

ISSN 2306-417X



Век информации

Серия основана в 2012 году

**В Е К**

INFORMATION  
**И Н Ф О Р М А Ц И И**



AGE

**2 0 2 0**



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

**Т О М 8 \_ № 1**



Высшая школа  
журналистики  
и массовых  
коммуникаций

**ВЕК ИНФОРМАЦИИ**

**ЖУРНАЛИСТИКА  
XXI ВЕКА:  
ЧЕЛОВЕК.  
ПОЛИТИКА.  
МЕДИА**



ISSN 2306-417X

**ВЕК ИНФОРМАЦИИ**

**ЖУРНАЛИСТИКА  
XXI ВЕКА:  
ЧЕЛОВЕК.  
ПОЛИТИКА.  
МЕДИА**

**Материалы  
25 международной  
научно-практической  
конференции  
22-23 ноября 2019 г.**

**2020. Том 8. № 1**



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**Санкт-Петербургский  
государственный  
университет**



**ВЫСШАЯ ШКОЛА  
ЖУРНАЛИСТИКИ  
И МАССОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ**

**Институт «Высшая школа  
журналистики и массовых  
коммуникаций»**

**Санкт-Петербург 2020**

ББК 76.01

В26

*Печатается по издательскому плану  
Института «Высшая школа журналистики  
и массовых коммуникаций»  
Санкт-Петербургского государственного университета*

Редакционный совет

А. С. Пую, профессор, д-р социол. наук, СПбГУ; М. Геруля, профессор, д-р филол. наук, Силезский университет, Польша; Л. П. Громова, профессор, д-р филол. наук, СПбГУ; И. Э. Клюканов, профессор, д-р филол. наук, Восточно-Вашингтонский ун-т, США; С. Б. Никонов, доцент, канд. полит. наук, СПбГУ; И. Н. Розина, доцент, д-р педагог. наук, Институт управления, бизнеса и права, Ростов-на-Дону, президент Российской коммуникативной ассоциации; И. Сечик, д-р философии, статс-секретарь Министерства культуры Республики Словакия; Д. Туссу, профессор, Гонконгский баптистский университет, Китайская Народная Республика; Г. Г. Щепилова, профессор, д-р филол. наук, МГУ им. М. В. Ломоносова

Редакция

Главный редактор — С. Г. Корконосенко, профессор, д-р полит. наук  
Заместитель главного редактора — Б. Я. Мисонжников, профессор, д-р филол. наук

Шеф-редактор — В. В. Васильева, доцент, канд. филол. наук

Ответственный секретарь — С. В. Курушкин, канд. полит. н.

Дизайн — П. Ч. Хан

Верстка — Е. П. Смирнова

**Век информации. 2020. Т. 8. № 1. Журналистика XXI века: Человек.**  
В26 **Политика. Медиа** : матер. 25 междунар. научно-практической  
конференции, 22–23 ноября 2019 г. / ред.-сост. С. Г. Корконосенко,  
А. Н. Гришанина; отв. ред. С. Г. Корконосенко. — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т;  
Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2020. — 96 с.

ISSN 2306-417X

Международная научно-практическая конференция «Журналистика XXI века» ежегодно организуется в Санкт-Петербургском государственном университете в рамках форума «Дни философии в Санкт-Петербурге», материалы печатаются в специальном выпуске периодического издания «Век информации». В 2019 г. конференция получила конкретизацию общей темы: «Человек. Политика. Медиа». Организаторы стремятся поднять уровень обсуждения до осмысления журналистики как объекта теоретического понимания, места и значения теорий журналистики в системе научного знания и их взаимосвязи с социальной и медийной практикой.

Конференция организована усилиями кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. Фактические сведения и цитаты даются в редакции авторов. Для специалистов в области журналистики, философии, политологии, других общественных наук, студентов и аспирантов.

ББК 76.01

Сериальное издание «Век информации» зарегистрировано  
в Международном центре ISSN 19 декабря 2012 г.  
Издатель — Институт «Высшая школа журналистики и массовых  
коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета

© С.-Петерб. гос. ун-т,  
Институт «Высш. шк. журн.  
и мас. коммуникаций», 2020  
© Авторы статей, 2020

ISSN 2306-417X



9 772306 417783 >

ISSN 2306-417X

**INFORMATION AGE**

**JOURNALISM  
OF THE  
XXI CENTURY:  
PERSON.  
POLITICS. MEDIA**

**Papers for the 25th  
international theoretical  
and practical conference  
2019, November 22-23**

**2020, Vol. 8, No 1**



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

St Petersburg State  
University



ВЫСШАЯ ШКОЛА  
ЖУРНАЛИСТИКИ  
И МАССОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ

Institute "School of  
Journalism and Mass  
Communications"

St Petersburg 2020

*Published by the publishing plan of the Institute  
„School of Journalism and Mass Communications”  
of St Petersburg State University*

#### Editorial board

Doctor of Sociology, Professor *A. S. Puyu*, St Petersburg State University;  
Doctor of Philology, Professor *M. Gerulya*, Silesian University, Poland; Doctor  
of Philology, Professor *L. P. Gromova*, St Petersburg State University; Doctor of  
Philology, Professor *I. E. Klukanov*, Eastern Washington University, USA;  
PhD in Political Sciences, Associate professor *S. B. Nikonov*, St Petersburg State  
University; Doctor of Education, Associate professor *I. N. Rozina*, Institute of  
Management, Business and Law, Rostov-on-Don, the President of the  
Russian Communication Association (RCA); Doctor of Philosophy, *I. Sechik*,  
State Secretary of the Ministry of Culture of the Slovak Republic  
Professor *D. Tussu*, Hong Kong Baptist University, Republic of China; Doctor of  
Philology, Professor *G. G. Shepilova*, Lomonosov Moscow State University

#### Redaction

Editor-in-chief — Doctor of Political Sciences, Professor *S. G. Korkonosenko*  
Deputy editor — Doctor of Philology, Professor *B. Ya. Misonzhnikov*  
Managing editor — PhD in Philology, Associate Professor *V. V. Vasilyeva*  
Journal secretary — PhD in Political Sciences *S. V. Kurushkin*  
Design — *P. Ch. Hahn*  
Typesetting — *E. P. Smirnova*

**Information Age. 2020, 8(1). Journalism of the XXI century: Person. Politics. Media** : Papers for the 25th international conference, 2019, November 22-23. Sergey G. Korkonosenko, Anastasiya N. Grishanina (Eds.). — St Petersburg: St Petersburg State University; School of Journalism and Mass Communications, 2020. — 96 p.

The international theoretical and practical conference “Journalism of the XXI Century” annually is being organized at St Petersburg State University within the Philosophy Days in St Petersburg; papers are published in special issues of the “Information Age” journal. In 2019, the discussion had a subtitle “Person. Politics. Media”. Organizers are eager to raise a level of discussion up to fundamental reflections on the journalism as an object for theoretical understanding and to evaluate journalism theory in a system of sciences, in close connection with social and media practices.

The session was organized by the Theory of journalism and mass communications Dept of the St Petersburg State University.

The book is addressed to experts in journalism, philosophy, political science, and other social studies, for students and post-graduate students.

The papers from the Russian and foreign media researchers are presented in this book. The authors are responsible for their data being correct.

## СОДЕРЖАНИЕ

### **К 25-ЛЕТИЮ КОНФЕРЕНЦИИ «ЖУРНАЛИСТИКА XXI ВЕКА»**

*И. Н. Блохин.* Теория журналистики на рубеже веков: диалектика науки и метафизика творчества ..... 11

### **ЖУРНАЛИСТИКА В ПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ**

*В. В. Абашев.* Блогеры-урбанисты: медиаактивность как политическое действие ..... 21

*Ю. В. Андреева, А. В. Липатова.* Интерпретация имиджевых характеристик в контексте медиаобраза политика ..... 33

*В. А. Гуторов.* Российская посткоммунистическая журналистика в историческом и политическом измерениях: аналитика и прогнозы ..... 40

*В. А. Сидоров.* Политическое поле журналистики: субъекты и медийные практики ..... 49

### **ЖУРНАЛИСТ В ПРОФЕССИИ**

*Е. Ю. Гордеева.* Гражданская позиция М. Горького в освещении вопросов развития отечественной науки (по страницам журналов «Летопись», «Наука и ее работники») ..... 61

*М. В. Ливанова.* Не только журналистика: локальная газета как социальное пространство ..... 69

*Т. Е. Новикова.* Образ ведущего политического ток-шоу на современном российском телевидении: профессионально-этический аспект ..... 77

*И. В. Упоров.* Новая эпоха оставляет российской журналистике две функции: информирование и комментирование ..... 83

**Периодическое издание «Век информации».** Требования к оформлению рукописей ..... 91



# CONTENTS

## **ON THE 25TH ANNIVERSARY OF THE “JOURNALISM OF THE XXI CENTURY” CONFERENCE**

*I. N. Blokhin.* Journalism theory at the turn of the century: Dialectics of science and metaphysics of creativity ..... 11

*I. V. Uporov.* The new era leaves Russian journalism with two functions: Informing and commenting ..... 83

**Periodical “Information Age”.** Rules for formatting material ..... 91

## **JOURNALISM IN A POLITICAL CONTEXT**

*V. V. Abashev.* Urban bloggers: Media activity as a political action ..... 21

*Yu. V. Andreeva, A. V. Lipatova.* Interpretation of image characteristics in the context of the media image of a politician ..... 33

*V. A. Gutorov.* The Russian post-communist journalism in the historical and political dimensions: Analytics and forecasts ..... 40

*V. A. Sidorov.* The political field of journalism: Subjects and media practices ..... 49

## **JOURNALIST IN THE PROFESSION**

*E. Yu. Gordeeva.* Civil position of Maxim Gorky in covering issues of the development of Russian science (based on magazines “Chronicle” and “Science and Its Workers”) ..... 61

*M. V. Livanova.* Not just journalism: Local newspaper as a social space ..... 69

*T. E. Novikova.* The image of a political talk show host on modern Russian television: Professional and ethical aspect ..... 77

# К 25-летию конференции «Журналистика XXI века»





**И. Н. Блохин**  
Санкт-Петербургский  
государственный  
университет  
Российская Федерация,  
199034, Санкт-Петербург,  
Университетская наб., 7/9

Статья посвящена 25-летию конференции «Журналистика XXI века». Организатор мероприятия — кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. В истории мероприятия выделяются этапы, связанные с развитием института журналистики и социально-политическими переменами в мире. На первом этапе («Журналистика и социология») внимание концентрировалось на проблемах социального функционирования журналистики и ее социологического анализа. На втором этапе («Журналистика в мире политики») конференция стала частью международного форума «Дни философии в Петербурге». Внимание к политике было обусловлено возрастающим участием журналистики в процессах регулирования социальных отношений и внедрением в профессиональную практику новых информационных технологий. Третий этап («Журналистика XXI века») стал ответом на вызовы существования профессии в условиях массовизации журналистской деятельности, что выразилось во внимании к проблемам личности, ее медиаобразования и медиасоциализации.

*Ключевые слова:* теория журналистики, диалектика, социология, политология, философия.

© Блохин И. Н., 2020

УДК 316.2

## ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ НА РУБЕЖЕ ВЕКОВ: ДИАЛЕКТИКА НАУКИ И МЕТАФИЗИКА ТВОРЧЕСТВА

**Введение.** В 2019 году конференция «Журналистика XXI века» отметила свой четвертьвековой юбилей. За прошедшее время в ее работе приняли участие представители из сорока городов России и восемнадцати зарубежных стран. Первое заседание, с которого мероприятие ведет отсчет своих дискуссий, состоялось в 1994 году. В начале 1990-х годов отечественное журналистское образование активно осваивало новые социально-гуманитарные подходы и дисциплины, что отразилось и на структуре, и на направлениях научных исследований в области массовых коммуникаций. До рубежа 1980–1990-х годов в содержании образования приоритет отдавался лингвистическому направлению, университетские факультеты и кафедры выделялись из филологических подразделений, в научных исследованиях преобладал языковедческий компонент. Признаки филологического доминирования сохранились до настоящего времени как научные специальности и профили подавляющего большинства существующих диссертационных советов по направлению «Журналистика». Другие способы предметного познания (социологический, политологический, психологический) присутствовали в исследованиях зарубежных СМИ и в истории журналистики, но базисно (за исключением отмеченных направлений) общественные науки внедрились

в журналистское образование и исследования медиа в 1990-е годы.

**Источники и предпосылки.** Система социологических исследований журналистики и массовых коммуникаций в СССР по преимуществу складывалась в рамках академических и инициированных партийными организациями проектов. Начиная с 1960-х годов, в их реализации принимают участие преподаватели, научные работники и студенты факультетов журналистики Московского и Ленинградского университетов. В ряду таких исследований следует выделить проект «Таганрог», руководство которым осуществлял Б. А. Грушин [Грушин, Оников 1980], и изучение кадрового состава редакций ленинградских газет, инициированное В. И. Кузиным [Журналисты сами о себе 1970]. На факультете журналистики МГУ в 1967 году с курсом лекций выступил Ю. А. Левада [Левада 2011], начиная с 1970-х годов (под руководством Л. Г. Свитич и А. А. Ширяевой), в университете реализуется проектный принцип исследований [Свитич, Ширяева 1979], в 1981 году вышла в свет книга «Социология журналистики: теория, методология практика» (под ред. Е. П. Прохорова), в которой впервые была представлена целостная концепция научной дисциплины [Прохоров 1981]. В Ленинграде становление системы исследований СМИ связано с именами директора Ленинградской студии телевидения (1962–1966 годы) Б. М. Фирсова [Фирсов 1977] и директора НИИ комплексных социальных исследований ЛГУ В. Т. Лисовского [Лисовский 1976].

Начало 1990-х годов стало переломным моментом для университетских структур — в 1990-м была создана кафедра социологии журналистики в Москве, которой руководил Е. П. Прохоров, в 1991-м — кафедру в

СПбГУ возглавил С. Г. Корконосенко. На факультете журналистики в Санкт-Петербурге возник проект создания научно-исследовательской социологической лаборатории, которая начала работу в 1994 году, и тогда же было принято решение о проведении регулярного научно-практического семинара. Непосредственным и бесценным организатором семинара и впоследствии конференции была кафедра социологии журналистики (в настоящее время имеющая название «кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций») СПбГУ под руководством Сергея Григорьевича Корконосенко.

**Журналистика и социология.** До 2005 года научно-практический семинар носил название «Журналистика и социология». На начальном этапе (1994–1998 годы) внимание организаторов и участников концентрировалось на проблемах социального функционирования журналистики и ее социологического анализа. Первый семинар «Социологическое обеспечение деятельности СМИ» состоялся в 1994 году, с 1995 года за мероприятием закрепилось общее наименование «Журналистика и социология». По названиям первых семинаров (1996 — «О чем молчит аудитория?», 1997 — «Журналист: личность, должность, долг», 1998 — «Журналистика в условиях общественного кризиса») можно заметить движение от эмпирического интереса к деятельности СМИ — к постановке теоретических проблем, являющихся фундаментальными в науке о журналистике.

Состояние отечественной медиасистемы в середине 1990-х годов можно было бы охарактеризовать как «очарование социологией». Использование социологических методов представлялось способом решения проблем менеджмента в

редакциях, вовлечения аудиторий, привлечения рекламодателей. Простой и линейной виделась зависимость тематических и формальных моделей СМИ от предпочтений аудитории. Подобные способы нельзя было назвать новыми, еще в 1960-е годы Б. М. Фирсов попытался внедрить практику социологических исследований аудитории для модификации сетки вещания Ленинградского телевидения. Однако подходы, которые давали эффект в условиях государственного контроля (включая партийно-идеологический) и ограниченного количества источников массовой информации, в рыночной ситуации уже не работали. Медиарынок не стал исключением из правила формирования потребностей в ситуации массового потребления: чтобы ответить на запрос, его нужно сначала создать.

В 1990-е годы редакции СМИ стали массово обращаться к социологам, возникли исследовательские центры изучения аудиторий, отрабатывались методики, и в содержании первых выпусков материалов семинара весомая доля представлена аналитикой по результатам социологических эмпирических исследований. В первых выпусках заметно влияние новых для того времени направлений — рекламы и связей с общественностью, также ориентированных на использование социологических данных о потребительских характеристиках аудитории и рыночных свойствах СМИ как каналов коммуникации.

Конец социологическим рыночным иллюзиям положил кризис 1998 года, когда прошла первая волна сокращения объемов аудиторий периодических изданий, которые в погоне за ней (и не без влияния социологии) стали все более похожими друг на друга и содержательно, и функционально, и стилистически. Тогда же возникли первые опасения по поводу существования самой

профессиональной журналистики: вступительную статью для сборника 1998 года С. Г. Корконосенко назвал «Российская журналистика: от кризиса к отмиранию» [Корконосенко 1999]. Однако диалектика развития журналистики в первые десятилетия XXI века продемонстрировала, что она, приобретая свойства массовой деятельности, сохранилась и как профессия, и как социальный институт.

Второй этап истории научно-практического семинара «Журналистика и социология» можно обозначить как «водоразделы мысли», используя название известного цикла работ русского философа отца Павла Флоренского. «Водоразделы» в работе семинара обозначали предметные способы анализа журналистики, что нашло свое отражение в заголовках семинарских сборников: «Журналистика и социальный контроль» (1999), «Журналистика как массовая коммуникация» (2000), «Политология журналистики» (2001), «Журналистика как средство общественного познания» (2002), «Журналистика в перспективе социологической культуры» (2003), «Культура общества и достоинство журналистики» (2004), «Социальная эволюция журналистской профессии» (2005). В 2001 году организаторы попытались подвести первые итоги семинара и отметить 10-летие кафедры социологии журналистики СПбГУ. Тогда возникла идея переиздать лучшие статьи из предыдущих выпусков, но в результате был написан и издан совершенно новый сборник «Журналистика и социология. Россия, 90-е годы» [Корконосенко 2001].

Как научное направление на семинаре 2001 года была обоснована дисциплина «Политология журналистики». Интерес к политике и всеобщая нарастающая политизация общества и массовой коммуникации были обусловлены текущими событиями начала

XXI столетия (кавказские войны, международный терроризм, клановая борьба олигархов и силовиков и мн. др.). Актуальная политика придавала семинарским заседаниям направления для обсуждения роли журналистики в политике, границ ее возможностей и наличия самих этих границ. Другое направление, которое развивалось в этот период, было связано с журналистикой как культурным феноменом, институтом культуры. Впоследствии из политологического и культурологического направлений выросли учебные курсы, и они нашли свое оформление в профилях магистратуры СПбГУ — «Политическая журналистика» [Корконосенко 2015] и «Журналистика и культура общества» [Воскресенская 2019].

В начале века невозможно было обойти вниманием и технологическую сторону профессиональной модернизации, цифровизация медиа постепенно привела к смене исследовательских приоритетов: от массовых опросов аудиторий — к интерпретации больших данных медиастатистики. Формирование сетевых структур и связанных с ними дискурсов поставило задачу понятийного разрешения проблемы взаимоотношений института журналистики и поля (пространства) массовых коммуникаций. Диалектически проблема была определена как «единство без тождества» [Корконосенко 2001]: институциональное ядро журналистики существует в поле массовой коммуникации и вместе с другими субъектами участвует в его формировании.

**Журналистика в мире политики.** На следующем этапе («Журналистика в мире политики») конференция начала проходить в рамках международного форума «Дни Петербургской философии» (сейчас «Дни философии в Петербурге»). Инициатором и

руководителем форума был декан факультета философии СПбГУ Юрий Никифорович Солонин. Совместная работа позволила усилить теоретико-методологический акцент обсуждаемой проблематики, а семинар изменил свой статус — заседания стали проходить в формате конференции. Повышение статуса повлекло и определенные ограничения, связанные со следованием в русле общей тематики «Дней философии», что выразилось в обсуждении взаимоотношений журналистики и политики в русле философской проблематики. Об этом можно судить и по темам заседаний конференции данного периода, которые уточняли общее единое название «Журналистика в мире политики»: «Поиски назначения» (2006), «Гуманистическое измерение» (2007), «Спрос на интеллект» (2008), «Ответственность перед будущим» (2009), «Диалоги о свободе» (2010), «Модель для будущей России» (2011).

Внимание к политике было обусловлено возрастающим участием журналистики в процессах регулирования социальных отношений с внедрением в профессиональную практику новых информационных технологий. В это время начинается преодоление «водоразделов мысли», экономический кризис 2008 года усилил проявление симптомов гибели печатной периодики, журналистика стала массово перетекать в сетевое пространство, культурным трендом нулевых стал «глянцевый гламур». К тематике проблем, обсуждаемых на конференции, добавилась новая иллюзия того периода — журналистика как институт самоуправления в системе сетевых коммуникаций.

**Журналистика XXI века.** Третий этап («Журналистика XXI века») стал ответом на вызовы существования профессии в условиях массовизации

журналистской деятельности, что выразилось во внимании к проблемам личности, ее медиаобразованию и медиасоциализации. Ко второму десятилетию XXI столетия изменилась политическая конфигурация мира, завершилась центроостремительная глобализация, началось центробежное движение макрорегионов, формирующих новые мировые полюса. Как реальная политическая сила заявила себя медиакратия; как и в начале столетия, произошло усиление политизации, но новым фактором стала ключевая роль сетевых структур в массовой общественной активности. Материалы конференции, следуя веяниям времени, трансформировались в электронную форму, последние выпуски выходят как сериальные издания журнала «Век информации» (издатель — Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета). Новая — культурно-антропологическая, человекоориентированная — тематика заседаний расширяла общее наименование «Журналистика XXI века»: «Навстречу человеку» (2012), «К правде жизни» (2013), «Культура понимания» (2014), «Поиски теоретического обоснования» (2015), «Профессиональная идеология для ускользящей профессии» (2016), «В координатах исторического времени» (2017), «Среда обитания» (2018), «Человек. Политика. Медиа» (2019).

В конференциях последних лет все больше находит отражение тематика научных проектных направлений: «Культура понимания в журналистике», «Теория журналистики в России», «Научно-педагогические школы журналистики в России». Проектный принцип предполагает издание не только сборников конференций, но и коллективных монографий, что

говорит о переходе к новой стадии в научном исследовании журналистики. Данная стадия характеризуется «восстановлением памяти», что нашло свое выражение во внимании к истории изучения журналистики. История важна не только в силу своего чрезвычайно интересного содержания, но и потому что позволяет увидеть в прошлом тенденции и законы развития, помогает понять будущее, увидеть перспективы и вычлнить нерешенные проблемы. Среди них, конечно, ключевой является проблема человека. Впервые поставлен вопрос о преодолении человеческого, ведутся дискуссии о самой трансформации человеческой личности, ее гибридизации и альтернативном гуманизме. Если ставить вопрос в философском ключе, то впервые возникает проблема онтологии объекта, бытия того, что является продуктом человеческой деятельности, о саморазвивающемся искусственном интеллекте и о будущем самого человека и журналистики как института человеческой социальности.

**Заключение.** Оглядываясь на долгую по времени и короткую по ощущениям историю конференции «Журналистика XXI века», нетрудно заметить, что развитие научной дискуссии, во-первых, шло синхронно с развитием самой журналистики и окружающей ее среды массовой коммуникации, а во-вторых, претерпевало трудности и иллюзии различных этапов, отшлифовывая понятия и опираясь на вырабатываемые константы.

Журналистика как порождение Нового времени и институт модерна начиналась в форме индивидуальной деятельности. Люди, ее творившие, были побуждаемы просветительскими (отнюдь не материальными) мотивами и тягой к изложению своих мыслей по актуальным вопросам философской, социально-политической и научной



жизни. Журналистская начальная саморефлексия носила отвлеченно-критический и преимущественно нормативный характер. Далее журналистика обрела признаки профессии, выполняя свои функции через систему редакционных организаций. В этот период журналистика становится объектом научного внимания с позиций не только нормативных подходов, но также лингвистических, социологических, психологических, философско-политических и др. [Корконосенко 2014].

В XX веке в условиях формирования массовой аудитории, системы высшего специализированного образования и профессиональных организаций журналистика становится полноценным социальным институтом и массовой профессией. Как научная дисциплина оформляется теория журналистики, определяются ее предметные поля (социология, психология, политология, культурология) и подходы к ее изучению (функциональный, структурно-семиотический, коммуникативный). На рубеже XX–XXI веков, в период, когда осуществлялась деятельность научно-практического семинара «Журналистика и социология» и наследующих ему конференций «Журналистика в мире политики» и «Журналистика XXI века», журналистика начала приобретать свойства массовой деятельности, по причинам распространения доступных широкому массам информационно-коммуникационных технологий и становления системы массового медиаобразования. Массовая журналистская деятельность вышла на общественно-системный уровень и стала неотъемлемым фактором развития гражданского общества и атрибутом социальной самоорганизации.

