова Я. В. Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития // Медиаскоп. 2015. № 2. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/1712 (дата обращения: 06.10.2022).

Лепилкина О. И. Система русской провинциальной периодической печати (XVIII – начало XX вв.). М.: Илекса, 2010.

Методика изучения периодической печати: сб. статей / под. ред. *Б. И. Есина*. М.: Изд-во МГУ, 1977.

Не гаснет памяти огонь.... Эдуард Викторович Стойлов: биобиблиографический сборник / Томск. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина / сост. *Н. И. Маскина* и др.; ред. *С. С. Быкова, Л. В. Чередникова*. Томск, 2019.

Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики: учеб. пособие / под ред. *Я. Н. Засурского*. М.: Изд-во МГУ, 1999.

Погодаев П. П., Войтик Е. В. Радиовещание // Энциклопедия Томской области. Т. 2. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2009. С. 628–629.

Попова О. Ю. Этапы развития регионального телевидения: к вопросу о периодизации // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. 2015. № 4. С. 141–146.

Средства массовой информации постсоветской России: учеб. пособие / под ред. *Я. Н. Засурского*. М.: Аспект Пресс, 2002.

Станько А. И. Становление теоретических знаний о периодической печати в России (XVIII – 60-е гг. XIX в.). Ростов н/Д.: Изд-во Ростов. ун-та, 1986.

Телевидение Сибири: история, теория и практика / *В. С. Байдина, Э. В. Блинова, Е. А. Войтик, Ю. М. Ершов, С. А. Мансков, Е. А. Манскова, А. Е. Ярославцева* / под ред. *Ю. М. Ершова*. Томск: Издательский дом Томск. ун-та, 2015.

Телевидение Сибири: монография / *А. Е. Ярославцева, В. С. Байдина, Э. В. Блинова, О. А. Еременко, Ю. М. Ершов, О. Е. Макеева, Е. В. Халина* / под ред. *А. Е. Ярославцевой*. Изд. 2-е, доп. и испр. Томск: Изд-во НТЛ, 2011.

Томск от А до Я: Краткая энциклопедия города / под ред. д-ра ист. наук *Н. М. Дмитриенко*. Томск: Изд-во НТЛ, 2004.

Томск. История города от основания до наших дней / отв. ред. *Н. М. Дмитриенко*. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 1999.

Черешнева Ю. Е., Коханова Л. А. Медиаобразование: этапы становления и развития в эпоху цифрового общества // Развитие современного образования: от теории к практике: мат. V Междунар. науч.-практ. конф. / редкол.: *О. Н. Широков* и др. 2018. С. 18–20.

Ястремская Ю. А. Периодизация провинциальной прессы в советский период (на примере газет города Шадринска Курганской области) // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2013. № 35 (326). С. 138–142.

References

Akhmadulin E. V. (2008) Problemy izucheniya istorii zhurnalistiki [Problems of Studying the History of Journalism]. In N. M. Sidorenko (ed.) *Mat. Mizhnar. nauk. konf. "Zhurnalistika 2008: ukrain'ske zhurnalistikoznavstvo, osvita, terminologiya i standarti"* [Proceedings of the Session Meeting of the Chair of Journalism History in the Frames of the International Scientific Conference "Journalism 2008: Journalism, Education, Terminology and Standards"]. Pp. 12–15. (In Russian)

Akhmadulin E. V. (2018) Metodologicheskie podkhody k sozdaniyu entsiklopedii rossiyskoy pechati [Methodological Approaches to the Creation of an Encyclopedia of the Russian Press]. In *Kross-kul'turnoe prostranstvo literaturnoy i massovoy kommunikatsii – 6* [Cross-Cultural Space of Literary and Mass Communication – 6]. Rostov-on-Don: Southern Federal Univ. Publ. Pp. 10–14. (In Russian)

Alekseev K. A. (2018) K probleme periodizatsii istorii sportivnoy zhurnalistiki v Rossii [Towards the Periodization of Sports Journalism History in Russia]. *Vestn. SPbGU. Yazyk i literature* 15 (2): 175–185. DOI: https://doi.org/10.21638/11701/spbu09.2018.202 (In Russian)

Algavi L. O. (2013) K voprosu o periodizatsii rossiyskoy onlayn-zhurnalistiki [Towards the Periodization of Russian Online Journalism]. *Vestn. RUDN. Ser.: Literaturovedenie. Zhurnalistika* 3: 76–85. (In Russian).

Bik-Bulatov A. Sh. (2012) Kontseptualizatsiya istorii otechestvennoy zhurnalistiki na sovremennom etape (metodologicheskiy aspekt) [Conceptualization of the History of Russian Journalism at the Present Stage (the Methodological Aspect)] *Uchenye zapiski Kazan. un-ta. Ser.: Gumanitarnye nauki* 154 (6): 169–179. (In Russian)

Buzanova V. A., Amel'yanchik N. A. (2009) Krasnoe znamya [The Red Banner]. In *Entsiklopediya Tomskoy oblasti. T. 1* [Encyclopedia of the Tomsk Region. Vol. 1.] Tomsk: Tomsk St. Univ. Publ. (In Russian)

Bykova S. S., Cherednikova L. V. (eds.) (2019) *Ne gasnet pamyati ogon'.... Eduard Viktorovich Stoylov: biobibliograficheskiy sbornik* [The Fire of Memory Does Not Go Out .... Eduard Viktorovich Stoilov: a Bio-Bibliographic Collection]. Tomsk: Tomsk Regional Scientific Library named after A. S. Pushkin Publ. (In Russian)

Chereshneva Yu. E., Kokhanova L. A. (2018) Mediaobrazovanie: etapy stanovleniya i razvitiya v epokhu tsifrovogo obshchestva [Media Education: Stages of Formation and Development in an Era of Digital Society]. In O. N. Shirokov (ed.) *Razvitie sovremennogo obrazovaniya: ot teorii k praktike: mat. V Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* [Development of Modern Education: from Theory to Practice. Proceeding of the 5th International Research-to-Practice Conference]. Pp. 18–20. (In Russian)

Dmitrienko N. M. (ed.) (1999) *Tomsk. Istoriya goroda ot osnovaniya do nashikh dney* [Tomsk. The History of the City from Its Foundation to the Present Day]. Tomsk: Tomsk St. Univ. Publ. (In Russian)

Dmitrienko N. M. (ed.) (2004) *Tomsk ot A do Ya: Kratkaya entsiklopediya goroda* [Tomsk from A to Z: A Brief Encyclopedia of the City]. Tomsk: NTL Publ. (In Russian)

Dmitrienko N. M., Zhilyakova N. V. (2009) Zhurnal [A Magazine]. In *Entsiklopediya Tomskoy oblasti. T. 2* [Encyclopedia of the Tomsk Region. Vol. 2.]. Tomsk: Tomsk St. Univ. Publ. Pp. 222–224. (In Russian)

Ermolin E. A. (2017) Aktual'nye problemy izucheniya istorii dosovetskoy Yaroslavskoy zhurnalistiki [Current Problems of Studying the History of Pre-Soviet Yaroslavl Journalism]. In *Kul'tura. Literatura. Yazyk: mat. konf. «Chteniya Ushinskogo»* [Culture. Literature. Language: Proceeding of the Conference "Ushinsky Readings"]. Yaroslavl': Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky Publ. Pp. 162–167. (In Russian)

Ershov Yu. M. (2012) *Regional'noe televidenie v rossiyskoy mediasisteme:* dis. ... dokt. filol. nauk. [Regional Television in the Russian Media System. Dr. philol sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Ershov Yu. M. (ed.) (2015) *Televidenie Sibiri: istoriya, teoriya i praktika* [Television of Siberia: History, Theory and Practice]. Tomsk: Tomsk St. Univ. Publ. (In Russian)

Esin B. I. (ed.) (1977) *Metodika izucheniya periodicheskoy pechati* [Methods of Studying the Regular Press]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Grabel'nikov A. A. (2008) *Sredstva massovoy informatsii postsovetskoy Rossii: pyatnadtsat' let spustya* [Mass Media of Post-Soviet Russia: Fifteen Years Later]. Moscow: RUDN Publ. (In Russian)

Gradyushko A. A. (2021) Periodizatsiya regional'noy veb-zhurnalistiki v kontekste razvitiya tsifrovykh tekhnologiy [Periodization of Regional Web Journalism in the Context of Digital Technologies' Development]. In *Regiyanal'nyya SMI Respubliki Belarus' u lichbavuyu epokhu: ad lakal'nay prablematyki da infarmatsyynay byaspeki dzyarzhavy : mat. III Respub. navuk.-prakt. kanf.* [Regional Media of the Republic of Belarus in the Digital Era: from Local Issues to Information Security of the State. Proceedings of the 3d Republican Research-to-Practice Conference]. Minsk. Pp. 54–58. (In Russian)

Klyuchevskaya O. S. (2020) Otechestvennoe detskoe televidenie: k voprosu retrospektivnoy periodizatsii [Russian Children's Television: Towards Retrospective Periodization]. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaniya* 39 (3): 331–344. (In Russian)

Kondakov P. P., Maskina N. I. (eds.) (2020) *Vremya - mestnoe: istoriya sozdaniya i razvitiya tomskogo televideniya i radioveshchaniya: sb. statey i bibliogr. mat. Posvyashchaetsya 65-letiyu tomskogo televideniya i 75-letiyu tomskogo radioveshchaniya. Part 1: 1944–2000 gody* [Time Is Local: the History of the Creation and Development of Tomsk Television and Radio Broadcasting: a Collection of Articles and Bibliographic Materials. Dedicated to the 65th Anniversary of Tomsk Television and the 75th Anniversary of Tomsk Radio

Broadcasting. Part 1: 1944–2000]. Tomsk: Novosti Publ.: Kursiv Publ. (In Russian)

Komissarov V. P., Danilov A. P., Danilov A. A., Danilova M. G., Eshkerat A. M. (2021) Osnovnye etapy istorii stanovleniya i razvitiya publitsistiki i zhurnalistiki Chuvashskoy respubliki [The Main Stages of the History of Journalism Formation and Development in the Chuvash Republic]. *Zhurnalist* 2: 126–138. (In Russian)

Kovaleva M. M. (2004) Periodizatsiya kak osnova izucheniya istorii otechestvennoy zhurnalistiki [Periodization as a Basis for Studying the History of Russian Journalism]. In *Zhurnalistika v 2003 godu: obreteniya i poteri, strategii razvitiya: мат. nauch.-prakt. konf.* [Journalism in 2003: Gains and Losses, Development Strategies. Proceedings of the Research-to-Practice Conference]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. Pp. 86–88. (In Russian)

Krasheninnikova M. A. (2914) Problemy periodizatsii istorii postsovetskoy fotozhurnalistiki [Problems of Periodization of the History of Post-Soviet Photojournalism] *MediaAl'manah* 6 (65): 38–45. (In Russian)

Kroychik L. E. (2004) Provintsial'naya chastnaya gazeta. Formirovanie kontseptsii [The Provincial Private Newspaper. Concept Formation]. In L. E. Kroychik, Yu. L. Mandrika (eds.) *Rossiyskaya provintsial'naya chastnaya gazeta* [Russian Provincial Private Newspapers]. Tyumen'. Pp. 3–20. (In Russian)

Kuklina E. A. (1989) Letopis' sibirskoy periodiki 1857-1916 gg. [Chronicle of Siberian Periodicals of 1857–1916]. In *Traditsii i tendentsii razvitiya literaturnoy kritiki Sibiri* [Traditions and Trends in the Development of Literary Criticism in Siberia]. Novosibirsk. Pp. 214–231. (In Russian)

Kuznetsov I. V. (2002) *Istoriya otechestvennoy zhurnalistiki (1917–2000)* [History of Russian Journalism (1917–2000)]. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ. (In Russian)

Laykova Ya. V. (2015) Infografika v rossiyskikh SMI: periodizatsiya i trendy razvitiya [Infographics in Russian Mass Media: Periodization and Development Trends]. *Mediascope* 2. Available at: http://www.mediascope.ru/1712 (accessed: 06.10.2022). (In Russian)

Lepilkina O. I. (2010) *Sistema russkoy provintsial'noy periodicheskoy pechati (XVIII – nachalo XX vv.)* [The System of Russian Provincial Periodicals (the 18th – Early 20th Century)]. Moscow: Ileksa Publ. (In Russian)

Maskina N. I. (ed.) (2018) *Vek s lyubimoy gazetoy: k stoletiyu Tomskoy oblastnoy gazety «Krasnoe znamya»* [A Century with Your Favorite Newspaper: to the Centenary of the Tomsk Regional Newspaper The Red Banner]. Tomsk: Tomskaya poligraficheskaya kompaniya Publ. (In Russian)

Ovsepyan R. P. (1999) *Istoriya noveyshey otechestvennoy zhurnalistiki (uchebnoe posobie*) [The History of Contemporary Russian Journalism (a Study Guide)]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Pogodaev P. P., Voytik E. V. (2009) Radioveshchanie [Radio Broadcasting]. In *Entsiklopediya Tomskoy oblasti. T. 2* [Encyclopedia of the Tomsk Region. Vol. 2]. Tomsk: Tomsk. St. Univ. Publ. Pp. 628–629. (In Russian)

Popova O. Yu. (2015) Etapy razvitiya regional'nogo televideniya: k voprosu o periodizatsii [Stages of Regional Television's Development: Towards Periodization]. *Vestn. Voronezh. gos. un-ta. Ser.: Filologiya. Zhurnalistika* 4: 141–146. (In Russian)

Stan'ko A. I. (1986) *Stanovlenie teoreticheskikh znaniy o periodicheskoy pechati v Rossii (XVIII - 60-e gg. XIX v.)* [Formation of Theoretical Knowledge About the Regular Press in Russia (the 18th Century – the 1860s)]. Rostov-on-Don: Rostov St. Univ. Publ. (In Russian)

Voytik E. A. (2009) Tomskaya nedelya [Tomsk Week]. In *Entsiklopediya Tomskoy oblasti T. 2* [Encyclopedia of the Tomsk Region. Vol. 2]. Tomsk: Tomsk St. Univ. Publ. (In Russian)

Vyazantsev E. A. (1990) *Partiynoe rukovodstvo periodicheskoy pechat'yu Zapadnoy Sibiri v 1946-1950 gg. (opyt istoricheskogo issledovaniya odnogo iz sposobov vozdeystviya na sotsialisticheskoe sorevnovanie v promyshlennosti)*: avtoref. dis. ... kand. istor. nauk. [Party Leadership of the Regular Press in Western Siberia in 1946–1950 (the Experience of Historical Research of One of the Methods of Influencing Socialist Competition in Industry): extended abstract of PhD hist. sci. diss.] Tomsk. (In Russian)

Yaroslavtseva A. E. (ed.) (2011) *Televidenie Sibiri: monografiya. Izd. 2-e, dop. i ispr.* [Television of Siberia: a Monograph. 2nd ed., enlarged and revised]. Tomsk: NTL Publ. (In Russian)

Yastremskaya Yu. A. (2013) Periodizatsiya provintsial'noy pressy v sovetskiy period (na primere gazet goroda Shadrinska Kurganskoy oblasti) [Periodization of the Provincial Press in the Soviet Period (on the Example of Newspapers in the Town of Shadrinsk, the Kurgan Region)] *Vestn. Chelyab. gos. un-ta* 35 (326): 138–142. (In Russian)

Zasurskiy I. I. (1999) *Mass-media vtoroy respubliki* [Mass Media of the Second Republic]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Zasurskiy Ya. N. (ed.) *Sredstva massovoy informatsii postsovetskoy Rossii. Ucheb. posobie* [Mass Media of Post-Soviet Russia. A Study Guide]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Zhilyakova N. V. (2010) K voprosu o periodizatsii sibirskoy dorevolyutsionnoy pechati [Towards Periodization of the Siberian Pre-Revolutionary Press]. In *Funktsii SMI v tranzitivnom obshchestve* [Media Functions in a Transitive Society]. Novosibirsk: SITs NGPU «Gaudeamus» Publ. Pp. 32–39. (In Russian)

Zhilyakova N. V. (2014) *Zhurnalistika dorevolyutsionnoy Tomskoy gubernii: ideya oblastnichestva* [Journalism of the Pre-Revolutionary Tomsk Province: the Idea of Regionalism]. Tomsk: Tomsk St. Univ. Publ. (In Russian)

Zhilyakova N. V. (2020) Noveyshaya istoriya tomskoy zhurnalistiki: gazety, zhurnaly i elektronnye SMI v periody «perestroyki» i «likhikh devyanostykh»

[The Contemporary History of Tomsk Journalism: Newspapers, Magazines and Electronic Media During the Periods of "Perestroika" and "the Wild '90s"]. *Vek informatsii* 8 (3): 58–67. (In Russian)

Zhilyakova N. V., Shevtsov V. V. Evdokimova E. V. (2015) *Periodicheskaya pechat' Tomskoy gubernii (1857–1916): stanovlenie zhurnalistiki i formirovanie regional'nogo samosoznaniy. V 2 t.* [The Regular Press of the Tomsk Province (1857–1916): the Rise of Journalism and the Formation of Regional Self-Awareness. In 2 vol.]. Tomsk: Tomsk St. Univ. Publ. (In Russian)

Zhirkov G. V. (2016) Logika evolyutsii informatsionnogo protsessa i ego otrazhenie v nauchno-pedagogicheskikh issledovaniyakh [The Logic of the Evolution of the Information Process and Its Reflection in Scientific and Pedagogical Research]. *Vek informatsii* 2: 230–234. (In Russian)

Zolotukhin A. A. (2005) «Epokhi» noveyshey istorii SMI [The "Eras" of Contemporary Media History] *Vestn. Voronezh. gos. un-ta. Ser.: filologiya, zhurnalistika* 2: 182–185. (In Russian)

Поступила в редакцию
31.07.2022

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Легойда Владимир Романович, кандидат политических наук, профессор МГИМО МИД РФ, председатель Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ Московского Патриархата, главный редактор журнала «Фома», Москва, Россия; e-mail: v.legojda@my.mgimo.ru

Шестерина Алла Михайловна, доктор филологических наук, профессор кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета, Воронеж, Россия; e-mail: shesterina8@gmail.com

Малыгина Лидия Евгеньевна, доктор филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: admlikbez@gmail.com

Павлова Екатерина Сергеевна, руководитель блока внутренних коммуникации АО «Русагротранс», Москва, Россия; e-mail: epav1129@gmail.com

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ КОНЦЕПТОВ ВЕРЫ И ПРОЩЕНИЯ В ТЕЛЕПЕРЕДАЧЕ РЕЛИГИОЗНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ «ПАРСУНА»

Работа посвящена интерпретации концептов веры и прощения героями программы «Парсуна» (телеканал «Спас»). Участники высказывают единое мнение о том, что вера – это свет, тепло, благословение и труд, сходятся в понимании спасительного значения веры, значимости глубины постижения веры, в признании слабости человека самостоятельно утвердиться в толковании веры. В интерпретации концепта прощения взгляды участников более индивидуализированы. Они расходятся в представлениях о том, что сложнее: простить себя или другого, простить или просить прощение. Однако понимание того, что без прощения жизнь усложняется, объединяет их. Проведенный анализ показал, что сущностные концепты «вера» и «прощение» пронизывают всю жизнь героев передачи, помогают им сформировать стереоскопическое представление о личности человека и о непреходящих ценностях, что особенно актуально в сегодняшней ситуации, когда качество информации оказывает мощное влияние на психику людей, а порой становится реальной угрозой их психическому здоровью.

Ключевые слова: *концепт вера, концепт прощение, религия, телевидение, массмедиа.*

Vladimir R. Legoyda, PhD in Political Science, Professor of Moscow State Institute of International Relations, Chairman of the Synodal Department for Church's Relations with Society and Mass Media of the Moscow Patriarchate, Editor-in-Chief of the Foma magazine, Moscow, Russia; e-mail: v.legojda@my.mgimo.ru

Alla M. Shesterina, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Electronic Media and Speech Communication, Voronezh State University, Voronezh, Russia; e-mail: shesterina8@gmail.com

Lidia E. Malygina, Doctor of Philology, Associate Professor of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: admlikbez@gmail.com

Ekaterina S. Pavlova, Head of Internal Communications Block, JSC Rusagrotrans, Moscow, Russia; e-mail: epav1129@gmail.com

INTERPRETATION OF THE CONCEPTS OF FAITH AND FORGIVENESS IN RELIGIOUS TELEVISION PROGRAMS (A CASE STUDY OF INSTALLMENTS OF THE "PARSUNA" PROGRAM)

This work is devoted to considering the semantic foundations of the concepts of faith and forgiveness among the guests of the "Parsuna" program on the Spas TV channel. In the course of the research, it was possible to identify both common to all approaches to the interpretation of these concepts and individual characteristics. For the majority of participants in the program, the saving value of faith proves to be the most important. Also, in the interpretation of the concept of faith, the guests are united by the idea that faith is light, warmth, blessing and work. They also agree in understanding the significance of the depth of comprehension of faith, in recognizing the imperfection and weakness of a man in his attempts to independently establish himself in its interpretation. In the interpretation of the concept of forgiveness, the views of the participants are more individualized. They also differ in ideas about what is more difficult – to forgive oneself or another person, to forgive or to ask for forgiveness. However, there is something that unites them in the interpretation of forgiveness. It is the understanding that life is difficult without forgiveness. The analysis of the program showed that the concepts of faith and forgiveness permeate the whole life of the protagonists of the program, are intrinsic to them, help to form a stereoscopic idea of a person's personality and the values that they convey to the viewer, which is especially relevant when the quality of information has a powerful effect on human psyche and sometimes can be a real threat.