Таким образом, в истории журналистики наблюдается последовательное накопление свойств, на

каждом этапе обнаруживающих ее новое качество: от индивидуальной — к профессиональной деятельности, от массовой профессии — к массовой деятельности. Поскольку выделенные этапы не отменяют, а дополняют друг друга, ключевым становится вопрос о сущностных принципах журналистики, обозначающих и определяющих ее во все эпохи и в любых условиях ее существования.

Ответ на поставленный вопрос находится в процессе «восстановления памяти» об эволюции представлений о журналистике, в частности, в работе русского философа Николая Федоровича Федорова (1828–1903) «Музей, его смысл и назначение». В этой статье немалое место было отведено журналистике и в емкой, тезисной форме сказаны очень важные слова о ней. Слова о ее единстве, которое служит залогом единства общества: «Журналистика — это новый род миссионерства, новая стадия или фаза объединения, если только она сама объединится». О ее просветительской миссии в пространстве мирового общения и межкультурной коммуникации: «Журналистика — это голос, говорящий на всех языках мира, проповедующий всем племенам и народам во всех концах земли». О материальной силе ее воздействия: «Журналистика — не только орган разума, составляющего мнения, но и орган воли, действия». О приоритете истинного знания над мнением, отношением и оценкой: «Задача... журналистики достигнуть единства и, вместо мнения, поставить истину» [Федоров 1995: 410–411].

В этой работе о журналистике сформулированы ее самые важные и фундаментальные принципы, определяющие профессиональную идеологию. Принципы, которые не изменяются под воздействием технологий и для которых неважно, в условиях какого политического режима

или какой общественно-экономической формации журналистика существует и оказывает свое воздействие на людей. И существовать она будет до тех пор, пока существует социальность, пока существует коммуникация между людьми и, самое главное, — потребность самих людей в человеческих отношениях.

#### Литература

Воскресенская, М. А. (Ред.) (2019). *Журналистика и культура общества: учеб. пособие*. СПб.: Изд-во ВВМ.

Грушин, Б. А., Оников, Л. А. (Ред.) (1980). *Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования*. М.: Политиздат.

*Журналисты сами о себе: черты социального портрета творческих работников ленинградской печати, радио, телевидения и издательств* (1970). Л.: Лениздат.

Корконосенко, С. Г. (1999). Российская журналистика: от кризиса к отмиранию. *Журналистика и социология'98. Журналистика в условиях общественного кризиса* (с. 3–14). СПб.: СПбГУ.

Корконосенко, С. Г. (2001). *Журналистика и массовая коммуникация: единство без тождества. Журналистика и социология'2000. Журналистика как массовая коммуникация* (с. 3–12). СПб.: СПбГУ.

Корконосенко, С. Г. (Ред.-сост.). (2001). *Журналистика и социология. Россия, 90-е годы: Монографический сб. статей*. СПб.: СПбГУ.

Корконосенко, С. Г. (Ред.). (2014). *Теории журналистики в России: зарождение и развитие*. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та.

Корконосенко, С. Г. (Ред.). (2015). *Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры*. М.: Юрайт.

Левада, Ю. А. (2011). *Сочинения. Лекции по социологии*. М.: Издатель Карпов Е. В.

Лисовский, В. Т. (1976). *Что значит быть современным*. М.: Политиздат.

Прохоров, Е. П. (Ред.). (1981). *Социология журналистики: теория, методология, практика*. М.: Изд-во Моск. ун-та.

Свитич, Л. Г., Ширяева, А. А. (1979). *Журналист и его работа (методологические основы и результаты конкретно-социологического исследования)*. М.: Изд-во Моск. ун-та.

Федоров, Н. Ф. (1995). Музей, его смысл и назначение. *Собр. соч.* В 4-х тт. Том II (с. 370–437). М.: Издательская группа «Прогресс».

Фирсов, Б. М. (1977). *Пути развития средств массовой коммуникации (социологические наблюдения)*. Л.: Наука.

Сведения об авторе:

*Игорь Николаевич Блохин*, докт. полит. наук, доц.; i.blokhin@spbu.ru.

#### **JOURNALISM THEORY AT THE TURN OF THE CENTURY: DIALECTICS OF SCIENCE AND METAPHYSICS OF CREATIVITY**

*I. N. Blokhin*

Saint Petersburg State University  
7-9, Universitetskaya naberezhnaya, 199034,  
Saint Petersburg, Russian Federation

The article is devoted to the 25th anniversary of the conference "Journalism of the XXI Century". The event is organized by the Department of theory of journalism and mass communications of St. Petersburg State University. The history of the event includes the stages caused by the development of the institute of journalism and socio-political changes in the modern world. At the first stage ("Journalism and sociology") attention was focused on the problems of social functioning of journalism and its sociological analysis. At the second stage ("Journalism in the world of politics"), the conference began to take place within the framework of the "Days of philosophy in St. Petersburg", which allowed to strengthen the theoretical and methodological emphasis of the discussed issues. Attention to politics became urgent due to the increasing participation of journalism in the processes of regulation of social relations and the introduction of new information technologies into professional practice. The third stage ("Journalism of the XXI century") was a response to the challenges to the profession in the

conditions of mass journalistic activity, which was expressed in attention to the problems of personality, its media education and media socialization.

**Keywords:** journalism theory, dialectics, sociology, political science, philosophy.

## References

Fedorov, N. F. (1995). *Muzey, ego smysl i naznachenie* [Museum, its meaning and purpose]. *Sobranie sochineniy* [Collected works]. In 4 volumes. Vol. II (pp. 370–437). Moscow: Progress. (In Russian)

Firsov, B. M. (1977). *Puti razvitiya sredstv massovoy kommunikatsii (sotsiologicheskie nablyudeniya)* [Ways of development of mass communication (Sociological observations)]. Leningrad: Nauka. (In Russian)

Grushin, B. A., Onikov, L. A. (Eds.). (1980). *Massovaya informatsiya v sovetskom promyshlennom gorode: Opyt kompleksnogo sotsiologicheskogo issledovaniya* [Mass information in the Soviet industrial city: Experience of complex sociological research]. Moscow: Politizdat. (In Russian)

Korkonosenko, S. G. (1999). *Rossiyskaya zhurnalistika: ot krizisa k otmiraniyu* [Russian journalism: From crisis to the dying]. *Zhurnalistika i sotsiologiya*'98. *Zhurnalistika v usloviyakh obshchestvennogo krizisa* [Journalism and sociology'98. Journalism in the conditions of the social crisis] (pp. 3–14). Saint Petersburg: Saint Petersburg State University. (In Russian)

Korkonosenko, S. G. (2001). *Zhurnalistika i massovaya kommunikatsiya: edinstvo bez tozhdestva*. [Journalism and mass communication: Unity without identity]. *Zhurnalistika i sotsiologiya*'2000. *Zhurnalistika kak massovaya kommunikatsiya* [Journalism and sociology'2000. Journalism as mass communication] (pp. 3–12). Saint Petersburg: Saint Petersburg State University. (In Russian)

Korkonosenko, S. G. (Ed.) (2001). *Zhurnalistika i sotsiologiya. Rossiya, 90-e gody: Monografichesky sbornic statey* [Journalism and sociology. Russia, 90s years: Monographic collection of articles]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University. (In Russian)

Korkonosenko, S. G. (Ed.) (2014). *Teorii zhurnalistiki v Rossii: zarozhdenie i razvitie* [Theories of journalism in Russia: Genesis and development]. Saint Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University. (In Russian)

Korkonosenko, S. G. (Ed.) (2015). *Politicheskaya zhurnalistika: uchebnik dlya bakalavriata i magistratury* [Political journalism: Textbook for baccalaureate and master's degree]. Moscow: Urait. (In Russian)

Levada, Yu. A. (2011). *Sochineniya. Lektsii po sotsiologii* [Works. Lectures on Sociology]. Moscow: Karpov E. V. (In Russian)

Lisovskiy, V. T. (1976). *Chto znachit byt' sovremennym* [What does it mean to be modern]. Moscow: Politizdat. (In Russian)

Prokhorov, E. P. (Ed.). (1981). *Sotsiologiya zhurnalistiki: Teoriya, metodologiya, praktika* [Sociology of journalism: Theory, methodology, practice]. Moscow: Publishing house of Moscow State University. (In Russian)

Svitich, L. G., Shiryaeva, A. A. (1979). *Zhurnalist i ego rabota (metodologicheskie osnovy i rezul'taty konkretno-sotsiologicheskogo issledovaniya)* [Journalist and his work (Methodological bases and results of concrete sociological research)]. Moscow: Moscow State University Publ. (In Russian)

Voskresenskaya, M. A. (Ed.). (2019). *Zhurnalistika i kul'tura obshchestva. Uchebnoe posobie* [Journalism and culture of society. Textbook]. St. Petersburg: VVM. (In Russian)

*Zhurnalisty sami o sebe: cherty sotsial'nogo portreta tvorcheskikh rabotnikov leningradskoy pechati, radio, televideniya i izdatel'stv* [Journalists about themselves: Features of a social portrait of creative workers of the Leningrad press, radio, television and publishing houses] (1970). Leningrad: Lenizdat. (In Russian)

## Author's information:

Igor N. Blokhin, Dr. of Political Science, Associate Professor; i.blokhin@spbu.ru.

# Журналистика в политическом контексте



**В. В. Абашев**

Пермский  
государственный  
национальный  
исследовательский  
университет

Российская Федерация, 614990,  
Пермь, Букирева, 15

Статья посвящена феномену урбан-блогерства, ставшему в 2010-е годы значимым выражением российской «урбанистики» как медиадискурса, общественно-го движения и интеллектуальной моды. Рассматривается пример деятельности Льва Владова — создателя мультиплатформенного медиапроекта и общественного движения «Челябинский урбанист». Благодаря эффективной коммуникативной стратегии, сочетанию деятельности в сети с проектной работой в городском пространстве «Челябинский урбанист» превратился в общественное движение и стал влиятельным фактором политической жизни города. Феномен политического влияния блогеров-урбанистов рассматривается в статье с опорой на теорию сетевого общества как новой формы социальности и политического действия. Восетевленные личности (networked individuals) используют Интернет как политический инструмент влияния на властные инстанции в процессе принятия решений по качественной трансформации городской среды.

*Ключевые слова:* урбанистика, блогер-урбанист, политика, сетевое общество, восетевленная личность.

© Абашев В. В., 2020

УДК 070.15

**БЛОГЕРЫ-УРБАНИСТЫ:  
МЕДИААКТИВНОСТЬ  
КАК ПОЛИТИЧЕСКОЕ ДЕЙСТВИЕ**

**Введение.** В статье речь пойдет об урбанистах и урбанистике, поэтому необходимо пояснить, в каком значении будут употребляться эти термины, поскольку в словарях они пока не зафиксированы. Хотя если представить идеографический словарь уходящего десятилетия, то «урбанистика» окажется в числе его ключевых лексем. Слово стало модным: «Еще несколько лет назад, — констатирует обозреватель, — термин „урбанистика“ был незнаком обывателю. Сегодня каждый прогрессивный житель мегаполиса одержим идеями „городов для людей“» [Буидзе 2018].

**Мода на урбанистику** стала одним из символических проявлений масштабного социокультурного и политико-экономического процесса: новой волны российской урбанизации. Вряд ли преувеличивают авторы, называющие происходящее «урбанистической революцией» [Куренной 2012; Бовт 2018]. В начале 2010-х годов процесс качественной трансформации городской среды стартовал в Москве. Его концептуальной основой стали идеи датского архитектора и консультанта по городскому дизайну Я. Гейла, автора книги, название которой превратилось в медийное клише: «город для людей». К концу десятилетия задача формирования комфортной городской среды была оформлена в виде национального проекта «Жилье и городская среда» и поставлена перед

региональными и муниципальными властями как политический приоритет.

Интенсивно разворачивающийся процесс качественной урбанизации российских городов сопровождается своего рода «урбанистическим бумом» [Боровиков 2016] — догоняющим освоением языков и концептов мировой урбанистической мысли, широким обсуждением проблем городского развития в медиа и распространением общественного активизма. Именно в силу стремительного вхождения в процесс урбанизации с урбанистикой в России сложилась несколько парадоксальная ситуация. В качестве особого поля междисциплинарной научно-исследовательской, профессионально-практической и образовательной деятельности, в качестве академического дискурса отечественная урбанистика находится пока в стадии становления. Достаточно сказать, что первый специализированный журнал «Городские исследования и практики» выходит только с 2016 года. Но в то же время урбанистика в России бурно развивается как интеллектуальная мода, как медиадискурс и как общественное движение. Для городской молодежи быть урбанистом стало одной из актуальных форм активности: «урбанистика <...>, — заявляет популярный блогер, — это такое же знание, как готовить вкусную еду, разбираться в музыке и в хороших фильмах» [Владов 2018]. Именно в этом значении урбанистика и рассматривается нами далее.

Следствием урбанистической революции стало формирование и развитие пока недооцененного в его значимости сегмента отечественной медиасферы: урбанистически ориентированных медиа. Это сетевые издания, сосредоточенные на исследовании повседневной жизни города и проблемах его развития. Сегодня они включают в себя самый

широкий спектр медиаплощадок — от стабильных интернет-газет до тематических сообществ в социальных сетях и каналов в мессенджерах — и действуют во всех крупных городах России. Ранее мы анализировали городские урбанистически ориентированные газеты, рассматривая их в контексте урбанизации [Абашев, Печищев 2019]. Предметом описания и интерпретации в настоящей статье будет другой сектор урбанистически ориентированных медиа — урбан-блогерство: персонализированные урбанистические медиапроекты в социальных сетях. Мы рассмотрим их в аспекте политической роли.

**Медиапроект Varlamov.ru и его значение.** У истоков отечественного урбан-блогерства — и как образец для подражания, и как объект критики — стоит И. Варламов с его медиапроектом Varlamov.ru. По мнению журналиста Forbes, изучившего многообразную политическую, журналистскую и коммерческую деятельность звездного блогера, именно Варламов для отечественных городских активистов «стал олицетворением термина «урбанист» [Житкова 2019]. «Благодаря урбанистике, — поддерживает О. Кашин, — <Варламов> стал звездой <...> в этой области он практически не имеющий конкурентов герой» [Цит. по: Житкова 2019]. Преувеличений в приведенных суждениях нет: выражение «блогер-урбанист», ставшее медийным клише, связано, прежде всего, с именем Варламова.

Карьеру блогера И. Варламов начал, потеряв бизнес в кризисе 2008 года. К медиадетельности он обратился, рассматривая ее в перспективе монетизации. На урбанистическую тематику Варламов вышел не сразу. Он менял темы (в соответствии со спросом) от рассказов о путешествиях до фотохроники политических протестов

2011 года, и его опыты были успешными, популярность росла, блог постепенно монетизировался. О «городе для людей» в связи с серией очерков о поездках в Амстердам Варламов начал писать в 2012 году и — отчасти неожиданно для себя — попал в фокус ожиданий: «Людей это очень возбудило, я увидел какой-то невероятный отклик». С этого времени Варламов переключился на урбанистические темы, что было для него вполне органичным. В некотором смысле обращение к урбанистике стало для Варламова возвращением к истокам: по базовому образованию он архитектор.

«Почему тема урбанистики так бомбанула? Да просто она волнует каждого, — поясняет феномен своей популярности блогер. — Народ начал задумываться над тем, как и в каких городах комфортно жить, начал размышлять об экологии, доступности и справедливости города. <...> Урбанистика — это общемировой тренд, который мне удалось поймать» [Житкова 2019]. Сегодня популярность Варламова достигла такого масштаба, что блогер приобрел политическое влияние. Его приезд в очередной город становится обсуждаемым событием, и мэры не чураются приглашений Варламова выйти с ним на инспекцию качества городской среды своих вотчин в его проекте БДСМ — «Большая дорога с мэром».

В становлении урбан-блогерства Варламов сыграл важную роль. Во-первых, он создал пример успешной работы, поднимая темы, волнующие городскую молодежь. Во-вторых, Варламов продемонстрировал незаурядную авторскую изобретательность, предложив форматы урбанистического блогерства. В этом ряду, например, «10 шагов» — наглядная по пунктам инструкция, как изменить к лучшему городскую среду,

как двор, так и город. Собственно с поста «10 шагов — Москва для людей» началась деятельность Варламова в качестве блогера-урбаниста [Варламов 2012]. Популярен также его формат инспекции городской среды «Плохой-Хороший», когда в жанре городской прогулки сопоставляются позитивные и негативные моменты городского устройства. Такие сопоставления пользуются неизменным успехом у читателей. Неожиданный эффект, например, имел репортаж Варламова «Плохой Грозный» [Варламов 2016], по поводу которого глава республики провел совещание в мэрии с разбором поста блогера как руководства для чиновников по исправлению недостатков.

Значение Варламова для распространения урбан-блогерства и его форматов несомненно. Но, во-первых, собственно урбанистика у Варламова — лишь один из многих, пусть и «фирменный», элемент повестки его медиапроекта, который в значительной степени является общеностным агрегатором. Во-вторых, и это главное, взгляд Варламова на город, куда он приезжает, — взгляд стороннего наблюдателя. Роль звезды сетевых медиа и коммерческие интересы накладывают видимый отпечаток на мотивацию: нужно оправдывать ожидания и соответствовать образу. Поэтому элемент сенсационности и если не скандальности, то хотя бы какой-то дополнительной яркости, местной экзотики необходим. Не случайно, например, в реакциях на посещение Варламовым Перми чаще всего мелькал кадр, где звезда кормит на набережной уток местным гастрономическим специалитетом — «посикуничками», микро-пирожками, брызгающими соком. Каждый новый город для Варламова является, в сущности, предметом неконструктивного интереса,



а новым материалом для продвижения персонального бренда. Место как таковое и его проблемы оказываются не в фокусе внимания, в фокусе — скользящий взгляд гастролирующей звезды и его запоминающийся кудрявый образ.

Поэтому нам более интересны пусть не такие известные, но зато укорененные в конкретной городской проблематике провинциальные урбан-блогеры, чьи интересы жизненно связаны с проблемами их собственного города. Приглядеться к провинциальным блогерам-урбанистам тем более важно, что с началом реализации федерального проекта «Комфортная городская среда» центр актуального урбанистического движения смещается в провинцию.

**«Челябинский урбанист» как фактор политического влияния.** Достаточно сделать поисковый запрос в социальной сети ВКонтакте, чтобы получить представление, насколько распространено общественное явление, существующее сегодня под именем «урбанистика». Это множество городских сообществ, включающих в зависимости от масштаба города от сотни до тысяч подписчиков. Приведем список (с числом подписчиков по состоянию на 20 декабря 2019 года) только тех сообществ, в наименовании которых присутствует ключевое слово: Иркутский урбанист (10476); Березниковский урбанист (1124); Елецкий урбанист (1326); Рыбинский урбанист (953); Брянский урбанист (707), Псковский урбанист (356), Видновский урбанист (1108); Троицкий урбанист (420); Нижневартовский урбанист (152). Список можно продолжить, но и приведенного достаточно, чтобы представить контуры интересного общественного явления. Оно нуждается в описании и интерпретации.

В центре нашего внимания — Лев Владов, как инициатор и лидер наиболее

масштабного провинциального блогерского проекта «Челябинский урбанист». То обстоятельство, что речь идет о Челябинске, придает проекту дополнительный интерес: среди российских городов-миллионников у Челябинска репутация одного из самых неблагополучных. И безапелляционный осудительный вердикт И. Варламова в его рейтинге городов, где «не хотелось бы жить», не кажется слишком пристрастным: «Суровый город, закатанный в асфальт. Город не для людей» [Варламов 2019]. «Челябинский урбанист» борется за то, чтобы его родной город стал городом для людей.

Лев Владов окончил в 2014 году архитектурно-строительный факультет Южно-Уральского университета с квалификацией инженер-строитель. Это обстоятельство следует подчеркнуть. Профессиональная подготовка блогера, конечно, один из факторов успеха. В проблемах городского развития Владов разбирается на профессиональном уровне. После университета он работал в строительной фирме, занимался собственным бизнесом, но в какой-то момент решил изменить жизненную траекторию.

Рассказ Владова о начале проекта «Челябинский урбанист» напоминает историю поворота к урбанистике Варламова, начавшуюся серией постов об Амстердаме. «Летом 2017 я впервые съездил в Европу, — вспоминает Владов, — Вернувшись обратно, я прозрел. На контрасте <...> я понял убожество среды наших городов. Самое главное, что я осознал, — это не от бедности. Это от глупости. И я твердо решил с ней бороться. Я начал снимать видеоролики, где на пальцах объяснял, почему всё так плохо, и как сделать так, чтобы было хорошо. Людей зацепило. Начали подписываться, делиться. И понеслось!» [Владов 2018a].

Близость историй начала у Варламова и Владова не случайна,

конечно. Скорее всего, мы имеем дело с общим нарративом российских урбанистов о мотивации и аксиологии их деятельности. Европейский город, будь то Берлин, Амстердам или Вена, наглядно воплощающий концепт «города для людей», служит вдохновляющим примером для деятельности по изменению родного города: «Нам не нужно открывать Америку. <...> Решения давно известны» [Владов 2018a].

В приведенной выше истории начала обращают на себя внимание объяснение городского неустройства («от глупости») и алгоритм действий: «на пальцах объяснить, почему всё так плохо, и как сделать так, чтобы было хорошо». Следуя этому алгоритму, Владов строит редакционную политику «Челябинского урбаниста»: просвещение, наглядные примеры неустройства или, напротив, образцов городской среды, конструктивная критика и технологически детализированные рецепты по изменению к лучшему. Владов пишет о дорожном движении, об остановках общественного транспорта, о грязи на улицах, о зеленых насаждениях, скверах, детских площадках — о всех проблемах, с которыми сталкивается каждый горожанин. «Свои предложения, — рассказывает Владов, — я транслирую в своем блоге и на сайте. Причем я стараюсь уходить от паникерства и причитаний при написании постов. Я обличаю проблему и сразу пишу, как ее решить. Так, раз за разом, образование поступает в массы. Это мне и нужно: чем больше людей будут разбираться в том, как сделать хорошо, тем быстрее в России будут разжигаться очаги правильного благоустройства. У людей появится запрос, и они сами будут корректировать деятельность своих властей» [Владов 2018a].

Приведем пример типичного поста «Челябинского урбаниста». 10 декабря

2019 года Владов прокомментировал решение челябинских дорожников стереть уличный переход, ведущий к офисному зданию, где разместились несколько областных учреждений, в том числе Министерство дорожного хозяйства и транспорта. В здании работают сотни служащих, переход через улицу — кратчайший путь, поэтому горожане пользуются им вопреки запрету, подвергая себя еще большей опасности.

Пост «Челябинского урбаниста» открывается саркастическим анонсом: «Вселенская дичь: городские дорожники стерли единственный переход к областным дорожникам! Теперь коллеги начнут умирать быстрее, уменьшая конкуренцию. Я предлагаю спасти чиновников, как бы сильно этому ни сопротивлялись» [Владов 2019c]. За анонсом следует трехминутный видеосюжет, в котором компактно, информационно насыщено и динамично развертывается комментарий, почему решение ГИБДД не снимет проблему безопасности, почему переход необходимо сохранить и что надо сделать, чтобы он был безопасным. Видео держит внимание динамичным чередованием кадров хроники ДТП, съемок на месте перехода, постановочной сцены, иллюстрирующей возросшую опасность. Сам же Лев Владов с маркером в руках — образ профессионала — рисует на офисной доске схемы правильного решения проблемы. Пост вызвал активное обсуждение, за день его просмотрели более 20 тысяч человек, а за последующую неделю пост набрал 48 тысяч просмотров, около сотни комментариев и сорок репостов. Обсуждение проблем городской повседневности становится захватывающим и мотивирующим к действиям.

Фактором успеха «Челябинского урбаниста» стали, конечно, не

только энергичные по языку и точные по адресации и содержанию просветительские посты с рекомендациями и примерами позитивного опыта, но и продуманное совмещение деятельности в сети и пространстве города. «Челябинский урбанист» работает «на земле». Уже в первые месяцы запуска проекта Владов вместе с группой единомышленников реализовал несколько проектов по изменению городской среды. В этом он опирался на практики так называемого тактического урбанизма [Лайдон, Гарсия 2019]: действий по быстрому, достигаемому экономичными средствами и силами активистов изменению участков городского пространства. Под эгидой «Челябинского урбаниста» молодые художники разрисовали несколько десятков монтажных ящиков в центре города, на участке земли, разбитом незаконно паркующимися машинами, был создан по швейцарским технологиями газон, в заброшенном сквере установили качели — и пространство ожило. О множестве примеров тактического урбанизма рассказано на сайте движения.

Конструктивность анализа городских ситуаций, сочетание работы в сети с действиями «на земле», формирование воодушевленной молодежной команды — всё это быстро сделало Владова популярной и — соразмерно росту популярности — заметной фигурой в Челябинске, а вскоре и в России: его стали приглашать на урбанистические форумы в столичные города, по приглашению Минстроя РФ он выступил на обучающем семинаре по городской среде перед чиновниками из регионов. «В челябинском медийном пространстве появился новый герой: урбанист Лев Владов», — уже в сентябре 2017-го года писал влиятельный информационно-аналитический портал [Znak.com](http://Znak.com) [Владов

2017]. А через четыре месяца после запуска «Челябинского урбаниста», отмечая наглядные успехи движения, местный наблюдатель констатировал, что Владову удалось создать «революционно-урбанистическую машину» по изменению облика Челябинска [Гундяев 2017].

Челябинск принял Владова, и поддержка городского сообщества обеспечила не только моральную, но и финансовую базу для систематической работы его команды: «Мы в среднем получаем 80–100 тыс. рублей в месяц, и этого хватает» [Дыбин 2019]. Для оценки масштаба деятельности «Челябинского урбаниста» приведем данные о числе его подписчиков на середину декабря 2019 года: ВКонтакте — 46 502; Instagram — 46 100; YouTube — 19 400; Facebook — 3 604; Telegram — 3 900. Напомним, что проект запущен в июле 2017 года. За два года работы «Челябинский урбанист» собрал сплоченное и мотивированное к действиям сообщество единомышленников. Вот характерные в этом смысле реакции на деятельность Владова (написание сохранено): Shool 7 keys: «Лев! Самый полезный канал на Ютубе! Не знаю какой бы сейчас была моя жизнь! После вашего проекта собираюсь сделать кое-что особенное. Может не масштабное. Но это будут первые шаги приобретения Челябинска!»; Лёля Люся: «Я из Тюмени <...> Мне очень интересно то, что ты делаешь. Как начать заниматься этим в Тюмени? Пока ограничиваюсь своим двором и своей УК, но как сделать первые шаги в город»? [Челябинский урбанист: Сообщество].

В коммуникационной стратегии «Челябинского урбаниста» есть один принципиальный момент. В своих выступлениях Лев Владов резко критикует действия муниципальной и областной власти, но с позиции сотрудничества. «Не хейтить, что все

дураки, что никто ничего не делает и не понимает, — разъясняет Владов свой запрос к муниципальной власти. — А разобраться и проверить. Я... задаю конкретные вопросы конкретным людям» и понимаю, что у чиновника ограниченный набор полномочий, и, если их чуть-чуть превысить, — сразу административка или даже уголовка. <...> Есть деньги, но нельзя их тратить. Система больна... и ей нужно помочь. <...> Мы будем разрабатывать компетентные решения и помогать нашим чиновникам их принимать» [Владов 2017].

Стратегия «Челябинского урбаниста», как видим, имеет политическое измерение: он добивается влияния на власть. Однако реализовать эту цель он намерен не традиционным путем. Владов постоянно подчеркивает, что не имеет политических планов: «У меня нет политических задач и амбиций, я не вижу себя чиновником. Как только ты получаешь какую-то должность, возникает цензура. Я хочу быть вне политики» [Владов 2017], «идти в депутаты я не хочу, так как уже не буду независимым. Решения придется с кем-то согласовывать» [Дыбин 2017].

Как видим, быть вне политики — это в случае Владова политически действовать вне существующих политических институтов, потому что принадлежность к ним сразу накладывает ограничения на свободу действий. Уже при запуске своей «революционно-урбанистической машины» Лев Владов заявлял, что он стремится «создать активное городское сообщество, с которым власти будут советоваться» [Владов 2017], что его «Челябинский урбанист» должен стать чем-то «вроде горсовета, к которому власти обращаются за консультацией, как обустроить ту или иную территорию» [Дыбин 2017].

Словом, «Челябинский урбанист» демонстрирует появление полити-

ческих фигур нового типа. Сформировав персонализированное сетевое сообщество (personalized networking [Wellman 2001]), Лев Владов опирается на Интернет как форму социализации и политического действия. «Я гражданин, — декларирует «Челябинский урбанист». — Я имею право задавать вопросы. Я имею право быть недовольным. Я имею право требовать. Я хочу, чтобы наёмные работники мэрии спрашивали меня, чего я хочу» [Владов 2019b]. К концу 2019 года «Челябинский урбанист», кажется, достиг промежуточного результата в реализации своей программы. Состоялись встречи Льва Владов с новым руководством Челябинской области, мэром и губернатором, к обсуждению приняты проекты трансформации городской среды, разработанные сторонниками «Челябинского урбаниста».

В целом, урбанисты стали заметным фактором политического влияния в процессе формирования гражданского городского сообщества. «Я создаю запрос снизу, — комментирует цели своей работы известный урбан-блогер А. Гершман. — Это самый надёжный способ изменить наши города — чиновники, мэры, губернаторы или президенты могут меняться, но политики всегда опирались и будут опираться на запрос от людей... Люди и ценности меняются долго. Эффекты от моей работы, Варламова, челябинского урбаниста и других активистов-блогеров-урбанистов будут видны лет через 20» (Телеграм канал «Город для людей». [t.me/gre4ark](https://t.me/gre4ark). 9.05.2019).

**Выводы.** Более широкий (и, кажется, уже очевидный) социальный и культурный контекст, объясняющий эффекты деятельности «Челябинского урбаниста» и других блогеров подобного уровня популярности, предоставляют теория сетевого общества [Wellman

2001; Кастельс 2000, 2004] и ее концептуальный аппарат. В частности, особенно важны понятия “personalized networking” и “networked individualism” как определения новой и в перспективе доминирующей формы социальности [Кастельс 2004: 156–160].

Обращаясь к этим понятиям, необходимо остановиться на неформальной в нашем случае проблеме перевода. Ключевое определение “networked” обычно переводят как «сетевой» [Кастельс 2000, 2004], но, на наш взгляд, в таком переложении на русский язык термин теряет смысл процессуальности и энергии действия, которую он имеет в оригинальном понятии. Значительно ближе к его смыслу будет выражение «осетевление» (networking), использованное переводчиками книги Н. Больца «Азбука медиа» [2011]. Термин начинает приживаться. Он уже не только встречается в научной литературе, но и вошел в словарь терминов медиафилософии [Савчук 2017: 37, 371]. Опираясь на предложенную терминологическую новацию, мы будем использовать неологизм «осетевленный» (networked). Развивая предложенный подход, можно было бы рискнуть и на усиленный вариант термина: «восетевленный» (по модели «воцерковленный»). На наш взгляд, этот неологизм еще точнее передает смысл английского “networked”.

Вынужденный терминологический экскурс имеет прямое отношение к пониманию роли и статуса «Челябинского урбаниста» и ему подобных. Развивая идеи Б. Уэллмана [Wellman 2001] и М. Кастельса о «сетевом индивидуализме» как новой форме социальности, британский исследователь Интернета В. Даттон предложил, на наш взгляд, эвристически перспективное понятие Fifth Estate — пятое сословие (власть). Собственно,

пятое сословие (и новая инстанция власти) в его трактовке — это сообщества глубоко погруженных в сеть — «восетевленных» — личностей. Представители пятого сословия это те, кто, погружаясь в сеть, интенсивно и системно используют возможности Интернета как пространства социальных действий. Это не значит, что они «отрываются от реальности» — «киберпространство не столько вытесняет физическое место, сколько его дополняет» [Wellman 2001: 247]. «Челябинский урбанист», как и другие представители пятого сословия, добиваются синергетического эффекта от совмещения действий в виртуальном и физическом социальном пространстве.

Восетевленные личности (networked individuals), создавая свои персонализированные сетевые сообщества, используют Интернет как «политический ресурс, который меняет модели управления в разных секторах» общественной жизни [Dutton 2012: 589]. Так, отечественные блогеры-урбанисты стремятся влиять на властные инстанции в процессе принятия решений по качественной трансформации городской среды. И, кажется, иногда им это удается. Удается, когда восетевленному человеку хватает воли и искусства использовать Интернет для формирования сильного персонализированного сетевого сообщества, действующего в синергии онлайн и офлайн.

«Надо помнить, — обращается к своим сторонникам Лев Владов, — что в какой-то момент урбанистика превращается в политику». «[Наша] урбанистика — это политика выстраивания города для людей... Есть люди с другой политикой». [Они за] «выстраивание города удобного для быстрого перемещения из коттеджного поселка в центр... до [своего] офиса. Это разные политики». Поэтому, продолжает Владов, «если мы хотим делать города

для людей, мы должны становится сильными. Сила — это власть, сила — это медийность. То есть когда нас много, мы сила» [Владов 2019а]. Что это как ни манифест осознающего себя пятого сословия — молодых горожан, объединивших жизнь в сети с жизнью в городском пространстве? Лев Владов и его сторонники блогеры-урбанисты практически реализуют тот проект урбанизации России, на котором настаивал В. Л. Глазычев. «Города нет, — неизменно повторял основоположник отечественной урбанистики, — пока нет городского сообщества. Пока нет совокупной воли горожан, которая... реально влияет на все стороны городской жизни. Городское сообщество должно определять, как выглядит город, что с ним происходит и чем город живет. Этого у нас никогда не было и нет» [Глазычев 2004]. Восетевленные сообщества горожан реализуют этот постулат.

Исследование выполнено при финансовой поддержке проекта РФФИ № 18-412-590008 р\_а «Новые городские медиа в локальном коммуникативном пространстве».

## Л и т е р а т у р а

Абашев, В. В., Печищев, И. М. (2019). «Открылось новое пространство...»: локальные урбанистические медиа в производстве городской среды. *Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология*, 11 (2), 131–147. doi 10.17072/2037-6681-2019-2-131-147.

Бовт, Г. (2018). Обыкновенная городская революция: Москва 2010–2018. *Вечерняя Москва*, 20 июня. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://vm.ru/news/506128.html>.

Боровиков, А. (2016). Навык смотреть под ноги, а не в светлую даль — один из самых плачевных дефицитов постсоветской эпохи. *Colta*, 5 дек. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.colta.ru/articles/literature/13287>.

Буидзе, М. (2018). Urban-бум. *Понедельник*, 28 марта. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://ponedelnikmag.com/page/o-zhurnale>.

Варламов, И. (2012). 10 шагов — Москва для людей. *Varlamov.ru*, 3 апр. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://varlamov.ru/544180.html>.

Варламов, И. (2016). Плохой Грозный. *Varlamov.ru*, 26 янв. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://varlamov.ru/1577911.html>.

Варламов, И. (2019). Рейтинг городов России. *Varlamov.ru*, 12 авг. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://varlamov.ru/3554226.html>.

Владов, Л. (2017). «Никто не сказал мне — отвали со своими идеями...»: Урбанист Лев Владов — о том, как сделать так, чтобы молодежь не уезжала из Челябинска [интервью А. Дыбину]. *Znak.com*, 7 сент. [Web-страница]. Электронный ресурс [https://www.znak.com/2017-09-07/urbanist\\_lev\\_vladov\\_o\\_tom\\_kak\\_sdelat\\_tak\\_chtoby\\_molodezh\\_ne\\_uezzhala\\_iz\\_chelyabinska](https://www.znak.com/2017-09-07/urbanist_lev_vladov_o_tom_kak_sdelat_tak_chtoby_molodezh_ne_uezzhala_iz_chelyabinska).

Владов, Л. (2018а) «Нельзя решать градостроительные задачи XXI века методами XX века...» [Интервью Т. Виана де Баррос]. *Berlogos. Интернет-журнал о дизайне и архитектуре*, 29 янв. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://www.berlogos.ru/interview/lev-vladov-nelzya-reshat-gradostroitelnye-zadachi-xxiveka-metodami-xx-veka/>.

Владов, Л. (2018b). Кто такой «Челябинский урбанист». *Челябинский урбанист*. 19 июля. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.youtube.com/channel/UCfHALGAqEl0xqa6c-BnDvsg>.

Владов, Л. (2019а) Как мы изменим страну, изменив один город. *Челябинский урбанист*, 1 апр. Электронный ресурс: <https://www.youtube.com/watch?v=9iAtn7IcOi8>.

Владов, Л. (2019b). Администрация: «Давай мы отдадим тебе контракт без конкурса...». *Челябинский урбанист*. 30 окт. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://vk.com/chelurban>.

Владов, Л. (2019c). Вселенская дичь... *Челябинский урбанист*, 10 дек. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://vk.com/chelurban>.

Глазычев, В. Л. (2004). Города нет, пока нет городского сообщества [интервью 2004 года]. *Сайт памяти В. Л. Глазычева*. [Web-страница]. Электронный ресурс: [http://www.glazychev.ru/publications/interviews/2004-04-09\\_interview\\_goroda\\_net\\_poka\\_net\\_gorodskogo\\_soobshestva.htm](http://www.glazychev.ru/publications/interviews/2004-04-09_interview_goroda_net_poka_net_gorodskogo_soobshestva.htm).

Дыбин, А. (2017). «Конкретно бомбануло»: Челябинский архитектор начал снимать видеоблог о городской среде. *Znak.com*, 21 авг. [Web-страница]. Электронный ресурс [https://www.znak.com/2017-08-21/chelyabinskij\\_arhitekto\\_r\\_nachal\\_snimat\\_videoblog\\_o\\_gorodskoy\\_srede](https://www.znak.com/2017-08-21/chelyabinskij_arhitekto_r_nachal_snimat_videoblog_o_gorodskoy_srede).

Дыбин, А. (2019). «Невежество должно страдать». Лев Владов — о спонсорах «Челябинского урбаниста» и коллаборации с Виталием Рылских. *Znak.com*, 30 мая. [Web-страница]. Электронный ресурс [https://www.znak.com/2019-05-30/lev\\_vladov\\_o\\_sponsorah\\_chelyabinskogo\\_urbanista\\_i\\_kollaboracii\\_s\\_vitaliem\\_rylskih](https://www.znak.com/2019-05-30/lev_vladov_o_sponsorah_chelyabinskogo_urbanista_i_kollaboracii_s_vitaliem_rylskih).

Житкова, В. (2019). Елки, ланчи и YouTube: как блогер Варламов превратился в серийного предпринимателя-мультимиллионера. *Forbes*, 11 окт. [Web-страница]. Электронный ресурс [https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/385149-elki-lanchi-i-youtube-kak-blogger-varlamov-prevratilisa-v-seriynogo?utm\\_source=twitter.com&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=kak-ustroen-biznes-blogera-ili-varlamov](https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/385149-elki-lanchi-i-youtube-kak-blogger-varlamov-prevratilisa-v-seriynogo?utm_source=twitter.com&utm_medium=social&utm_campaign=kak-ustroen-biznes-blogera-ili-varlamov).

Куренной, В. (2012). Деревня в городе. Урбанистическая революция в России не завершена. *Новая газета*, 9 апр. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.povayagazeta.ru/articles/2012/04/09/49176-derevnya-v-gorode>.

Кастельс, М. (2000). *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ.

Кастельс, М. (2004) *Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе*. Екатеринбург: У-Фактория.

Лайдон, М. Гарсия, Э. (2019). *Тактический урбанизм: краткосрочные действия – долгосрочные перемены*. М.: Strelka Press.

Савчук, В. В. (Ред.). (2017) *Медиареальность: концепты и культурные практики: учеб. пособие*. СПб.: Фонд развития конфликтологии.

Челябинский урбанист: Сообщество. [Web-страница] (б/д). Электронный ресурс <https://www.youtube.com/channel/UCfHALGAqEl0xqa6c-BnDvsg/community>.

Dutton, W. H. (2009). The Fifth Estate emerging through the network of networks. *Prometheus: Critical Studies in Innovation*, 27(1), 1–15.

Dutton, W. H. (2012). The Fifth Estate: A new governance challenge. *The Oxford Handbook of Governance* (pp. 584–598). Oxford: Oxford University Press.

Wellman, B. (2001). Physical place and cyberspace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (2), 227–252.

Сведения об авторе:

Владимир Васильевич Абашев — докт. филол. наук, проф.; [vv\\_abashev@mail.ru](mailto:vv_abashev@mail.ru).

## URBAN BLOGGERS: MEDIA ACTIVITY AS A POLITICAL ACTION

V. V. Abashev  
Perm State National Research University  
15, Bukireva Street, Perm, 614099,  
Russian Federation

The article examines urban blogging, a phenomenon through which “urbanism” manifested itself as an intellectual fashion, media discourse, and social movement in the 2010s Russia. The article focuses on the case of Lev Vladov, the creator of the multi-platform media project and social movement “Urbanist of Chelyabinsk”. Thanks to an effective communication strategy, namely a combination of online activities and project work in the urban space, “Urbanist of Chelyabinsk” has become a social movement. It now plays an influential role in the city’s political life, which the local authorities reckon with. The phenomenon of urban bloggers’ political influence is considered in the article drawing on the theory of a network society as a new form of sociality and political action. Networked individuals like Vladov create their personalized network communities and use the Internet as a political tool to influence authorities in the decision-making

process for the transformation of the urban environment.

**Keywords:** urbanism, urban bloggers, political influence, network society, networked individuals.

## References

- Abashev, V. V., Pechishchev I. M. (2019). «Otkrylos' novoe prostranstvo...»: lokal'nye urbanisticheskie media v proizvodstve gorodskoj sredy ["A new space has opened..."]: Local urban media in urban environment production]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 11 (2), 131–147. doi 10.17072/2037-6681-2019-2-131-147. (In Russian)
- Borovikov, A. (2016). Navyk smotret' pod nogi, a ne v svetluyu dal' — odin iz samyh plachevnyh deficitov postsovetsoj epohi [The ability to look at one's feet, and not in the bright distance — is one of the most deplorable deficits of the Post-Soviet era]. *Colta, Dec. 5*. [Web-page]. Retrieved from <https://www.colta.ru/articles/literature/13287>. (In Russian)
- Bovt, G. (2018). Obyknovennaya gorodskaya revolyuciya: Moskva 2010-2018. [Ordinary city revolution: Moscow 2010-2018]. *Vechernyaya Moskva, June 20*. [Web-page]. Retrieved from <https://vm.ru/news/506128.html>. (In Russian)
- Buidze, M. (2018). Urban-bum [Urban boom]. *Ponedel'nik, March 28*. [Web-page]. Retrieved from <https://ponedelnikmag.com/page/o-zhurnale>. (In Russian)
- Castells, M. (2004). *Galaktika Internet: razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve* [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society]. Ekaterinburg: U-Faktoriya. (In Russian)
- Castells, M. (2000). *Informacionnaya epoha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura* [The Information Age: Economy, society and culture]. Moscow: GU-VSHE. (In Russian)
- Chelyabinskij Urbanist: Soobshchestvo* [Chelyabinsk Urbanist: Community]. [Web-page] (No date). Retrieved from [www.youtube.com/channel/UCfHALGAqEl0xqa6c-BnDvsg/](http://www.youtube.com/channel/UCfHALGAqEl0xqa6c-BnDvsg/) community. (In Russian)
- Dutton, W. H. (2009). The Fifth Estate emerging through the network of networks. *Prometheus: Critical Studies in Innovation*, 27(1), 1–15.
- Dutton, W. H. (2012). The Fifth Estate: A new governance challenge. *The Oxford Handbook of Governance* (pp. 584–598). Oxford: Oxford University Press.
- Dybin, A. (2017). “Konkretno bombanulo”: Chelyabinskij arhitekt nachal snimat' videoblog o gorodskoj sredy [“I've been really shocked”: Architect from Chelyabinsk began to shot a video blog about the urban environment]. *Znak.com., Aug. 21*. [Web-page]. Retrieved from [https://www.znak.com/2017-08-21/chelyabinskij\\_arhitekt\\_nachal\\_snimat\\_videoblog\\_o\\_gorodskoj\\_srede](https://www.znak.com/2017-08-21/chelyabinskij_arhitekt_nachal_snimat_videoblog_o_gorodskoj_srede). (In Russian)
- Dybin, A. (2019). “Nevezhestvo dolzhno stradat'”. Lev Vladov — o sponsorah “Chelyabinskogo Urbanista” i kollaboracii s Vitaliem Ryl'skikh [“Ignorance must suffer”. Lev Vladov about the sponsors of the Chelyabinsk Urbanist and Collaboration with Vitaly Rylsky.]. *Znak.com., May 30*. [Web-page]. Retrieved from [https://www.znak.com/2019-05-30/lev\\_vladov\\_o\\_sponsorah\\_chelyabinskogo\\_urbanista\\_i\\_kollaboracii\\_s\\_vitaliem\\_rylskikh](https://www.znak.com/2019-05-30/lev_vladov_o_sponsorah_chelyabinskogo_urbanista_i_kollaboracii_s_vitaliem_rylskikh). (In Russian)
- Glazychev, V. L. (2004). Goroda net, poka net gorodskogo soobshchestva [City does not exist, if no urban community]. *Sajt pamyati V. L. Glazycheva* [The website in the memory of V. L. Glazychev]. [Web-page]. Retrieved from [http://www.glazychev.ru/publications/interviews/2004-04-09\\_interview\\_goroda\\_net\\_poka\\_net\\_gorodskogo\\_soobshchestva.htm](http://www.glazychev.ru/publications/interviews/2004-04-09_interview_goroda_net_poka_net_gorodskogo_soobshchestva.htm). (In Russian)
- Kurennoj, V. (2012). Derevnja v gorode. Urbanisticheskaya revolyuciya v Rossii ne zavershena [Village in the city. The urban revolution in Russia is not completed]. *Novaya gazeta, Apr. 9*. [Web-page]. Retrieved from <https://www.novayagazeta.ru/articles/2012/04/09/49176-derevnja-v-gorode>. (In Russian)
- Lajdon, M. Garsiya, E. (2019). *Takticheskij urbanizm: kratkosrochnye dejstviya — dolgosrochnye peremeny* [Tactical urbanism: Short-term action for long-term change]. Moscow: Strelka Press. (In Russian)
- Savchuk, V. V. (Ed.) (2017). *Mediareal'nost': koncepty i kul'turnye praktiki* [Media reality: Concepts



and cultural practices]. St. Petersburg: The Fund for the development of conflictology. (In Russian)

Varlamov, I. (2019). Rejting gorodov Rossii [Rating of Russian cities]. *Varlamov.ru*, Aug. 12. [Web-page]. Retrieved from <https://varlamov.ru/3554226.html>. (In Russian)

Varlamov, I. (2012). 10 shagov — Moskva dlya lyudej [10 steps — Moscow for People]. *Varlamov.ru*, Apr. 3. [Web-page]. Retrieved from <https://varlamov.ru/544180.html>. (In Russian)

Varlamov, I. (2016). Plohoj Groznyj [Bad Grozny]. *Varlamov.ru*, Jan. 26. [Web-page]. Retrieved from <https://varlamov.ru/1577911.html>. (In Russian)

Vladov, L. (2017). “Nikto ne skazal mne — otvali so svoimi ideyami...”: Urbanist Lev Vladov — o tom, kak sdelat' tak, chtoby molodezh' ne uezzhala iz Chelyabinska [“Nobody told me - Fuck off with your Ideas ...”: Urbanist Lev Vladov — on how to make sure that young people do not leave Chelyabinsk] [Interview A. Dybinu]. *Znak.com.*, Sept. 7. [Web-page]. Retrieved from [https://www.znak.com/2017-09-07/urbanist\\_lev\\_vladov\\_o\\_tom\\_kak\\_sdelat\\_tak\\_chtoby\\_molodezh\\_ne\\_uezzhala\\_iz\\_chelyabinska](https://www.znak.com/2017-09-07/urbanist_lev_vladov_o_tom_kak_sdelat_tak_chtoby_molodezh_ne_uezzhala_iz_chelyabinska). (In Russian)

Vladov, L. (2018a). “Nel'zya reshat' gradostroitel'nye zadachi XXI veka metodami XX veka...” [“You can't solve the urban development tasks of the XXI Century by the methods of the XX Century ...”] [Interview T. Viana de Barros]. *Berlogos. Internet-zhurnal o dizajne i arhitekture* [Berlogos. Online Magazine on Design and Architecture], Jan. 29. [Web-page]. Retrieved from <http://www.berlogos.ru/interview/lev-vladov-nelzya-reshat-gradostroitelnye-zadachi-xxveka-metodami-xx-veka/>. (In Russian)

Vladov, L. (2018b). Kto takoj “Chelyabinsky Urbanist” [Who is the “Chelyabinsk Urbanist”]. *Chelyabinsky Urbanist*, July 19. [Web-page]. Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCfHALGAqEl0xqa6c-BnDvsg>. (In Russian)

Vladov, L. (2019a). Kak my izmenim stranu, izmeniv odin gorod [How do we change a country by changing one city]. *Chelyabinsky Urbanist*, Apr. 1. [Web-page]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=9iAtn7IcOi8>. (In Russian)

Vladov, L. (2019b). Administraciya: “Davaj my otdadim tebe kontrakt bez konkursa...”