Key words: *concept of faith, concept of forgiveness, religion, TV, mass media.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2022.82101

Введение

Роль медиа в формировании картины мира и в развитии ключевых параметров личности человека сегодня очевидна. Чаще всего СМИ обращаются к массовой аудитории, а потому вынуждены упрощать сложные явления, однако существует сектор медиа, который не стремится к чрезмерному упрощению, не устраняется от анализа сложных категорий и тем самым вносит заметный вклад в духовное и интеллектуальное развитие аудитории. К этому сектору, безусловно, относится бóльшая часть телепередач телеканала «Спас», в частности «Парсуна», поскольку участниками ее являются как священослужители, так и хорошо известные актеры, режиссеры, писатели, музыканты, ученые, которые могут оказать значительное влияние не только на людей верующих, но и на тех, кто еще не определился с мировоззренческим выбором или придерживается нерелигиозных взглядов. Сегодня, в сложное для мира время, представляется особенно важным, какие именно ценности транслируют такого рода телепередачи, как их герои определяют для себя эти ценности и какое представление о мире они доносят до зрителя. Попытка ответить на эти вопросы предпринимается в нашем исследовании с опорой на активно используемое в научном обиходе понятие «концепт», которое, вслед за Д. С. Лихачевым, мы определяем как «совокупность потенций, отраженных в словарном запасе отдельного человека, как и всего языка в целом» (1993: 4). Концепт выступает как единица описания человеком индивидуальной картины мира, безусловно впитавшей и некие общие оценки, представления, знания о нем. Важно, что в рамках когнитивных исследований концепт рассматривается как постоянно изменяемая единица: несмотря на то что содержание концепта предопределено его этимологией, он может трансформироваться в зависимости от конкретной социокультурной ситуации и образовывать так называемые «эволюционные семантические ряды» (Степанов, 1997: 61) – своего рода последовательно корректируемые значения, сменяемые от эпохи к эпохе. Последнее представляется особенно важным в контексте нашего исследования, направленного на интерпретацию нашими современниками ключевых концептов духовной сферы.

Соглашаясь с утверждением Ю. А. Степанова, что количество базовых концептов в целом невелико (1997:12), мы фокусируем

внимание на двух фундаментальных для духовной жизни человека концептах – веры и прощения.

Концепт веры наиболее явно присутствует в авраамических религиях, играя в них фундаментальную роль. Категория веры как связи человека с Богом эксплицирована уже в книге Бытия: «Авраам поверил Господу, и Он вменил ему это в праведность» (Быт. 15:6). В Новом Завете вера и аспекты веры — предмет постоянного внимания авторов. «Без веры угодить Богу невозможно», – пишет апостол Павел в Послании к евреям (Евр. 11:6). «Испытывайте самих себя, в вере ли вы; самих себя исследывайте. Или вы не знаете самих себя, что Иисус Христос в вас? Разве только вы не то, чем должны быть» (2-е Кор. 13:5). Самым известным библейским определением веры являются слова апостола Павла: «Вера же есть осуществление ожидаемого и уверенность в невидимом» (Евр. 11: 1).

Христианские богословы и аскеты также подчеркивают аспект доверия и уверенности в получении ожидаемого: «Вера есть несокрушимая крепость души, никакими благословными беспокойствами неколеблемая. Верующий не тот, кто думает, что Богу все возможно, но кто верует, что получит от Него все, чего просит»[1]. Максим Исповедник: «Вера есть сила, все внутри в благонастроении содержащая, или есть самое благонастроение, подающее преестественное, непосредственное, совершенное единение верующего с веруемым Богом»[2].

Об универсальном психологическом характере веры, а также о вере как волевом акте пишет В. С. Соловьев: «Вера означает признание чего-либо истинным с такой решительностью, которая превышает силу внешних фактических и формально-логических доказательств. Это не значит, что истины веры не подлежат никаким доказательствам, а значит только, что сила веры зависит от особого самостоятельного психического акта, не определяемого всецело эмпирическими и логическими основаниями <...> Основания веры лежат глубже знания и мышления, она по отношению к ним есть факт первоначальный, а потому и сильнее их»[3].

В настоящей работе под верой понимается как признание существования Творца, так и волевой акт, направленный на осуществление связи человека с предметом его веры. Предметом анализа являются индивидуальное восприятие веры и ее отдельных аспектов, представляющихся гостям наиболее важными гостям программы «Парсуна».

Категория прощения также относится в христианстве к числу фундаментальных. Связь прощения человека Богом с прощением человеком других людей обозначена в молитве Господней («Отче наш»): «И простит нам долги наши, как и мы прощаем должникам нашим» (Мф. 6:12). Иными словами, прощение является сотериологически значимой категорией, условием спасения.

Современный богослов митрополит Антоний (Блум) так пишет о прощении: «...в молитвенном делании мы призваны, прежде чем начать/начнем молиться, — простить, помолиться за обидчиков. То же самое мы находим в заповедях блаженства, момент, когда мы берем свою судьбу в собственные руки: Блаженны миротворцы, ибо они будут наречены сынами Божиими. А здесь: прости, как мы прощаем. Это абсолютно радикальное требование Божие: ты не можешь быть прощенным, если не прощаешь, потому что вопрос не в том, чтобы Бог сказал: “Ладно, что с тебя взять, я принимаю тебя таким, какой ты есть”. Тот, кто не прощает, остается внутренне смущенным. Мир отошел от нашей души, пока мы не сможем простить. Таким образом, это абсолютно решающий момент»[4].

Вместе с тем прощение является одной из самых трудноисполнимых добродетелей, о чем свидетельствует многовековой опыт христианства. В настоящей работе авторов интересует прежде всего понимание героями «Парсуны» категории прощения (Что значит простить?), а также оценка собственной способности к прощению и испрашиванию последнего.

Сопоставление этих определений с их трактовкой героями передачи позволяет сделать вывод о том, насколько совпадают представления наших современников о вере и прощении с их каноническими формами. Кроме того, опыт работы над созданием передачи «Парсуна» позволяет утверждать, что именно в рамках этих концептов происходит наиболее явное раскрытие отношений героев с миром, их представления о значимости явлений самого разного порядка.

Теоретическую базу исследования составили работы по медиатизации религии отечественных исследователей В. М. Хруля (2012), Л. В. Кашинской (2008), М. Григоряна (2009), М. Л. Шевченко[5] и зарубежных коммуникативистов Дж. Батлера, Ю. Хабермаса, Ч. Тэйлора, К. Уэста (Butler, Habermas, Taylor, West, 2011), С. Хьярварда (Hjarvard, 2008), К. Лундби (Lundby, 2006). Несмотря на разницу в подходах, все упомянутые исследователи в целом со-

глашаются с возрастающей ролью медиа в трансляции духовных ценностей, а также подводят нас к выводу о том, что именно медийное поле сегодня позволяет выявить характер понимания нашими современниками сущности духовной жизни. Так, В. М. Хруль отмечает, что интерес к исследованию «взаимоотношений религии и СМИ по своему объему значительно уступает таким более «модным» темам, как, например, ксенофобия и национализм, которые во многих случаях имеют религиозную подоплеку», подчеркивая тем самым фундаментальный характер взаимодействия религиозной сферы и мира массмедиа (2012). Л. В. Кашинская настаивает на необходимости более детального исследования механизмов и специфических характеристик медиатизации религии в контексте возрастающего интереса к религиозному аспекту в общественной жизни (2008). Осознавая значимость и актуальность такого рода исследований, мы опираемся также на труды по лингвистическому анализу религиозной сферы вообще Т. В. Ицкович (2007), Ю. В. Кагарлицкого (1999), И. А. Истоминой (2013), И. А. Королевой (2003), Т. А. Шубиной (2009) и стилистике текста, в частности Н. И. Клушиной (2018), Г. Я. Солганика (2006), что позволяет нам развить представления об интерпретации анализируемых концептов на языковом уровне.

Несмотря на то что исследователи неоднократно обращались к описаниям таких фундаментальных мировоззренческих понятий, как «вера» и «прощение», их анализ на материале телепередачи религиозной направленности пока не осуществлялся. Мы предпринимаем попытку ликвидировать этот пробел, отмечая, что анализируемые понятия можно отнести к сложным категориям, интерпретация которых для каждого индивидуальна, но при этом так или иначе связана с общемировоззренческим выбором, с представлением о добре и зле. Определение индивидуальных подходов к толкованию исследуемых понятий позволит сформировать глубокое, стереоскопическое представление о вариантах интерпретации этих концептов со стороны героев передачи, а конкретизация объединяющих участников представлений поможет сделать вывод о том, какие интерпретации чаще всего воспринимает аудитория при просмотре телепередачи «Парсуна».

Эмпирический материал исследования – выпуски телепередачи «Парсуна» 2021 г. С момента выхода в эфир первой программы 11 марта 2018 г. до 15 января 2022 г. было снято 173 выпуска. Содержание выпусков «Парсуны» носит личностно-философский

характер. Структурно каждый выпуск программы состоит из 5 тематических блоков: «Вера», «Надежда», «Терпение», «Прощение» и «Любовь».

Ретроспективно было отсмотрено 38 единиц видеоконтента, однако для анализа были отобраны те из них, героями которых стали не представители духовного сана, а люди, реализовавшие себя в различных сферах деятельности: актриса Виктория Богатырева, общественный деятель Мария Бутина, певица Валерия, декан факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова Елена Вартанова, писатель Дарья Донцова, актриса Елена Захарова, министр культуры Российской Федерации Ольга Любимова, актер, поэт, певец Петр Мамонов, актер Олег Погудин, литературовед Владимир Полонский, предприниматель Владимир Потанин, журналист Маргарита Симоньян, телерадиоведущий Сергей Стилавин, генеральный директор Третьяковской галереи Зельфира Трегулова, режиссер, художественный руководитель Александринского театра Валерий Фокин, телеведущий Леонид Якубович. Не все анализируемые фрагменты непосредственно содержат слова «вера» и «прощение», однако они раскрывают трактовку этих понятий героями передачи в каждом тематическом модуле.

Мы рассмотрели 16 выпусков телепередачи «Парсуна» (рубрики «Вера» и «Прощение») и выделили интересующие нас маркеры анализируемых концептов. Единицами счета стали слово, словосочетание, предложение, абзац, понятийно соотносимые с анализируемыми концептами. В целом в пределах концепта «вера» нами были выделены 111 единиц, а в описании концепта «прощение» — 82. Анализ этих единиц позволил выявить общие черты и отличительные особенности содержания концептов у разных участников телепередачи, а сопоставление трактовок с каноническим представлением о концептах, изложенном в Книгах Священного Писания и трудах богословов, позволил сделать выводы о совпадении или расхождении в представлениях о вере и прощении.

Концептуальной основой построения «Парсуны» стала известная «Молитва Оптинских старцев», содержащая отсылку к названным темам: «Научи меня молиться, верить, надеяться, терпеть, прощать и любить». В пяти частях программы вопросы могут касаться личного отношения человека к данным темам: Что для Вас вера?; Как в Вашей жизни появилась вера?; Что для Вас самое трудное в вере?; Существует ли конфликт веры и знания?; Видите ли Вы надежду в молодом поколении?; На кого человек должен

надеяться в своей жизни?; Важно ли терпение для Вашей профессии?; Что значит простить человека?; Если Ваш ребенок спросит Вас, что такое любовь, что Вы ответите? и др. Также могут затрагиваться личные истории гостя: Бывали ли у Вас в жизни ситуации, когда Вы теряли надежду?; Что в себе и других Вы не можете терпеть?; Есть ли в Вашей жизни люди, которых Вы не смогли простить?; Есть ли в Вашей жизни люди, у которых Вы не успели попросить прощения?; Тяжело ли Вам просить прощения?; Что Вы делаете, когда чувствуете, что человек у Вас вызывает не любовь, а строго противоположное чувство? и др.

Вера и прощение — центральные концепты православного дискурса, определяющие не только догматические особенности конфессии, но и лингвокультуру в целом. В соответствии с разными цивилизационными взглядами на мир, общество и личность концепты веры и прощения наполняются различной семантикой.

Проведенный анализ позволил выявить как общие подходы к интерпретации концептов веры и прощения, так и индивидуальные особенности, продемонстрированные участниками телепередачи.

Концепт веры

Вера интерпретируется гостями программы индивидуально, однако можно заметить некоторое значимое сходство. Так, целый ряд участников передачи отмечает спасительное значение веры: «Господь спасает – это не просто аксиома. Это фундамент и нашей веры, и нашего существования» (Олег Погудин); «Вера в какой-то момент времени стала просто спасательным кругом» (Валерия); «У меня какая-то помощь идет мощная» (Валерия); «Все наши дела залиты милосердием Божьим» (Петр Мамонов); «Духовный мир подвергается все большему давлению и противостоять ему без веры невозможно» (Владимир Потанин). Подобное понимание веры вполне укладывается как в православное, так и в общехристианское догматическое представление о сотериологическом характере веры[6], основанное на библейском видении спасения и отношений человека с Богом: «Вера есть осуществление ожидаемого и уверенность в невидимом» (Евр. 11: 1).

Вера – тепло

«Когда ты живешь в согласии со словом Господа, мир становится другим», – отмечает Мария Бутина. Каким же становится этот

мир, по мнению героев передачи «Парсуна»? Прежде всего, многие отмечают особую духовную силу этого мира, его теплоту, свет и поддержку: «В церкви мне уютно» (Сергей Стилавин); «Мне хочется, чтобы они [люди. – *Прим. авт.*] увидели, какая жизнь может быть другая, когда человек верит» (Елена Захарова); «Тот мир, где меня принимают» (Дарья Донцова); «Накатило во время Пасхальной службы. Благодать по голове стукнула» (Владимир Полонский); «Это единственное, что даст мне точку опоры» (Валерия); «В Боге все просто и с Богом все просто» (Олег Погудин); «Вера – теплое ощущение отца» (Сергей Стилавин); «Думала о Боге как о добром волшебнике. Как-то внутренне с ним общалась» (Виктория Богатырева).

Вера – смысл

Герои «Парсуны» говорят и о том, что вера наполняет жизнь смыслом и полнотой: «Вера дает тебе полноту. Полноту твоего существования. В некотором смысле оправдывает, что ты есть» (Сергей Стилавин); «Вера – то, что заставляет нас обрести смысл и дает волю» (Владимир Потанин); «Вера – это все сердце, это всюду Бог, это всегда Бог» (Петр Мамонов).

Вера для героев «Парсуны» — это и ощущение, что тебя принимают, и страх быть не принятым вследствие греха. Так, Сергей Стилавин размышляет: «Когда открываешься Богу, ты ощущаешь теплоту от того, что тебя принимают безусловно. Приятие очень важная в жизни история <...> Важно, чтобы человека принимали, каким он есть <...> Вера в этом смысле <...> тебе достаточно открыться для того, чтобы тебя приняли полностью».

Вера через призму профессии

Безусловно, для многих героев «Парсуны» вера – то, что определяет всю жизнь человека, в том числе и профессиональную. Последнее принципиально важно, так как вера как мировоззренческий выбор, как синоним религии является глубинной, предельной идентичностью человека. И в этом смысле их рассуждения будто бы преломляются через призму. Так, Елена Вартанова размышляет о вере как о служении людям: «Сострадание к людям заложено в публицистике»; «Служить обществу, помноженное на то православное эстетическое поле, в котором я росла»; «Работать на то, чтобы людям было хорошо, работать на созидание жизни»; «Ты должен себя отдавать людям». Владимир Полонский рас-

суждает о вере через призму литературного таланта и видит огромную личную трагедию в том случае, когда писатель обделен верой: «Религиозная бездарность Толстого, неодаренность религиозными интуициями, наверное, это его крест, наверное, это его Голгофа». Валерий Фокин рассматривает веру в аспекте служения театру: «Театр как некое поручение. Нужно соизмерять то, что ты делаешь, с тем, как это будет воспринято ТАМ». Еще ярче эту мысль формулирует Леонид Якубович: «Искусство от храма ничем не отличается <...> Для меня театр – понятие святое совершенно». Виктория Богатырева связывает с верой каждый свой шаг: «Я стараюсь все делать ради Христа. Я думаю, что Господь меня не забудет». И, наверное, ярче всего эту мысль выражает Петр Мамонов: «Господь ревнив. Он хочет все сердце человека».

Помимо прочего, данные рассуждения полемизируют с устоявшимся представлением о «вере как твоем исключительно частном деле» и указывают на предельную значимость веры для жизни человека в целом.

Трудности веры

Однако многие герои говорят и о том, что на пути веры можно оступиться: «Как вы Бога-то услышите, если вы сами все время разговариваете?» (Валерия); «Есть страх Божий, что я что-то не так делаю. Сопряжено со стыдом, совестью, ответственностью» (Виктория Богатырева); «Плоды духа – это в первую очередь любовь, но кроме того и самоукорение. Это тишина. Это сосредоточенность, прежде всего, на своем несовершенстве» (Олег Погудин).

Противопоставляются вере мелкие прегрешения: «Дух томится, когда вокруг усиливается неправда, когда мы разрешаем себе какие-то мелкие грехи. Когда мы думаем, что достижение <...> цели достойно того, чтобы попрать, пусть даже в крошечном каком-то плане? правду, мы себя раним. Грех – это ведь еще и рана» (Олег Погудин); умножение зла: «Не принести в этот мир зла еще больше, чем в нем есть. Не мстить. Уж тем более первой не нападать <...> Не увеличивать количество конфликтов, а значит, зла <...>» (Маргарита Симоньян); гордыня: «Суть христианства для меня – усмирить свою гордыню» (Маргарита Симоньян); раздражение: «Тяжелее всего дается не раздражаться» (Елена Захарова).

Вера трудна, но страшнее всего для героев передачи «Парсуна» – жить без веры: «Без Бога все тревожно и все страшно» (Олег Погудин); «Не было ни секунды кризиса веры» (Ольга Любимова);

«Я переживаю, когда люди некрещеные» (Елена Захарова); «Я очень много в чем себе отказываю, потому что знаю, что я потом к иконам своим не смогу подойти» (Маргарита Симоньян); «Страх, что он меня не примет» (Виктория Богатырева); «Человек без веры жить не может» (Леонид Якубович); «Не может человек не верить» (Владимир Потанин).

Вера как труд и как благословение

Объединяет героев телепередачи и мысль о том, что вера – это и труд, и благословение: «Вера не мода, а потребность чистой души» (Сергей Стилавин); «Вера – работа над собой. Еще какая!» (Елена Захарова); «Иногда к истинной вере человек идет всю жизнь» (Владимир Потанин); «Быть верующим – это когда что бы с тобой ни произошло, хорошее или плохое (особенно хорошее), это не твоя заслуга. Это все хвала Господу» (Мария Бутина); «Вера – путь» (Дарья Донцова).

Данные рассуждения героев указывают на два значимых для христианства фактора: вера — состояние динамическое (путь) и вера — добродетель воли, вера требует волевых усилий и постоянного труда над собой, что прротиворечит обывательскому представлению: вера для слабых.

Вера – интимная сфера бытия

И, наконец, почти все герои телепередачи говорят о том, что вера – это сфера интимная, то, о чем сложно говорить на публику. Об интимности веры говорит Валерия: «Как найти то самое уединенное место в самом себе, чтобы иметь возможность поговорить с Ним?». Много размышляет об этом Олег Погудин: «О вере мы свидетельствовать обязаны. Но в определенных обстоятельствах <...> Опасно делиться своим личным духовным опытом просто так, когда неуместно <...> Лучше сначала промолчать. Если тебе нужно будет свидетельствовать о вере, ты должен будешь это сделать. Но эти обстоятельства будут очевидны».

При этом для большинства героев «Парсуны» (не для всех) интимность веры не означает невозможности публичного свидетельства о своем мировоззрении (что видно из приведенных выше цитат), но предполагает нравственную чистоту и необходимость интеллектуальной подготовки к подобного рода дискуссиям.

Концепт прощения

Что такое прощение

При общем понимании важности и необходимости концепта в христианской системе координат, прощение определяется героями телепередачи «Парсуна» по-разному. Так, Олег Погудин говорит о том, что важно «прощать недостатки». Валерия полагает, что «простить – это значит внутренне не желать человеку зла <...> Простить – это значит человека отпустить». Так же думает и Виктория Богатырева: «Простить – я приняла то, что он так поступил, и мне это пошло во благо. В какой-то момент отпустить <...> Простить – это сказать иди с миром, иди с Богом». Дарья Донцова определяет прощение так: «Что такое простить? Вот страшный суд идет. И вываливается грех, который он сделал в отношении меня. И вот в этот момент надо поднять руку и сказать: "Господи, прости его. Он не ведал, что творил". И вот это будет прощение». Мария Бутина также рассуждает о прощении: «Прощение – это не поиск оправдания поступкам человека. Прощение – это умение сказать: я люблю тебя. Но мне так жаль тебя. Ты же не ведаешь, что творишь. Ты начинаешь смотреть на него как человек, который хочет ему помочь».

Размышляют герои и о том, что прощением не является: «Между извинением и прощением – пропасть. Извинить легко. А простить сложно. Это понимание приходит тем отчетливее, чем больше раскрывается постижение полноты прощения» (Дарья Донцова); «Прощение – такая субстанция, которая не может быть частичной» (Владимир Потанин).

Простить себя, простить другого

Концепт прощения интерпретируется героями передачи «Парсуна» в двух ключевых аспектах – «простить себя» и «простить другого».

Кому-то из участников телепередачи сложно простить себя, а кому-то – другого: «Я всегда склонна винить в первую очередь себя <...> Я склонна к тому, чтобы людей прощать и понимать, что не все совершенно в этом мире» (Зельфира Трегулова); «Себя сложнее всего прощать» (Елена Вартанова); «Как Достоевский сказал, главное – с собой договориться, а там уже все будет легче» (Валерий Фокин).

В прощении других герои не единодушны. Так, Елене Вартановой проще простить близких: «Родным, любимым все прощаю».

Так же полагает и Виктория Богатырева: «Близкие могут обидеть, но я стараюсь не обижаться». А вот Дарья Донцова говорит о том, что далеких людей прощать проще: «Простить постороннего легче, чем близкого». Но «надо еще уметь прощать, не обидев того, кого прощаешь», – полагает Леонид Якубович. «Протянуть руку первому – вот это сложно», – говорит Мария Бутина. «Первыми прощение просят самые умные», – считает Дарья Донцова.

Отдельный вопрос – прощать, когда обижают лично тебя и когда задеты другие люди. Так, Петр Мамонов рассуждает: «Если обида касается лично тебя – терпи. Если в троллейбусе обижают женщину или ребенка – по морде надо дать хаму».

Простить – просить прощения

«Прощения просить легче, чем прощать», – считает Леонид Якубович. «Я не чувствую униженности за то, что я извиняюсь за ошибки», – подкрепляет эту мысль Сергей Стилавин. А вот Владимир Потанин полагает, что «прощение – это сложно. Сложно и когда ты просишь прощения, и когда сам пытаешься прощать <...> Прося прощения, человек проходит определенный этап в своем развитии <...> Это очень трудно. Это очень мощный жест, когда человек прощает».

Маргарита Симоньян говорит, что «не трудно просить прощения, если я знаю, что я неправа. Прощать еще легче». Мария же Бутина полагает, что акт прощения не должен быть связан с тем, прав или не прав человек: «Любить человека хорошего легко. А ты попробуй полюбить несовершенного человека. Того, который не делает ничего хорошего тебе, а наоборот <...> Первый опыт прощения – когда я должна была простить своих обвинителей». Соглашается с ней и Владимир Потанин: «Если ты, столкнувшись с чем-то (с несправедливостью, с обидой, с тем, что тебя будоражит, что тебе не дает покоя), поднимаешься до способности простить, ты освобождаешь свою жизнь от гнева, от ненависти, от всего того, что мешает чему-то светлому, во что человеку хочется верить».

Сложность прощения

Но для некоторых участников передачи прощение не означает полного принятия человека: «Бывают поступки, которые ты не понимаешь, как простить <...> Есть ряд поступков (предательство), которые простить очень сложно... Но я надеюсь, что я простила... насколько это возможно» (Елена Захарова); «Ты прощаешь, но ты

знаешь, на что человек способен. Гордыня мешает прощать» (Валерия); «Зависть ни понять, ни простить <...> Не могу забыть подлость из-за ерунды, предательство из-за ерунды» (Леонид Якубович). Тема предательства в контексте сложности прощения возникает и у Сергея Стилавина: «Есть же предательство. Предательство – это когда тебя используют в корыстных интересах, не учитывая твоих прав, твоей дружбы, твоих интересов, когда об тебя вытирают ноги».

Прощение – осуждение

Некоторые герои размышляют о прощении через связь этого концепта с оценкой, осуждением, и это делает прощение иногда необыкновенно сложной задачей. Так, Олег Погудин размышляет о том, как сложно ему работать в составе жюри конкурсов, поскольку приходится оценивать других. Елена Вартанова отмечает, что старается не допустить ситуации, когда приходится прощать: «Я никогда не довожу ситуации до такого момента, что надо прощать или не прощать. У меня не было таких ситуаций <...> Может быть, я такой счастливый человек, что жизнь меня никогда не ставила в ситуацию выбора простить–не простить <...> Мне трудно говорить о прощении, потому что изначально я вообще стараюсь не обижаться на людей». Виктория Богатырева полагает, что «обида – это хорошо, если ты ее понимаешь и идешь дальше <...> Обида душит, мешает, жить невозможно». «Даже справедливая обида – не очень хорошо», – полагает Дарья Донцова.

Прощение через призму профессии

Концепт прощения, как и концепт веры, нередко рассматривается героями передачи «Парсуна» через призму профессии. Например, Владимир Полонский размышляет о роли прощения в произведениях Ф. М. Достоевского и Л. Н. Андреева, о роли прощения в литературе в целом. Валерий Фокин отмечает важность прощения в театральной жизни и говорит о том, что «театр – это компромисс». Елена Вартанова говорит о том, что ей «всегда легко простить студента. Я прощаю студента всегда». А Сергей Стилавин как один из способов реагирования на обиду предлагает шутку: «Когда я вижу, что меня пытаются поддеть, я шучу как хочу».

Жизнь без прощения

Но практически все участники телепередачи говорят о том, что прощение невероятно важно для человека: «Важно уметь про-

щать» (Елена Захарова); «Жить в обиде очень тяжело» (Виктория Богатырева); «Прощение – такая вещь, которая сильно облегчает жизнь» (Владимир Потанин). Во всей полноте эту мысль раскрывает Петр Мамонов: «Если мое сердце каменное, не прощающее, значит, я не пускаю туда свет».

Дискуссия

«Как может неясное “что-то”, только “мелькающее” в уме, породить такую четкость выводов?» – рассуждал в своем исследовании понятия «концепта» С. А. Аскольдов-Алексеев (1928: 29). В самом деле, если обобщить интерпретацию концептов «вера» и «прощение» героями телепередачи «Парсуна» – представителями светских профессий, то придется признать, что во многом они обретают индивидуальные черты. Все проанализированные нами выпуски содержат интерпретацию этих концептов, пропущенную через личный опыт участников, скорректированную в соответствии с их жизненной ситуацией. Это в целом не расходится с тем пониманием веры, которое дает нам Православная энциклопедия: «Все, что совершается в мире, даже людьми, чуждыми Церкви, совершается верою <...> весьма многие дела человеческие основаны на вере; и этому не одни мы верим, но верят и находящиеся вне Церкви <...> Они хотя не принимают Священного Писания, а руководствуются своими какими-либо учениями, впрочем и те принимают верою” (Cyr. Hieros. Catech. 5: 3) <...> Вера определяется отношением человека к Божеству и проявляется в признании Его бытия, в доверии и верности Ему»[7]. Таким образом, подчеркивается всепроникающий характер веры и ее соотнесенность со всеми проявлениями жизни человека.

В интерпретации концепта веры героев объединяет представление о том, что вера – это свет, это тепло нашей жизни. Она безусловна. И последний аспект интерпретации концепта полностью соответствует его канонической трактовке: «Вера, о которой говорит Господь, есть доверие Богу, и оно противопоставляется сомнению (Мк 11: 20–24)»[8]. Вера – это и благословение, и труд.

Такое понимание концепта «вера» находится в полном соответствии с его содержательной структурой: на онтологическом уровне вера обязательно соотносится с ценностью, вечностью, откровением, сокровенностью, единственностью, а на аксиологическом

уровне – с <...> благодатью, конечной целью бытия, спасением (Казнина, 2004).

Герои передачи отмечают также, что на пути веры каждый может столкнуться с препятствиями. Эти препятствия различны у участников передачи, так же, как и пути их преодоления. Однако еще одним объединяющим героев утверждением является мысль о том, что тема веры очень интимна и говорить о ней на публику сложно. Здесь каждое слово имеет значение.

В интерпретации концепта «прощение» взгляды участников более индивидуализированы. Можно отметить, что в целом этот концепт дается героям сложнее, однозначных ответов нет. Герои постигают свое отношение к прощению как бы непосредственно во время разговора с ведущим.

Участники «Парсуны» дают «прощению» очень разные определения (некоторые – через отрицание, описание того, что прощением не является). Расходятся они и в представлениях о том, что сложнее: простить себя или другого, простить или просить прощение. Как и в случае с верой, на пути прощения участники передачи преодолевают индивидуальные препятствия. Однако есть нечто, что объединяет их в интерпретации прощения. Это понимание того, что без прощения жизнь сложна, прощение делает ее чище, лучше для самого прощающего или просящего прощения. Также, вполне в соответствии с каноническим представлением о концепте «прощение», герои передачи нередко рассматривают прощение через веру. «В ответ на проявление Веры Господь прощает грехи (Мк. 2: 1–12; Лк. 7: 48–50)», – читаем мы в Православной энциклопедии[9]. Подобный подход к интерпретации прощения мы встречаем и у героев телепередачи.

Выводы

Подводя итоги анализа интерпретаций героями передачи «Парсуна» двух важнейших концептов – веры и прощения – можно отметить, что все они едины в понимании важности, сложности и глубины обсуждаемого. Многие из участников говорят о том, что жизнь без веры и прощения невозможна, холодна, лишена смысла. Лейтмотивом звучит мысль о светлом и всепроникающем характере веры, соотносимая со словами святителя Григория Богослова: «И тьму Ты уничтожил, И Свет во тьме восставил, Да все творишь во свете»[10]. Герои сходятся в понимании значимости по-

стижения веры и прощения, в признании несовершенства и слабости человека в попытках самостоятельно утвердиться в их толковании.

Важно также отметить, что, рассуждая о вере и прощении, герои говорят о самых разных сферах своей жизни (семейной, профессиональной, дружеской, творческой) и о разных ее периодах (детстве, юности, зрелости). Последнее позволяет говорить о том, что концепты «вера» и «прощение» пронизывают всю жизнь героев и, несмотря на разницу в интерпретациях, являются сущностными, помогают сформировать объемное, стереоскопическое представление о личности человека и о его отношении к миру. Несовпадение в деталях раскрывает глубину этих концептов и стимулирует стремление всерьез задуматься о своем отношении к пониманию важнейших духовных составляющих жизни человека.

Примечания

[1] Лествица, возводящая на небо / преп. Иоанн Лествичник. М.: Изд-во Сретенского монастыря, 2013. Режим доступа: https://azbyka.ru/otechnik/Ioann_Lestvichnik/lestvitsa-ili-skrizhali-dukhovnye/32#sel=113:3,113:18 (дата обращения: 05.06.2022).

[2] Добротолюбие // Толковый словарь. Т. 3. С. 263. М.: Азбука веры, 1992.

[3] Христианство // Энциклопедический словарь. Т. 1. М.: Большая Российская энциклопедия, 1993. С. 352.

[4] *Митрополит Сурожский Антоний*. Вот я, Господи! Беседы на евангельские темы. М.: Практика, 2017. С. 43–44.

[5] *Шевченко М. Л.* Религиозная журналистика: типы, принципы и проблемы институционализации // Православие и мир. 2009. Нояб., 21. Режим доступа: https://www.pravmir.ru. (дата обращения: 20.03.22).

[6] Оставим сейчас в стороне догматические особенности понимания веры в разных христианских конфессиях: они, безусловно, присутствуют, но никак не влияют на сделанный нами вывод.

[7] Православная Энциклопедия. Режим доступа: https://www.pravenc.ru/text/150359.html (дата обращения: 04.06.2022).

[8] Там же.

[9] Там же.

[10] *Святитель Григорий Богослов*. Вечерний гимн // Patrologia Graeca. T. 36. 2013. Col. 511–514.

Библиография

Аскольдов-Алексеев С. А. Концепт и слово // Русская речь. 1928. Вып. 2. С. 29–44.

Григорян М. Прикладное религиоведение для журналистов. М.: Права человека, 2009.

Истомина И. А. Современная православная проповедь: стилистическая и прагматическая специфика: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2013.

Ицкович Т. В. Православная проповедь как тип текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007.

Кагарлицкий Ю. В. Риторические стратегии в русской проповеди переходного периода: 1700–1775: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1999.

Казнина Е. Б. Концепт вера в диалогическом христианском дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. М., 2004.

Кашинская Л. В. Религия в СМИ // Проблематика СМИ в контексте глобальных проблем современности. М.: Аспект Пресс, 2008.

Клушина Н. И. Медиастилистика. М.: Флинта, 2018.

Королева И. А. Православная сакрально-богослужебная лексика в современном русском языке и в художественном тексте: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003.

Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Известия РАН. Сер. лит. и яз. М., 1993. Т. 52. № 1. С. 3–9.

Солганик Г. Я. Практическая стилистика русского языка: учеб. пособие для вузов. М.: Издательский центр "Академия", 2006.

Степанов Ю. А. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Языки славянской культуры, 1997.

Хруль В. М. Религия, масс-медиа и представления о Боге в современной России. Опыт междисциплинарного исследования. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing, 2012.

Шубина Т. А. Современная православная миссионерская проповедь: методика обучения жанру в высших духовных учебных заведениях: дис. ... канд. пед. наук. М., 2009.

Butler J., Habermas J., Taylor C., West C. (2011) *The Power of Religion in the Public Sphere*. New York: Columbia University Press.

Hjarvard S. (2008) The Mediatisation of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. *Northern Lights* 6 (1): 9–26. DOI: 10.1386/nl.6.1.9_1

Lundby K. (2006) Contested Communication. Mediating the Sacred. In J. Sumiala-Seppanen, K. Lundby, R. Salokangas (eds.) *Implications of the Sacred in (Post)Modern Media*. Gothenberg.

Notes

Dobrotolyubie [Philokalia] (1992) In *Tolkovyy slovar'*. T. 3 [Explanatory Dictionary. Vol. 3]. Moscow, Azbuka Very Publ. P. 263.

Khristianstvo [Christianity] (1993) In *Entsiklopedicheskiy slovar'. T. 1* [Encyclopedic Dictionary. Vol. 1]. Moscow: Great Russian encyclopedia Publ. P. 352.

Lestvichnik I. (2013) *Lestvitsa, vozvodyashchaya na nebo* [The Ladder Leading up to Heaven]. Moscow: Sretensky monastyr Publ. Available at: https://azbyka.ru/otechnik/Ioann_Lestvichnik/lestvitsa-ili-skrizhali-dukhovnye/32#sel=113:3,113:18 (accessed: 05.06.2022).

Mitropolit Surozhskiĭ Antoniĭ (2017) *Vot ya, Gospodi! Besedy na evangel'skie temy* [Here I Am, Lord! Gospel Conversations]. Moscow: Praktika Publ. Pp. 43–44.

Pravoslavnaya Entsiklopediya [Orthodox Encyclopedia]. Available at: https://www.pravenc.ru/text/150359.html (accessed: 04.06.2022).

Shevchenko M. L. (2009) Religioznaya zhurnalistika: tipy, printsipy i problemy institutsionalizatsii [Religious Journalism: Types, Principles and Institutionalization Problems]. *Pravoslavie i mir,* 21 November. Available at: https://www.pravmir.ru. (accessed: 20.03.22).

Svyatitel' Grigoriy Bogoslov. Vecherniy gimn [Saint Grigory Bogoslov. The Evening Anthem]. In *Patrologia Graeca*. *T. 36* [Patrologia Graeca. Vol. 36]. 2013. Pp. 511–514.

References

Askol'dov-Alekseev S. A. (1928) Koncept i slovo [The Concept and the Word]. *Russkaya rech'* 2: 29–44. (in Russian)

Butler J., Habermas J., Taylor C., West C. (2011) *The Power of Religion in the Public Sphere*. New York: Columbia University Press.

Grigoryan M. (2009) *Prikladnoe religiovedenie dlya zhurnalistov* [Applied Religious Studies for Journalists]. Moscow: Prava cheloveka Publ. (In Russian)

Hjarvard S. (2008) The Mediatisation of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. *Northern Lights* 6 (1): 9–26. DOI: 10.1386/nl.6.1.9_1

Khrul' V. M. (2012) *Religiya, mass-media i predstavleniya o Boge v sovremennoy Rossii. Opyt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya* [Religion, Mass Media and Ideas About God in Modern Russia. The Experience of Interdisciplinary Research]. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing. (In Russian)

Itskovich T. V. (2007) *Pravoslavnaya propoved' kak tip teksta*: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. [An Orthodox Preaching as a Type of Text. PhD philol. sci. diss.] Ekaterinburg. (In Russian)

Istomina I. A. (2013) *Sovremennaya pravoslavnaya propoved': stilisticheskaya i pragmaticheskaya spetsifika*. Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. [A Modern Orthodox Preaching: Stylistic and Pragmatic Specifics. Extended abstract of PhD philol. sci. diss.] Ekaterinburg. (In Russian).

Kagarlitskiy Yu. V. (1999) *Ritoricheskie strategii v russkoy propovedi perekhodnogo perioda: 1700–1775*: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. [Rhetorical Strategies in the Russian Preaching of the Transitional Period: 1700–1775. Extended abstract of PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Kaznina E. B. (2004) *Kontsept «vera» v dialogicheskom khristianskom diskurse*: dis. ... kand. filol. nauk. [The Concept of Faith in Dialogic Christian Discourse: PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Kashinskaya L. V. (2008) Religiya v SMI [Religion in the Media]. In *Problematika SMI v kontekste global'nykh problem sovremennosti* [Media Issues in the Context of Global Problems of Modernity]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Klushina N. I. (2018). *Mediastilistika* [Media Stylistics]. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)

Koroleva I. A. (2003) *Pravoslavnaya sakral'no-bogosluzhebnaya leksika v sovremennom russkom yazyke i v khudozhestvennom tekste*: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. [The Orthodox Sacral Liturgical Vocabulary in the Modern Russian Language and Literary Texts: extended abstract of PhD philol. sci. diss.] Volgograd. (In Russian)

Likhachev D. S. (1993) Kontseptosfera russkogo yazyka. T. 25 [Conceptosphere of the Russian Language]. *Proceedings of the Russian Academy of Sciences. Literature and Language Series* 52 (1): 3–9. (In Russian)

Lundby K. (2006) Contested Communication. Mediating the Sacred. In J. Sumiala-Seppanen, K. Lundby, R. Salokangas (eds.) *Implications of the Sacred in (Post)Modern Media*. Gothenberg.

Shubina T. A. (2009) *Sovremennaya pravoslavnaya missionerskaya propoved': metodika obucheniya zhanru v vysshikh dukhovnykh uchebnykh zavedeniyakh*: dis. ... kand. ped. nauk. [Modern Orthodox Missionary Preaching: the Technique for Teaching the Genre in Higher Theological Educational Institutions. PhD ped. sci. diss.] Moscow: Academia Publ. (In Russian)

Solganik G. Ya. (2006) *Prakticheskaya stilistika russkogo yazyka* [Practical Stylistics of the Russian Language]. Moscow. (In Russian)

Stepanov Yu. A. (1997) *Konstanty*: Slovar' russkoy kul'tury [Constants: Dictionary of Russian Culture]. Moscow: Languages of Slavic Culture Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
05.04.2022

ДИСКУССИЯ

Крашенинникова Мария Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры новых медиа и теории коммуникации, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: mashagarnova@gmail.com

Никольская Элина Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры цифровой журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: elina_nik@mail.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ СМИ И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА: ДИАЛЕКТИКА СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ (2021–2022)[1]

В статье приведены результаты исследования наиболее часто используемых языковых и стилистических средств репрезентации социальных конфликтов в русскоязычных СМИ и социальных сетях в 2021–2022 гг. Авторами были рассмотрены классификации социального конфликта, представленные в академических российских и зарубежных публикациях. На их основе, а также на базе изучения синонимических рядов в статье представлена методика выделения ключевых слов по категориям, где основным является слово «конфликт». По результатам анализа было выявлено, что наибольшая активность на тему социальных конфликтов в соцсетях и СМИ была зафиксирована в феврале–апреле 2022 г. В это время наблюдается всплеск разных видов конфликта, объединенных в общее понятие социального конфликта. Обсуждения в соцсетях количественно на порядок превышают публикации в СМИ. Однако с апреля 2022 г. происходит спад выявленной тенденции. Авторы связывают это с ужесточением законодательства, блокировкой доступа к ряду ресурсов, а также усталостью аудитории от конфликтной проблематики.