[Administration: “Let us give you the contract without a tender ...”]. *Chelyabinsky Urbanist*, Oct. 30. [Web-page]. Retrieved from <https://vk.com/chelurban>. (In Russian)

Vladov, L. (2019c). Vselenskaya dich'... [Tremendous stupidity...]. *Chelyabinsky Urbanist*, Dec. 10. [Web-page]. Retrieved from <https://vk.com/chelurban>. (In Russian)

Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (2), 227–252.

Zhitkova, V. (2019). Elki, lanchi i YouTube: kak bloger Varlamov prevratilsya v serijnogo predprimatelya-mul'timillionera [Christmas Trees, lunches and YouTube: How the blogger Varlamov turned into a serial entrepreneur-multimillionaire]. *Forbes*, Oct. 11. [Web-page]. Retrieved from [https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/385149-elki-lanchi-i-youtube-kak-blogger-varlamov-prevratilsya-v-serijnogo?utm\\_source=twitter.com&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=kak-ustroen-biznes-blogera-ili-varlamov](https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/385149-elki-lanchi-i-youtube-kak-blogger-varlamov-prevratilsya-v-serijnogo?utm_source=twitter.com&utm_medium=social&utm_campaign=kak-ustroen-biznes-blogera-ili-varlamov). (In Russian)

Author's information:

Vladimir V. Abashev, Dr. Sci. in Philology, Prof.; [vv\\_abashev@mail.ru](mailto:vv_abashev@mail.ru).



**Ю. В. Андреева**  
Казанский (Приволжский)  
федеральный  
университет,  
Российская Федерация, 420008,  
Казань, Кремлевская, 18

**А. В. Липатова**  
Университет управления  
«ТИСБИ»  
Российская Федерация, 420012,  
Казань, ул. Муштары, 13

В статье раскрывается символическая природа образа, представлены подходы к процессу интерпретации информации в медиасреде. Имиджевые характеристики политического лидера рассматриваются как элемент конструкта медиаобраза и часть его кодировки. Перенос образа в сознание коммуниканта происходит с условием сближения характеристик политика и ожиданий аудитории. На примере медиаобраза первого президента Республики Татарстан М. Ш. Шаймиева рассматриваются устойчивые имидж-формы и их интерпретация. Проводится параллель с лексическими доминантами медиаобраза, представленными в федеральных СМИ в период с 1991 по 2019 годы («АиФ», «Известия», 1 канал). В статье интерпретация имиджевых характеристик оценивается как множество возможных смыслов и утверждение толкований, отражающих характерные для исторической эпохи ценностные ориентиры.

*Ключевые слова:* медиа, медиаобраз политика, имиджевые характеристики, интерпретация, лексические доминанты.

© Андреева Ю. В., Липатова А. В.,  
2020

УДК: 070.19

## ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ИМИДЖЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК В КОНТЕКСТЕ МЕДИАОБРАЗА ПОЛИТИКА

**Постановка проблемы и исследовательские подходы.** Информационное общество и постмодерн стремительно меняют понимание реальности и медиареальности как интерпретации знаков, символов и смыслов. Сегодня смешиваются смысловые координаты и голоса действующих в медиаспектакле лиц, читателей, журналистов и других игроков информационного поля. Характерной чертой медиа становится социальная активность аудитории: это уже не молча вззирающий на картину зритель, а активный участник социокультурной коммуникации. Важнейшую «партию» исполняют медийный фон события и исторический дискурс: «Тексты, дискурсы, дискурсные комплексы приобретают определенный смысл только в конкретной исторической ситуации» [Гийому, Мальдидье 1999: 125].

Бурно развивающаяся среда медиакommunikаций, с одной стороны, дает каждому участнику право быть услышанным (в случае события — право быть освещенным). С другой — многоликость представленных оценок во всевозрастающем информационном потоке сбивает с понимания сути происходящего. Факты настолько обрастают интерпретациями, что под их густым слоем сложно добраться до «исходника». В этих условиях назревает необходимость исследования процесса интерпретации, столь ценного в формировании медиаобраза.

В структурно-семиотическом анализе основным компонентом выступает интерпретанта, описанная Ч. У. Моррисом как предрасположенность «реагировать определенным образом под влиянием знака», «реагировать на означенный объект, как если бы он обладал определенными наблюдаемыми свойствами» [Моррис 2001: 133]. Р. Барт раскрывает тему множественности текста: «Интерпретировать текст вовсе не значит наделять его неким конкретным смыслом (относительно правомерным или относительно произвольным), но, напротив, понять его как воплощенную множественность» [Барт 2001: 33]. Утверждается само существование множественности, которое несводимо к существованию истинного, вероятного или даже возможного. Р. Барт отделяет произведение от текста: «Текст — это то, что “сказалось” независимо от авторской воли» [Барт 2001: 20]. На текст накладывает отпечаток культурный код эпохи, он читается ровно настолько, насколько позволяют это сделать читателю его среда, система воспитания и образования и иные факторы.

Р. Барт опровергает понимание портрета как реалистического изображения, подразумевая под портретом конфигурацию (риторическую, анатомическую, фразовую) смысловых блоков, которая создает диаграмму тела, но не его копию. Образ же, ускользя из-под власти биографии и времени, представляет собой внегражданскую, безличную и ахронную комбинацию символических отношений [Барт 2001: 82]. Это порождает некоторые вопросы: сколько от реальной сущности человека заключено в транслируемом портрете, как символическая структура образа дополняется новыми смыслами-ожиданиями, и, наконец, если признать, что образ — это вневременная структура, то есть ли предпосылки его актуализации

в общественном сознании задолго до появления персонажа, берущего на себя эту роль?

Представители символического интеракционизма (Дж. Мид, Г. Блумер, И. Гоффман, Г. Зиммель) обращают внимание на символическую природу образа и возможности его конструирования в рамках социальных отношений. Дж. Мид пишет: «Символизация конструирует объекты, которые не были конструированы прежде и не существовали бы, если бы не контекст социальных отношений, в котором происходит символизация» [Мид 1994: 20]. Значимость символа выражается в определенной предсказуемой реакции у тех, кому он был адресован, иначе он не был бы значимым. Соответственно, образ политика конструируется на базе идеальной проекции важных на данном историческом этапе воззрений, яркие черты выкристаллизовываются, выдвигая на передний план самые важные символы. И не здесь ли кроется разгадка поиска смысла в виде интерпретации и выявления значимых для общественного сознания доминант?

Имиджевые характеристики выступают важнейшим элементом конструкта медиаобраза, частью его кодировки. В современной науке существует ряд моделей, раскрывающих взаимосвязь трех феноменов: имиджа, медиаобраза и образа в общественном сознании. В рамках нашего исследования важно рассмотреть трансформацию имиджевых характеристик при переходе от имиджа — через медиаобраз — к коллективному сознательному и бессознательному. Процесс интерпретации кодов медиаобраза, которые мы получаем «на выходе», усложняется в контексте медиареальности. Информация исходит от источника, преломляется через призму СМИ, через журналистскую

точку зрения, через редакторские правки, а затем ложится на канву когнитивного и поведенческого опыта читателя. Мы имеем дело с «интерпретацией интерпретации»: нам может нравиться позиция интервьюируемого, но раздражать реакция репортера на сказанное. И наоборот — мы можем быть благодарны журналисту за возможность посмотреть на картину события с различных точек зрения и соглашаемся «быть ведомыми» вслед за его интерпретацией. Вторичная и последующие интерпретации через медиа отдалают первоначальный смысл от коммуниканта, но человек не удовлетворяется таким положением дел. Мы пытаемся дойти до сути, изучая дополнительные материалы, новости «около темы», с особым рвением расспрашиваем очевидца, стремясь приблизить телесно-чувственный опыт.

**Анализ и результаты.** В рамках исследования медиаобраза М. Ш. Шаймиева (первого президента Республики Татарстан с 1991 по 2010 гг.) нами проводился эксперимент в фокус-группе студентов-магистрантов (май 2019 года). Участники обсуждали медиаобраз политика: идеальный и воспринимаемый. В середине эксперимента одна из участниц поделилась впечатлением о личной встрече с политиком на открытии художественной выставки. Наблюдение за группой показало усиление интереса к деталям рассказа, заскучавшие участники перешли из пассивного слушания в активное. Их невербальные (поза, наклон головы) и вербальные (уточняющие вопросы, восклицания) знаки свидетельствовали о погружении в историю, желании «прожить» момент через опыт другого человека. Эксперимент показал, что интерпретация имиджевых характеристик, полученных напрямую при взаимодействии с объектом,

вызвала большее одобрение, нежели непрямая, опосредованная информация из СМИ. Аудитория была удовлетворена правильностью выбранных ими кодов из множественности начальных вариантов и сохранением объекта в целостном виде.

Конгруэнтность как единство внутреннего и внешнего, транслируемого и воспринимаемого сохранила целостность медиаобраза. Это свойство В. З. Демьянков описывает как «гармонизирующее свойство» интерпретации [Демьянков 1989: 42]. О. Р. Валуйская продолжает мысль об установлении и поддержании гармонии, связанной с осознанием свойств контекста, окружающего интерпретируемую речь, а также с размещением результатов такого осознания в плоскость собственного внутреннего мира [Валуйская 2012: 211].

Реакция на символ может быть выражена как через речевое значение, так и в неозвученных результатах (в достройке внутреннего мира интерпретатора) [Демьянков 1989: 44]. Т. А. Трипольская и И. П. Матханова выделяют полисубъектную и моносубъектную интерпретацию в зависимости от того, один или несколько человек дают оценку [Матханова, Трипольская 2004]. Медиареальность, имеющая «срединную» природу медиа, предлагает нам «усредненный» взгляд на обсуждаемый объект. Именно поэтому сложно говорить о моносубъектности интерпретации. Суть медиа мы можем описать метафорой древнегреческого философа Платона. В аллегорической истории про пещеру из диалога «Государство» он открыл дискуссию о том, насколько наши представления о вещах позволяют судить о самих вещах. Узники, которые с малых лет закованы в пещере, могут составить представление о реальности лишь

по теням, отбрасываемым огнем на расположенную перед ними стену. Платон отмечает, что люди считают явления-тени настолько подлинными, что им «дают имена» [Платон 2017: 234]. Иными словами, явления интерпретируются, наделяются свойствами и дополнительными смыслами. Стена и огонь, искажающие черты реальности, — метафора «зеркала» современных медиа. Но для узников это не отраженная или вторичная реальность, а «реальная реальность». Это суждение согласуется с точкой зрения современной медиафилософии.

Медиа представляет собой способ постижения реальности через внешние и внутренние коды дешифровки. Этот коммуникативный процесс формирует медиаобразы, которые становятся проводниками политических идей, оказывают мощное воздействие на аудиторию. Утверждение заключает в себе важную идеологическую составляющую интерпретации. Каков механизм толкований единиц конструкта медиаобраза, которые позволяют реализовать ту или иную стратегию? Медиаобраз первого президента Республики Татарстан М. Ш. Шаймиева, созданный в российских СМИ, отражает имиджевые характеристики, которые можно сформулировать в лексических доминантах «мудрец», «бабай», «миротворец», «политический тяжеловес», «стабильный и предсказуемый политик». Эти имиджформы закрепились не сразу, они прошли путь множественной интерпретации, осторожного подбора характеристик с выявлением наиболее значимых.

На медиаобраз, сформированный в начале деятельности М. Ш. Шаймиева в качестве главы Татарстана, наложили отпечаток процессы сепаратизма и борьбы национальных республик за суверенитет [Андреева, Липатова 2018].

Напряжение по этим вопросам имело острый характер, сам Шаймиев еще не успел набрать политический вес, поэтому его медиаобраз формируется опосредованно, фон событий доминирует над личностным мнением. Так, в статье газеты «Аргументы и факты» «В коридорах власти. Разваливается Россия?..» от 13 января 1993 года и без того напряженная атмосфера дополнительно нагнетается выражениями «“зреют” как минимум 17 новых конституций республик», «признавая антироссийскую конституцию Татарстана» [В коридорах власти... 1993]. Журналист интерпретирует сепаратизм как опасное для новой России явление и предлагает свои альтернативы, в том числе «силовое прекращение разрушающего страну местного законотворчества». Такая категоричная оценка событий и некоторая вольность в их интерпретации даже спустя 25 лет вызывают у читателя чувство надвигающейся катастрофы. Тем ценнее звучат тезисы публикации, в которых М. Ш. Шаймиев предстает политиком, обладающим мудростью, осторожностью и дипломатичностью. Уже в 1996 году в передаче «Час Пик» ведущий Андрей Разбаш называет М. Ш. Шаймиева одним из самых уважаемых и предсказуемых политиков России [Час Пик 1996], на страницах газеты «Аргументы и факты» первый президент РТ награждается эпитетами «мудрец», «миротворец», «политический гений».

Имиджевые характеристики на страницах СМИ через журналистские интерпретации обогащаются нюансами и оттенками. В публикации газеты «Известия» «Пушкин, свободный от колониального гнета» от 27 сентября 2001 года, где обсуждается переход татарской письменности на латинскую графику, журналист преобразует первичный текст. Он делает предположение о мнении М. Ш. Шаймиева, основываясь на

предыдущих высказываниях политика: «Сам президент Шаймиев находится в отпуске, и его позиция весьма сдержанная. Он уже высказывался, что не следует форсировать реформу, что необходимо продолжить эксперименты, для которых еще есть время» [Пушкин, свободный от колониального гнета 2001]. Таким образом, имиджформа «дипломатичность» через интерпретацию трансформируется в характеристики «осторожность» и «сдержанность».

Интересно взглянуть на оценку дипломатической гибкости с позиции самого М. Ш. Шаймиева (интервью от 24 августа 1994 года «Через два года в Татарстане будет более тысячи мечетей»). М. Шаймиев: «В наш дом пришло спокойствие»; на вопрос журналиста о проблемах мусульман в Боснии звучит ответ политика: «Мы (руководители Башкортостана, Татарстана и других республик) могли бы даже и выступить с заявлением. Правда, воздержались» [М. Шаймиев 1994]. Таким образом, политический медиаобраз не обрастает имиджформами пассивно, политик совмещает в себе деятельную роль объекта и субъекта интерпретации через видение своего «Я» в контексте событий.

В последующих материалах имиджевая характеристика «дипломатичность» укрепляется, заключая в себе политическую ценность мира и спокойствия в регионе. Политолог и журналист Р. Айсин в публикации от 20 января 2019 года «Редко кому удается вытрясти из себя чиновника и стать политиком — Шаймиев смог!» емко описывает это качество: «Татарстан и Шаймиев прошли срединным путем в “качельные” 90-е» [Айсин 2019]. Другие, не менее важные имиджформы также закрепили за собой право представлять медиаобраз в интерпретационных оценках.

Отдельного внимания в анализе медиаобраза заслуживают знаки

национальной идентичности, например, к ним относится эпитет «бабай». Сам М. Ш. Шаймиев интерпретирует имиджформу так: «У нас, у татар, обращение “бабай” — это проявление уважения. Не каждого деда еще назовут “бабаем”» [Минтимер Шаймиев 2010].

**Вывод.** Таким образом, мы видим, что портрет политического персонажа формируется на фоне поиска важных и значимых для аудитории качеств, через интерпретацию выявляется множество смыслов, но на сознание «ложатся» лишь некоторые доминанты. Имиджевые формы не константны, они «живут» в политической среде, подвергаются оценке и анализу, трансформируются под запросы времени. Но безусловная ценность их содержания для аудитории остается неизменной.

#### Л и т е р а т у р а

Айсин, Р. (2019) «Редко кому удается вытрясти из себя чиновника и стать политиком — Шаймиев смог!». *Бизнес-онлайн*, 20 янв. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://m.business-gazeta.ru/article/410162>.

Андреева, Ю. В., Липатова, А. В. (2018). Имидж лидера республиканской элиты и образа Татарстана на страницах федеральной прессы: исторический ракурс. *Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки*, 160(4), 805–813.

Барт, Р. (2001). *S/Z* / пер. с фр.; под ред. Г. К. Косикова. 2-е изд., испр. М.: Эдиториал УРСС.

Валуйская, О. Р. (2012). Интерпретативность как потенциальное свойство текста. *Вестник Волгоградского государственного университета*, 2(16), 210–215.

В коридорах власти. Разваливается Россия?.. (1993). *Аргументы и факты*, 2. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://www.aif.ru/archive/1654560>.

Гийому, Ж., Мальдидье, Д. (1999). О новых приемах интерпретации, или Проблема смысла с точки зрения анализа дискурса. П. Серно

(Ред.), *Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса* / пер. с фр. и португ. (с. 124–137). М.: Прогресс.

Демьянков, В. З. (1989). *Интерпретация, понимание и лингвистические аспекты их моделирования на ЭВМ*. М.: Изд-во Моск. ун-та.

Мид, Дж. (1994). Смысл. В. И. Добренъков (Ред.), *Американская социологическая мысль: Тексты* (с. 120–121 М.: Изд-во Моск. ун-та.

Моррис, Ч. У. (2001). Значение и означивание. Ю. С. Степанов (Ред.), *Семиотика: антология* (с. 129–143). М.: Академический проспект; Екатеринбург: Деловая книга.

Матханова, И. П., Трипольская, Т. А. (2004). Интерпретационные аспекты лингвистики: проблемы и перспективы. И. П. Матханова (Отв. ред.), *Проблемы интерпретационной лингвистики: интерпретаторы и типы интерпретаций: межвуз. сб. науч. тр.* (с. 14–16). Новосибирск: Новосиб. гос. пед. ун-т.

Минтимер Шаймиев: «У нас, у татар, обращение “бабай” — это проявление уважения» (2010). *РОО «Татарский национальный центр»*. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://tnc-mo.ru/328-mintimer-shajmiev-u-nas-u-tatar-obrashchenie-babaj-eto-proyavlenie-uvazheniya>.

М. Шаймиев: «В наш дом пришло спокойствие» (1994). *Аргументы и факты*, 34. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://www.aif.ru/archive/1642916>.

Платон (2017). *Государство* / пер. А. Н. Егуновой. М.: Изд-во АСТ.

Пушкин, свободный от колониального гнета (2001). *Известия*, 27 сент. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://iz.ru/news/252375>.  
Час Пик (1996). *1 канал, 11 июня*.

Сведения об авторах:

Юлия Валентиновна Андреева, докт. пед. наук, проф.; [andreevsemen@mail.ru](mailto:andreevsemen@mail.ru).

Анна Вячеславовна Липатова, старший преподаватель; [anna-shab@mail.ru](mailto:anna-shab@mail.ru).

## INTERPRETATION OF IMAGE CHARACTERISTICS IN THE CONTEXT OF THE MEDIA IMAGE OF A POLITICIAN

*Yu. V. Andreeva*

Kazan Federal University  
18, Kremlyovskaya, Kazan, 420008, Russian Federation

*A. V. Lipatova*

University of Management “TISBI”  
13, Mushtari, Kazan, 42012, Russian Federation

The article is devoted to the symbolic nature of the image and presents approaches to the process of interpreting information in a media environment. The image characteristics of a political leader are considered as an element of the media image construct and a part of its encoding. The transfer of the image to the communicant's consciousness occurs with the condition that the characteristics of the politician and the expectations of the audience come closer. Sustainable image forms and their interpretation are presented on the example of the M. Shaimiev's media image as the First President of the Republic of Tatarstan. Features of the development of media images are researched in analogy with the lexical dominants of the media image presented in the federal media from 1991 to 2019 (“AiF”, “Izvestia”, Channel 1 TV). In the article, the interpretation of image characteristics is evaluated by the set of possible meanings and the approval of interpretations that reflect the value orientations characteristic of the certain historical era.

**Keywords:** media, media image of a politician, image characteristics, interpretation, lexical dominants.

### References

Aisin, R. (2019). “Redko komu udayetsya vytryasti iz sebya chinovnika i stat’ politikom — Shaymiyev smog!” [“Rarely anyone succeeds in shaking off an official and becoming a politician — Shaimiev could!”]. *Business Online*, 20 Jan. [Web-page]. Retrieved from <https://m.business-gazeta.ru/article/410162>. (In Russian)

Andreeva, Yu.V., Lipatova A.V. (2018). Imidzh lidera respublikanskoy elity i obraza Tatarstana na stranitsakh federal'noy pressy: istoricheskiy rakurs [The image of the leader of the republican elite and the image of Tatarstan on the pages of the federal press: Historical perspective]. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki* [Proceedings of Kazan University. Humanities Series], 160(4), 805–813. (In Russian)

Bart, R. (2001) *S/Z*. Moscow: Editorial URSS. (In Russian)

Chas Pik [Rush Hour] (1996). *1 Kanal* [Channel 1], 11 June. (In Russian)

Demyankov, V. Z. (1989). *Interpretatsiya, ponimaniye i lingvisticheskiye aspekty ikh modelirovaniya na EVM* [Interpretation, understanding and linguistic aspects of their computer modeling]. Moscow: Moscow State University Publ. (In Russian)

Guillaume, J., Malidier, D. (1999). O novykh priyemakh interpretatsii, ili problema smysla s tochki zreniya analiza diskursa [On new methods of interpretation, or The problem of meaning from the point of view of analysis of discourse]. P. Sériot (Ed.), *Kvadratura smysla: Francuzskaya shkola analiza diskursa* [Quadrature of meaning: The French school of discourse analysis] (pp. 124–137). Moscow: Progress. (In Russian)

M. Shaymiyev: “V nash dom prishlo spokoystviye” [M. Shaimiev: “Calmness has come to our house”] (1994). *Argumenti i Facti* [Arguments and Facts], 34. [Web-page]. Retrieved from <http://www.aif.ru/archive/1642916>. (In Russian)

Mathanova, I. P., Tripolskaya, T. A. (2004). Interpretatsionnyye aspekty lingvistiki: problemy i perspektivy [Interpretational aspects of linguistics: Problems and prospects]. I. P. Mathanova (Ed.), *Problemy interpretatsionnoy lingvistiki: interpretatory i tipy interpretatsiy* [Problems of interpretive linguistics: Interpreters and types of interpretations] (pp. 14–16). Novosibirsk: Publishing house of Novosibirsk State Pedagogical University. (In Russian)

Mead, J. (1994). Smysl [Meaning]. V. I. Dobrenkov (Ed.), *Amerikanskaya sociologicheskaya mysl': Teksty* [American sociological thought: Texts] (pp. 120–121). Moscow: Moscow State University Publ. (In Russian)

Mintimer Shaymiyev: “U nas, u tatar, obrashcheniye ‘babay’ – eto proyavleniye uvazheniya” [Mintimer Shaimiev: “Among us, the Tatars, the appeal ‘Babai’ is a manifestation of respect”]. *Tatarskiy nacional'ny centr* [Tatar National Center]. [Web-page]. (No date). Retrieved from <http://tnc-mo.ru/328-mintimer-shajmiev-u-nas-u-tatar-obrashchenie-babaj-eto-proyavlenie-uvazheniya>. (In Russian)

Morris, C. U. (2001). Znachenkiye i oznachivaniye [Significance and signification]. Yu. S. Stepanov (Ed.), *Semiotika: Antologiya* [Semiotics: Anthology] (pp. 129–143). Moscow: Academic Avenue; Yekaterinburg: Business Book. (In Russian)

Plato (2017). *Gosudarstvo* [State]. Moscow: AST Publishing house. (In Russian)

Pushkin, svobodnyy ot kolonial'nogo gnet a [Pushkin, free from colonial oppression] (2001). *Izvestiya* [Izvestia], 27 Sept. [Web-page]. Retrieved from <https://iz.ru/news/252375>. (In Russian)

V koridorakh vlasti. Razvalivayetsya Rossiya?.. [In the corridors of power. Russia is falling apart?..] (1993). *Argumenti i Facti* [Arguments and Facts], 2. [Web-page]. Retrieved from <http://www.aif.ru/archive/1654560> (In Russian)

Valuyskaya, O. R. (2012). Interpretativnost' kak potentsial'noye svoystvo teksta [Interpretativeness as a potential property of the text]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Volgograd State University], 2(16), 210–215. (In Russian)

#### Authors' information:

Yulia V. Andreeva, Dr. Sci. in Philology, Prof. andreevsemen@mail.ru.

Anna V. Lipatova, Senior Lecturer; anna-shab@mail.ru.





**В. А. Гуторов**  
Санкт-Петербургский  
государственный  
университет

Российская Федерация,  
199034, Санкт-Петербург,  
Университетская наб., 7/9

В статье анализируются основные особенности формирования нового политического режима в России 1990-х годов и той роли, которую играли российские СМИ в формировании нового комплекса власти. Выявляются механизмы установления новыми олигархическими группами контроля над СМИ, перехода ведущих газет, журналов и телевидения в частную собственность и причины постепенной эрозии российской журналистики. Решающую роль в этом процессе сыграло подчинение СМИ, наряду с государственными органами управления на всех его уровнях, некорпоративной «логике». В статье подчеркивается, что развертывавшийся в России процесс социально-политической трансформации весьма существенно (в некоторых аспектах даже радикально) отличался от политики реформ, проводимой политическими элитами стран Центральной и Восточной Европы, даже если признать существование общих предпосылок, историческое и системное единство происходивших в посткоммунистических странах перемен.

*Ключевые слова:* посткоммунизм, политический процесс, новый корпоративизм, приватистские модели, СМИ, журналистика.

© Гуторов В. А., 2020

УДК 32

**РОССИЙСКАЯ  
ПОСТКОММУНИСТИЧЕСКАЯ  
ЖУРНАЛИСТИКА  
В ИСТОРИЧЕСКОМ  
И ПОЛИТИЧЕСКОМ ИЗМЕРЕНИЯХ:  
АНАЛИТИКА И ПРОГНОЗЫ**

**Введение.** В предисловии к весьма содержательной работе Дугласа Ван Белле, Жана-Себастьяна Риу и Дэвида Поттера «СМИ, бюрократии и иностранная помощь: сравнительный анализ США, Великобритании, Канады, Франции и Японии» отмечалось: «Иностранная помощь, особенно помощь США в случае стихийных бедствий, является преимущественно бюрократическим процессом» [Van Belle et al. 2004: 2]. В контексте нашей темы это замечание вполне возможно понять иносказательно: в области информационной политики прямая и косвенная американская помощь выглядит для посткоммунистической России почти катастрофической. Я имею в виду вполне целенаправленное заимствование той предельно коммерциализированной и приватистской модели функционирования СМИ и журналистики, которая в начале 1990-х годов стала одним из главных орудий легитимизации олигархических институтов господства. Характер этой модели вплоть до наших дней не претерпел сколько-нибудь существенных изменений, так как в основных своих чертах она соответствует интересам нынешней политической элиты, полностью удовлетворяя ее насущные потребности. Для того, чтобы это

понять, необходимо обратиться к сравнительно недавней истории.

**СМИ в структуре посткоммунистических трансформаций: история и политическая аналитика.** Современный политический процесс в России во многом определяется событиями происшедшими с начала 1992 года до государственного переворота, осуществленного осенью 1993 года. Распад СССР и начавшиеся в январе 1992 года «экономические реформы», сопровождавшиеся «шоковой терапией», резко усилили политические конфликты. Первоначально они проявлялись в противоборстве исполнительной власти во главе с президентом и законодательного органа — Верховного Совета. Его роспуск 21 сентября 1993 года, за которым последовал кризис 3-4 октября, приведший к вооруженной конфронтации двух ветвей власти, способствовал глубокой поляризации российского общества, а также стимулировал процесс создания структур политического режима, до сих пор не имеющего однозначного определения как в отечественной, так и в зарубежной научной литературе.

Анализ политического процесса и роли современных российских СМИ, как правило, обречен на то, чтобы оставаться субъективным и поверхностным, поскольку в соответствии с давно сложившимся каноном, он, как правило, тяготеет к ранним моделям интерпретации, сформировавшимся на основе изучения реалий посткоммунистической Центральной и Восточной Европы. Между тем, на наш взгляд, развертывавшийся в России процесс экономической и социально-политической трансформации весьма существенно (в некоторых аспектах даже радикально) отличался от политики реформ, проводившейся политическими элитами этих стран,

даже если признать существование общих предпосылок, историческое и системное единство происходивших в посткоммунистических странах перемен. Различия проявлялись как в глобальном характере и результатах реформ, так и в тех конкретных, частных деталях, которые до недавнего времени рассматривались многими аналитиками и публицистами в качестве универсалий. В частности, данное замечание в первую очередь относится к роли интеллигенции, которая с начального периода «перестройки» обеспечивала либеральный имидж политическому процессу, а в дальнейшем — экономическим реформам.

В странах Центральной и Восточной Европы реформам предшествовало возникновение своеобразной интеллигентской мифологии «антиполитики», на основе которой формировалась идеология неолиберальной политической элиты. В России сфера действия подобных интеллектуальных стереотипов оказалась крайне ограниченной, а сама мифология — весьма ущербной. Выбрав примитивный антикоммунизм для создания мифов, приемлемых для нее самой и для массового сознания, российская интеллигенция, пошедшая во власть, «чтобы использовать власть как городского» [Розанова, Синявский 1997: 1], потерпела полный провал, скомпрометировала саму идею демократии и, все больше ощущая свою «невостребованность» в обществе, где власть принадлежит финансистам и неономенклатурной бюрократии, либо превратилась в «политических наводчиков», натравливающих СМИ на растущую оппозицию, либо перешла в ряды последней [Сахаров и др. 1995: 3].

Исследование современных российских СМИ, равно как и само понятие «современный», употребляемое по отношению к ним, определяется,

на наш взгляд, тремя основными историческими точками отсчета: 1) принятием закона «О печати и других средствах массовой информации», вступившего в силу 1 августа 1990 года, запрещавшего цензуру и внесудебное закрытие газет и радиовещательных станций в СССР [Закон СССР 1990]; 2) принятием российским Верховным Советом нового закона «О средствах массовой информации», который был подписан Б. Н. Ельциным 27 декабря 1991 года и подтверждал с различными вариациями основные положения прежнего закона [Закон РФ 1991]; 3) октябрьским политическим кризисом 1993 года, создавшим в России новое правовое и конституционное поле, изменившее не только развитие политического процесса, но также положение и роль российских СМИ.

По своему содержанию и направленности оба указанных выше закона были демократическими. В первом из них, безусловно, отразились пришедшие вместе с «перестройкой» гласность и плюрализм общественного мнения, составившие эпоху в эволюции политического сознания нескольких поколений россиян. С правовой точки зрения, закон «О средствах массовой информации» предоставлял прочные гарантии свободы для российских СМИ. В частности, закон предоставлял газетам и радиовещательным компаниям право обращения в суд в том случае, если власти отказывают им в регистрации по тем или иным причинам (статьи 8-15). Статья 3 запрещала цензуру, а также создание и финансирование любой структуры, выполняющей цензурные функции. Ограничение свободы выражения касалось, как и в большинстве демократических стран, прежде всего раскрытия государственных тайн, возбуждения национальной, религиозной или классовой нетерпимости, призывов

к свержению при помощи насилия существующей общественной системы, использования СМИ для совершения уголовно наказуемых действий (статья 4). Законом запрещалось закрытие СМИ иначе как после постановления суда и соответствующего предупреждения (статья 16).

При всем различии стартовых позиций российская печать в начале 1990-х годов сталкивалась с теми же трудностями, вызванными ростом инфляции и резким сокращением доходов стремительно люмпенизирующегося населения, которые возникли и в других посткоммунистических странах. Хотя в определенном смысле ситуация, сложившаяся в российских СМИ в период создания неонеоменклатурного государства, оказалась уникальной, но и к ним, конечно, полностью относится вывод, сделанный словенским политологом С. Сплихалом: приватизация сама по себе не может гарантировать свободу печати [Splichal 1994: 7]. Последующие годы свидетельствовали, что даже наиболее популярные газеты и журналы не могут сравниться по степени распространения и воздействия с телевидением, которое в 1993 году было доступно 95 % россиян [The Russian parliamentary elections 1994: 17]. Разумеется, резкое снижение роли прессы и внедрение классической американской модели “TV oriented politics” во многом было вызвано развернувшейся в начале 1990-х годов борьбой за власть, одним из важнейших моментов которой было установление жесткого контроля над СМИ и ограничение влияния оппозиции. «Для сведения до минимума возможности получения нежелательной информации через оппозиционные газеты и журналы прямое их запрещение могло раньше времени высветить суть “демократических перемен”». Был взят курс на резкое ограничение тиражей

неудобных периодических изданий. При помощи фискальной и ценовой политики „реформаторы“ создали условия, при которых издание любой периодики становилось экономически невыгодно. На практике подобная политика фактически означала сведение до минимума значения печатной периодики... Одновременно была внедрена система всевозможных материальных льгот для послушных изданий, которая была призвана поставить издание газет и журналов в прямую зависимость от лояльности к установившемуся режиму» [Корин 1997: 2]. Именно данный, запущенный центральной властью механизм установления контроля над СМИ был затем воспроизведен во всех регионах, создав чрезвычайно благоприятные предпосылки для второго этапа приватизации — перехода ведущих газет и журналов под контроль новых российских магнатов.

Создание коммерческого телевидения на основе аккумуляции частных капиталов происходило в рамках гораздо более обширного процесса формирования крупных финансовых олигархических групп при самой прямой, непосредственной поддержке государства. Захват СМИ и включение их в систему финансовых и корпоративных связей диктовалось не только исключительной прибыльностью бизнеса в этой сфере (прежде всего, за счет размещения рекламы на телевидении), но и необходимостью обработки умов в нужном для олигархии направлении, а также ведением информационной войны друг против друга (что, конечно, не исключало временных союзов между отдельными группами в целях совместной борьбы с конкурентами).

Для приватизации и последующего установления контроля над СМИ новоявленными банкирами и

предпринимателями применялась одна и та же элементарная схема, прошедшая проверку во время операций с промышленными предприятиями: начальная стоимость объектов предельно занижалась правительственными чиновниками, а затем эти объекты сразу или в несколько приемов передавались новым владельцам. В отличие от крупных предприятий, которые распродавались сначала за приватизационные чеки-ваучеры, а затем на аукционах различного типа (в том числе и на так называемых «залоговых», придуманных В. Потаниным), газеты, журналы и телекомпания приобретались, как правило, по частям — путем перекупки крупных и мелких пакетов акций [Сафрончук 1997: 5; Касьяненко 1997: 2]. Устанавливаемые цены были низкими, в частности, потому, что участники аукционов, пользуясь услугами подкупленных чиновников, приобретали пакеты акций государственных предприятий не за свои, а за бюджетные деньги, которые передавались им как уполномоченным Госбанка [Сафрончук 1997: 2]. Государство терпело огромные убытки, ничего не получая в бюджет, а на рынке ценных бумаг возникла сюрреалистическая картина. Так, в приведенной А. Минкиным («Новая газета») таблице цен, установленных Госкомимуществом, сумма, уплаченная за акции «Известий», — 15396000 руб. — была всего лишь в 3,5 раза ниже цены гигантского нефтяного концерна «Лукойл» и почти в 2 раза выше цены Красноярского алюминиевого завода [Минкин 1997: 2].

Процесс приватизации, то есть поглощения основных традиционных российских СМИ новоявленными корпорациями, имел столь же разрушительные последствия для СМИ, как и для промышленности или сферы экспорта. Принципиальным обстоятельством, обусловившим

стремительную деградацию СМИ, стало не отсутствие государственной поддержки как таковой, а подчинение чиновников на всех уровнях управления неокорпоративной «логике». Это обстоятельство во многом способствовало возрождению многих элементов традиционной номенклатурной цензуры при формальном сохранении атрибутов гласности, свободы печати и распространения информации. Результатом стала всеобщая эрозия отечественной журналистики. Как отмечали в 1997 году М. Розанова и А. Синявский, «свобода слова в России за последние годы невероятно упала в цене, причем произошла двойная девальвация. Слово обесценилось и в глазах власти, и в глазах самой интеллигенции. Российское правительство вдруг догадалось, что можно просто плевать на все, что пишут в журналах, газетах и книгах. Да и сама интеллигенция тонет нынче в потоке информации и почти перестала читать российскую прессу» [Розанова, Синявский 1997: 1]. «Нынешняя демократия, — вполне справедливо утверждал Г. Зюганов в 1996 году, — сводится в основном к праву граждан и партий говорить что угодно и к праву правительства не обращать на это никакого внимания» [Зюганов 1996: 2]. Этот факт был вынужден признать в мае 1998 году сам президент Ельцин, утверждавший в выступлении на ежегодном форуме Международного института прессы, что «в России уже почти не осталось независимых СМИ, для которых главное — выразить мнение народа, своих читателей, телезрителей, радиослушателей. СМИ... становятся все более зависимыми от тех, кто заказывает им музыку: от частных собственников, а те иногда ведут себя, как худшие цензоры, они открыто вмешиваются в редакционную политику» [Цит. по: Попов 1998: 7].

Конечно, сочиненные референтами президентские признания, при всей их справедливости, выглядели насквозь лицемерными: еще задолго до того, как они прозвучали в эфире, специалисты составили список печатных изданий, а также радио- и телеканалов, которые получили наименование «коллективный Ельцин». В их число попали телевизионные каналы ОРТ, ВГРТК, НТВ, радиостанция «Эхо Москвы», журнал «Итоги», газеты «Сегодня», «Известия», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Мегаполис-экспресс», «Двое», «АиФ-молодой» и многие другие [Катасонов 1997: 2]. Разумеется, этот список являлся весьма приблизительным и неполным, поскольку он не учитывал проправительственные региональные СМИ. Тем не менее президентские радио-и телевизионные выступления вполне позволяли сделать вывод о том, что ведущие СМИ действительно были ориентированы хозяевами на то, чтобы создать у Б. Ельцина впечатление об успешном ходе «реформ». «Похоже, — отмечал А. Котов, — наше телевидение имеет в виду лишь одного телезрителя. По привычке. В 70-е годы футбольные матчи, например, проводились тогда, когда Брежневу было удобно их смотреть. Программа “Время” цензурировалась не перед первым прогоном (на Дальний Восток), а перед последним (на Москву)... Цензоров не очень волновала реакция народа. Их заботила реакция лишь одного телезрителя. Сегодня, похоже, ситуация на телевидении вернулась на круги своя. Телебонзы, конечно, понимают, что народ давно считает их бесстыдными лгунами. Но на это им наплевать. Их волнует реакция одного-единственного телезрителя. Для него и транслируются все эти победные реляции» [Котов 1997: 3].

**Заключение.** Основным моментом многочисленных интерпретаций современной российской корпоративной политики, предлагаемых отечественными и зарубежными специалистами, как правило, является характеристика особенностей сформировавшейся в России системы управления. Например, Р. Саква в статье «Режимная система в России» определял данную систему как «гибридную», объединяющую демократию и авторитаризм; она возникла в результате «незаконченной революции», когда «структура власти изменила свои формы, но традиционное подчинение политического процесса правящим элитам приняло новые формы; отношения собственности видоизменяются, в то время как политика и экономика остаются недифференцированными» [Sakwa 1997: 7]. Прямым следствием этой ситуации является «преобладание режимных отношений (хотя и нерегулярных) над политическим сообществом и упорядоченным управлением» [Sakwa 1997: 8].

«Режимная демократия» стала складываться после падения коммунистической системы в августе 1991 года на основе «отчетливого и нестабильного альянса» части российской бюрократии, заимствовавшей идеологическую программу от либералов-западников, с фрагментированными демократическими движениями, которые играли роль союзников. «Новому режиму не удалось институционализировать ни политическое влияние социальных движений посредством партийных форм представительного правления, ни собственную ответственность перед обществом путем создания законодательной власти или полноценных коммуникативных

структур, таких как СМИ и другие элементы плюралистического гражданского общества» [Sakwa 1997: 8–9]. В итоге демократические движения 1989–1991 годов были поглощены тем, что теперь называют «партией власти», сформировавшей псевдопартийную систему и превратившей после октября 1993 года общественные организации и парламент в политических маргиналов.

Возникающие в различных сферах оппозиционные настроения и действия преодолеваются не посредством политических соглашений, но путем рекрутирования потенциальных оппозиционеров в партию власти. Такая система, названная Д. Дайкером «кооптационной олигархией», способна активно паразитировать на демократических процедурах. Ее главным противоречием является постоянно воспроизводимая напряженность между «аморфным государством» (слабыми юридическими, фискальными и административными структурами) и гипертрофированным бюрократическим аппаратом. В историческом плане это противоречие отражает процесс приспособления основных элементов советской системы к новым обстоятельствам [Sakwa 1997: 10–11]. Главной тенденцией в данном процессе является «приватизация политики» и «персонализация процесса принятия политических решений» [Sakwa 1997: 11]. Таким образом, возникший режим личной власти Ельцина представлял собой «архаическую... политическую форму, даже если его функции легко могут показаться модернизирующими и прогрессивными» [Sakwa 1997: 13]. Традиционные принципы «бюрократической тайной политики» (bureaucratic crypto-politics) оказались органично включенными в «новые технологии власти», способствующие формированию системы «демократии без демократов» [Sakwa 1997: 14–15].

И Р. Саква, и многие другие зарубежные политологи усматривают главную причину создания «режимной демократии» в России в самом характере перехода от коммунизма к либеральной демократии при отсутствии «либерального класса» — основного носителя цивилизованных капиталистических отношений и либеральных ценностей. В этих условиях узкая группа, монополизирующая политическую власть и экономическое господство (которые сливаются и становятся практически неразличимыми), является выразителем тенденции «посткоммунистического неотрадиционализма», возникшей уже в период разложения советской системы в 1970–1980-е годы [Sakwa 1997: 17; Roeder, 1993; Lupher, 1996].

Вместе с тем сама попытка рассматривать процесс «лицензированного пиратства», т.е. открытого и наглого разграбления государственной собственности узкой группой новых промышленников, банкиров и госчиновников, вызвавшего невиданный расцвет правительственной коррупции, клиентелизма и преступности, исключительно как следствие «незавершенной либерализации» [Sakwa 1997: 17], является, на наш взгляд, свидетельством «незавершенности» избранной этими учеными методологии. В настоящее время в нее приходится вносить ряд существенных корректив: если в середине 1990-х годов многие факты и тенденции указывали на то, что при неизменности нынешнего курса Россию явно ожидала судьба «колониальных демократий» стран «третьего мира», то в первом десятилетии XXI века политическая ситуация стала довольно резко изменяться [Lane 2007: 16–49; Pomeranz 2018: 14–16, 135–136]. Но данное обстоятельство никоим образом не способствовало сколько-нибудь

существенной модификации модели СМИ: «колониальный характер» этой, сложившейся в 1990-е годы модели, на наш взгляд, остается неизменным [см., например: Macgilchrist 2011: 202–204; ср.: Spurr 1993; Ward 2018].

#### Литература

Закон СССР от 12.06.1990 № 1552-1 «О печати и других средствах массовой информации» (1990). [Web-страница]. Электронный ресурс <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=59#06946301830031929>.

Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 02.12.2019) «О средствах массовой информации» (1991). [Web-страница]. Электронный ресурс <https://legalacts.ru/doc/zakon-rf-ot-27121991-n-2124-1-o/>.

Зюганов, Г. (1996). Россия, Родина, Народ! Предвыборная платформа кандидата на пост президента Российской Федерации. *Советская Россия, 19 марта*.

Касьяненко, Ж. (1997). Чубайс в кустах. Черная неделя приватизаторов. *Советская Россия, 15 нояб.*

Катасонов, В. (1997). Издыхает чудо-юдо. Почему «ХИТы» с Волги уходят? *Советская Россия, 15 авг.*

Корин, А. (1997). Что у вас с головой? *Советская Россия, 1 февр.*

Котов, А. (1997). А кого вы, собственно, хотели обмануть? *Новый Петербург, 10 июля*.

Минкин, А. (1997). История приватизации: пособие для писателей. *Новая газета, 1–7 дек.*

Попов, Е. (1998). Камера на рельсах. Выступления шахтеров и СМИ: почему власть гневается на электронных слуг своих. *Советская Россия, 28 мая*.

Розанова, М., Синявский, А. (1997). Интеллигенция и демократия. *Советская Россия, 11 янв.*

Сафрончук, В. (1997). Олигархия: год спустя. Группа Потанина: ОНЭКСИМбанк — «Норильский никель» — «Сиданко». *Советская Россия, 25 дек.*

Сафрончук, В. (1997). Соавторы по ограблению. *Советская Россия, 20 нояб.*

Сахаров, Н., Тендряков, А., Поляков, Ю. (1995). Интеллигенция и власть. Санкт-Петербург. *ведомости*, 14 янв.

Lane, D. (Ed.). (2007). *Transformation of state socialism: System change, capitalism, or something else?* New York: Palgrave Macmillan.

Lupher, M. (1996). *Power restructuring in China and Russia*. Boulder: Westview Press.

Macgilchrist, F. (2011). *Journalism and the political: Discursive tensions in news coverage of Russia*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Pomeranz, W. (2018). *Law and the Russian state: Russia's legal evolution from Peter the Great to Vladimir Putin*. London; New York; Oxford; New Delhi; Sydney: Bloomsbury Academic.

Roeder, Ph. G. (1993). *Red sunset: The failure of Soviet politics*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

Sakwa, R. (1997). The regime system in Russia. *Contemporary Politics*, 3(1), 7–32.

Splichal, S. (1994). *Media beyond socialism. Theory and practice in East-Central Europe*. Boulder, San-Francisco; Oxford: Westview Press.

Spurr, D. (1993). *The rhetoric of Empire: Colonial discourse in journalism, travel writing, and imperial administration*. Durham; London: Duke University Press.

*The Russian parliamentary elections: Monitoring of the election coverage in the Russian mass media. Final report* (1994). Düsseldorf: European Institute for the Media.

Van Belle, D. A., Rioux, J.-S., Potter, D. M. (2004). *Media, bureaucracies and foreign aid: A comparative analysis of the United States, the United Kingdom, Canada, France and Japan*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Ward, S. J. A. (2018). *Ethical journalism in a populist age: The democratically engaged journalist*. Lanham; Boulder; New York; London: Rowman & Littlefield Publishers.

Сведения об авторе:

Владимир Александрович Гуторов, докт. филос. наук, проф.; gut-50@mail.ru.

## THE RUSSIAN POST-COMMUNIST JOURNALISM IN THE HISTORICAL AND POLITICAL DIMENSIONS: ANALYTICS AND FORECASTS

V. A. Gutorov

Saint Petersburg State University  
7-9, Universitetskaya naberezhnaya, 199034,  
Saint Petersburg, Russian Federation

The article analyzes the main features of the new political regime formation in Russia in the 1990s and the role that the Russian media played in the formation of a new complex of power. The mechanisms of the new oligarchic groups' control over the media, the transfer of leading newspapers, magazines and television to private ownership and the causes of the gradual erosion of Russian journalism are revealed. The decisive role in this process belonged to the acceptance by the media, along with government bodies of the new corporate "logic". The author emphasizes that the process of socio-political transformation in Russia is significantly (in some aspects even radically) different from the policy of reforms pursued by the political elites of Central and Eastern Europe. The distinction appeared despite the existence of common premises, the historical and systemic unity of the changes that took place in post-communist countries.

*Keywords:* post-communism, political process, new corporatism, privatist models, media, journalism.