Ключевые слова: *конфликт, социальный конфликт, СМИ, социальные сети.*

Maria A. Krasheninnikova, PhD in Philology, Assistant Professor at the Chair of New Media and Communication Theory, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: mashagarnova@gmail.com

Elina S. Nikolskaya, PhD in Philology, Assistant Professor at the Chair of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: elina_nik@mail.ru

TRADITIONAL MEDIA AND SOCIAL MEDIA: DIALECTICS OF SOCIAL CONFLICTS (2021–2022)

It is obvious to all of us that any society is involved in the discussion of various conflicts that are related to different aspects of life: politics, economics, science, etc. What forms the public agenda can be understood if we turn to official media. However, in recent decades, with the development of technology, it has become possible to explore new media, especially social networks. The purpose of this article is to find in media publications and social networks the topic of conflicts that most often become the subject of discussion. To accomplish this task, ten categories of conflicts are distinguished, as well as keywords for each of them. The article provides a quantitative and qualitative content analysis of the publications in Russian media and social networks from June 1, 2021 to June 1, 2022. The analysis shows that official media and social networks do not differ in terms of the topic – both of them touch upon the same conflicts. The topic began to develop first in media, later social network users started to discuss it. The greatest surge in the discussion occurred in the spring of 2022 associated with the start of the special military operation of the Russian Federation in Ukraine. The decline of interest in the topic of conflict was in April 2022, which is accounted for by the tightening of legislation, the blocking of access to some of the resources and the audience's fatigue with conflict issues.

Key words: *conflict, social conflict, media, social networks.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2022.102128

Введение

Репрезентация социального конфликта в современном медийном пространстве представляется крайне актуальной темой, перспективной для всестороннего изучения. На сегодняшний день мы не только имеем дело с констатацией факта социального конфликта через официальные СМИ, но и можем проследить реакцию неинституционализированных медиа, лидеров мнений, аудитории в социальных сетях на те или иные конфликтные события. Социальный конфликт, безусловно, может рассматриваться с разных сторон: социологической, исторической, филологической и др.

Новизна предлагаемого исследования обусловлена его задачей – выявить динамику вовлечения «официальных» и «неофициальных» медиаигроков в процесс обсуждения различных видов социального конфликта. Полисубъектность структуры современной медиасреды, характеризующейся большим количеством институционализированных и неинституционализированных потенциальных участников публичного пространства, определила необходимость подойти к поставленной задаче с разных сторон, применяя адекватные нашей цели методику и технический инструментарий.

В настоящей статье мы попытались ответить на ряд вопросов, связанных с поиском наиболее часто встречающихся языковых и стилистических средств выразительности, применяемых для репрезентации различных социальных конфликтов в современной цифровой медиасреде. Также в рамках данного исследования авторы провели параллели между упоминаемостью различных видов социального конфликта в официальных СМИ и социальных сетях, проанализировали динамику роста и последующего спада интереса общества к тому или иному виду социального конфликта.

Обзор литературы

Фундамент академического изучения феномена социального конфликта заложен разными группами российских и зарубежных ученых. Исследователи в большинстве случаев опираются на фундаментальные труды западных ученых: Р. Дарендорфа (1994), Г. Зиммеля (1994), Л. Козера (2000), С. Хантингтона (2017).

В России к данной теме обращаются конфликтологи, социологи, политологи. Основные вопросы, которые интересуют ученых, сосредоточены вокруг нескольких магистральных аспектов социального конфликта. Наибольшее число научных публикаций посвящено теоретико-методологическим основам и различным типологиям конфликта (Кильмашкина, 2015; Ярычев, 2009; Хохлов, 2014; Мурашева, 2021; Сапужак, 2019; Наумова, 2012; Омелаенко, 2019 и др.). Другая линия публикаций сосредоточена вокруг историографического подхода к социальному конфликту и проблеме его теоретического познания (напр., Плотников, Шетулова, 2015).

Изучение вопросов, связанных с проблематикой социального конфликта, затруднительно без типологизации данного явления. Анализ научных публикаций, содержащих классификацию социальных конфликтов, показал диаметрально противоположные подходы к данной теме. Социальные конфликты можно типологизировать по продолжительности их жизненного цикла, по масштабу распространения, по методам и интенсивности противодействия, по целям и последствиям, по форме (Сапужак, 2019: 45–46), также популярно деление по сферам жизнедеятельности общества (Хохлов, 2014). Фундаментальной отечественной монографией по изучению социального конфликта является труд А. Г. Здравомыслова (1995).

Отдельного внимания со стороны академического сообщества заслуживает изучение социального конфликта в публичном пространстве – в СМИ и социальных медиа. Среди медиаисследований можно выделить работы О. В. Смирновой, М. В. Шкондина, Г. В. Денисовой, А. С. Антиповой, Д. С. Ильченко (2021), С. И. Грачева, Т. В. Барановой (2018), В. А. Евдокимова (2007) и других. Отражение конфликта в искусстве и средствах массовой информации затрагивается исследователями А. Я. Анцуповым и А. И. Шипиловым (2000). При этом именно исследование медиапространства представляется наиболее перспективным для изучения репрезентации социального конфликта.

Зарубежные ученые также демонстрируют стойкий интерес к изучению социального конфликта и репрезентации конфликтов в СМИ и социальных сетях. Чаще всего в фокус внимания зарубежных авторов попадают конкретные ситуации, например военные конфликты. На основе анализа их освещения в СМИ и новых медиа ученые пытаются проследить направления распространения конфликтов (Gilboa, Gabrielsen Jumbert, Miklian, Robinson, 2016), проводят сравнение стратегий их освещения в разных странах (Romero-Trillo, 2011), а также исследуют военные конфликты, обращая внимание на влияние СМИ и новых медиа на динамику развития спорных ситуаций (Adeyanju, 2018).

Когда в фокус внимания исследователей попадает репрезентация конфликтов в медиапространстве в общем, авторы пытаются их типологизировать. Так, например, С. Коттл (Cottle, 2006) выделяет латентные или явные, структурно детерминированные или

целенаправленно разыгрываемые, объективно реальные или субъективно воспринимаемые конфликты. А. Аёдеджи, Дж. Теофиллус и О. Ливиан (Ayodeji, Theophillus, Livian, 2002) определяют конфликты интересов, ценностей, целей, восприятия, ролей, ресурсов и псевдоконфликты. П. Валленстайн (Wallensteen, 2011) разделяет конфликты на четыре группы (глобальный, межгосударственный, внутренний, конфликт, спровоцированный конкретными государственными институтами). Критерием при этом, как мы видим, является масштаб охвата. Р. Рейбен (Reuben, 2009) же концентрируется на характере конфликта как такового, выделяя при этом конструктивные и деструктивные конфликты.

Методика

Первым этапом работы стало формирование классификации социальных конфликтов. За основу был взят подход профессора Йельского университета Р. Даля, о котором говорит А. С. Хохлов (2014) в своем учебном пособии «Конфликтология. История. Теория. Практика». Исследователь предложил различать конфликты по сферам жизнедеятельности общества. Такой подход кажется нам наиболее разумным, так как позволяет подойти к изучению конфликта с объективной точки зрения. Кроме того, первостепенная задача настоящего исследования – это анализ репрезентации социального конфликта, в связи с чем исследование конфликта в контексте сфер жизнедеятельности общества-социума представляется нам наиболее логичным.

Типология Р. Даля включает в себя девять категорий конфликта: экономический, социальный, политический, правовой, идеологический, нравственный, религиозный, научный, управленческий. Для полноты анализа мы выделили еще одну категорию – военные конфликты, так как, на наш взгляд, информационные поводы военной тематики также провоцируют в обществе обсуждение, которое может перерасти в конфликт. При этом отметим, что выделенная категория подразумевает под собой конфликт «вооруженного» толка, ведь военная тематика может вбирать в себя «политику», «экономику» и др. Таким образом, наша типология включила в себя десять категорий.

Следующим этапом стало выделение ключевых слов по категориям. Слово «конфликт» стало основным. Далее по каждой из категорий формировалось пять ключевых слов. Первое было производным существительным от прилагательного, данного в классификации (экономический [конфликт] – экономика, политический [конфликт] – политика и пр.). Остальные четыре определялись путем формирования синонимического ряда. Основанием стало обращение к словарям Н. А. Абрамова (2008), З. Е. Александровой (2001), Большому толковому словарю (1998). Оговоримся, что в процессе поиска возникли трудности с формированием синонимического ряда слова «экономика»: в упомянутых словарях нужного количества синонимов не нашлось (источники предлагают только слово «хозяйство»), поэтому мы обратились к работе Е. Н. Тихоновой и на основании ее данных выделили четыре слова, являющихся, по мнению исследователя, «примерами рыночно-экономических терминов, которые сформировали терминологические словообразовательные гнезда» (2018: 89). Кроме того, проблемным стало выделение пятого слова в категории «политический конфликт»: в упомянутых словарях также не было обнаружено достаточного количества синонимов. Для чистоты исследования пятое слово все-таки было предложено авторами, им стало слово «партия», как имеющее прямое отношение к политике. Мы понимаем, что такой выбор слов может быть не вполне точным, однако считаем, что в рамках пилотного исследования опора на принцип выделения словообразовательных гнезд является приемлемой. Очевидно, что в дальнейшем (после получения результатов пилотного исследования) методику нужно будет выстроить тщательнее. Выбранные слова представлены в таблице 1.

Таблица 1

Словообразовательные гнезда выбранных типов социального конфликта

конфликт +	экономика	социум	политика	право	идеология	нравственность	религия	наука	управление	война
конфликт +	хозяйство	объединение	область	законодательство	мировоззрение	мораль	вера	учение	руководство	борьба
конфликт +	рынок	компания	деятельность	юриспруденция	миропонимание	этика	уверенность	дисциплина	инструкция	столкновение
конфликт +	маркетинг	среда	событие	привилегия	миросозерцание	наставление	вероучение	доктрина	господство	кампания
конфликт +	бизнес	группа	партия	преимущество	убеждение	норма	вероисповедание	предмет	власть	нашествие

Анализ на предмет наличия в публикациях сформированных словообразовательных гнезд проводился в двух системах – «Интегрум» (объектом стали СМИ) и «Медиалогия» (объектом стали социальные сети). Запросы формировались следующим образом: каждый содержал слово «конфликт», дополнительно указывалось слово из соответствующего словообразовательного гнезда. Всего было осуществлено 50 запросов в каждой системе соответственно[2].

Хронологические рамки исследования составили календарный год – с 1 июля 2021 по 30 июня 2022 г., что объясняется временем сбора эмпирического материала: системы хранят данные только за последние 12 месяцев.

При формировании запросов в системе «Интегрум» выставлялись следующие параметры: в выборку включались все категории СМИ, кроме «зарубежной прессы», «зарубежных информагентств», «зарубежных интернет-изданий», «зарубежных ТВ и радио», «интернет-библиотек». География поиска осталась свободной (не было исключения каких-либо стран), так как для нас первостепенным был язык публикаций (русский), а не географическая принадлежность источника.

При работе в системе «Медиалогия» в выборку включались абсолютно все социальные сети. География поиска также оставалась свободной. Отсекающим фильтром был только язык публикаций: в исследовании учитывались тексты исключительно на русском. Областью поиска были сообщения (посты, репосты, репосты с дополнением, комментарии, сторис), типами площадок – социальные сети.

Сбор эмпирических данных осуществлялся на ограниченных временных отрезках. Шагом анализа стали календарные месяцы – июль, август, сентябрь и далее.

Результаты

По результатам анализа наличия ключевых слов в публикациях СМИ и социальных сетей было составлено десять таблиц, которые наглядно показывают масштаб обсуждения тех или иных тем в соответствии с временными отрезками (месяцами). Отдельно для наглядности приведены рисунки, демонстрирующие упоминание в СМИ и социальных сетях доминирующей пары слов по ре-

левантной категории. Оговоримся, что при сборе данных в базе «Интегрум» платформа выдала ошибку при поиске публикаций по двум парам: «конфликт/среда» (категория «социальный конфликт») и «конфликт/вера» (категория «религиозный конфликт») в запросе по первому временному отрезку (01.07–31.07.2021 г.). В финальных таблицах значение по указанным парам было представлено как «0».

Анализ наличия в публикациях СМИ и социальных сетей ключевых слов, выбранных для исследования категории «экономический конфликт», представлен в таблице 2:

Таблица 2

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «экономический конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ год	конфликт+ экономика		конфликт+ хозяйство		конфликт+ рынок		конфликт+ маркетинг		конфликт + бизнес	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	12 638	19 648	5 055	10 400	11 434	13 264	829	1 012	13 525	23 958
август 2021	13 107	21 216	4 921	12 132	12 103	12 410	743	926	13 146	32 139
сентябрь 2021	15 473	25 674	6 415	11 733	14 718	15 154	960	1 251	16 530	35 317
октябрь 2021	14 939	24 772	5 327	11 017	13 582	16 626	1 367	1 569	15 715	40 666
ноябрь 2021	17 017	27 190	6 064	10 707	15 731	21 715	958	1 461	16 590	36 112
декабрь 2021	18 524	29 571	6 888	11 967	16 003	19 051	1 078	2 615	17 386	40 399
январь 2022	20 188	41 591	4 995	11 149	17 514	25 646	788	1 334	15 034	40 526
февраль 2022	27 884	56 537	5 783	14 106	26 763	37 799	770	1 381	19 214	45 869
март 2022	30 817	104 514	7 194	16 073	31 907	64 517	889	1 518	20 758	59 945
апрель 2022	23 989	67 119	6 094	12 737	22 390	38 321	873	1 565	16 463	42 284
май 2022	21 573	42 005	3 316	7 686	18 971	29 218	1 102	2 726	14 331	33 217
июнь 2022	19 879	34 868	4 501	8 207	18 553	22 083	869	1 837	12 609	28 099
ИТОГО	**23 6028**	**494 705**	**66553**	**137 914**	**219 669**	**315 804**	**11 226**	**19 195**	**191 301**	**458 531**
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**724 777**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**1 426 149**									

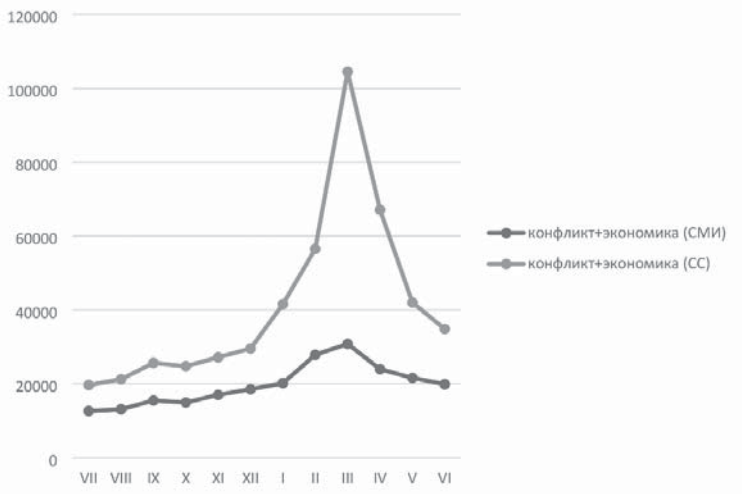


Рисунок 1. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующей пары слов («конфликт» / «экономика») с 01.07.2021 по 30.06.2022

Таблица показывает значительное доминирование упоминания слов «конфликт» и «экономика» в публикациях социальных сетей. Пиковое значение приходится на март 2022 г. (104 514 упоминаний). В материалах СМИ на первой строчке также оказалась пара «конфликт/экономика» (236 028 упоминаний). Практически идентичны предыдущему показателю значения пары «конфликт/рынок» (219 669 упоминаний в СМИ). Второе место по социальным сетям занимают ключевые слова «конфликт» и «рынок» 315 804 упоминания). На третьей строчке в сегменте СМИ оказалась пара «конфликт/бизнес» (191 301 упоминание), и в сегменте социальных сетей – также «конфликт/бизнес», но с весомым перевесом по упоминаниям (458 531 упоминание). Наименьшие значения и в СМИ, и в социальных сетях показали пары «конфликт/хозяйство» и «конфликт/маркетинг». Выделяя общую тенденцию, стоит сказать, что наибольший всплеск публикаций в СМИ и обсуждения в социальных сетях темы экономического конфликта произошел в марте 2022 г. Все категории за исключением одной («конфликт/маркетинг» – социальные сети) показали рост в этом временном отрезке. Кроме того, кривые имеют волнообразную

траекторию движения (разные категории возрастают в различные месяцы), но в целом показывают тенденцию к повышению (лишь четыре из 10 категорий остаются в исходных значениях или показывают отрицательный рост).

Следующая таблица (3) демонстрирует анализ публикаций СМИ и социальных сетей на наличие в них ключевых слов по категории «социальный конфликт».

Таблица 3

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «социальный конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ год	конфликт+ социум		конфликт+ объединение		конфликт+ компания		конфликт+ среда		конфликт + группа	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	835	5 168	6 421	9 807	26 326	39 485	ошибка	25 659	33 770	74 521
август 2021	854	8 616	5 620	10 659	26 880	44 013	12 012	27 381	31 978	79 281
сентябрь 2021	962	6 952	7 619	11 754	32 176	45 409	14 776	30 182	39 520	86 024
октябрь 2021	1 140	7 284	7 216	14 493	30 258	49 932	14 713	29 610	38 427	91 095
ноябрь 2021	1 112	8 080	7 237	16 101	31 451	43 562	15 776	31 000	46 106	97 776
декабрь 2021	1 167	6 970	8 323	15 226	32 540	50 609	17 065	27 909	41 747	88 496
январь 2022	1 047	6 875	6 487	13 746	28 458	49 751	16 524	33 606	36 116	91 837
февраль 2022	1 408	5 984	8 621	18 100	36 061	56 524	18 619	37 872	48 008	138 369
март 2022	932	7 615	7 980	22 329	44 851	90 196	17 638	43 456	35 556	172 391
апрель 2022	762	7 883	7 257	16 344	32 305	63 626	13 841	33 811	30 396	107 441
май 2022	685	5 248	6 221	11 700	28 164	45 960	11 475	26 327	27 755	83 428
июнь 2022	760	5 899	6 346	11 345	25 804	35 338	11 988	24 343	28 724	72 049
ИТОГО	11664	82 574	85 348	171 604	375 274	614405	164 427	371 156	438 103	1 182708
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**1 074 816**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**2 422 447**									

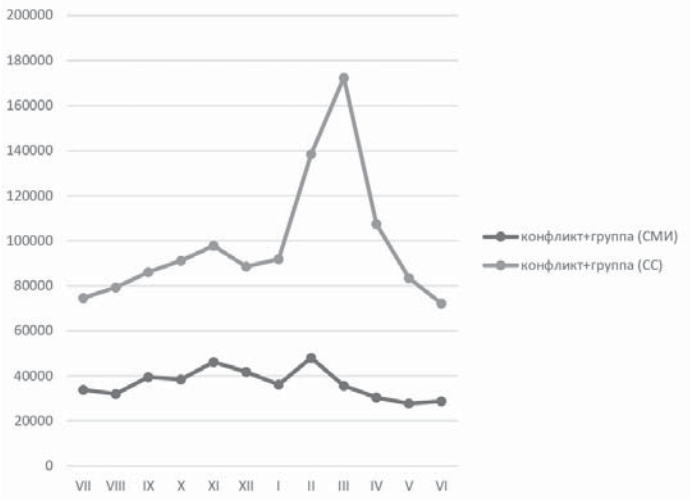


Рисунок 2. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующей пары слов («конфликт» / «группа») с 01.07.2021 по 30.06.2022

Видно, что чаще всего упоминались два слова – «конфликт» и «группа»: анализ контента социальных сетей показал суммарно 1 182 708 упоминаний за год, в пиковом значении (март 2022) – 172 391 упоминание. Анализ публикаций СМИ показывает, что чаще всего также встречались слова «конфликт» и «группа» (438 103 упоминания). Вторую строчку по СМИ и социальным сетям занимает пара «конфликт/компания» – 375 274 и 614 405 соответственно. На третьей позиции оказалась пара «конфликт/среда» (в СМИ – 164 427 упоминаний, в социальных сетях – 371 156).

Пиковых значений показатели достигли в марте 2022 г., при этом наибольший всплеск произошел в социальных сетях при упоминании ключевых слов «конфликт/группа» и «конфликт/компания». Также любопытно, что в октябре прошлого года почти все категории показали рост за исключением пары «конфликт/компания» (социальные сети). Нельзя сказать, что кривые показывают тренд к повышению упоминаемости: частота остается либо на уровне предыдущих значений, либо незначительно падает (вынесение в пример пары «конфликт/среда» показательным не является, так как по этим ключевым словам

программа выдала ошибку в первом временном отрезке исследуемого периода).

И если в первых двух случаях мы видим схожую ситуацию (по количественным значениям ключевые слова в СМИ и социальных сетях совпадают), то анализ наличия ключевых слов по категории «политический конфликт» (табл. 4) показывает несколько иную картину.

Таблица 4

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «политический конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ год	конфликт+ политика		конфликт+ область		конфликт+ деятельность		конфликт+ событие		конфликт + партия	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	29 487	51 903	47 583	49 656	22 506	36 265	26 264	67 900	14 636	24 607
август 2021	30 959	58 088	44 818	63 050	22 614	47 525	28 916	97 758	14 465	28 664
сентябрь 2021	34 309	61 175	55 869	75 844	28 169	49 961	31 711	89 636	16 860	39 123
октябрь 2021	34 472	65 384	51 711	73 481	26 570	54 613	29 148	93 490	14 692	30 646
ноябрь 2021	41 410	70 652	60 928	77 617	28 852	56 138	35 574	99 944	16 530	27 941
декабрь 2021	45 305	79 790	60 907	79 699	31 977	56 830	37 430	95 630	17 612	33 133
январь 2022	46 382	96 291	53 750	81 342	23 990	52 434	40 568	116 016	18 691	40 219
февраль 2022	57 158	145 138	80 442	118 820	28 161	61 984	55 687	159 241	20 515	51 961
март 2022	48 704	192 149	62 592	128 053	31 003	75 666	54 161	195 546	16 645	55 977
апрель 2022	41 586	145 545	55 069	102 210	24 715	69 098	39 418	164 577	17 289	42 214
май 2022	38 376	82 786	48 320	68 264	20 574	47 308	34 604	98 416	14 220	33 099
июнь 2022	37 645	74 433	51 886	62 298	20 611	39 691	30 054	84 127	13 320	23 591
ИТОГО	485 793	1 123 334	673 875	980 334	309 742	647 693	443 535	1 362 281	195 475	431 175
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**2 108 420**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**4 544 817**									

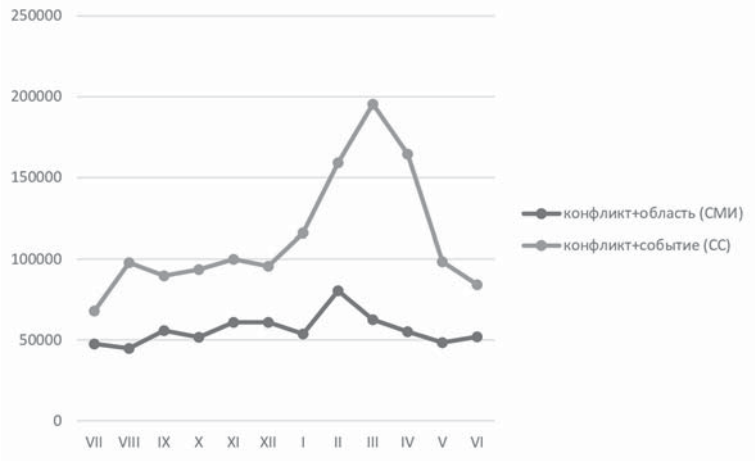


Рисунок 3. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующих пар слов («конфликт» / «область» (СМИ); «конфликт» / «событие» (СС)) с 01.07.2021 по 30.06.2022

Пиковые значения обсуждений политического конфликта в социальных сетях приходятся на март 2022 г. (192 149 упоминаний пары «конфликт/политика»). При этом начало активных обсуждений политического конфликта в соцсетях приходится на декабрь 2021 г., именно тогда кривая стремительно пошла вверх. Аналогичная ситуация происходит и с парой «конфликт/событие». Эти две пары идут «рука об руку» и показывают очень схожую динамику роста. При этом обе волны активных обсуждений очевидно стихают в мае–июне 2022 г. «Догоняющей» в таблице 4 является пара «конфликт/область». Ее верхнее значение также пришлось на март 2022 (128 053 упоминания).

При этом по таблице 4 отчетливо видно, что подобные темы затрагивались в русскоязычных СМИ ощутимо реже. Лидерами по упоминаемости в институционализированных медиа стали пары «конфликт/область» и «конфликт/политика», их пиковые значения мы наблюдаем в феврале 2022. На третьей строчке оказалась пара «конфликт/событие» (443 535 упоминаний). Получается, что обсуждения политического конфликта в соцсетях были гораздо масштабнее, чем в СМИ.

Таблица 5 показывает результаты анализа наличия ключевых слов, релевантных категории «правовой конфликт».

Таблица 5

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «правовой конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ год	конфликт+ право		конфликт+ законодательство		конфликт+ юриспруденция		конфликт+ привилегия		конфликт + преимущество	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	35 906	88 410	9 851	7 970	496	1 024	1 052	2 883	5 819	8 436
август 2021	35 978	102 655	9 499	12 976	407	978	839	3 202	5 197	9 198
сентябрь 2021	43 924	107 633	14 295	10 773	564	1 179	1 306	2 404	6 838	9 397
октябрь 2021	41 095	113 333	11 659	12 430	456	940	1 180	2 865	6 282	9 338
ноябрь 2021	46 413	121 776	13 053	14 179	558	985	1 230	3 461	6 579	9 319
декабрь 2021	50 718	119 919	14 568	11 999	642	852	1 196	4 458	8 076	13 152
январь 2022	41 196	121 107	8 707	11 068	354	871	1 029	2 861	7 795	12 283
февраль 2022	56 386	170 422	10 913	13 448	418	962	1 086	2 978	8 570	14 604
март 2022	50 736	239 455	10 716	12 259	511	1 442	975	3 179	6 765	15 925
апрель 2022	38 333	150 529	8 747	14 054	446	1 292	856	2 628	6 201	13 927
май 2022	33 580	102 013	7 376	8 111	605	1 012	728	3 449	5 894	10 684
июнь 2022	35 158	88 787	8 278	8 080	356	793	641	2 117	5 534	9 539
ИТОГО	509 423	1526039	127 662	137347	5 813	12 330	12 118	36485	79 550	135 802
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**734 566**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**1 848 003**									

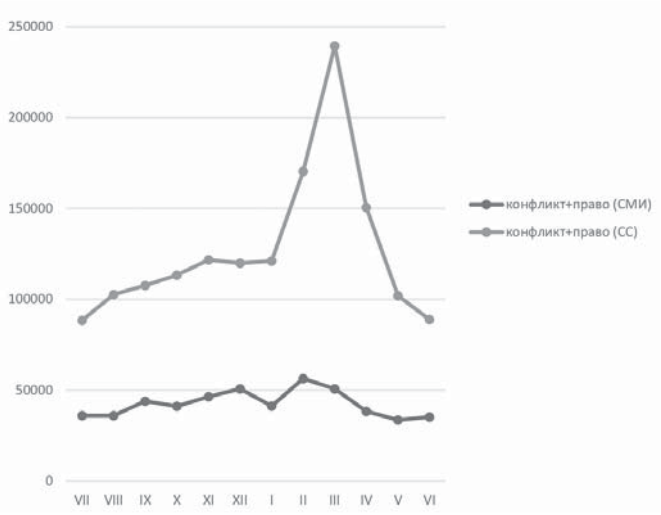


Рисунок 4. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующей пары слов («конфликт» / «право») с 01.07.2021 по 30.06.2022

Мы видим совершенно иную картину, нежели в первых трех типах конфликта: пара «конфликт/право» в публикациях социальных сетей встречается на порядок чаще других как в социальных сетях, так и в СМИ. Общее число упоминаний указанной пары – 1 526 039. Пиковое значение, как и в остальных случаях, приходится на март 2022 г. Важно отметить, что на первой строчке наиболее часто встречаемых слов категории в публикациях СМИ также оказываются «конфликт» и «право», но их количество значительно меньше – 509 423 упоминания (в три раза меньше, чем в социальных сетях). Пиковые значения при этом в социальных сетях приходятся на март 2022, а в СМИ – на февраль 2022 г. Любопытно, что рост как в социальных сетях, так и в СМИ начинается в январе 2022 г., но его длительность разная (в социальных сетях наблюдается до марта, в СМИ – до февраля 2022 г.).

На втором месте среди публикаций СМИ оказалась пара «конфликт/законодательство» (127 662 упоминания), среди социальных сетей – «конфликт/законодательство» (137 347). Пиковые значения различаются: в социальных сетях указанная пара чаще всего упоминается в феврале 2022 г., а в СМИ показывает несколько сопоставимых по порядковым значениям всплесков: в декабре 2021 (14 568), в сентябре 2021 (14 295), в ноябре 2021 (13 053).

На третьем месте оказалась пара «конфликт/преимущество» (СМИ – 79 550; социальные сети – 135 802). Пиковые значения снова различаются так: в СМИ это февраль 2022 г. (8 570), а в социальных сетях – март 2022 г. (15 925). При этом в СМИ мы встречаем сопоставимый всплеск в декабре 2021 г. (8 076 упоминаний) с последующим незначительным падением (7 795 упоминаний в январе 2022 г.) и дальнейшим ростом в феврале 2022 г. При этом СМИ резко перестают упоминать указанную пару в марте 2022 г., а в социальных сетях рост все еще продолжается (падение происходит только в апреле 2022 г.).

Следующая таблица (6) явно показывает, что упоминаемость идеологического конфликта многократно выше у неинституционализированных медиа, нежели у официальных СМИ.

Таблица 6

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «идеологический конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ год	конфликт+ идеология		конфликт+ мировоззрение		конфликт+ миропонимание		конфликт+ миросозерцание		конфликт + убеждение	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	4 141	8 743	1 301	6 433	144	662	26	86	3 183	14 599
август 2021	3 971	9 189	1 271	11 723	75	367	35	32	2 616	15 105
сентябрь 2021	3 343	9 661	1 315	8 865	48	473	8	48	2 821	14 300
октябрь 2021	3 396	9 731	1 296	11 116	91	287	30	192	3 023	16 749
ноябрь 2021	3 897	10 894	1 579	8 566	62	1 066	20	104	3 427	19 012
декабрь 2021	4 235	9 638	1 567	7 309	89	247	18	43	3 935	17 455
январь 2022	3 179	11 654	1 595	9 130	74	306	18	43	3 194	16 782
февраль 2022	3 773	15 424	1 669	8 738	67	538	34	45	3 969	17 588
март 2022	5 641	32 716	1 497	13 385	70	725	17	34	3 806	53 085
апрель 2022	4 537	21 465	1 041	10 993	55	565	18	25	3 026	21 523
май 2022	4 043	13 593	1 182	6 542	51	208	15	37	2 665	16 677
июнь 2022	3 279	11 531	973	5 711	66	193	19	26	2 178	13 661
ИТОГО	47 435	164 239	16 286	108 511	892	5 637	258	715	37 843	236 536
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**102 714**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**515 638**									

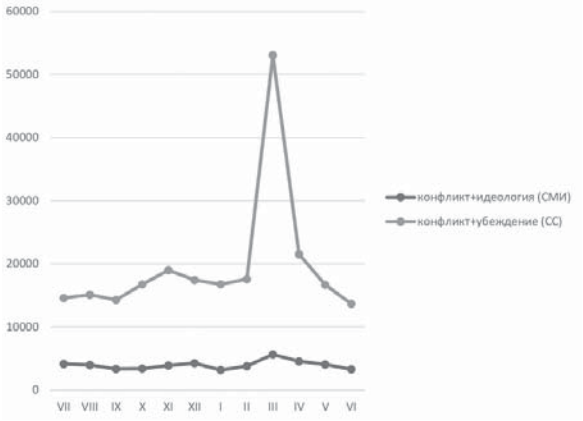


Рисунок 5. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующих пар слов («конфликт» / «идеология» (СМИ); «конфликт» / «убеждения» (СС)) с 01.07.2021 по 30.06.2022

В таблице 6 мы видим очевидное доминирование пары «конфликт/убеждения». Пик обсуждения с использованием данной пары в социальных сетях пришелся на март 2022 г. и составил 53 085 упоминаний. Второе место по упоминаемости принадлежит паре «конфликт/идеология», и также наиболее частые упоминания приходятся на социальные сети в марте 2022 г. (32 716). Несколько реже пользователи социальных сетей обсуждали мировоззренческие конфликты. Пара «конфликт/мировоззрение» не имеет столь же яркого пика в марте, как предшествующие две пары словосочетаний, однако тоже демонстрирует некоторый подъем в указанный время (13 385 упоминаний). При этом в таблице видно, что обсуждение идеологического конфликта в СМИ в указанный период держалось на уровне низких показателей. Так, на первой строчке среди СМИ оказалась пара «конфликт/идеология» (47 435), на втором месте – «конфликт/убеждение» (37 843), на третьем – «конфликт/мировоззрение» (16 286). Всплески наблюдаются в марте 2022, в декабре 2021 и в феврале 2022 г. соответственно.

Таблица 7 показывает, каким образом «нравственный конфликт» отражался в СМИ и обсуждался в социальных сетях. Видно, что чаще всего упоминалась пара «конфликт/норма» пользователями социальных сетей (309 605 упоминаний), при этом всплески обсуждений приходятся на ноябрь 2021 и март 2022 г. Любопытно, что к концу исследуемого периода упоминание указанной пары оказывается ниже стартового показателя (16 993 упоминания в июне 2022 против 20 806 упоминаний в июне 2021 г.).

Таблица 7

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «нравственный конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ год	конфликт+ нравственность		конфликт+ мораль		конфликт+ этика		конфликт+ наставление		конфликт + норма	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	452	2 514	1 174	5 075	1 479	3 108	319	1 919	9 259	20 806
август 2021	509	2 702	1 080	6 618	1 332	4 020	262	2 537	8 254	22 281
сентябрь 2021	677	3 170	1 219	7 841	1 534	3 029	355	2 294	12 571	24 502
октябрь 2021	656	2 119	1 506	6 457	2 087	3 555	301	2 290	10 915	26 510
ноябрь 2021	784	3 062	1 467	7 183	1 876	4 197	382	3 235	12 965	27 600
декабрь 2021	739	2 311	1 376	5 549	2 253	3 185	387	3 318	13 071	24 204
январь 2022	560	4 996	1 232	9 812	1 521	6 493	339	2 757	9 783	23 673
февраль 2022	979	4 029	1 663	9 350	2 056	3 766	451	3 165	12 365	27 873
март 2022	717	4 459	1 549	13 566	1 736	5 227	395	3 476	12 588	40 802
апрель 2022	505	2 720	1 386	9 352	1 325	4 611	265	3 213	8 428	32 498
май 2022	520	3 829	1 093	5 616	1 325	2 904	359	2 084	6 708	21 863
июнь 2022	541	2 298	1 060	4 816	1 311	2 314	231	2 920	7 420	16 993
ИТОГО	7 639	38 209	15 805	91 235	19 782	46 409	4 046	33 208	124 327	309 605
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**171 599**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**518 666**									

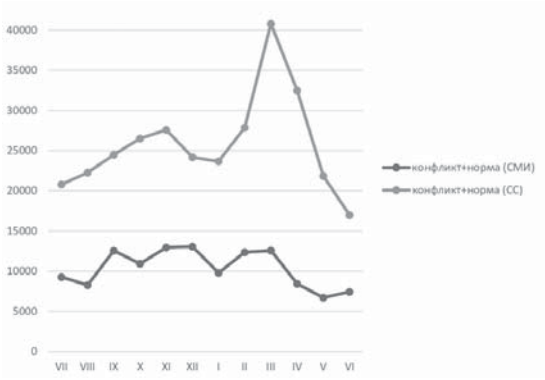


Рисунок 6. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующей пары слов («конфликт» / «норма») с 01.07.2021 по 30.06.2022

В категории СМИ на первой строчке также оказывается пара «конфликт/норма» (124 327 упоминаний), однако мы видим совсем иную динамику упоминаний. Так, всплеск начинается в августе 2021 г., после

чего частота упоминаний вполне сопоставима по значениям, за исключением двух незначительных спадов: в октябре 2021 и в январе 2022 г. Примечателен, скорее, тот факт, что после марта 2022 г. упоминания идут на резкий спад и достигают минимальных значений в мае 2022 г.

На втором месте по упоминаемости в СМИ оказывается пара «конфликт/этика» (19 782), а в социальных сетях – «конфликт/мораль» (91 235). При этом если в СМИ упоминания не показывают каких-либо значимых всплесков, то в случае с социальными сетями мы видим «скачущую» кривую. Всплески обсуждений происходят в сентябре 2021, январе 2022 и марте 2022 г., после чего динамика идет на спад.

Третью строчку в СМИ занимает пара «конфликт/мораль» (15 805), в социальных сетях – «конфликт/этика» (46 409). Так же, как и в предыдущем случае, в СМИ упоминания не имеют значительных всплесков (кривая практически «лежит»), а в социальных сетях происходят всплески – в январе и марте 2022 г.

Следующая таблица (8) показывает количество упоминаний ключевых слов, релевантных категории «религиозный конфликт.

Таблица 8

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «религиозный конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ год	конфликт+ религия		конфликт+ вера		конфликт+ уверенность		конфликт+ вероучение		конфликт + вероисповедание	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	2 761	13 177	ошибка	24 377	5 886	17 002	113	253	726	2 168
август 2021	2 413	12 520	4 514	26 448	5 194	22 386	104	201	588	2 382
сентябрь 2021	2 763	14 866	5 088	26 724	6 419	20 372	173	276	698	2 272
октябрь 2021	2 827	17 287	4 802	26 551	6 220	21 862	102	274	497	2 006
ноябрь 2021	3 377	13 740	5 909	31 096	7 257	21 536	109	325	1 736	5 104
декабрь 2021	2 927	13 938	5 672	27 751	7 530	21 385	109	491	758	4 046
январь 2022	2 743	13 493	5 199	32 331	8 605	24 877	76	395	583	2 268
февраль 2022	3 002	15 695	7 367	37 680	11 365	28 836	103	213	580	3 023
март 2022	2 539	23 173	5 819	47 640	7 511	28 438	82	337	733	3 551
апрель 2022	2 030	17 789	5 596	41 225	6 212	25 299	48	404	627	3 575
май 2022	2 120	14 197	4 674	26 540	6 438	19 381	64	339	520	2 519
июнь 2022	1 787	10 849	4 265	21 438	5 626	18 533	57	153	396	1 887
ИТОГО	31 289	180 724	58 905	369 801	84 263	269 907	1 140	3 661	8 442	34 747
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**184 039**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**858 840**									

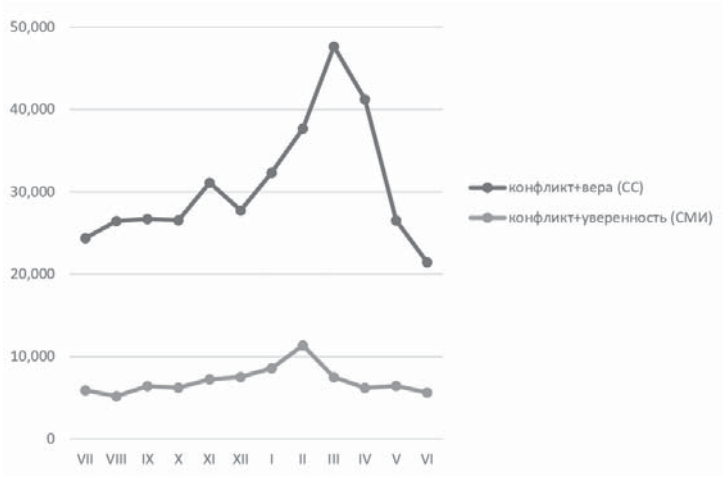


Рисунок 7. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующих пар слов («конфликт» / «уверенность» (СМИ); «конфликт» / «вера» (СС)) с 01.07.2021 по 30.06.2022

Особенностями количественного контент-анализа религиозного конфликта также стала тенденция на более активное упоминание исследуемых пар слов именно в социальных сетях. В частности, в таблице 8 мы видим, что наиболее частотная пара слов – «конфликт/вера» достигла своего пика в марте 2022 г. (47 640). За ней следует пара «конфликт/уверенность», пик которой несколько «размазан»: наибольшее количество упоминаний фиксируем в феврале (28 836) и марте (28 438), далее кривая идет на спад. На третьем месте также социальные сети: пара «конфликт/религия» набрала в марте 2022 г. рекордные 23 173 упоминаний.

При этом в публикациях СМИ мы фиксируем несколько иную картину. Во-первых, как и в других видах социального конфликта, налицо количественное отставание упоминаемости исследуемых нами словесных пар. Во-вторых, имеющиеся пики некоторых значений приходятся на более ранний период, чем март. Так, пара «конфликт/уверенность» показала свой пик в феврале 2022. Аналогичная, хотя и менее явная картина с парой «конфликт/вера»: наиболее частотная упоминаемость – в феврале.

Отметим, что первую строчку в категории СМИ заняла пара «конфликт/уверенность» (84 263), на второй оказалась пара «конфликт/вера» (58 905), на третьей – «конфликт/религия» (31 289).

Что касается научного конфликта, то в таблице 9 отчетливо видны две волны пиковых значений. Первая – уже традиционно – относится к обсуждениям подобной проблематики в социальных сетях. Это пары «конфликт/наука» и «конфликт/предмет», всплески которых набрали в марте 2022 г. 39 580 и 34 329 упоминаний соответственно. При этом интересно посмотреть и на соседнюю волну: пик упоминаемости пары «конфликт/учение» в неинституционализированных медиа пришелся на февраль 2022. А вот следующий по количественным показателям всплеск относится также к этой паре слов, но зафиксирован при этом в публикациях официальных СМИ. По таблице видно, что обсуждение в социальных сетях как будто немного «опережает» публикации в СМИ. Данный факт может свидетельствовать о том, что конкретные события из научной сферы обсуждались изначально пользователями соцсетей, а лишь потом стали объектом внимания институционализированных журналистов.