### References

Kas'yanenko, Z. H. (1997). Chubajs v kustah. Chernaya nedelya privatizatorov [Chubais in the bushes. Black week of privatizers]. *Sovetskaya Rossiya* [Soviet Russia], Nov. 15. (In Russian)

Katasonov, V. (1997). Izdyhaet chudo-yudo. Pochemu "HITY" s Volgi uhodyat? [The miracle of judo dies. Why do the "HITS" leave the Volga?]. *Sovetskaya Rossiya* [Soviet Russia], Aug. 15. (In Russian)

Korin, A. (1997). Chto u vas s golovoj? [What do you have with your head?]. *Sovetskaya Rossiya* [Soviet Russia], Febr. 1. (In Russian)



- Kotov, A. (1997). A kogo vy, sobstvenno, hoteli obmanut'? [And whom did you actually want to deceive?]. *Novyj Peterburg* [New Petersburg], Jul. 10. (In Russian)
- Lane, D. (Ed.). (2007). *Transformation of state socialism: System change, capitalism, or something else?* New York: Palgrave Macmillan.
- Lupher, M. (1996). *Power restructuring in China and Russia*. Boulder: Westview Press.
- Macgilchrist, F. (2011). *Journalism and the political: discursive tensions in news coverage of Russia*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Minkin, A. (1997). Istoriya privatizacii: posobie dlya pisatelej [The history of privatization: A handbook for writers]. *Novaya gazeta* [The New Newspaper], Dec. 7. (In Russian)
- Pomeranz, W. (2018). *Law and the Russian state: Russia's legal evolution from Peter the Great to Vladimir Putin*. London; New York; Oxford; New Delhi; Sydney: Bloomsbury Academic.
- Popov, E. (1998). Kamera na rel'sah. Vystupleniya shahterov i SMI: pochemu vlast' gnevaetsya na elektronnyh slug svoih [The camera on the rails. Speeches of miners and the media: Why the authorities are angry with their electronic servants]. *Sovetskaya Rossiya* [Soviet Russia], May 28. (In Russian)
- Roeder, Ph. G. (1993). *Red sunset: The failure of Soviet politics*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Rozanova, M., Sinyavsky, A. (1997). Intelligenciya i demokratiya [Intellectuals and democracy]. *Sovetskaya Rossiya* [Soviet Russia], Jan. 11. (In Russian)
- Safronchuk, V. (1997). Oligarhiya: god spustya. Gruppy Potanina: ONEKSIMbank — "Noril'skij nikel" — "Sidanko" [Oligarchy: a year later. Potanin Group: ONEXIMbank — "Norilsk Nickel" — "Sidanko"]. *Sovetskaya Rossiya* [Soviet Russia], Dec. 25. (In Russian)
- Safronchuk, V. (1997). Soavtory po ogrableniyu [The robbery collaborators]. *Sovetskaya Rossiya* [Soviet Russia], Nov. 20. (In Russian)
- Saharov, N., Tendryakov, A., Polyakov, Yu. (1995). Intelligenciya i vlast' [Intellectuals and power]. *Sankt-Peterburgskie vedomosti* [Saint Petersburg News], Jan. 14. (In Russian)
- Sakwa, R. (1997). The regime system in Russia. *Contemporary Politics*, 3(1), 7–32.
- Splichal, S. (1994). *Media beyond socialism. Theory and practice in East-Central Europe*. Boulder, San-Francisco; Oxford: Westview Press.
- Spurr, D. (1993). *The rhetoric of Empire: Colonial discourse in journalism, travel writing, and imperial administration*. Durham; London: Duke University Press.
- The Russian parliamentary elections: Monitoring of the election coverage in the Russian mass media. Final report* (1994). Düsseldorf: European Institute for the Media.
- Van Belle, D. A., Rioux, J.-S., Potter, D. M. (2004). *Media, bureaucracies and foreign aid: A comparative analysis of the United States, the United Kingdom, Canada, France and Japan*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Ward, S. J. A. (2018). *Ethical journalism in a populist age: The democratically engaged journalist*. Lanham; Boulder; New York; London: Rowman & Littlefield Publishers.
- Zakon RF ot 27.12.1991 № 2124-1 (red. ot 02.12.2019) "O sredstvah massovoj informacii"* [The Law of the Russian Federation dated December 27, 1991 No. 2124-1 (as amended on December 2, 2019) "On the Mass Media"] (1991). [Web-page]. Retrieved from <https://legalacts.ru/doc/zakon-rf-ot-27121991-n-2124-1-o/>. (In Russian)
- Zakon SSSR ot 12.06.1990 № 1552-1 "O pechati i drugih sredstvah massovoj informacii"* [The Law of the USSR dated 12.06.1990 N 1552-1 "On the press and other mass media"] (1990). [Web-page]. Retrieved from <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=59#06946301830031929>. (In Russian)
- Zyuganov, G. (1996) Rossiya, Rodina, Narod! Predvybornaya platforma kandidata na post prezidenta Rossijskoj Federacii [Russia, Motherland, People! The election platform of the candidate for president of the Russian Federation]. *Sovetskaya Rossiya* [Soviet Russia], March 19. (In Russian)

Author's information:

Vladimir A. Gutorov, Dr. Sci. in Philosophy, Prof.; gut-50@mail.ru.



**В. А. Сидоров**  
Санкт-Петербургский  
государственный  
университет

Российская Федерация,  
199034, Санкт-Петербург,  
Университетская наб., 7/9

Современные практики журналистики в качестве интеллектуальной деятельности из области базисных оснований общественных отношений, для которых в настоящее время важнейшими являются новые технологии в информационном пространстве, вызвали к жизни представления о «цифровой революции». В результате попыток исследователей разобраться в новом состоянии информационного пространства в научный дискурс вошли представления о «цифровых медиа» и обретении социальными / политическими фактами и событиями свойств медийности / медиатизации. Известная неоднозначность этих терминов порождает амбивалентность их толкования и применения. Вместе с тем представления о медиатизации и медийности как форме политических событий / фактов позволяют делать новые шаги в понимании современной журналистики. В статье излагается представление о концепции политического поля журналистики, интегрирующего журналистские и политические практики в качестве особого рода политических действий в параметрах журналистики.

*Ключевые слова:* журналистика, медийность, политика, пропаганда, сетевые коммуникации.

© Сидоров В. А., 2020

УДК 070

## ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ ЖУРНАЛИСТИКИ: СУБЪЕКТЫ И МЕДИЙНЫЕ ПРАКТИКИ

**Постановка проблемы и исследовательские подходы.** В вопросе о медийных практиках много путаницы — «виновны» чрезмерный эмпиризм в изучении журналистики и модное увлечение «цифрой», отчего и начались облегченные интерпретации массивов данных, теоретические банальности, «цифровизация мышления». Спротивляясь моде, Жобин де Калан и Жером Кошар из Парижского института политических исследований осмелились отвергнуть саму идею о радикальном воздействии цифровых технологий на мир. По их мнению, «цифровая революция является в первую очередь революцией пиара и рекламы, то есть средств финансирования значительной части индустрии культуры, [а в области науки] представляет собой размытую концепцию, которая призвана придать носителю налет современности. Если пытаться анализировать мир через такую призму, то на выходе получится лишь неполноценное прочтение, которое не в силах найти ответы для перемен и тревог нашего общества» [Сюжи 2019].

С позиции французских исследователей можно по-новому взглянуть на чересчур распространенные / модные представления о мире массовой информации, избежать опасного забвения в понимании журналистики как интеллектуальной и творческой деятельности, то есть относящейся к

сфере идеального, но рассматриваемой нами во взаимодействии с базисными основаниями общественных отношений, которые находятся в постоянной динамике. Что, в свою очередь, влечет за собой изменения в научных представлениях о журналистике.

В настоящее время разрабатываются новые понятия и новые категории анализа, призванные дать ответ о сущности журналистики в эпоху «цифровой революции», когда «прогресс в информационно-коммуникативных технологиях предоставляет практически безграничные возможности для формирования политического дискурса и, как следствие, политического контента, детерминирующего вектор общественного развития. Особенности функционирования онлайн-пространства как поля социально-политических практик все чаще приводят к формированию механизмов сдерживания публичного дискурса» [Рябченко и др. 2019: 94].

Как бы ни были расплывчаты понятия «медиа», «цифровые медиа», они вошли в научный дискурс от потребностей социальных практик объяснить новую ситуацию в информационном пространстве. Появились и соответствующие исследования, в которых не только констатируется «наблюдаемый разрыв теоретических представлений о медиа и понимания медиа обществом, с одной стороны, и реального функционирования медиаиндустрии — с другой», но и отмечается, что в результате общей неудовлетворенности состоянием теории журналистики «медиадискурс в России пополнился такими понятиями, как “информационное / сетевое общество”, “публичная сфера”, “медиаантропология” и т. д.» [Вартанова (ред.) 2019: 3, 17]. Чем и объясняется ведущая идея процитированной монографии —

пройти путь «от теории журналистики к теории медиа».

В той же плоскости находит свое осмысление и новый критерий в оценке кого-либо и чего-либо — критерий медийности. Воронежский профессор В. В. Хорольский объясняет появление в научном обиходе нового феномена тем, что в СМИ «событие стало соседствовать с квазисобытием, с постановочными мероприятиями, имитирующими жизнь. Факты стало трудно, а то и невозможно верифицировать. Это значит, что факт в журналистике даже в идеале перестает быть священной коровой. Особенно это касается политических текстов, которые так хорошо продаются на рынке властных отношений» [Хорольский 2013: 80, 88]. Если идея построить «теорию медиа» выглядит несколько поспешным расставанием с неадекватными современности прошлыми взглядами на журналистику и массовые коммуникации, то в концепции статьи Хорольского все же содержится указание на объективность предпосылок к возникновению нового феномена, смысл которого сегодня приложим не только к журналистике, но и ко многим проявлениям жизни массовых коммуникаций, в первую очередь, с их «конструированием политического текста». Под чем подразумевается выполнение трех основных функций: «структурирование социального порядка, демаркация социального пространства, чьи интересы представляет политический субъект, мобилизация коллективной воли для произведения определенного действия. Публично представлять политический текст может как сам политический субъект (политик или его представитель), так и субъект символического производства — журналист, идеолог, ученый, общественный деятель, деятель культуры» [Фидря 2019: 53–54].

**Медийность как политическое действие.** Придание медийности

событиям и фактам амбивалентно. С одной стороны, медийное выражение вещей становится их общим знаменателем, следовательно, объективным основанием для сопоставления в процедуре критического анализа. С другой, медийность как мода / поветрие в жизни людей подчас способна подавлять их безусловные потребности в личной и социальной безопасности: сегодня многое из происходящего в информационной сфере с легкостью переносится в реальную жизнь, и далеко не каждому дано своевременно осознать принципиальное отличие действительности от медийности. Чем, в частности, объясняется волна суицида в подростковой среде, недавно поразившая общество. Безмерное погружение в Интернет создает человеку иллюзию его присутствия в социуме, отсюда, отмечают социологи, берет свое начало отрицательная корреляция затрат времени на компьютерную деятельность с частотой самоубийств [Коротков, Загайнова 2019: 11]. Таким образом медийность демонстрирует оборотную сторону своего присутствия в социуме. Однако излишняя концентрация внимания на этой опасности в политической сфере ведет к преувеличению значимости образов, рисуемых в СМИ: например, в Евросоюзе умы политиков будоражит мультфильм «Маша и Медведь». И вот уже депутат Европарламента Франк Пруст предложил специальной комиссии заняться вопросами «обороны от русских», их культурной сферы в целом, включая кино, театр и балет [Добрынин 2018].

Коммуникативные действия политиков переводят в практическую плоскость заложенную еще в период «холодной войны» концепцию о «советской проникающей пропаганде» — только тогда говорилось о Святославе Рихтере, балете Кировского театра, эрмитажных выставках,

которыми укреплялся позитивный образ СССР [Хазан 1984], сегодня — о мультфильме. Но есть и отличия. Так, Петр Померанцев из Лондонской школы экономики, специализирующийся на нейтрализации «российской подрывной деятельности», предлагает Западу не называть свою борьбу с Россией информационной войной: «самой опасной частью информационной войны является само ее понятие, [потому что] в мире “информационной войны” нет никакой разницы между качественной журналистикой, которую предлагаем мы, и психологической операцией по воздействию на общественное мнение в другой стране через ее соцсети, которую практикуют русские. В сентябре [2019 года] российский парламентский комитет обвинил немецкую телерадиокомпанию “Дойче велле” во “вмешательстве” в российские дела. Причиной стало активное освещение этой телерадиокомпанией протестов в Москве против правления Путина. Таким образом российская парламентская комиссия пытается как бы уравнивать хакерство со стороны Кремля и его обманные операции в социальных сетях США с элементарно качественной репортерской работой “Дойче велле” [Померанцев 2019]. Правда, аналитик не упоминает, что “Deutsche Welle” публиковала призывы «Москва, выходи!» и «Москвичи, выходите!», тем самым оказывая непосредственное воздействие на политическую ситуацию в российской столице.

В России концепция «проникающей пропаганды» также находит свое воплощение в действиях политиков, естественно, в ее зеркальном виде: в Государственной Думе явно обеспокоены внедрением в информационную сферу страны западных ценностей, в связи с чем предлагается провести в российских СМИ соответствующую проверку [В Госдуме заявили... 2017];

более того, официально заявляется об информационной войне (кибервойне), которую страны Евросоюза ведут против России [В Госдуме предложили... 2019]. Аналогичное просматривается и в публикациях американской прессы. Как пишет “The Washington Post”, «без лишней помпезности свою работу по сдерживанию и блокированию деятельности россиян, которые осуществляют вмешательство в американскую политическую систему, начало Киберкомандование США, новый центр вооруженных сил, занимающийся вопросами противодействия электронным атакам» [Ignatius 2019].

В свете приведенных фактов можно заключить, что медийность следует рассматривать, во-первых, как политическое действие в информационном пространстве с обязательным приданием этому политическому действию соответствующих форматов информационной сферы, во-вторых, как наступательные / оборонительные акции противоборствующих сторон, оказывающих далее свое воздействие на аудиторию СМИ, сетевые коммуникации, а также на журналистику — важнейший актер медиасферы.

Подтверждением особой значимости фактора медийности выглядит перенос политической активности в Интернет, где осуществляются не только масштабные пропагандистские акции, но и сама политика. Дошло до того, что отдельные страны объявляют кибервойну другому государству. Так, министр обороны Нидерландов Анк Бейлевед заявила, что ее страна «находится в состоянии кибервойны с Россией, что Нидерландам следует избавиться от “наивности” в киберпространстве и принять меры... увеличить бюджет на ведение киберопераций» [Министр обороны... 2018]. Не менее впечатляющи детали другого эпизода,

когда Д. Трамп разместил в Twitter анонс: «Произошло что-то большое». Потом стало понятно, что речь шла о ликвидации главы преступного террористического сообщества, и что за ходом операции президент США наблюдал в режиме реального времени [Казаргин 2019: 4]. И это не столько привычное использование политиком каналов массовой коммуникации, сколько форма политической жизни, когда действие политика и сообщение об этом действии сливаются в одной среде, то есть происходит почти невероятное сближение / совпадение материального контекста и его идеального воплощения.

Рассматривая коммуникативную ситуацию современности со стороны журналистики, обнаружим, что по-новому надо трактовать и однажды случившееся в эфире “BBC”, когда ведущая передачи после слов собеседника о сомнительных аспектах деятельности в Сирии «Белых касок» резко оборвала его: «Учитывая, что мы ведем информационную войну с Россией, вы не считаете, что об этом, возможно, нецелесообразно говорить публично, учитывая ваше положение и ваш профессиональный опыт?» [Admiral... 2018]. В сказанном заслуживает внимания совпадение сразу трех «медийных обстоятельств». Первое: ведущая признает состояние информационной войны одного государства с другим и для нее выглядит естественным, что в эту войну вовлечены СМИ. Второе: журналист становится политиком в большей степени, нежели реально причастный к политике его собеседник, а это, ни много ни мало, бывший начальник британской военной разведки адмирал Алан Уэст. Третье: предмет обсуждения — тоже часть информационного противостояния, так как смысл деятельности «Белых касок» заключается в придании черт медийности обнаруженным /

сфабрикованным ее членами теми или иным антигуманным следствиям происходящих военных действий. Так в тугой узел медийности стягиваются журналистские и политические интенции.

Процесс взаимопроникновения политики и журналистики начался с момента рождения периодической печати. Однако долгое время отмечался только самый заметный его результат — расширяющееся влияние политики на функционирование СМИ и журналистики. В наши дни обозначилось встречное движение — «медиатизация политики» в качестве «подчинения политики внутренним законам средств массовой информации. [Так что] политический процесс становится все более и более коммуникативным, и журналисты участвуют в нем наравне с политиками, хотя в глазах общественности они являются антагонистами» [Дмитриев, Латынов 1999: 19]. Добавило сложности и укрепление влияния в обществе сетевых коммуникаций, за которыми, по утверждениям социологов, стоят определенные силы, использующие эти коммуникации для формирования культурно-политического пространства и, соответственно, формирования общественного сознания. На сетевые коммуникации проецируется весь комплекс общественно-политических конфликтов и противоречий современной российской действительности. В этом смысле сети начинают выполнять политическую функцию и, по сути, становятся политическими сетями [Михайленок, Малышева 2019: 82, 85].

В информационном политическом пространстве растет значение агентов СМИ, потому что «бесконечные политико-культурные дебаты по поводу “духа времени” обеспечивают им не только статус особого участника, но

также дают им власть указывать тех, с чьим мнением стоит считаться в высших и ключевых вопросах “современности”, тех, в ком можно быть уверенным, что они ответят на вопросы, которые “все” ставят перед ними» [Пэнто 1997]. В связи с чем обозначение «политическое поле журналистики» — это не столько частный случай понимания политики через призму журналистики, сколько обобщение социокультурной ситуации начала XXI века, в которой доминирует политическая и нравственная оценка действий субъектов поля, анализируется значимость политических событий и фактов в их соответствии общественным идеалам и ценностям, причем далеко не всегда в позитивном выражении: так, расширение влияния в социуме сетевых коммуникаций «формирует гедонистическую политическую культуру» — человеку только кажется, что он включен в политику, когда на самом деле только отмечает («кликает») что-либо вызвавшее ту или иную его реакцию [Михайленок, Малышева 2019: 80].

В теории Пьера Бурдьё поле является местом борьбы различных агентов, оснащенных «инструментами символического производства, необходимого для выражения их личной точки зрения на социальное». Само поле ученый выразил через понятие абстрактного социального пространства, «конституированного ансамблем подпространств или полей (экономическое поле, интеллектуальное поле и др.)» [Бурдьё 1993: 80, 40]. Несколько позднее он предъявил научному сообществу объект «немного странный, но очень важный в научном и политическом плане, а именно — отношение между полем политики, полем социальных наук и полем журналистики. Они представляют собой три социальных универсума, автономных, относительно независимых

и в то же время влияющих друг на друга» [Бурдые 2002: 108].

Социальное пространство и его поля не статичны, время меняет их структуру и характеристики, и если в 1995 году Бурдые обнаруживает поле журналистики, то уже через 15 лет исследователи расширяют его идею до уровня медийности. Если в 1995 году поле выглядело как «очень слабо автономное» [Бурдые 2002: 114], то сегодня это же поле, зародившееся на стыке социальных запросов и новых технологических возможностей, уже встроено в общественные отношения, прежде всего за счет поглощения им ряда функций других социальных полей. Многие символические акты, ранее присущие исключительно полю политики, теперь проводятся через поле журналистики, причем не всегда понимается, где оригинал, а где его копия. Столь разительные перемены породили новое качество социального пространства, приведшее к возникновению политического поля журналистики.

Политическое поле журналистики не свободно от администрирования или идеологического воздействия со стороны акторов политики; только в малой мере оно выглядит как публичное пространство для беспрепятственного обмена мнениями. На деле политическое поле журналистики давно структурировано — по тематике, смыслам, идеологическим предпочтениям, персонам и поделено на разные сферы, в которых имеются свои особенности функционирования: в одной сфере политика предопределяет содержание и динамику медийных процессов, их информационное многообразие, транслируемые ценности, в другой — перенимает форматы журналистики. Но в любом случае заметно институциональное сближение политики и СМИ с

отчетливым выделением журналистской первоосновы. «СМИ активно “препарируют” политическую реальность, по своему усмотрению высвечивая одни ее стороны и оставляя в тени другие... в результате происходит навязывание аудитории чуждых и необдуманных мнений и представлений... мнения людей определяются тем, что они извлекли из сообщений СМИ» [Дмитриев, Латынов 1999: 15].

Плюс к тому на функционирование политического поля журналистики его собственно журналистская первооснова оказывает никем не отменяемое воздействие, суть которого в творческом характере журналистики, поскольку творческий процесс в принципе наименее регулируемый. В связи с чем интересен вопрос о субъектах политического поля журналистики. На первый взгляд, это политики и журналисты. Впрочем, если бы дело обстояло столь однозначно, то возникновение такого поля можно было бы отнести, по крайней мере, к прошлому веку, даже к его началу. Но Бурдые предложил нам новый феномен всего лишь на исходе двадцатого столетия, и то с некоторым смущением. И только сегодня более уверенно мы выделяем феномен в условиях невиданных прежде информационных технологий с их очень сильной социальной составляющей. Технологии дали ранее «безгласным» социальным стратам возможность вторгаться во взаимодействие политики и журналистики. Да, в новообразованном поле по-прежнему активны журналисты, политики, социологи, политологи — все, кого перечислял Бурдые, но к ним присоединились представители массового общества. Им неведомы ни тонкости политической закулисы, ни профессиональные нормы журналистики. В сетевом

мире представители массового общества демонстрируют то же поведение, что и на улице. Вал «комментов», «постов», «перепостов» захлестывает информационное пространство, и уже прежние акторы политического поля журналистики невольно пересматривают параметры привычного, сами встраиваются в процессы массовизации. В результате в наши дни особенно важным стал вопрос о степени влияния массового человека, «дорвавшегося до микрофона» (образное сравнение принадлежит Джанни Ваттимо), на традиционных акторов.

Приглядимся к приведенным в статье примерам из СМИ и спросим себя: что в слиянии полей журналистики и политики первично — традиции журналистских практик или могущество политических действий? С одной стороны, политики издавна применяли весь арсенал средств журналистики для продвижения в общественное сознание определенных идей и решений. Алгоритм, описанный еще Бурдье, известен: социологи по установленным квотам получают искомые параметры общественного мнения, политологи их объясняют, а СМИ ратифицируют при безусловном примате политики [Бурдье 1993: 159–177]. С другой стороны, не без влияния социально значимой технологической модернизации всей информационной сферы возникает фактор медийности, а это значит, что новые субъекты информационных отношений заявляют о своем праве по-своему формировать открывшуюся им «цифровую среду», в которую, как в воронку, втягиваются СМИ, журналистика, развлечения, банковские операции, учебные занятия, в том числе и политика. В этом смысле политику формирует современная информационная среда, а не наоборот. Поэтому итог интеграции

в едином поле журналистики и политики заключается не только в их приспособлении друг к другу, здесь имеет место качественно новый результат.

**Заключение.** Повсеместное распространение Интернета способствовало как массовизации информационной среды, так и возникновению «иллюзии равноправной социальной площадки в сети» [Михайленок, Малышева 2019: 82]. Поэтому массовизация информационной среды не столько предоставляет возможность безмерно расширять присутствие политики в общественном сознании, сколько принуждает политических функционеров казаться быть людьми массы, говорить с ними на одном языке, до предела упрощая понятия и суждения. Процесс понятен, но его часто трактуют как демократизацию политики и коммуникативной жизни общества, тогда как на самом деле в этом социальном явлении превалирует охлократия. Демократия в той же степени отличается от охлократии, в какой компетентное мнение специалиста не совпадает с выкриком («комментом») из сетевой толпы.

Однако не менее наивно полагать, что массовизация информационной среды оказала фатальное, вплоть до разрушения, воздействие на созданные вековыми культурами механизмы политики и журналистики. Отнюдь: избранность и компетентность специалистов, в целом творческое начало политики и журналистики всё те же и в новой ситуации. Формирование современного феномена — политического поля журналистики — тому подтверждение. Совершение политических действий в границах непосредственно журналистики, а также ее адаптация к условиям реальной конкуренции с «дорвавшимся до микрофона» массовым человеком — все это породило новые



журналистские и политические практики, интегрировав их в одном пространстве.

## Л и т е р а т у р а

Бурдые, П. (1993). *Социология политики* / пер. с фр. М.: Socio-Logos.

Бурдые, П. (2002). *О телевидении и журналистике* / пер. с фр. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Ин-тут экспериментальной социологии.

В Госдуме заявили об информационной войне против России в западных СМИ (2017). *Газета.ру*. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://news.rambler.ru/politics/36608486-v-gosdume-zayavili-ob-informatsionnoy-voyneprotiv-rossii-v-zapadnyh-smi/>.

В Госдуме предложили проверить СМИ на пропаганду западных ценностей (2019). *Федеральное агентство новостей (ФАН)*. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://riafan.ru/1158210-v-gosdume-predlozhili-proverit-smi-na-propagandu-zapadnykh-cennostei>.

Вартанова, Е. Л. (ред.) (2019) *От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России*. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журналистики МГУ.

Дмитриев, А. В., Латынов, В. В. (1999). *Массовая коммуникация: пределы политического влияния*. М.: МНУЦ.

Добрынин, В. (2018). Обмен опытом: Евросоюз боится быть купленным Россией или Китаем. *Известия*, 11 дек. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://iz.ru/821377/vladimir-dobrynin/obmen-optom-evrosoiuz-boitsia-byt-kuplennym-rossiei-i-kitaem>.

Казаргин, А. (2019). Злодей № 1 мертв? *Санкт-Петербургские ведомости*, 1 нояб., 4.