Таблица 9

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «научный конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ **год**	конфликт+ наука		конфликт+ учение		конфликт+ дисциплина		конфликт+ доктрина		конфликт + предмет	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	8 672	25 184	7 046	12 186	2 528	6 592	1 644	3 081	10 635	20 512
август 2021	7 773	24 962	6 040	14 335	2 520	7 538	1 537	2 392	9 612	22 268
сентябрь 2021	9 609	25 151	8 027	14 149	2 722	8 309	1 231	2 322	11 701	23 519
октябрь 2021	10 350	27 405	7 940	14 101	2 873	8 690	1 739	2 854	11 827	26 457
ноябрь 2021	10 482	26 986	11 032	17 914	3 350	9 030	2 100	5 086	13 747	23 968
декабрь 2021	11 230	25 637	9 322	14 505	3 313	9 038	1 824	4 011	13 761	26 305
январь 2022	9 157	33 853	10 933	18 439	2 772	7 876	1 567	5 159	11 023	25 549
февраль 2022	11 100	31 360	16 529	25 973	3 263	7 815	2 251	6 483	12 305	25 798
март 2022	10 289	39 580	4 691	19 086	2 522	8 371	1 801	6 890	13 460	34 329
апрель 2022	8 704	32 311	4 181	16 310	2 127	8 167	1 318	4 289	10 927	28 349
май 2022	7 977	22 447	4 587	11 426	2 065	6 435	1 505	4 904	9 364	24 050
июнь 2022	7 795	22 134	3 460	8 180	1 816	6 457	1 490	2 913	9 957	18 231
ИТОГО	113 138	337 010	93 788	186 604	31 871	94 678	20 007	50 384	138 319	299 335
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**397 123**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**968 011**									

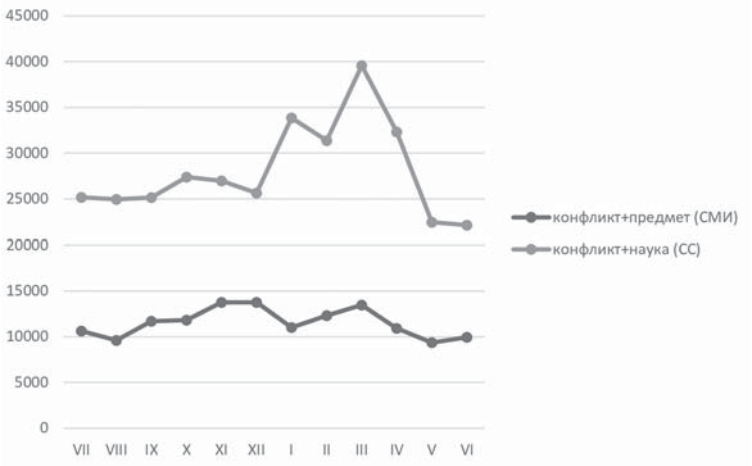


Рисунок 8. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующих пар слов («конфликт» / «предмет» (СМИ); «конфликт» / «наука» (СС)) с 01.07.2021 по 30.06.2022

Отметим, что на первой строчке среди публикаций СМИ оказалась пара «конфликт/предмет» (138 319 упоминаний), в социальных сетях – «конфликт/наука» (337 010); на втором месте происходит рокировка: среди публикаций СМИ – пара «конфликт/наука» (113 138), в социальных сетях – «конфликт/предмет» (299 335); третью строчку занимает пара «конфликт/учение» (СМИ – 93 788, социальные сети – 186 604).

В изучении управленческого типа социального конфликта мы наблюдаем (табл. 10) очевидное лидерство пары «конфликт/власть», и традиционно пик упоминаемости данных слов приходится на март 2022 г. (249 837). И если в социальных сетях в обозначенный месяц эта пара “убежала” далеко вверх от своих ближайших соседей «конфликт/руководство» (136 163 упоминания за март), то в СМИ она же выделяется среди других исследуемых словосочетаний. Правда, там наибольший всплеск (78 559) приходится на февраль 2022. Данный факт, вероятно, свидетельствует о том, что пользователи социальных сетей опираются в своих публичных обсуждениях на уже вышедшие материалы в СМИ.

Таблица 10

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «управленческий конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022

месяц/ год	конфликт+ управление		конфликт+ руководство		конфликт+ инструкция		конфликт+ господство		конфликт + власть	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	26 665	33 484	21 353	29 194	2 566	4 541	1 329	2 613	39 187	75 866
август 2021	26 327	37 663	23 197	42 032	2 025	6 452	1 351	4 101	43 793	109 771
сентябрь 2021	30 103	38 364	26 745	52 870	3 175	5 908	1 398	3 970	47 595	100 263
октябрь 2021	30 084	44 281	25 458	50 124	2 926	8 281	1 173	3 526	45 767	107 501
ноябрь 2021	35 534	44 261	28 472	46 619	3 337	6 920	1 562	5 659	54 450	116 398
декабрь 2021	35 418	44 530	28 505	47 853	3 487	6 847	1 359	4 112	54 786	118 475
январь 2022	27 689	51 399	29 543	52 321	2 711	7 864	1 475	4 420	55 799	133 914
февраль 2022	33 779	54 035	42 489	85 259	3 159	9 178	2 220	7 926	78 559	192 456
март 2022	33 175	95 417	33 049	136 163	3 315	8 897	3 801	13 963	58 335	249 837
апрель 2022	28 804	53 882	25 590	74 567	2 670	6 787	2 040	8 283	43 806	170 251
май 2022	25 228	40 745	23 306	50 176	1 919	5 990	1 504	5 848	40 023	105 908
июнь 2022	25 549	31 374	21 408	39 989	1 989	5 059	1 680	3 831	39 609	83 870
ИТОГО	358 355	569 435	329 115	707 167	33 279	82 724	20 892	68 252	601 709	1 564 510
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**1 343 350**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**2 992 088**									

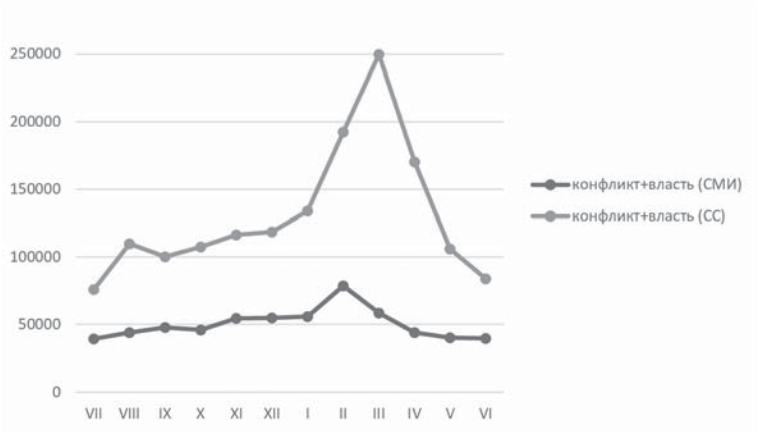


Рисунок 9. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующей пары слов («конфликт» / «власть») с 01.07.2021 по 30.06.2022

Третья по интенсивности волна в социальных сетях относится к паре «конфликт»/управление» (95 417 упоминаний), ее пик также приходится на март 2022. В СМИ же второй по интенсивности всплеск приходится на пару «конфликт/руководство» и относится к февралю 2022 г. (42 489).

Однако самая яркая картина ожидала исследователей со словесной парой «конфликт»/война» (табл. 11).

Таблица 11

Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по ключевым словам категории «военный конфликт» с 01.07.2021 по 30.06.2022 г.

месяц/ **год**	конфликт+ война		конфликт+ борьба		конфликт+ столкновение		конфликт+ кампания		конфликт + нашествие	
	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети	СМИ	соц-сети
июль 2021	32 837	113 552	19 646	48 668	6 807	13 511	7 825	10 943	895	5 433
август 2021	35 215	134 905	20 320	55 003	6 295	14 624	7 402	13 296	494	1 957
сентябрь 2021	37 602	164 135	22 737	57 135	7 023	15 478	8 768	13 747	762	1 920
октябрь 2021	38 225	128 948	21 121	60 031	7 309	19 757	6 912	14 501	457	2 170
ноябрь 2021	46 698	145 531	24 262	58 277	10 247	22 385	7 575	17 088	647	1 770
декабрь 2021	53 063	170 745	25 009	65 170	7 753	17 354	8 330	15 083	551	1 739
январь 2022	51 856	177 936	22 084	60 708	10 583	22 141	7 944	16 559	443	1 584
февраль 2022	88 253	397 849	24 266	72 725	9 198	26 659	11 136	20 522	827	2 365
март 2022	66 204	565 883	23 284	109 608	8 733	33 733	9 109	26 666	510	2 769
апрель 2022	46 771	346 144	19 725	79 031	7 335	26 568	7 795	19 129	414	1 867
май 2022	44 508	212 156	18 840	54 465	7 218	18 711	6 182	11 945	475	1 336
июнь 2022	40 742	165 277	17 726	49 000	6 282	15 656	5 841	10 674	444	1 419
ИТОГО	581 974	2723061	259020	769 821	94 783	246 577	94 819	190 153	6 919	26 329
ВСЕГО упоминаний в СМИ	**1 037 515**									
ВСЕГО упоминаний в соцсетях	**3 955 941**									

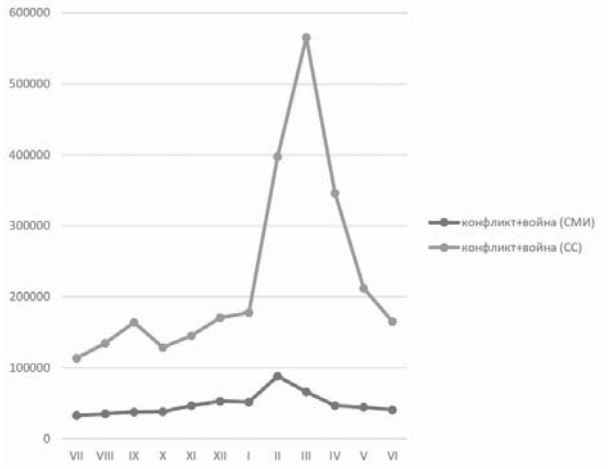


Рисунок 10. Количественные показатели анализа материалов СМИ и социальных сетей по наличию в них доминирующей пары слов («конфликт» / «война») с 01.07.2021 по 30.06.2022

Упоминаемость пары «конфликт/война» в социальных сетях начала резко повышаться в январе 2022 г., достигла своего пика в марте (565 883), а затем в апреле пошла на снижение и в июне практически достигла количественных значений прошлого года. Всплеск интереса пользователей соцсетей к данной проблематике, несомненно, связан с началом специальной военной операции на Украине.

Однако интересно сравнить хронологические рамки начала этого всплеска в институционализированных и неинституционализированных медиа. Судя по таблице 11, количество публикаций в СМИ с упоминанием пары «конфликт/война» стало показывать тенденцию к увеличению еще в октябре 2021 г., постепенно дойдя до своего пика в феврале 2022 (88 253). В марте эта волна уже пошла на спад. Получается, что в данном случае многочисленные публикации в СМИ, связанные с данной проблематикой, заметно опередили реакцию пользователей соцсетей.

Второй по интенсивности всплеск в социальных сетях в марте 2022 г. пришелся на пару «конфликт/борьба» (109 608). Стоит отметить, что остальные пары слов («конфликт/столкновение», «конфликт/кампания», «конфликт/нашествие») ни в социальные сетях, ни в СМИ не дали ощутимых всплесков.

Вторую строчку среди СМИ заняла также пара «конфликт/борьба» (259 020). На третьей позиции оказалась пара «конфликт/столкновение» (246 557).

Выводы

Исходя из проведенного контент-анализа наличия в публикациях СМИ и социальных сетей ключевых слов, релевантных выбранным изначально категориям конфликта (см. методику), мы пришли к следующим результатам.

Во-первых, среди десяти категорий на первых трех строчках как в институционализированных, так и в неинституционализированных медиа оказываются одни и те же пары слов. Конечно, в очередности иногда возникают различия (из десяти категорий «единство» очередности показали всего три пары). Из этого следует, что в СМИ и социальных сетях обсуждаются одни и те же темы: о «замалчивании» какой-либо темы в СМИ или отсутствии отклика в социальных сетях речи нет. Возможно, картина была бы иной, если бы в сегменте социальных сетей исследовались только авторские публикации в личных аккаунтах. В анализируемый массив данных вошли также и «репосты», которые могут содержать материалы из официальных аккаунтов СМИ в социальных сетях. Однако такая сегрегация не входила в задачи настоящего исследования, которое является пилотным в данной теме.

Во-вторых, обсуждение подавляющего числа категорий конфликтов пришлось в исследуемом временном отрезке на февраль, март, апрель 2022 г. При этом между институционализированными и неинституционализированными медиа можно заметить любопытные различия: в большинстве своем повышение интереса к той или иной теме наблюдается сперва в СМИ (часто всплески мы видим в феврале 2022 г., а то и раньше), затем тему «подхватывают» пользователи социальных сетей (там всплески чаще встречаются в марте 2022 г.). Из этого можно сделать вполне дискуссионное предположение о том, что реакция пользователей в социальных сетях имеет отложенный характер по отношению к публикациям в официальных медиа.

В-третьих, исходя из количественных показателей, полученных в результате контент-анализа, очевидно, что обсуждения в социальных сетях на порядок превышают публикации в СМИ. Такую динамику показали все десять исследуемых категорий. Несмотря на то что внимание к определенным темам и со стороны социаль-

ных сетей, и со стороны официальных медиа схоже, СМИ показывают более спокойную картину. Повторимся, что, возможно, картина была бы несколько иной, если бы при анализе были опущены «репосты» публикаций аккаунтов официальных СМИ (очевидно, что тема может «раскручиваться» и жить таким образом еще долго, например в телеграм-канале официального медиа, хотя в печатной версии или новостном эфире этой теме уже не будет уделяться прежнего внимания).

В-четвертых, говоря о пиковых значениях исследуемых категорий конфликта, как мы уже сказали, все продемонстрировали всплески с февраля по апрель 2022 г. Очевидно, что это связано с началом специальной военной операции РФ на Украине. Показательная категория «военного конфликта» демонстрирует значительный всплеск весной 2022. Параллельно этому именно в данный период возникают и другие пики – экономического конфликта, группового, политического, событийного, правового и др. На этом же фоне видим заметное увеличение упоминаемости пар слов «конфликт/убеждения», «конфликт/норма», «конфликт/вера», «конфликт/наука», «конфликт/власть». На наш взгляд, данный факт позволяет зафиксировать тесную связь разного рода конфликтов, объединенных в общее понятие социального конфликта. Поводом для дальнейших возможных дискуссий остается лишь вопрос о балансе «сопровождающих» друг друга разного рода конфликтов.

Наконец, снова обращаясь к количественным показателям, нельзя не отметить, что после драматичного всплеска публикаций СМИ и обсуждений в социальных сетях по всем категориям конфликта весной того же 2022 г. наблюдается и повсеместный спад выявленной тенденции. Мы связываем это с ужесточением законодательства в медиасфере, блокировкой доступа к ряду ресурсов, а также вероятной усталостью аудитории от обсуждения конфликтной проблематики. Однако этот вопрос можно также отнести к дискуссионным.

Примечания

[1] Исследование подготовлено в рамках работы по гранту Российского научного фонда (№ 22-18-00225).

[2] Авторы благодарят за сбор и обработку информации магистрантов факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова Киреева Полину Андреевну и Малюченко Дарью Олеговну.

Библиография

Абрамов Н. А. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. Около 5000 синонимических рядов. М.: АСТ, 2008.

Александрова З. Е. Словарь синонимов русского языка: Практический справочник. М.: Русский язык, 2001.

Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Конфликтология: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ, 2000.

Большой толковый словарь русского языка / под ред. *С. А. Кузнецова*. СПб.: Норинт, 1998.

Грачев С. И., Баранова Т. В. Роль «новых медиа» в современных конфликтах // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та (электронный журнал). 2018. № 4. С 33–40. DOI: https://doi.org/10.18384/2224-0209-2018-4-927

Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 145–147.

Евдокимов В. А. Влияние средств массовой информации на институциализацию социально-политических конфликтов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2007. № 1. С. 117–119.

Здравомыслов А. Г. Социология конфликта: Россия на путях преодоления кризиса. М.: Аспект Пресс, 1995.

Зиммель Г. Человек как враг // Социологические исследования. 1994. № 2. С. 114–119.

Кильмашкина Т. Н. Конфликтология. Социальные конфликты. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

Кильмашкина Т. Н. Разрешение социального конфликта как элемент управления им // Труды Академии управления МВД России. 2016. № 1 (37). С. 80–84.

Козер Л. Функции социального конфликта. М.: Идея-Пресс, 2000.

Мурашева С. В. Социальные конфликты как причины и следствия противоречий в российском обществе // Society and Security Insights. 2021. № 2. С. 151–165.

Наумова Е. В. Социальный конфликт как элемент технологии социального управления // Вестн. НГУЭУ. 2012. №4. С. 197–206.

Омелаенко Н. В. Социальный конфликт: диагностика, причины, управление // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2019. Т. 12. № 4. С. 85–96.

Плотников А. А. Проблема познания социального конфликта: современный взгляд // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. № 3. С. 113–119.

Плотников А. А., Шетулова Е. Д. Социальный конфликт: историографический взгляд // Вестн. НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Сер.: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2015. № 2. С. 54–58.

Сапужак И. П. Типология социальных конфликтов // Вестн. МИТУ-МАСИ. 2019. № 1. С. 44–49.

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

Смирнова О. В., Шкондин М. В., Денисова Г. В., Антипова А. С., Ильченко Д. С. Социальные индикаторы конфликта в контексте медиа и журналистики: анализ содержания российских СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 3. С. 422–436. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(3).422-436

Тихонова Е. Н. Словообразовательные гнезда в системе современной экономической терминологии // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер.: Русская филология. 2018. № 2. С. 87–96. DOI: 10.18384/2310-7278-2018-2-87-96

Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: АСТ, 2017.

Хохлов А. С. Конфликтология. История. Теория. Практика: учеб. пособие. Самара: СФ ГБОУ ВПО МГПУ, 2014.

Ярычев Н. У. Теоретико-методологические подходы к изучению сущности и природы конфликта: особенности современной интерпретации // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Сер.: Общественные науки. 2009. № 5. С. 17–22.

Adeyanju C. G. (2018) The mass media and violent conflicts in Sub-Saharan Africa. *Journal of Liberty and International Affairs* 4 (3): 73–87.

Ayodeji A., Theophillus J., O. Livian. (2002) Current Discourse in Peace and Conflict Studies. In P. Wallensteen (ed.) *Understanding conflict resolution: War, Peace and Global System. Third edition*. SAGE Publications Ltd.

Cottle S. (2006) *Mediatized Conflict: Developments in Media and Conflict Studies*. Cardiff University; Open University Press.

Gilboa E., Gabrielsen Jumbert M., Miklian J., Robinson P. (2016) Moving media and conflict studies beyond the CNN effect. *Review of International Studies* 42 (4): 654–672. DOI: https://doi.org/10.1017/S026021051600005X

Reuben R. (2009) The Impact of News Coverage on Conflict: Toward Greater Understanding. *Marquette Law Review* 93: 45–83.

Romero-Trillo J. (2011) The representation of liminality conflicts in the media. *Journal of Multicultural Discourses* 6 (2): 143–158. DOI: 10.1080/17447143.2010.545412

Wallensteen P. (2011) *Understanding conflict resolution: War, Peace and Global System. Third edition.* SAGE Publications Ltd.

Notes

Исследование подготовлено в рамках работы по гранту Российского научного фонда (№ 22-18-00225). [The study has been prepared within the frames of work based on the grant allocated by Russian Scientific Foundation (№ 22-18-00225).]

References

Abramov N. A. (2008) *Slovar' russkikh sinonimov i skhodnykh po smyslu vyrazheniy. Okolo 5000 sinonimicheskikh ryadov* [Dictionary of Russian Synonyms and Near-Synonyms. About 5000 Synonymic Chains]. Moscow: AST Publ. (In Russian)

Adeyanju C. G. (2018) The Mass Media and Violent Conflicts in Sub-Saharan Africa. *Journal of Liberty and International Affairs* 4 (3): 73–87.

Aleksandrova Z. E. (2001) *Slovar' sinonimov russkogo yazyka: Prakticheskiy spravochnik. 11-e izdanie* [Dictionary of Synonyms of the Russian Language: a Practical Reference Book]. Moscow. (In Russian)

Antsupov A. Ya., Shipilov A. I. (2000) *Konfliktologiya: uchebnik dlya vuzov* [Conflict Studies: a Textbook for Universities]. Moscow: YuNITI Publ. (In Russian)

Ayodeji A., Theophillus J., O. Livian. (2002) Current Discourse in Peace and Conflict Studies. In P. Wallensteen (ed.) *Understanding Conflict Resolution: War, Peace and Global System. Third edition*. SAGE Publications Ltd.