Коротков, П. А. Загайнова, М. В. (2019). Частота самоубийств и использование времени в сферах быта и досуга. *Социс*, 1, 106–115.

Министр обороны Нидерландов заявила о кибервойне с Россией (2018). *Фонтанка.ру*. 14 окт. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.fontanka.ru/2018/10/14/036/>.

Михайленок, О. М., Малышева, Г. А. (2019). Политические эффекты социальных сетей в России. *Социс*, 2, 78–87.

Померанцев, П. (2019). Нам надо перестать считать свой конфликт с Россией «информационной войной». *ИноСМИ.ру*. 15 нояб. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://inosmi.ru/politic/20191115/246246785.html>.

Пэнто, Л. *Философская журналистика* // S/L '97. *Социо-Логос постмодернизма*. 05/06/2009. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://sociologos.net/textes/pinto/pinto1.htm>.

Рябченко, Н. А., Малышева, О. П., Гнедаш, А. А. (2019). Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды. *Полис*, 2, 2–106.

Сюжи, П. (2019). А была ли цифровая революция? *ИноСМИ*. 30 марта. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://inosmi.ru/social/20190330/244835957.html>.

Фидря, Е. С. (2019). Факторы и логики реконструирования смысла политического текста в условиях когнитивной и интерпретативной неопределенности. *Полис*, 4, 40–56.

Хазан, Б. (1984). *Советская проникающая пропаганда* / пер. с англ. М.: Прогресс.

Хорольский, В. В. (2013). Медийность в текстах СМИ и понятие медийного модуля. *Вестник Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика*, 4. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2013/4/mediynost-v-tekstakh-smi-i-ponyatie-mediynogo-modulya/>.

Admiral Lord West casts doubt on Syria attack intelligence (2018). *BBC NEWS*. Apr. 16. [Web-page]. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=rIA\\_dNkscsw](https://www.youtube.com/watch?v=rIA_dNkscsw).

Ignatius, D. (2019). The U.S. military is quietly launching efforts to deter Russian meddling. *The Washington Post*, Febr. 8. [Web-page]. Retrieved from [https://www.washingtonpost.com/opinions/the-us-military-is-quietly-launching-efforts-to-deter-russian-meddling/2019/02/07/4de5c5fa-2b19-11e9-b2fc-721718903bfc\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/the-us-military-is-quietly-launching-efforts-to-deter-russian-meddling/2019/02/07/4de5c5fa-2b19-11e9-b2fc-721718903bfc_story.html).

Сведения об авторе:

Виктор Александрович Сидоров, докт. филос. наук, проф.; [v.sidorov@spbu.ru](mailto:v.sidorov@spbu.ru).

## THE POLITICAL FIELD OF JOURNALISM: SUBJECTS AND MEDIA PRACTICES

V. A. Sidorov

Saint Petersburg State University  
7-9, Universitetskaya naberezhnaya, 199034,  
Saint Petersburg, Russian Federation

Modern journalism practices as an intellectual activity in the field of basic foundations of civil relations, for which new technologies in the information space are currently the most important, have brought to life the idea of a “digital revolution”. In a result of the researchers’ attempts to understand the new state of the information space, the scientific discourse includes ideas about “digital media” and the acquisition of media / mediatisation properties by social / political facts and events. The known ambiguity of these terms gives rise to ambivalence in their interpretation and application. At the same time, ideas about mediatisation and mediation as a form of political events / facts allow us to make new steps in understanding modern journalism. The article presents the concept of the political field of journalism, which integrates journalistic and political practices as a special kind of political action within journalism.

**Keywords:** journalism, media, politics, propaganda, network communications.

### References

Admiral Lord West casts doubt on Syria attack intelligence (2018). *BBC NEWS*. Apr. 16. [Web-page]. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=rIA\\_dNkscsw](https://www.youtube.com/watch?v=rIA_dNkscsw).

Bourdieu, P. (1993). *Sotsiologiya politiki* [Sociology of politics]. Translation from French *M.: Socio-Logos*. (In Russian)

Bourdieu, P. (2002). *O televidenii i zhurnalistike* [About television and journalism]. Translation from French. Moscow: Fond nauchnykh issledovaniy “Pragmatika kul’tury”. (In Russian)

Dmitriev, A. V., Latynov, V. V. (1999). *Massovaia kommunikatsiia: predely politicheskogo vliianiia* [Mass communication: the limits of political influence]. Moscow: MNUTS. (In Russian)

Dobrynin, V. (2018). Obmen opytom: Evrosoiuz boitsia byt’ kuplennym Rossiei ili Kitaem [Exchange of experience: the EU is afraid to be bought by Russia or China]. *Izvestiia*, Dec. 11. [Web-page]. Retrieved from <https://iz.ru/821377/vladimir-dobrynin/obmen-optom-evrosoiuz-boitsia-byt-kuplennym-rossiei-i-kitaem>. (In Russian)

Fidria, E. S. (2019). Faktory i logiki rekonstruirovaniia smysla politicheskogo teksta v usloviakh kognitivnoi i interpretativnoi neopredelennosti [Factors and logics of reconstructing the meaning of a political text in conditions of cognitive and interpretative uncertainty]. *Polis*, 4, 40–56. (In Russian)

Ignatius, D. (2019). The U.S. military is quietly launching efforts to deter Russian meddling. *The Washington Post*. Febr. 8. [Web-page]. Retrieved from [https://www.washingtonpost.com/opinions/the-us-military-is-quietly-launching-efforts-to-deter-russian-meddling/2019/02/07/4de5c5fa-2b19-11e9-b2fc-721718903bfc\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/the-us-military-is-quietly-launching-efforts-to-deter-russian-meddling/2019/02/07/4de5c5fa-2b19-11e9-b2fc-721718903bfc_story.html).

Kazargin, A. (2019). Zlodei № 1 mertv? [Is villain number 1 dead?]. *Sankt-Peterburgskie Vedomosti* [Saint Petersburg News], Nov. 1, 4. (In Russian)

Khazan, B. (1984). *Sovetskaia pronikaiushchaia propaganda* [Soviet penetrating propaganda]. Translation from English. Moscow: Progress. (In Russian)

Khorol’sky, V. V. (2013). Mediinnost’ v tekstakh SMI i poniatie mediinogo modulia [Media coverage in media texts and the understanding of a media module]. *Moscow University Bulletin. Ser. 10, Zhurnalistika*, 4. [Web-page]. Retrieved from <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2013/4/mediynost-v-tekstakh-smi-i-ponyatie-mediynogo-modulya/>. (In Russian)

Korotkov, P. A., Zagainova, M. V. (2019). Chastota samoubiistv i ispol’zovanie vremeni v sferakh byta i dosuga [The frequency of suicides and the use of time in the areas of life and leisure]. *Sotsis*, 1, 106–115. (In Russian)

Mikhailenok O. M., Malysheva G. A. (2019). Politicheskie efekty sotsial’nykh setei v Rossii

[Political effects of social networks in Russia]. *Sotsis* [Socis], 2, 78–87. (In Russian)

Ministr oborony Niderlandov zaiavila o kibervoinne s Rossiei [Dutch Defense Minister announces cyber war with Russia] (2018). *Fontanka.ru*, Oct. 14. [Web-page]. Retrieved from <https://www.fontanka.ru/2018/10/14/036/>. (In Russian)

Pento, L. *Filosofskaia zhurnalistika* [Philosophical Journalism]. S/L'97. *Sotsio-Logos postmodernizma*. 05/06/2009. [Web-page]. Retrieved from <http://sociologos.net/textes/pinto/pinto1.htm>. (In Russian)

Pomerantsev, P. (2019). Nam nado perestat' schitat' svoi konflikt s Rossiei «informatsionnoi voinoi» [We need to stop considering our conflict with Russia as an “information war”]. *InoSMI.ru*. Nov. 15. [Web-page]. Retrieved from <https://inosmi.ru/politic/20191115/246246785.html>. (In Russian)

Riabchenko, N. A., Malysheva, O. P., Gnedash, A. A. (2019). Upravlenie politicheskim kontentom v sotsial'nykh setiakh v period predvybornoi kampanii v epokhu postpravdy [Management of political content in social networks during the election campaign in the post-truth era]. *Polis*, 2, 92–06. (In Russian)

Siuzhi, P. (2019). A byla li tsifrovaia revoliutsiia? [Was there a digital revolution?]. *InoSMI. March* 30. [Web-page]. Retrieved from <https://inosmi.ru/social/20190330/244835957.html>. (In Russian)

V Gosdume predlozhili proverit' SMI na propagandu zapadnykh tsennostei [The State Duma proposed to check the media for the promotion of Western values] (2019). *Federal'noe agentstvo novostei [FAN]*. [Web-page]. Retrieved from <https://riafan.ru/1158210-v-gosdume-predlozhili-proverit-smi-na-propagandu-zapadnykh-cennostei>. (In Russian)

V Gosdume zaiavili ob informatsionnoi voine protiv Rossii v zapadnykh SMI [The State Duma announced the information war against Russia in the Western media] (2017). *Gazeta.ru*. [Web-page]. Retrieved from <https://news.rambler.ru/politics/36608486-v-gosdume-zayavili-ob-informatsionnoy-voine-protiv-rossii-v-zapadnykh-smi/>. (In Russian)

Vartanova, E. L. (ed.) (2019). *Ot teorii zhurnalistiki k teorii media. Dinamika*

*mediaissledovani v sovremennoi Rossii* [From the journalism theory to media theory. The dynamics of media research in modern Russia]. Moscow: Faculty of journalism; Lomonosov Moscow State University Publ. (In Russian)

Author's information:

Victor A. Sidorov, Dr. Sci. in Philosophy, Prof.; [v.sidorov@spbu.ru](mailto:v.sidorov@spbu.ru).

# Журналист в профессии



**Е. Ю. Гордеева**  
Национальный  
исследовательский  
Нижегородский  
государственный  
университет  
им. Н. И. Лобачевского,  
Российская Федерация, 603950,  
Нижний Новгород,  
пр. Гагарина, 23

В ходе изучения материалов журналов «Летопись» (1915–1917), «Наука и ее работники» (1920–1922) выявляется гражданская позиция М. Горького, обнаруживающая себя как в его публицистике, так и в редакционной политике изданий. Особое внимание уделяется взглядам Горького на развитие науки и положение российских ученых в годы Первой мировой и Гражданской войн. Автор приходит к выводу, что позиция Горького, в том числе по вопросам развития науки, не всегда соответствовала официальному правительственному курсу и преобладающим общественным настроениям. Особое отношение писателя к войнам и статусу ученого в период войны приносило ему немало неприятностей, однако было связано с его искренним желанием сделать страну лучше, в том числе благодаря достижениям науки.

*Ключевые слова:* М. Горький, журнал «Летопись», журнал «Наука и ее работники», гражданская позиция журналиста, научная журналистика.

© Гордеева Е. Ю., 2020

УДК 821.161.1

**ГРАЖДАНСКАЯ ПОЗИЦИЯ  
М. ГОРЬКОГО В ОСВЕЩЕНИИ  
ВОПРОСОВ РАЗВИТИЯ  
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ НАУКИ  
(ПО СТРАНИЦАМ ЖУРНАЛОВ  
«ЛЕТОПИСЬ», «НАУКА  
И ЕЕ РАБОТНИКИ»)**

**Введение.** На протяжении своей жизни М. Горький многое сделал для отечественной науки. Серьезные усилия писателя были направлены на научное популяризаторство (в том числе в рамках издательской, редакторской и журналистской деятельности), а также на сохранение науки и научных кадров.

Делом популяризации науки он занимался как руководитель издательства «Знание», где выпускалась специальная серия научно-популярной литературы, а потом как редактор дореволюционной «Летописи», газеты «Новая жизнь», журнала «Беседа», издаваемого в Берлине в 1923–1925 годах, а также советского издания «Наши достижения».

**Научные исследования** монографического характера, посвященные изучению вклада М. Горького в отечественную науку и ее популяризацию, не проводились в постсоветский период. В последние годы отдельные из горьковских проектов привлекали внимание историков журналистики — например, С. Г. Коростелев писал о журнале «Летопись» и газете «Новая жизнь» [Коростелев 2015]. Однако аспекты, связанные с освещением вопросов науки на страницах указанных изданий, заслуживают отдельного рассмотрения. В свою очередь, журнал «Наука и ее

работники» изучался исключительно в контексте исследований по истории науки [Соболев 2012]. Поскольку материалы этого ныне забытого издания отражают эволюцию Горького — журналиста и редактора, а также один из этапов развития отечественной печати, считаем необходимым ввести журнал в орбиту внимания горьковедов и исследователей истории журналистики.

**Цель настоящей статьи** — изучение гражданской позиции М. Горького при освещении вопросов науки в периодических изданиях в периоды Первой мировой и Гражданской войн. Обращаясь к материалу журналов «Летопись» и «Наука и ее работники», мы намерены уточнить их редакционную политику, типологические и структурно-композиционные особенности этих изданий, показать важность участия в них известных ученых. Основные методы исследования — сравнительно-исторический и системный.

**Обсуждение результатов.** Ежемесячный литературный, научный и политический журнал «Летопись» издавался в Петрограде в 1915–1917 годах. Его издателем назывался А. Н. Тихонов, официальным редактором — А. Т. Радзишевский, более известный под псевдонимом Р. Арский [Коростелев 2015: 31]. На титульном листе самого издания отмечалось, что это журнал, «издаваемый при ближайшем участии М. Горького».

Выпуская журнал в условиях Первой мировой войны, Горький стремился придать ему «антивоенный» характер. Исследователь С. Г. Коростелев пишет: «“Летопись” — в зависимости от того, с какой точки зрения смотреть и чьей терминологией пользоваться, — можно охарактеризовать по-разному: как журнал антивоенный и пацифистский, как журнал пораженческий и непротивленческий, как журнал социал-демократический» [Коростелев 2015: 45].

Разъясняя программу журнала в письме к К. А. Тимирязеву, получившему предложение возглавить научный отдел «Летописи», Горький писал: «Цель журнала, — может быть, несколько утопическая — попытаться внести в хаос эмоций отрезвляющие начала интеллектуализма. <...> Лицам, которые становятся во главе журнала, хотелось бы восстановить в памяти запуганных событиями людей планетарное значение основ западноевропейской культуры и особенно главной основы ее — науки» [Горький 2004: 196]. Горький был убежден, что аудиторию журнала следовало направлять «в сторону естествознания, эмпирических наук» [Горький 2004: 216].

Фактическое руководство научным отделом журнала осуществлял К. А. Тимирязев. Под его авторством здесь были опубликованы статьи «Наука, демократия и мир», «Наука в современной жизни», а также воспоминания о М. М. Ковалевском. Во второй из упомянутых статей ученый подчеркивал особое положение науки в военный период: «в это время наука возбуждала интерес разве только своею материальною стороною, как орудие наиболее искусного истребления человечества...» [Тимирязев 1916: 179].

Отбирая тексты для «Летописи», в том числе для научного отдела журнала, Горький непременно интересовался гражданской позицией автора, его отношением к войне. Официальный редактор журнала Р. Арский отмечал, что Горький «старался подбирать материал таким образом, чтобы всегда и неизменно проводилась в нем мысль о необходимости борьбы с войной и противодействия ей. Все заметки и рассказы служили этой цели. Само собой разумеется, все они подвергались постоянным наскокам со стороны цензуры» [Горький 2004: 456].

Кроме статей самого Тимирязева и его сына в научном отделе журнала публиковались материалы В. Базарова, А. А. Богданова, П. С. Юшкевича, Г. В. Вульфа, Н. Лазаркевича и др., предполагалось наладить сотрудничество И. И. Мечникова и И. П. Павлова.

Н. Лазаркевич в обзоре «Из области науки», опубликованном на страницах «Летописи», констатировал: «В настоящее время представляется невозможным учесть тот вред и ту задержку в развитии, какие испытывает наука со времен начала военных действий. Но с особенной грустью приходится отметить прекращение и ограничение функций таких научных учреждений и предприятий, которые являлись интернациональным достоянием и непосредственно служили прогрессу науки» [Лазаркевич 1916: 223]. Автор обзора пишет о полном прекращении или сокращении международной деятельности Центральной станции астрономических телеграмм в Киле, обеспечивавшей до войны научный обмен между всеми обсерваториями мира, Английского метеорологического бюро и Американского метеорологического бюро, Интернационального сейсмологического общества, Лондонского Королевского общества и т.д.

Одной из самых интересных страниц в истории журнала, связанных с подъемом общественного интереса к нему, стала дискуссия, возникшая после публикации в его первом номере горьковской статьи «Две души». И хотя материал этот напрямую не связан с освещением вопросов науки в «Летописи», а сам автор в одном из писем признавал, что «статья написана неумело» [Горький 2006: 31], мы затронем ее в той мере, в какой она отражала общую редакционную политику и заставила Горького вступить в диалог с аудиторией.

Объясняя с читателем по поводу интерпретации, безусловно, небесспорной (как и любые другие размышления о русском национальном характере) статьи «Две души», Горький увидел в стране признаки духовной усталости, первым из которых он считал «отсутствие талантливых людей почти во всех областях деятельности, если исключить область науки» [Горький 2016: 175]. Он скорбно констатировал: «Теперь с несомненностью выяснилось, что в мировых несчастьях, наиболее трагических именно для нас, — мы обнаружили и обнаруживаем наименьшее количество гражданских чувств и доблести. <...> Разумеется, в каждой стране довольно много бесстыдников и воров, которых война жирно кормит и очень радует. Но у меня есть все основания быть убежденным, что для граждан Западной Европы, друзей и врагов наших, понятие “отечество” насыщено более определенным и реальным содержанием, чем то содержание, которое влагает в понятие “отечество” русский человек, не гражданин и не хозяин в своей стране, а просто — житель, всесторонне подчиненный стихийной воле начальства» [Горький 2016: 174–175]. Именно поэтому, считает писатель, в борьбе с врагами россиянам необходимо заботиться о «завоевании простейших гражданских прав, надо попытаться сделать страну грамотной и в буквальном и в политическом смысле» [Горький 2016: 173].

Ничего удивительного, что после таких высказываний Горького (как в статье «Две души», так и в комментариях к ней) на него лично и на «Летопись» ополчились не только цензура и газетно-журнальная критика, но и читатели. В своих воспоминаниях К. И. Чуковский отмечал, что выступления писателя серьезно контрастировали с общими патриотическими настроениями. Это



привело к тому, что в редакцию журнала стали приходить анонимные письма с угрозами. «К ним, — писал Чуковский, — было приложение — петля из тончайшей веревки. Такая тогда установилась среди черносотенцев мода — посылать “пораженцу” Горькому петлю, чтобы он мог удавиться» [Чуковский 1967: 148].

Горький много размышлял о судьбах отечественной науки не только в период Первой мировой войны, но и в годы в значительной степени спровоцированной ею Гражданской войны.

Российские ученые в годы Гражданской войны не только страдали от голода и холода, но и не могли продолжать исследовательскую работу из-за отсутствия государственного финансирования. В сложившихся условиях Академия наук вела борьбу за сохранение научных кадров и самой отечественной науки. Российские ученые, в том числе и весьма известные, подвергались и репрессиям. Так, 4 сентября 1919 года уже упоминавшийся К. И. Чуковский оставил в дневнике следующую запись: «Сейчас видел плачущего Горького. “Арестован Сергей Федорович Ольденбург [академик. — Е. Г.], — вскричал он, вбегая в комнату издательства Гржебина. — Я им сделаю скандал, я уйду совсем из коммунистов. Ну их к черту!”» [Соболев 2012: 119].

Защищая отечественных ученых, Горький неоднократно обращается с письмами к Ленину и другим руководящим деятелям, однако многое из его эпистолярного наследия этого периода «было долгие годы скрыто от читателей» [Горький 2007: 282]. После неоднократных обращений ученых и видных общественных деятелей к Советскому правительству 23 декабря 1919 года был подписан декрет «Об улучшении положения научных специалистов», где в числе первоочередных мер говорилось о

предоставлении выдающимся ученым усиленного довольствия и необходимых жилищных условий. Развивая этот декрет, Совнарком создает Центральную комиссию по улучшению быта ученых (ЦЕКУБУ). В январе 1920 года постановлением Петроградского Совета образована подобная комиссия в Петрограде (Петрокубу), а в августе 1921 года создана Московская комиссия (Москубу).

М. Горький в 1920–1921 годах был председателем Петрокубу и ежедневным личным трудом многое сделал для улучшения материального положения ученых и творческой интеллигенции. Эта Петроградская комиссия по улучшению быта ученых и издавала в 1920–1922 годах журнал «Наука и ее работники». В состав редколлегии издания входили А. М. Горький, А. П. Пинкевич, академики С. Ф. Ольденбург и А. Е. Ферсман. Журнал имел следующие отделы и рубрики: «Деятельность научных учреждений Петрограда и Москвы»; «Дом Ученых»; «Из научной жизни провинции»; «Научная хроника и библиография» и др.

В программном заявлении «От редакции» говорилось, что «журнал не может быть органом обособленной группы лиц, ведающих его изданием, — он должен быть голосом всей ученой корпорации, и на каждом из членов этой корпорации лежит обязанность его поддерживать. Только при этом условии журнал будет отвечать своему назначению, знакомя широкие массы с ходом научной работы в стране и деятельностью ученых» [От редакции 1921: 2].

В отдельном материале первого номера журнала, описывающем деятельность Петроградской комиссии по улучшению быта ученых, рассказывалось о таком направлении работы, как создание Дома ученых (открыт 31 января 1920 года): «По своей идее — Дом ученых есть место, где ученые собираются

ежедневно, где они могут работать, — читать и писать, где происходят различные научные собрания, лекции, доклады и пр. <...> Кроме того, дом ученых, отзываясь на острые потребности момента, организует при себе различные мастерские, прачечную, парикмахерскую, бани и т.п.» [В комиссии... 1920: 34].

Итак, при Петроградской комиссии по улучшению быта ученых с января 1920 года был открыт клуб научной интеллигенции (Дом ученых). Многообразная деятельность этого учреждения находила отражение на страницах журнала «Наука и ее работники». Осенью 1920 года по приглашению Горького клуб посетил Г. Уэллс. Вот почему в первом номере журнала за 1921 год появляется перепечатка материала Уэллса, опубликованного в «Daily Telegraph»: «Для меня было одним из самых странных впечатлений в России мое посещение этого учреждения и встреча с усталыми, бедно одетыми людьми — в то же время великими представителями русского ученого мира. <...> Наша блокада отрезала их от всякой научной литературы. У них нет новых инструментов, нет бумаги, они работают в нетопленных лабораториях. <...> Если Петербург умрет с голода этой зимой, то и Дом Ученых постигнет та же участь, если мы не предпримем чего-нибудь по этому поводу» [Из статьи... 1921: 34]. Своим личным участием английский писатель помог клубу научной интеллигенции обзавестись собственной библиотекой и следил за ее комплектованием, о чем редакция журнала «Наука и ее работники» систематически информировала читателей.

В первом номере журнала была опубликована статья М. Горького «Что такое наука?». В ней писатель, подобно Уэллсу, сокрушается по поводу тех ужасающих условий, в которых

оказались российские ученые. Здесь же Горький уточняет программу издания: «Журнал “Наука и ее работники” ставит целью своей сообщать читателю в краткой и понятной форме обо всем, что творится в мире науки, обо всех открытиях, изобретениях и работах ученых. Из этого журнала вы увидите, что научная работа в России еще не сократилась, но легко может опуститься до нуля, вследствие вымирания научных сил страны» [Горький 1920: 6].

В одном из номеров журнала (1921. № 3) был помещен скорбный список, содержащий имена 179 известных ученых, скончавшихся в последние годы. Гражданская позиция редакции и лично Горького выражалась в том, что они не побоялись указать имена и тех ученых, которые были казнены новой властью. В списке всех научных потерь было 12 академиков, «это при том, что общая численность членов Академии, с учетом умерших и вновь избранных, составляла в среднем всего 40 человек» [Соболев 2012: 123–124]. В связи с тем, что дальнейшее существование отечественной науки было поставлено под сомнение, 22 ноября 1920 года руководство РАН направляет правительству «Записку», в которой в частности говорится: «Ясно, что если одни из русских ученых погибнут в России жертвою ненормальных условий, то другие последуют примеру сотен своих товарищей, работающих и теперь плодотворно на мировую науку за пределами России» [Культурное строительство... 1983: 346]. Исследователи считают, что именно этот документ способствовал проведению 27 января 1921 года встречи Ленина с руководителями Академии наук В. А. Стекловым и С. Ф. Ольденбургом. На этом приеме присутствовали также А. М. Горький и В. Н. Тонков [Соболев 2012: 124]. В результате неоднократных обращений

и просьб, касающихся участия деятелей науки, в том числе инициированных Горьким, в декабре 1921 года Совнарком принимает декрет «Об улучшении быта ученых». В результате подписания этого документа число научных сотрудников, получавших академические пайки, увеличилось с 5,5 до 7 тысяч человек. Все эти меры не означают, что притеснения властью научной элиты страны прекратились, о чем, например, свидетельствует письмо Горького от 29 мая 1921 года, адресованное Ленину и Луначарскому. В этом письме он просит организовать для умирающего А. Блока выезд (так и не состоявшийся) в Финляндию на лечение, а также пишет о многочисленных обысках у ученых и их арестах [Горький 2007: 190–191].