Cottle S. (2006) *Mediatized Conflict: Developments in Media and Conflict Studies*. Cardiff University; Open University Press.

Dahrendorf R. (1994) Elementy teorii sotsial'nogo konflikta [Elements of the Theory of Social Conflict]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 5: 145–147. (In Russian)

Evdokimov V. A. (2007) Vliyanie sredstv massovoy informatsii na institutsializatsiyu sotsial'no-politicheskikh konfliktov [The Influence of Mass Media on the Institutionalization of Socio-Political Conflicts]. *Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovaniya* 1: 117–119. (In Russian)

Gilboa E., Gabrielsen Jumbert M., Miklian J., Robinson P. (2016) Moving Media and Conflict Studies Beyond the CNN Effect. *Review of International Studies* 42 (4): 654–672. DOI: https://doi.org/10.1017/S026021051600005X

Grachev S. I., Baranova T. V. (2018) Rol' «novykh media» v sovremennykh konfliktakh [The Role of New Media in Modern Conflicts]. *Vestn. Mosk. gos. obl. un-ta (elektronnyy zhurnal)* 4: 33–40. DOI: https://doi.org/10.18384/2224-0209-2018-4-927 (In Russian)

Huntington S. (2017) *Stolknovenie tsivilizatsiy* [Clash of Civilizations]. Moscow: AST Publ. (In Russian)

Kil'mashkina T. N. (2015) *Konfliktologiya. Sotsial'nye konflikty* [Conflict Studies. Social Conflicts]. Moscow: YuNITI-DANA Publ. (In Russian)

Kil'mashkina T. N. (2016) Razreshenie sotsial'nogo konflikta kak element upravleniya im [Resolution of Social Conflict as an Element of Its Management]. *Trudy Akademii upravleniya MVD Rossii* 1 (37): 80–84. (In Russian)

Khokhlov A. S. (2014) *Konfliktologiya. Istoriya. Teoriya. Praktika: ucheb. posobie* [Conflict Studies. History. Theory. Practice: a Study Guide]. Samara: SF GBOU VPO MGPU Publ. (In Russian)

Kozer L. (2000) *Funktsii sotsial'nogo konflikta* [Functions of Social Conflict]. Moscow: Ideya-Press Publ. (In Russian)

Kuznetsov S. A. (ed.) (1998) *Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Large Explanatory Dictionary of the Russian Language]. St. Petersburg: Norint Publ. (In Russian)

Murasheva S. V. (2021) Sotsial'nye konflikty kak prichiny i sledstviya protivorechiy v rossiyskom obshchestve [Social Conflicts as Causes and Consequences of Contradictions in Russian Society]. *Society and Security Insights* 2: 151–165. (In Russian)

Naumova E. V. (2012) Sotsial'nyy konflikt kak element tekhnologii sotsial'nogo upravleniya [Social Conflict as an Element of Social Management Technology]. *Vestn. NGUEU* 4: 197–206. (In Russian)

Omelaenko N. V. (2019) Sotsial'nyy konflikt: diagnostika, prichiny, upravlenie [Social Conflict: Diagnostics, Causes and Management]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Sotsiologiya. Ekonomika. Politika* 12 (4): 85–96. (In Russian)

Plotnikov A. A. (2014) Problema poznaniya sotsial'nogo konflikta: sovremennyy vzglyad [The Problem of Cognition of Social Conflict: a Modern View]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki* 3: 113–119. (In Russian)

Plotnikov A. A., Shetulova E. D. (2015) Sotsial'nyy konflikt: istoriograficheskiy vzglyad [Social Conflict: a Historiographic View]. *Vestn. NGTU im. R. E. Alekseeva. Ser.: Upravlenie v sotsial'nykh sistemakh. Kommunikativnye tekhnologii* 2: 54–58. (In Russian)

Reuben R. (2009) The Impact of News Coverage on Conflict: Toward Greater Understanding. *Marquette Law Review* 93: 45–83.

Romero-Trillo J. (2011) The Representation of Liminality Conflicts in the Media. *Journal of Multicultural Discourses* 6 (2): 143–158. DOI: 10.1080/17447143.2010.545412

Sapuzhak I. P. (2019) Tipologiya sotsial'nykh konfliktov [Typology of Social Conflicts]. *Vestn. MITU-MASI* 1: 44–49. (In Russian)

Smirnova O. V., Shkondin M. V. (2021) Issledovaniya media i zhurnalistiki v kontekste konfliktologii: sistemno-teoreticheskie aspekty [Media and Journalism Studies in the Context of Conflict Studies: the Systemic and Theoretical Aspects]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism* 10 (1): 5–21. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).5-21 (In Russian)

Smirnova O. V., Shkondin M. V., Denisova G. V., Antipova A. S., Il'chenko D. S. (2021) Sotsial'nye indikatory konflikta v kontekste media i zhurnalistiki: analiz soderzhaniya rossiyskikh SMI [Social Indicators of Conflict in the Context of Media and Journalism: an Analysis of the Russian Media's Content]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism* 10 (3): 422–436. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(3).422-436 (In Russian)

Tikhonova E. N. (2018) Slovoobrazovatel'nye gnezda v sisteme sovremennoy ekonomicheskoy terminologii [Word-Formation Families Within Modern Economic Terminology]. *Vestn. Mosk. gos. obl. un-ta. Ser.: Russkaya filologiya* 2: 87–96. DOI: 10.18384/2310-7278-2018-2-87-96 (In Russian)

Wallensteen P. (2011) *Understanding Conflict Resolution: War, Peace and Global System. Third edition*. SAGE Publications Ltd.

Yarychev N. U. (2009) Teoretiko-metodologicheskie podkhody k izucheniyu sushchnosti i prirody konflikta: osobennosti sovremennoy interpretatsii [Theoretical and Methodological Approaches to the Study of the Essence and Nature of Conflict: Features of Modern Interpretation]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Severo-Kavkazskiy region. Seriya: Obshchestvennye nauki* 5: 17–22. (In Russian)

Zdravomyslov A. G. (1995) *Sociologija konflikta: Rossija na putjah preodolenija krizisa* [Sociology of Conflict: Russia on the Way Toward Overcoming the Crisis]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Zimmel' G. (1994) Chelovek kak vrag [The Stranger]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 2: 114–119. (In Russian)

Поступила в редакцию
29.07.2022

КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ

Лебедева Татьяна Юрьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры зарубежной журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: phlebur@mail.ru

Минаева Людмила Владимировна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой международной коммуникации, факультет мировой политики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: liudmila.minaeva@gmail.com

Юркович Филипп, политолог, магистр социологии и политических наук Сорбонны, переводчик литературы по общественным наукам, директор серии в международном издательстве L'Harmattan, Париж, Франция; e-mail: jphilipp2010@gmail.com

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ИСПЫТАНИЕ «ЦИФРОЙ»

Рецензия на монографию Eyries Alexandre "La communication politique 3.0 ? La politique a l'epreuve du numerique". Editions Universitaires Dijon. Dijon, 2021, 107 с.

Ключевые слова: *цифровые коммуникации, общественное пространство, электоральные кампании, институциональная коммуникация, социальная антропология, киберскептицизм, активизм, buzz, Twitter, Facebook*[1].

T. Yu. Lebedeva, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: phlebur@mail.ru

Liudmila V. Minaeva, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of International Communication, Faculty of Global Politics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: liudmila.minaeva@gmail.com

Philippe Jurkowicz, Political Scientist, Master of Sociology and Political Science at Sorbonne University, translator of social science literature, Director of a collection at the International Publishing House L'Harmattan, Paris, France; e-mail: jphilipp2010@gmail.com

POLITICAL COMMUNICATION: THE DIGITAL TEST

(A review of the essay: Eyries Alexandre (2021) "Political Communication 3.0 ? Politics: the Digital Test". A Monograph. Dijon: Editions Universitaires Dijon)

Key words: *digital communications, public space, electoral campaigns, institutional communication, social anthropology, cyber skepticism, activism, buzz, Twitter, Facebook (a resource ruled to be extremist in RF).*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2022.129143

Монография Александра Эрье *La communication politique 3.0 ? La politique a l'epreuve du numerique* – «Политическая коммуникация 3.0. Политика: испытание цифрой» (Eyries, 2021) – продолжает исследования феномена воздействия цифровой коммуникации на политику и использования этого ресурса для укрепления политических партий и движений. Среди наиболее заметных работ последних двух лет – *Big Data electoral* Анаис Тевьо, в которой автор ищет ответ на вопросы, как большие данные влияют на проведение выборной кампании, формируются ли какие-то инновационные практики мобилизации электората и приведет ли это к появлению новых форм активизма (Theviot, 2019). В этом же ряду находится и эссе Александра Эрье.

В фокусе внимания исследователя находится воздействие цифровых технологий на политическую коммуникацию, в частности на способ ведения коммуникации и ее инструментарий. Именно поэтому работа отсылает, прежде всего, к современным классикам – французским исследователям Филиппу Маареку (Maarek, 2007), Режи Дебре (Debrey, 1993), Жаку Жерстле (Gerstle, 2020), а также к американским и канадским исследованиям. Ключевым элементом авторской парадигмы становится вопрос о демократии, общественных ценностях, феномене культуры, о том, могут ли на них повлиять императивы «цифры». «Демократизация и политическая вовлеченность: роль социальных сетей» – таково название одной из частей эссе, емко выражающее озабоченность представителей французской школы политической коммуникации.

Киберскептицизм в целом не свойственен латинской школе коммуникации (французской в своей основе), где доминирует генеалогия предметной сферы, значение человеческого фактора и понимание того, что технологии быстро устаревают, в отличие от общественных ценностей и приоритетов. Это означает понимание значения «цифры» в обществе как исключительно технологического феномена современной коммуникации, который накладывается на общественные тренды, предметные сферы деятельности, то есть признается его «сопроводительный» характер: он необходим, но не самодостаточен. Контент, выбор инструментов, в том числе цифровых, остается за субъектами политического процесса. Концептуальные выкладки автора коррелируют с коммуникационной практикой – с учетом классификации субъектов политического процесса, разных доктринальных под-

ходов и приоритетных инструментов. Это делает работу полезной для тех, в чьи компетенции входит практическое развитие форм цифровой коммуникации в политике, хотя автору свойственна некоторая произвольность в выборе примеров из цифровой практики политиков и партий. Тем не менее эта часть работы дает представление об эволюции освоения цифрового инструментария и специфике его использования разными политиками, что в итоге позволяет говорить о формировании партийных или персонализированных моделей.

В процессе разработки темы автор затрагивает также процессы маркетинга, и не только политического. Работа представляет интерес, так как в ней излагаются различные концепции того, что следует понимать под цифровой политической культурой, интерпретируются взгляды ведущих специалистов в сфере институциональной и политической коммуникации. Признавая приоритет США в сфере цифровой политической коммуникации, автор вырисовывает четкие контуры развития цифровой политической культуры во Франции. Он выбирает примеры, которые, по его мнению, отмечают ключевые моменты инструментализации цифровых платформ в политической коммуникации.

Автор пытается очертить контуры политической цифровой культуры, показать ее многомерность в корреляции со стратегическими задачами субъектов процесса. Алгоритм работы сводится к выявлению связи между цифровой коммуникацией в политике и культурой, для чего автор отсылает к медиалогии Режи Дебре (Debrey, 1993), доказывая, что «философия клика и экрана» ведет к снижению когнитивной нагрузки, к торможению реальных контактов.

В начале эссе автор рассматривает изменения, которые цифровые технологии внесли в политическую коммуникацию: реактивность, интерактивность, моментальность критики и непосредственность комментария. В этих тенденциях эксперты и исследователи склонны видеть возможности обновления политической практики: «Депутаты, кандидаты, политкомментаторы и обычные граждане все больше и больше насыщают свои аккаунты в *Twitter* контентом политического свойства» (Eyries,2021: 5).

Как следствие, политический дискурс не располагает больше необходимым запасом времени, чтобы подготовить общественное мнение и выработать убедительную стратегию. Он должен располагать немедленным месседжем, играть на эффекте неожиданно-

сти, скорости исполнения, владеть всеми цифровыми кодами, чтобы спровоцировать правильный шумовой эффект и успешно повлиять на ход общественных дебатов.

По мнению автора, «цифра» внесла в политическую коммуникацию свои императивы: преобладание формы над содержанием, эмоциональность, опережающую критическое восприятие, провокационность (Eyries, 2021: 7).

Александр Эрье предполагает анализировать в своей работе парадигмальные особенности цифровой политической коммуникации в *Twitter*, мотивируя свой выбор тем, что именно эта социальная сеть позволяет с наибольшей легкостью и скоростью распространять сообщения: «Распространение информации политических партий в социальных сетях не противоречит принципам демократии. Со стратегической точки зрения использование *Twitter* как средства передачи месседжа представляет для партий определенные преимущества: контролируемая, неискаженная информация достигнет аудитории, которую трудно охватить другим способом. Эта информация, не затронутая фильтрами медийного покрытия, может быть использована для воздействия на колеблющийся электорат. И это становится возможным даже в минимальном сообщении в в 140 знаков» (Ibid: 10).

Принципиальным для автора является выяснение вопроса, что первично в цифровой политической коммуникации: идентичность предметной сферы – политики, на которую «наложилась цифра», или цифровой феномен, кардинально ее трансформирующий. И здесь он обращается к генеалогии политической коммуникации и концепциям разных исследователей, включая киберскептиков.

Говоря о генеалогии цифровой политической коммуникации, автор исходит из социальной антропологии, настаивая на том, что цифровые технологии «не произвели тотальной революции», они лишь наложились на существующие общественные практики. При этом Эрье ищет союзников среди киберскептиков, приводит, например, точку зрения эксперта Евгения Морозова: «Силиконовая Долина хотела бы навязать нам цифровые узы, продвигая тезисы об эффективности, открытости, совершенстве и умалчивая о таких тяжелых последствиях, как напряженность, непрозрачность, двусмысленность» (Ibid: 13–14).

Александр Эрье считает, что политике свойствен определенный язык, но она не изменила своей идентичности под влиянием

цифровых технологий, а всего лишь адаптировалась к ним (Ibid: 14). Вот как он резюмирует эволюцию в исследуемой сфере: «В последние 15 лет цифровые технологии повлекли за собой изменение медиаканалов и инструментов коммуникации, используемых политиками для обеспечения своей общественной легитимности и придания значимости своим идеям <...> Тем не менее они не идут дальше того, чтобы предложить новые одежды вместо старых <...>» (Eyries, 2021: 15). В доказательство приводится утверждение Доминика Вольтона: «Новые технологии устаревают быстро <...> но не вопросы, связанные с демократией<...>» (Ibid: 15).

Очерчивая теоретическое поле своей работы, автор ссылается на работу Юргена Хабермаса 1962 г. *L'Espace public*, коррелируя возможности Интернета с концепцией расширения общественного пространства (Ibid: 16), а также на работы профессора Стенфордского университета Шанто Иенгара (Iyengar, 2011), который развивал тезис о том, что цифровые технологии главным образом повлияли на способ коммуникации. С приходом Интернета прежняя и новая формы коммуникации могут использоваться одновременно и один и тот же пользователь может коммуницировать с неограниченным числом аудиторий через разные текстовые, видео- и аудиоформаты (Ibid: 15).

Для автора внедрение интернет-технологий в политическую практику, безусловно, связано с США, что дает ему повод в дальнейшем идентифицировать англо-саксонскую концепцию цифровой коммуникации в политике. Автор отмечает, что на президентских выборах в США в 1996 г. все кандидаты уже имели свои интернет-сайты. Тенденция прослеживается затем на выборах 2000 г., но только 2004 год знаменует собой настоящий поворот в американской политической коммуникации. Автор связывает это с феноменом губернатора Вермонта Говарда Дина (Howrad Dean), который претендовал на то, чтобы стать кандидатом от Демократической партии на президентских выборах 2004 г. Благодаря своей наступательной кампании в Интернете, он, «пришедший ниоткуда» (имеется в виду отсутствие сугубо политического опыта), смог, не став кандидатом от партии на президентских выборах, получить пост президента партии. Инструментарий его интернет-стратегии был разнопланов: от привлечения на полный рабочий график интернет-консультантов до использования интерактивного портала *Meetup.com*, где он публиковал календарь своей

кампании. В результате Говард Дин смог собрать не только сторонников во всех штатах США, но и денежные взносы в размере 7 млн долларов.

Анализируя преимущества, которые дает Интернет в политической сфере, автор отмечает их многообразие – возможность сбора средств, производства и распространения информации для увеличения визуализации кандидата, улучшения его имиджа и мобилизации сторонников. Принципиальным является тезис о практике вариативного использования разных медиа в процессе кампании. Так, профессор Шанто Иенгар полагает, что новые медиа способны оказать влияние на сторонников и колеблющийся электорат, а для призыва принять участие в выборах более подходят традиционные медиа, в особенности телевидение, остающееся приоритетным каналом кампаний (Iyengar, 2011).

Роль ТВ как центрального медиа политического процесса отмечает и Филипп Маарек (Maarek, 2007): оно имеется практически в каждом доме и не требует от пользователя специальных навыков. Профессор Маарек полагает, что, несмотря на возможности и потенциал Интернета, политическая коммуникация в «цифре» остается еще случайной в плане достижения целевого электората, так как интернет-пользователь должен сам найти необходимую информацию, что предполагает вольное «плавание» в необъятной сети. В англосаксонской практике это свойство Интернета определяется маркетинговым термином *pull* в отличие от модели *push*, когда информация направляется к получателю без каких-то дополнительных усилий с его стороны.

Александр Эрье исходит из потребности структурировать модели использования Интернета разными субъектами коммуникации в зависимости от политического периода. Согласно концепции Филиппа Маарека, выделяются: институциональное использование массовыми политическими партиями, использование в период кампаний, а также использование группами давления и маргинальными партиями (Eyries, 2021: 23).

Первая категория субъектов задействует сайты традиционных политических партий, но исключает службы и организации государства или территориальных образований. На сайтах партии представляют свои программы, а в электоральный период – кандидатов, электоральные платформы и пр. В период *Web 2.0.* сайты сопровождаются блогами или форумами для выражения мнения интернет-пользователей. Так как сайты относятся к контролируе-

мым субъектом источникам, то там делается все, чтобы избежать полемики, поэтому мнения пользователей достаточно сдержанные. Филипп Маарек подчеркивает, что этот формат коммуникации помогает поддерживать движение сторонников и формировать их новые ряды. Это позволяет партиям действовать в соответствии с общественными фазами, что, несомненно, позитивно (Eyries, 2021: 24).

Вторая категория включает использование Интернета в период электоральных кампаний. Филипп Маарек классифицирует данные *web*-сайтов классической кампании по трем параметрам: для внешней публики, для информации и в качестве платформы для загрузки журналистам, для информации и в качестве платформы для загрузки сторонникам (Ibid). На сайтах партии пользователи находят информацию о кандидате, программе, его митингах, пресс-коммюнике, календарь кампании и пр.; журналисты получают возможность загрузить фотографии высокой четкости, найти информацию о пресс-конференциях, а сторонники – загрузить образцы плакатов и также воспользоваться возможностью создавать личные *web*-страницы.

Третья категория субъектов – маргинальные партии и движения. Благодаря Интернету, они получили доступ к самой широкой аудитории, что имеет как позитивные, так и негативные последствия (распространение сомнительной с точки зрения общественных ценностей идеологии требует от политиков и журналистов особенной бдительности).

Важным этапом использования Интернета в политике автор считает начало двухтысячных годов, когда политические партии стали реально инвестировать свои усилия в Интернет. Развитие блогосферы он связывает с референдумом по Европейской Конституции 2005 г., когда Интернет обретает подлинное влияние, в частности благодаря программе Еврокомиссии *Web-citoyen* (Ibid: 27). В период кампании сайты политических партий или организаций, которые были «за», давали мало внешних ссылок, в то время как блоги противников конституции насчитывали в три раза больше посещений. И только начиная с 2009 г. социальные сети в политике становятся все более влиятельными.

Исследователи выделяют три функции кампаний в Сети – информационную, интерактивную и мобилизационную по отношению к электорату (Ibid: 28).

К первой относится контент, который распространяется по традиционным каналам (реклама, пресс-коммюнике) по схеме «от руководства партии к электорату». Вторая включает всю интерактивную практику, но большинство партий используют ее лишь частично: немногие политики – Жан-Мари Ле Пен, Филипп де Вилье и некоторые другие – имели блоги, ссылка на которые была на официальном сайте партии.

Третья функция кампаний в сети – мобилизационная (41%) по отношению к электорату – выражается в реальном вовлечении интернет-пользователей в деятельность партии (формуляры о вступлении в партию и призыв к финансовому участию).

Получает развитие и интернет-торговля: интернет-магазины ведущих партий предлагают разнообразные предметы, партийные сувениры, а на сайте «зеленых» можно найти страницу о книжном магазине экологической литературы.

Возвращаясь на протяжении всей работы к идее демократизации коммуникации в Сети, автор отмечает новые эффекты политической ангажированности – информационный, дискуссионный и непосредственно влияющий на принятие решения.

В последующих частях работы автор останавливается на практике использования *Twitter* в политической коммуникации, обращаясь к опыту различных электоральных кампаний и политиков – от США и Канады до Франции, стараясь проследить ее эволюцию и выделяя наиболее важные точки развития цифровой практики.

В 2008 г. команда Барака Обамы – в отличие от команды Хилари Клинтон – осознала преимущества, которые можно извлечь из использования социальных сетей. Твитты политиков позволяют установить прямую коммуникацию со значительной частью населения без привлечения других медиа, способных исказить передаваемую информацию. Другое преимущество *Twitter* – в том, что он побуждает абонента действовать, участвовать в акциях, непосредственно связанных с кампанией (репосты, замена подписчиком своего фото на аватарке на логотип партии).

Французские государственные деятели и политики проявляли сдержанность в использовании соцсетей. То, что Доминик Стросс Канн и Мишель Сапан не прибегали к *Twitter*, объясняется их возрастом, но и Эмманюэль Макрон, когда еще был самым молодым министром экономики, индустрии и цифровой сферы, не вел соцсети. Вот как емко характеризовал эту стратегию эксперт по социальным сетям Лоран Дюпан: «Отсутствие не лишено смысла»

(Eyries, 2021: 42). Во всемирной паутине нет никаких упоминаний о годах учебы Макрона, его увлечении музыкой, его первых рабочих местах, ни личного сайта, ни блога, что, по мнению автора эссе, соответствует его стремлению к отсутствию показухи. Страница Макрона в *Facebook* создана в качестве витрины его министерской деятельности. *Twitter* Макрона первоначально также выполнял функцию контактов с его фолловерами, что связывают с целенаправленным нежеланием Макрона форсировать коммуникацию в соцсетях. Эту тактику эксперты определяют как «присутствие-отсутствие» (Eyies, 2021: 45).

Анализируя разные практики, автор приходит к выводу, что электоральная кампания Франсуа Олланда 2012 г. была вдохновлена кампанией Барака Обамы: имеется в виду сайт Олланда *toush-ollande.fr*, где предлагались операции поддержки кандидата «от двери до двери». Помимо этого команда Олланда смогла капитализировать опыт Сеголен Руаяль 2007 г., в частности использование ее сайта *desirs d'avenir.org*. В 2012 г. Олланд использует цифровые коммуникации стратегически: его интернет-команда подразделялась на несколько пулов – мобилизационный, изучения общественного мнения и политической интернет-коммуникации. Однако функции *Twitter* пока еще очень мало используются: здесь Олланд дает институциональную информацию (о работе штаба как выборного субъекта), направленную «сверху вниз» – к потребителю. Хэштеги с названием мест митингов сопровождали цитирование кандидата (Ibid: 56). Не в достаточной мере использовалась и мобилизационная функция (только 3,6% твиттов в период кампании 2012 г.): она имела пики активности, благодаря репостам Социалистической партии в целях мобилизации сторонников на митинги Франсуа Олланда. Стратегической идеей было собрать вместе в ходе мероприятия интернет-пользователей и сторонников, с тем чтобы все могли твитнуть и поучаствовать в дебатах (Ibid). Главной задачей при этом было произвести больше хэштегов и твиттов, чем конкурент – Николя Саркози. Но, несмотря на эти усилия, *Twitter* Франсуа Олланда оставался преимущественно инструментом информирования.

Определяя разницу между использованием *Twitter* и *Facebook* во Франции в электоральных кампаниях, Эрье отмечает, что первый используется больше в профессиональных целях журналистами, политиками, консультантами, профсоюзными деятелями, представляющими большинство пользователей *Twitter*, в то время как

Facebook вписывается скорее в «личную сферу» (Ibid: 57). Констатируя, что ресурсы *Twitter* еще недооценены во Франции, как и в ряде других стран (например, во франкоязычной Канаде), автор объясняет использование *Foursquare* ее возможностями геолокализации и отслеживания пика активности сторонников или *GovFaces* – возможностью для европейских депутатов вести дискуссии с гражданами всего Евросоюза. Здесь автор апеллирует к возможностям цифровой политической коммуникации в развитии партисипативной демократии (Eyries, 2021: 58).

В качестве примеров развития использования Интернета в электоральных кампаниях автор обращается к практике Жана-Люка Меланшона и движения «Неподчинившаяся Франция» (*France Insoumise*). Именно Меланшон зарекомендовал себя как сторонник технологических инноваций в сфере политической коммуникации: использовал голограммы, геолокализацию, создание видеоигр *Fiscal Kombat*. Его команда придумала *Melenphone*, позволяющий его сторонникам вести кампанию из дома по компьютеру с выходом в Интернет и регистрацией на созданной для этого платформе. Добавленная стоимость этого инструмента сводилась к возможности охвата территории с наибольшим абстенционизмом (Ibid: 95).

Кроме этого, Жан Люк Меланшон в своей цифровой коммуникации использовал *YouTube*, в частности канал *Esprit de campagne*, чтобы охватить ту аудиторию, которая привыкла к этой платформе. В коротких видео на канале ежедневно представлялись различные пункты программы кандидата. По мнению Эрье, Меланшон использовал так называемую модель «платформизации», которая сводится к мультиплатформенной синергии.

Франсуа Фийон в ходе президентской кампании 2017 г. делал ставку на *Twitter* и свою визуализацию в цифровом пространстве, выстраивая дискурс в связи с обвинениями в свой адрес: «Это не меня уничтожают, а президентские выборы» (Ibid: 97). Параллельно он имел аккаунт в *Facebook – Fillon 2017*, который также использовался для противодействия тому, что кандидат считал фейкньюс против него. Однако присутствие Фийона в цифровом пространстве не позволило ему преодолеть противоречие между его декларациями о честности и реальными злоупотреблениями.

В эссе оценивается в качестве еще достаточно низкого возврат инвестиций в цифровое пространство для кандидатов выборов 2017 г.: 20,01% для Франсуа Фийона и 19,58% для Жана-Люка Ме-

ланшона. Разрыв между мобилизацией в интернет-пространстве и результатами при голосовании остается очень существенным. Как подчеркивает автор, коммуникационный эффект очень трудно подсчитать, но им нельзя пренебрегать (Ibid: 98).

Однако А. Эрье целенаправленно подчеркивает на протяжении всей работы: недостаточно быть активным в социальных сетях в период электоральной кампании, здесь вступают в игру правила сторителлинга, его убедительность и многие факторы, которые ведут к успеху коммуникации.

В этом плане А.Эрье продолжает парадигмальную линию, присущую французской школе коммуникации, независимо от того, о каких цифровых ресурсах идет речь. А именно: адаптация коммуникационных технологий не является механическим процессом и сама по себе не трансформируется в успех кампании. Такая парадигма вырисовывается, в частности, в работе Анаис Тевьо, хотя она и посвящена анализу больших данных в электоральных кампаниях. При все возрастающей значимости интерпретации больших данных (*Big Data*) для построения коммуникации с электоратом следует учитывать, что это многомерный процесс, на который влияют локальная и партийная специфика.

Почву для размышлений на эту тему дает кампания мэра Бордо Алена Жюппе, в которой использовалась платформа *NationBuilder*. Директор развития и сопровождения платформы в Европе восторженно высказывалась о кампании Жюппе: «Они (члены команды) работали над геолокализацией, обеспечили избирателям участие в кампании <...> они прониклись этой тактикой децентрализации, которую я нахожу гениальной, думаю, что надо обладать смелостью провести настолько децентрализованную кампанию <...>» (Theviot, 2019: 87). Тем не менее Жюппе проиграл на партийных праймериз, за чем последовали вопросы экспертов: инструментарий «от двери к двери» на основе больших данных – не гарант победы?

Директор кампании Жюппе Жиль Бойер признается в этой связи: «В этой кампании мы управляли рациональным аспектом непосредственно с самим кандидатом, но потерялись в иррациональном. А зачастую, как каждый из нас знает, именно иррациональное и делает ситуацию неподконтрольной <...>» (Theviot, 2019: 88). По мнению самого директора кампании, не была учтена консолидированность католического электората вокруг темы однополых браков, что сделало конкурента Жюппе Франсуа Фийона

кандидатом этой части аудитории. Не улучшило ситуацию и слишком раннее объявление кандидатуры летом 2014 г. – с учетом праймериз в ноябре 2016 г.

К тому же сама технология «от двери к двери» в инновационном формате, помимо интерпретации больших данных для понимания того, какие административные единицы надо охватить, как использовать методику математического моделирования, статистику и пр., включает аспект психологический: как говорить с теми, в чьи двери стучишься. Играют роль и факторы восприятия партийной принадлежности, нюансы общения между сторонниками. Так, в отличие от кампании Барака Обамы, Олланд не смог собрать большое число симпатизирующих левым без прямого контакта с членами партии.

В заключение А.Эрье задается своего рода «экзистенциальным» вопросом: что такое цифровая политическая культура? В поисках ответа он отсылает к труду *Milade Doueihi* "*Qu'est-ce que le numerique?"*: «Гибридное пространство цифровой культуры представляет собой новый способ общественной организации, со своими мифами, своей уникальностью и утопиями» (Eyries, 2021: 134). По мнению автора эссе, «она отсылает прежде всего ко всем формам оригинального производства культурной продукции с использованием цифровых информационных и коммуникационных инструментов. При этом культура – в политике – является якорем в поиске наиболее эффективной коммуникационной стратегии, позволяющим обойти преграды в общественном мнении, достичь электората и обеспечить легитимность» (Ibid: 133).

В своем заключении, символически названном со знаком вопроса «Цифровая политическая культура?», автор уже не в первый раз апеллирует к антропологии. «Цифра» затрагивает память и передачу исторического контекста, специфику отношения общества к политике, к другим субъектам. То есть автор придерживается мнения, что цифровая культура – часть культуры в целом, культурного разнообразия, в котором мы живем, при этом не являясь «культурой, которая заменит все остальные» (Ibid: 135).

Она дополняет существующие культурные практики, социальные и в особенности политические, наслаиваясь на них. Автор полагает, что опыт использования *Twitter* и других социальных сетей в политических кампаниях соразмерен по последствиям революции Коперника.

Возникшая в социальных сетях цифровая политическая культура достаточно медленно утверждалась в системе современной политической коммуникации под социологическим влиянием поколения, которое не является поколением цифровой эры, но блестяще владеет кодами этих новых медиа и социальных сетей. Политики недолго раздумывали, прежде чем окружить себя молодыми *IT*-специалистами. К ним относятся Исмаэль Эмельен и Сибет Ндайе, работающие для штаба Эмманюэля Макрона, Софья Шикиру – для Жана-Люка Меланшона, Готье Гинярд – для Франсуа Фиййона и Гетан Бертран – для Марин ле Пен.

Особенности эволюции цифровой политической культуры автор связывает с так называемой концепцией расширения когнитивных функций, которая «трансформирует знания. Речь не идет больше о том, чтобы только воспринимать тексты или видеоизображения, но писать и переписывать» (Eyries, 2021: 136).

В целом, оценивая термин «цифровая культура», автор отмечает его достаточно размытые границы и предпочитает идентифицировать, пусть и недостаточно четко, его различные составляющие, иногда взаимодополняемые. Так, он выделяет чисто техническую культуру в сфере информатики (большие данные, коды, открытое программное обеспечение – *open source*); общую культуру, знание инструментария (знание программного обеспечения, компьютера); практику использования мошеннических электронных писем и копий, законных веб-сайтов для извлечения финансовых данных и др.; цифровую культуру (речь идет о том. чтобы не просто «доставать» информацию из сети, но извлекать смыслы» (Ibid: 137).

Таким образом, А. Эрье исходит из того, что цифровая культура не монолитна, а многомерна и ее концепт выходит из эпистомологических рамок.

Из этой парадигмы автор выводит свой следующий вопрос: что представляет собой наша цивилизация – цивилизацию «клика» или «тотального присутствия экрана»?

Чтобы подойти к ответу на этот вопрос, надо занять позицию пользователя, посмотреть, как существовать в условиях власти медиа и технологий. Здесь автор обращается к концептам Жана-Поля Лафранса, автора многих работ, изданных в том числе и во Франции, в которых подчеркиваются опасности опьянения «цифрой» и риски потери контакта с реальностью: «Родиться в цивилизацию «клика» означает быть все время на расстоянии «клика» от

невероятного богатства интернет-контента <...> ощущать себя вечным и игнорировать смерть, потому что можно обнулить все счетчики, как в видеоиграх. Цивилизация «клика» все больше находится в виртуальном пространстве, о чем свидетельствует опыт подростков-пользователей, которые игнорируют традиционные общественные отношения» (Lafrance, 2013).

Фактически и политическая коммуникация виртуализируется, геймифицируется, становится более развлекательной – одним словом, все более эффективной. Материализуется цифровая коммуникация на поверхности экрана, одного или нескольких, которые захватывают наше общественное пространство – в кафе, на вокзалах, в аэропортах, в организациях и на предприятиях.

Тотальное присутствие экранов в жизни ведет, по мнению цитируемого автором Евгения Морозова (Morozov, 2014), к избавлению от общественных связей, к своеобразному сбросу когнитивной нагрузки. Пользователь верит, что универсальные возможности цифрового инструментария помогут разрешить все проблемы, какими бы они ни были (Eyries, 2021: 139). В этом же ключе А. Эрье оценивает и политвиттерную коммуникацию. Отсылая к медиалогии Режи Дебре, полемизировавшего с утверждением, что технология – это не культура (Ibid: 140), А. Эрье утверждает, что само понятие культуры связано исторически и этимологически с понятием интеллектуального усилия для достижения знаний, умений, – в противовес философии «сразу и немедленно», философии клика (автор использует именно этот термин – «философия клика»). В связи с этим использование цифрового инструментария должно сочетаться с пониманием цифровой диалектики, что особенно необходимо в политике.

Фактически в работе речь не идет о политической коммуникации 3.0. Рассматриваемые автором концепции и практики являются своеобразной преамбулой к этому этапу политической коммуникации и позволяют очертить его основные вызовы и императивы.

Резюме автора, апеллирующего к корреляции цифровых процессов с когнитивными, с этимологией культуры как сферы освоения знаний, отсылает к трансформации практики политической коммуникации, поиску смыслов, создающих общественные связи. Эту парадигмальную выкладку он сопровождает анализом цифровых инструментариев разных политиков, что позволяет сделать заключение о специфике их использования в зависимости от страте-

гических и тактических задач, характера и образа политика, его идентичности – словом, говорить об определенной модели поведения в цифровом пространстве.

Примечания

[1] Ресурс признан экстремистским в РФ.

Библиография

Debrey R. (1993) *L'Etat seducteur. Les revolutions mediologiques du pouvoir*. Paris: Gallimard.

Doueihi M. (2013) *Qu'est-ce que le numerique* ? Paris: PUF. DOI: https://doi.org/10.3917/puf.doue.2013.01

Eyries A. (2021) *La communication politique 3.0 ? La politique a l'epreuve du numerique*. Dijon: Editions Universitaires de Dijon.

Gerstle J. (2020) *La communication politique*. Paris: Armand Colin.

Iyengar Sh. (2011) *Medias Politics a citizen's guide*. New York: W. Norton & Company.

Lafrance J.-P. (2013) *La civilisation du Clic. La vie moderne sous l' emprise des nouveaux medias*. Paris: L'Harmattan.

Maarek Ph. (2007) *Communication politique et marketing de l'homme politique*. Paris: Lexis Nexis.

Morozov E. (2014) *Pour tout resoudre cliquez ici. L'aberration du solutionnisme technologique*. Limoge: Editions Fyp.

Theviot A. (2019) *Big Data electoral. Dis-moi qui tu es, je te dirai pour qui voter*. Lormont: Le bord de l'eau.

References

Debrey R. (1993) *L'Etat seducteur. Les revolutions mediologiques du pouvoir* [The Seductive State. The Mediological Revolutions of Power]. Paris: Gallimard. (In French)

Doueihi M. (2013) *Qu'est-ce que le numerique* [What Is Digital]? Paris: PUF. DOI: https://doi.org/10.3917/puf.doue.2013.01 (In French)

Eyries A. (2021) *La communication politique 3.0 ? La politique a l'epreuve du numerique* [Political Communication 3.0 ? Politics: the Digital Test]. Dijon: Editions Universitaires de Dijon. (In French)

Gerstle J. (2020) *La communication politique* [Political Communication]. Paris: Armand Colin. (In French)

Iyengar Sh. (2011) *Medias Politics a citizen's guide* [Media Politics: a Citizen's Guide]. New York: W. Norton & Company. (In French)

Lafrance J.-P. (2013) *La civilisation du Clic. La vie moderne sous l' emprise des nouveaux medias* [Click Civilization. Modern Life Under the Influence of New Media]. Paris: L'Harmattan. (In French)

Maarek Ph. (2007) *Communication politique et marketing de l'homme politique* [Political Communication and Marketing of the Politician]. Paris: Lexis Nexis. (In French)

Morozov E. (2014) *Pour tout resoudre cliquez ici. L'aberration du solutionnisme technologique* [To Solve Everything Click Here. The Aberration of Technological Solutionism]. Limoge: Editions Fyp. (In French)

Theviot A. (2019) *Big Data electoral. Dis-moi qui tu es, je te dirai pour qui voter* [Electoral Big Data. Tell Me Who You Are, I'll Tell You Who to Vote for]. Lormont: Le bord de l'eau. (In French)

Поступила в редакцию
15.09.2022

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — рецензируемое научное издание с периодичностью выхода 6 раз в год. Публикуемые в нем материалы посвящены проблемам журналистики, СМИ, массовой коммуникации. Журнал ориентирован на публикацию статей, представляющих собой результаты самостоятельного исследования, организованного и проведенного в рамках научного подхода. Авторы — ведущие российские и зарубежные ученые и исследователи.

Журнал имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете (для подписчиков), включен в систему Российского индекса научного цитирования, оформляется в соответствии с требованиями ВАКа. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов не взимается.

Статьи в журнале публикуются только после получения положительной рецензии. Рецензентами могут выступать все кандидаты и доктора наук факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, а также сотрудники иных образовательных учреждений Российской Федерации и зарубежных стран, имеющие достаточную квалификацию в соответствующей научной области, получившие ученую степень и обладающие авторитетом в научной среде. Редакционная коллегия принимает на себя обязательства по поиску рецензентов и организации процесса рецензирования.

По решению редакционной коллегии рукопись принимается, отвергается или возвращается автору на доработку. Авторы обязаны учесть замечания рецензента и внести в статью соответствующие исправления. В случае отклонения статьи редакционная коллегия направляет автору мотивированный отказ. Рецензии хранятся в редакции, копии их предоставляются по требованию авторам рукописей.

Статьи авторам необходимо отправлять на электронную почту журнала vestnik_journ@mail.ru. Материалы размещаются в номерах по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.

Все присылаемые статьи должны содержать следующие обязательные элементы:

1) Сведения об авторе на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактная информация автора (телефон и электронный адрес).

2) Аннотация (abstracts) и ключевые слова (key words) на русском и английском языках. Аннотация должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде концевых сносок (если есть). Через концевые сноски также оформляются библиографические ссылки на периодику (газеты, журналы общего интереса); интернет-источники; художественную, деловую, научно-популярную литературу; словари, справочники, отраслевые доклады; учебники и учебные пособия; архивные данные.

4) Пристатейные библиографические списки (Библиография) у всех статей – в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования.

В список литературы включаются: монографии; сборники научных статей; научные статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках. В список литературы вносятся только источники, на которые есть внутритекстовые библиографические ссылки.

Ссылки в тексте приводят в круглых скобках – в них указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием. Например: (Иванов, 1998: 125). При повторном цитировании: (там же: 128) для русскоязычных источников или (Ibid: 123) для иностранных источников.

Объем рукописи не должен превышать один печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами). Оптимальный размер статьи – 20–30 тыс. знаков с пробелами. Текст статьи должен создаваться в формате doc (docx, rtf), шрифтом Times New Roman, 12 кеглем, с полуторным межстрочным интервалом.

Статья должна начинаться с введения (обоснование актуальности и научной значимости исследования, теоретические подходы к проблеме, поставленная автором задача, корпус имеющих отношение к проблеме текстов). Введение может быть дополнено отдельным разделом, в котором предоставляется обзор литературы по проблеме и теоретические выкладки. В этом разделе (разделах) должна быть представлена большая часть отсылок к предыдущим работам по теме материала.

Если в статье есть компонент эмпирического исследования, в ней должны быть отдельные разделы, описывающие методологию и результаты исследования. Основная часть статьи заканчивается выводами.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических данных и иных сведений.

Редакционная коллегия журнала:

- непредвзято, взвешенно и объективно оценивает все поступающие материалы;
- при работе с материалами руководствуется лишь критериями оригинальности, научной значимости и актуальности текстов;
- до публикации обеспечивает конфиденциальность всех рассматриваемых текстов;
- гарантирует отсутствие личных интересов в работе с материалами сторонних авторов;
- не принимает от авторов вознаграждений в явной или неявной форме;
- борется с плагиатом всеми доступными способами;
- строго следует нормам законодательства, установленным правилам и процедурам.