В 1921 году Горький вынужден был эмигрировать за границу, откуда наблюдал, как некрасиво закончилась история с Домом Ученых, существовавшим благодаря его личным колоссальным усилиям. Так, в письме к Ф. А. Брауну летом 1923 года он писал: «“Дом Ученых” в Петрограде — разрушен. С. Ф. Ольденбург вышел из Президиума, я послал заявление об отказе от звания председателя Комиссии [Петрокубу. — Е. Г.]. <...> Председатель “ЦеКУБУ” Халатов прислал мне доклад комиссии, ревизовавшей “Дом Ученых”, — доклад скандальный. <...> В общем — плохо, очень! И так как я отсутствую, то, разумеется, обвинения в бесхозяйственности падают, главным образом, на меня. Конечно — это пустяки, а все же — несколько обидно: много сил и времени убито мною на организацию этого дела» [Горький 2009: 200–201]. Да, этим «пустякам» Горький полностью посвятил несколько лет своей жизни. За этот период, до его отъезда за границу, когда он помогал российским ученым, у Горького не оставалось времени не только на то, чтобы писать, но даже на то, чтобы хоть

что-то читать, кроме соответствующей деловой переписки.

Итак, Петрокубу в 1922 году была ликвидирована, научная и клубная деятельность Дома ученых свернута. В том же году был закрыт и издававшийся Петрокубу и Домом ученых журнал «Наука и ее работники» [Ноздрачев 1995: 923–925]. Единственным утешением во всей этой грустной истории является то, что деятельность возглавляемой Горьким комиссии смогла сохранить жизнь и обеспечить работу по меньшей мере 2000 деятелей русской науки и литературы [Горький 2007: 283].

**Выводы.** Журналы, выходявшие в первые десятилетия XX века при активном участии М. Горького, — «Летопись» и «Наука и ее работники» — не только правдиво отражали ситуацию, сложившуюся в стране вокруг академического сообщества, но и помогли организовать многие начинания, связанные с сохранением науки и ученых в нашей стране. Гражданская позиция самого Горького в годы как Первой мировой, так и Гражданской войн, не всегда согласующаяся как с официальным курсом, так и с преобладающими общественными настроениями, хотя и приносила писателю много неприятностей, однако была связана с его искренним желанием сделать страну лучше, в том числе благодаря достижениям российских ученых.

#### Л и т е р а т у р а

В комиссии по улучшению быта ученых (1920). *Наука и ее работники*, 1, 33–34.

Горький, М. (1916). Письма к читателю. *Летопись*, 3, 171–177.

Горький, М. (2004). *Полное собрание сочинений. Письма*, в 24 т. Т. 11. М.: Наука.

Горький, М. (2006). *Полное собрание сочинений. Письма*, в 24 т. Т. 12. М.: Наука.

Горький, М. (2007). *Полное собрание сочинений. Письма*, в 24 т. Т. 13. М.: Наука.

Горький, М. (2009). *Полное собрание сочинений. Письма*, в 24 т. Т. 14. М.: Наука.

Горький, М. (1920). Что такое наука? *Наука и ее работники*, 1, 3–6.

Горький и наука. *Статьи, речи, письма, воспоминания* (1964) / сост. и коммент. Г. А. Менделевича. М.: Наука.

Из статьи Wells'a в "Daily Telegraph" (1921). *Наука и ее работники*, 1, 34.

Коростелев, С. Г. (2015). Журнал «Летопись» (1915-1917) и газета «Новая жизнь» (1917-1918) в историко-культурном контексте. СПб.: Дмитрий Буланин.

Культурное строительство в РСФСР. 1917–1927 гг. (1983), т. 1., ч. 1. М.: Советская Россия.

Лазаркевич, Н. (1916). Из области науки. *Летопись*, 12, 216–224.

Ноздрачев, А. Д., Петрицкий, В. А. (1995). Первый в России Дом ученых. *Вестник Российской академии наук*, 65(10), 922–930.

От редакции (1921). *Наука и ее работники*, 1, 2.

Соболев, В. С. (2012). *Нести священное бремя прошедшего... Российская академия наук. Национальное культурное и научное наследие. 1880-1930*. СПб.: Нестор-История.

Тимирязев, К. (1916). Наука в современной жизни. *Летопись*, 1, 173–188.

Чуковский, К. (1967). *Современники*. М.: Молодая гвардия.

Информация об авторе:

Елена Юрьевна Гордеева, канд. филол. наук, доц.; Elgord1@yandex.ru.

**CIVIL POSITION OF MAXIM GORKY  
IN COVERING ISSUES OF THE DEVELOPMENT  
OF RUSSIAN SCIENCE  
(BASED ON MAGAZINES "CHRONICLE"  
AND "SCIENCE AND ITS WORKERS")**

*E. Yu. Gordeeva*

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod  
23 Prospect Gagarina, 603950, Nizhny Novgorod, Russian Federation

In the course of studying the materials of the "Chronicle" (1915-1917) and "Science and Its

Workers" (1920-1922) we can reveal the civil position of Maxim Gorky both in his journalism and in the editorial policy of these magazines. Particular attention is paid to Gorky's views on the development of science and living conditions of Russian scientists during the First World War and the Civil War. We conclude that Gorky's opinion, including the one on the development of science, did not always coincide with the official government course and prevailing public mood. The writer's special attitude to wars and the status of a scientist during the period of wars brought him a lot of trouble, but was due to his sincere desire to make the country better, in particularly, by means of the achievements of science.

*Keywords:* Maxim Gorky, magazine "Chronicle", magazine "Science and Its Workers", civil position, scientific journalism.

References

Chukovsky, K. (1967). *Sovremenniki* [Contemporaries]. Moscow: Molodaja gvardija. (In Russian)

*Gorky i nauka. Stat'i, rechi, pis'ma, vospominaniya* [Gorky and science. Articles, speeches, letters, memories] (1964). Moscow: Nauka. (In Russian)

Gorky, M. (1916). Pis'ma k chitatelju [Letters to the reader]. *Letopis'*, 3, 171–177. (In Russian)

Gorky, M. (1920). Chto takoe nauka? [What is science?]. *Nauka i ee rabotniki*, 1, 3–6. (In Russian)

Gorky, M. (2004). *Polnoe sobranie sochinenij. Pis'ma* [Full composition of writings. Letters]. In 24 vol., vol. 11. Moscow: Nauka. (In Russian)

Gorky, M. (2006). *Polnoe sobranie sochinenij. Pis'ma* [Full composition of writings. Letters]. In 24 vol., vol. 12. Moscow: Nauka. (In Russian)

Gorky, M. (2007). *Polnoe sobranie sochinenij. Pis'ma* [Full composition of writings. Letters]. In 24 vol., vol. 13. Moscow: Nauka. (In Russian)

Gorky, M. (2009). *Polnoe sobranie sochinenij. Pis'ma* [Full composition of writings. Letters]. In 24 vol., vol. 14. Moscow: Nauka. (In Russian)

Iz stat'i Wells'a v "Daily Telegraph" [From the Wells' article in the "Daily Telegraph"] (1921). *Nauka i ee rabotniki*, 1, 34. (In Russian)

Korostelev, S. G. (2015). *Zhurnal "Letopis" (1915-1917) i gazeta "Novaja zhizn" (1917-1918) v istoriko-kul'turnom kontekste* [The magazine "Chronicle" (1915-1917) and the newspaper "New Life" (1917-1918) in a historical and cultural context]. St. Petersburg: Dmitry Bulanin. (In Russian)

*Kul'turnoe stroitel'stvo v RSFSR. 1917–1927 gg.* [Cultural construction in the RSFSR. 1917-1927] (1983), vol. 1., part 1. Moscow: Sovetskaja Rossija. (In Russian)

Lazarkevich, N. (1916). Iz oblasti nauki [From the field of science]. *Letopis'*, 12, 216–224. (In Russian)

Nozdrachev, A. D., Petrickij, V. A. (1995). Pervyj v Rossii Dom uchenyh [The first Russian House of Scientists]. *Vestnik Rossijskoj akademii nauk* [Herald of the Russian Academy of Sciences], 65(10), 922–930. (In Russian)

Ot redakcii [From the editors]. (1921). *Nauka i ee rabotniki*, 1, 2. (In Russian)

Sobolev, V. S. (2012). *Nesti svjashhennoe bremja proshedshego... Rossijskaja akademija nauk. Nacional'noe kul'turnoe i nauchnoe nasledie. 1880-1930* [Bear the sacred burden of the past ... Russian Academy of Science. National cultural and scientific heritage. 1880-1930]. St. Petersburg: Nestor-Istoria. (In Russian)

Timirjazev, K. (1916). Nauka v sovremennoj zhizni [Science in modern life]. *Letopis'*, 1, 173–188. (In Russian)

V komissii po uluchsheniju byta uchenyh [In the commission to improve the life of scientists] (1920). *Nauka i ee rabotniki*, 1, 33–34. (In Russian)

Author's information:

*Elena Yu. Gordeeva*, PhD, Associate Professor;  
Elgord1@yandex.ru.

**М. В. Ливанова**  
Смоленский  
государственный  
университет,  
Российская Федерация, 214000,  
Смоленск, ул. Пржевальского, 4

В статье исследуется трансактивность — сочетание творческой и организационной деятельности — локальных печатных СМИ, рассматриваемых как комьюнити медиа. Трансактивность предполагает освоение новых медиапрактик и журналистских компетенций для создания пространства гражданских инициатив, обмена контентом и услугами в офлайн и онлайн. Вовлечение и активизация локального сообщества происходит через предложение мультимедийных социальных сервисов (коммуникационных, информационных, мониторинга и контроля деятельности власти, справочных, досуговых) для развития территории и улучшения качества жизни. Коммуникативная практика «медиа плюс сервис», социальные проекты, event-менеджмент, клубные форматы общения редакции с аудиторией исследованы на примере локальных изданий — победителей конкурса «10 лучших газет России –2018». Эти издания успешнее, чем федеральные, придают социальную субъектность местному сообществу через созданные ими организационные формы, повышают значимость журналиста в малых и средних городах.

*Ключевые слова:* локальная газета, комьюнити медиа, трансактивность, социальные сервисы.

© Ливанова М. В., 2020

УДК 070.423.5

## НЕ ТОЛЬКО ЖУРНАЛИСТИКА: ЛОКАЛЬНАЯ ГАЗЕТА КАК СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО

**Введение.** В докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития», выпущенном в 2019 году, отмечено, что «печатные СМИ сегодня не имеют возможности зарабатывать достаточно на продаже контента, поэтому ряд их пробует продавать обществу не контент как товар, а свою социальную функцию» [Федеральное агентство... 2019: 145]. Трендом последних лет становится создание сообщества, вовлечение в него, активизация его внимания и участие в нем с помощью цифровых инструментов. Редакция берет на себя функцию центра локальных социальных связей территории для выстраивания и поддержания сообщества.

Вслед за мультимедийностью и интерактивностью текущий этап в развитии тенденций, по мнению И. Д. Фомичёвой, — «трансактивность, сочетание творческой и организационной деятельности — не только усилий по сторителлингу, но и по разработке, организации и осуществлению разнообразных акций и проектов, предполагающих владение нетрадиционными для журналистов и других медиапрофессионалов навыками» [Фомичева 2018: 499].

Наибольшее разнообразие практик демонстрируют печатные издания. Преимущество локальных изданий в том, что им проще удерживать аудиторию, живущую рядом. Очевиден

тренд на гиперлокализацию контента: пространством коммуникации и активизма становятся отдельная улица, двор, многоквартирный дом.

В зарубежных исследованиях функционированию массмедиа (в частности, газет) на локальном уровне уделяется значительное внимание: «Особый акцент делается на их специфике и роли в жизни территориальных сообществ... Для обозначения такого рода ресурсов используется термин комьюнити-медиа» [Свитич и др. 2015: 20]. Новые формы журналистики, к которым относятся комьюнити журналистика, сформировались в рамках западной коммуникативной практики, основанной на выдвинутой Д. Гилмором оппозиции «традиционные медиа — медиа соучастия» [Gillmor 2004]. Данная установка сохраняет актуальность и «продолжает иметь смысл в оценке процессов современной журналистики» [Пустовалов, Березина 2013: 50]. В контексте анализа функций СМИ как форума и канала социального участия И. Д. Фомичева считает медиа средством порождения комьюнити как особой формы взаимодействия с гражданским обществом [Фомичева 2007]. Ряд отечественных исследователей городской и районной прессы 2010-х годов указывают на рецепцию традиции англоязычных стран рассматривать локальные медиа как агента демократических преобразований. Аудитория локальных СМИ, в отличие от федеральных, «пытается получить медиа, релевантные их повседневной жизни, позволяющие сохранить свою идентичность и автономность, выразить мнение» [Зорин 2014: 19]. В исследованиях проводится граница между субъектами гражданской и комьюнити журналистики: первая создается любителями и активистами, вторая — профессиональными

редакциями в сотрудничестве с сообществом [Хлебникова 2011].

Участники дискуссии на III Международном семинаре «Журналистика сообществ: опыт научных исследований в России и за рубежом» (2015, СПбГУ) пришли к выводу, что комьюнити медиа делают больше, чем освещение проблем локального уровня: они «могут (и активно это делают) создавать виртуальное и / или реальное пространство для коммуникации членов сообщества» [Иванян 2015: 48]. Коммуникативные связи членов сообщества образуют структуру социального пространства, которое медиатизируется на уровне физического пространства городов и помещений, социального пространства организаций и учреждений, пространства символического обмена между людьми [Блохин 2016].

**Материал и методы исследования.** Неинституциональные коммуникации, о которых шла речь выше, исследованы нами на примере победителей ежегодного конкурса «10 лучших газет России — 2018», организованного Союзом журналистов России и редакцией журнала «Журналистика и медиарынок». Это издания малых (с населением от 10 до 50 тыс. человек) и средних (с населением от 50 до 100 тыс. человек) городов: «Добринские вести» (Липецкая область), «Беловский вестник» (Кемеровская область), «Выксунский рабочий» (Нижегородская область), «Карталинская новь» (Челябинская область), «Нейва» и «ПроСевероуральск» (обе — Свердловская область); издания с более крупным охватом аудитории (от 100 до 600 тыс. человек): «Вперед» (Батайск, Ростовская область), «Амурская правда» (Благовещенск), «Центр» (Ижевск). Среди них 8 государственных газет и 2 принадлежащие местным медиагруппам. Они концентрируют контент

в печатной версии, на сайтах, которые являются многофункциональными городскими интернет-порталами, имеют высокий коэффициент конвергенции (аккаунты и группы в нескольких социальных сетях). Методом сплошной выборки изучен контент сайтов изданий и их аккаунтов в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассники с целью выявления способов реализации трансактивности: предложение социальных сервисов, использование социальных проектов и клубных форматов деятельности, требующих от журналистов новых компетенций в работе с аудиторией.

**Коммуникативная практика «медиа плюс сервис».** Особенность названной практики состоит в том, что она расширяет зоны обмена вниманием, информацией, инициативами, моделями поведения через их обсуждение, помогая читателям лучше понять друг друга. По мнению американского медиаэксперта Дж. Джарвиса, «журналистика должна перенести центр тяжести с производства контента для массового потребителя на сервис, предоставляемый частным лицам и сообществам» [Гатов 2011].

Коммуникационный сервис (сервис соединения) предоставляет мультимедийную интерактивную площадку для совместного обсуждения проблем развития территории. В голосовании и комментариях читатели решают, на что потратить дополнительные доходы бюджета, какое городское пространство благоустроить в первую очередь («Красный Север», «Амурская правда»). Самые обсуждаемые проблемы жителей всех регионов — уборка мусора, качество дорог, низкие зарплаты. Критический потенциал распределен неравномерно: менее выражен в печатной версии, но сосредоточен в соцсетях изданий и не уступает по резкости и откровенности высказываний

публику ВКонтакте «Подслушано в...», тогда как основная масса российских локальных СМИ используют соцсети только для перепостов с сайта. Крайне отрицательную реакцию группы ВКонтакте газеты «Карталинская новь» (Челябинская область) вызвало сообщение о том, что губернатор за рулем отечественного автомобиля в сопровождении автобуса с журналистами протестировал одну из отремонтированных дорог недалеко от региональной столицы. Ему посоветовали отказаться от «постановочных встреч» и свернуть вглубь области, а журналистам пересечь на «Оку». Обсуждается и необходимость прямых выборов глав городских поселений. Онлайн-активность может переходить в офлайн-практики, объединяя пользователей для совместного благоустройства парка или расчистки прибрежной территории от мусора.

Сервис мониторинга и контроля деятельности местных органов власти дает сообществу возможность публиковать фото, видео и текстовые материалы, фиксирующие состояние тротуаров, освещения, пешеходных переходов и др., сообщать, на каких улицах работает (или не работает) уборочная техника. Читатели «Центра» (Ижевск) сопровождают главу города в прогулках по своему микрорайону и обсуждают, какие объекты внести в программу благоустройства, формулируют вопросы чиновникам перед их теле- или радиоэфиром. На еженедельное голосование «Мы выбираем» по важнейшим для территории вопросам в печатной версии, на сайте и в соцсетях «Амурской правды» выносятся социальные, экономические, культурные инициативы областного правительства, глав городов и районов, депутатов, общественных деятелей. Активность граждан получает



поддержку местной администрации в случае совпадения с задачами власти по обеспечению жизнедеятельности территории, социальными обязательствами перед местным электоратом.

Информационный сервис предлагает контент в зависимости от типа платформы: если в печатной версии размещается в основном редакционный материал, то на сайте — новости и блоги гражданских журналистов, которым отведены соответствующие разделы. Уникальный локальный контент профессионалов может быть мультимедийным: на сайте издания «ПроПервоуральск» ведется прямая видеотрансляция о важных городских событиях с комментариями граждан. «Красный Север» (Салехард) регулярно размещает видеобзор «Главное за неделю». Журналисты «Карталинской нови» имеют официальный редакционный канал на YouTube, где размещают снятые ими ТВ-сюжеты студии «Местное время» и не вошедшие в печатную версию новости. В специальных рубриках локальных газет Свердловской области публикуются блоги оппозиционных политиков (Е. Ройзмана, А. Навального), участников региональных социальных протестов. Диверсификация контента может уступать место координации: в газете «Вперед» (Батайск) любая информация, опубликованная пользователями в группе, может быть использована в печатной версии за их подписью, новости размещаются не анонимно. Потенциал гражданской журналистики на аналогичных условиях реализует редакция «Нейвы», открыв в бумажном варианте рубрику «Соцсети».

Справочно-информационная служба представлена во всех анализируемых изданиях в привычных форматах (местные справочники, объявления, расписание движения транспорта), однако присутствует и местная

специфика: ежедневный подробный прогноз погоды («Красный Север»), перечень секций, творческих студий, клубов по месту жительства с условиями приема («Выксунский рабочий»); график работы детских врачей или приема чиновниками городской администрации («Беловский вестник»).

Досуговые сервисы включают в себя тесты, игры, конкурсы, культурную афишу. Наряду с бесплатными сервисами созданы платные: для сообщества (подписка на полнотекстовую интернет-версию, мультиплатформенная публикация объявлений, платный доступ к архивам, услуги доставки) и для рекламодателей (нативная реклама, коммерческие блоги).

**Социальные проекты.** Сегодня они освоены большинством российских печатных СМИ в виде конкурсов, голосований, акций, event-мероприятий. Проект как коммуникация, нацеленная на конкретный результат, в большинстве российских изданий существует в двух формах: информационное сопровождение действия, происходящего вне газеты, и рубрика, поддерживаемая внешними усилиями редакции.

Представим наиболее распространенные типы проектов в исследуемых газетах.

1) Историко-краеведческие (исчезнувшие деревни, дворянские усадьбы, разрушенные храмы; память о первых сельских коммунах, жертвах политических репрессий и др.).

2) «Людам о людях» (о живущих рядом земляках и соседях: «банк» позитивных мотивирующих историй). Только в видеопроекте «Русские бесы» («Вперед», Батайск) свои подлинные истории рассказывают социальные маргиналы. Ключевое понятие, характеризующее подобные проекты — гиперлокальность: от «героев города» к «героям улицы, двора, дома», от истории города — к отдельным зданиям и т.п.

3) Создание комфортной среды (благоустройство родников, общественных пространств, помощь бездомным животным). Наиболее успешны проекты, требующие организационных усилий редакции: журналистка, поддерживаемая советами аудитории, в течение месяца жила на региональный прожиточный минимум (10292 рубля), публикуя фото, видео, текстовые отчеты («Вперёд», Батайск).

4) Гуманитарные проекты о людях, попавших в трудную жизненную ситуацию, реализуются всеми изученными изданиями (журналисты собирают книги для сельских библиотек, помогают провести воду в дом многодетной семьи). После публикации о сельской жительнице — пенсионерке, инвалиде, воспитывающей трёх несовершеннолетних внуков, — редакция «Нейвы» (Свердловская область) собрала для неё средства на офтальмологическую операцию, обеспечила медицинское сопровождение, с помощью волонтеров отремонтировала дом. «Амурская правда» помогла отцу-одиночке, после смерти жены воспитывающему шестерых детей. В возникших интернет-дискуссиях читатели обсуждали, почему журналисты фактически замещали функции органов социальной защиты, благотворительных фондов, лечебных учреждений. Ситуацию комментировали редакторы газет, врачи, местные жители, но не ответственные ведомства.

**Клубный формат деятельности.** Одной из значимых городских «офлайн» коммуникативных практик А. Г. Квят считает посещение «третьих мест» [Квят 2013: 352] (термин для обозначения противоположности таким типам пространств, как дом и офис). К данному типу пространства относятся площадки с возможностью новых интересных контактов — кафе, библиотеки, парки и др., расширяющие

спектр услуг и социальных коммуникаций. Они обладают такими признаками, как доступность, открытость, демократичность. Основной вид деятельности в них — общение, круг постоянных посетителей создает неформальную атмосферу места. Целью становится создание сообществ по интересам из числа жителей, объединенных общей территорией, поиск новых друзей, развитие гражданского активизма. Сегодня роль «третьих мест» могут выполнять редакции комьюнити медиа в малых и средних городах. Журналисты открывают собственное рабочее офисное пространство для деятельности, близкой по форме и функциям к клубной.

Клубный формат становится одним из новых компонентов социального взаимодействия, что усиливает субъектность сообщества. Клуб можно рассматривать как социальную структуру людей, объединенных общей идеей и интересом. Она может оформиться в границах любой формальной группы и обладает подвижностью связей. Наиболее полно клубный формат в российских СМИ представляет сайт журнала «Сноб». Платная клубная карта дает доступ ко всем материалам сайта, возможность их обсуждения с авторами; право посещать предпремьерные кинопоказы, фестивали, выставки; получать специальные предложения и скидки от партнеров проекта (ресторанов, магазинов, клубов). Однако типологическая (прежде всего аудиторная) специфика данного издания ориентирует его на создание социальной общности, обладающей привилегиями доступа к эксклюзивному контенту, закрытым event-мероприятиям и сервисам, что не представляется возможным для локальных изданий.

Исследованные газеты создают у всех жителей территории чувство дружеской сопричастности, локальной

идентичности и солидарности. Так, редакция может объединить любителей велотуризма для путешествий по району с краеведом по старинным картам, встречаясь на маршруте с местными жителями — подписчиками («Выксунский рабочий») и каждый раз привлекая новых участников. Редакция «Добринских вестей» проводит спортивные соревнования с участием сотрудников и жителей района на призы газеты. Публикуется поэзия и проза читателей, в редакции проходят творческие встречи местных авторов. Редакционный воскресный клуб любителей чтения приглашает детей с мамами и бабушками читать вслух книги и пить чай («ПроПервоуральск»). Газета «Нейва» организовала молодежную журналистскую студию «Акулы в перьях» и обучает школьников азам профессии. Для активных подписчиков выпущена бесплатная дисконтная карта.

**Выводы.** Лучшие российские локальные газеты реализуют модель журналистики сообществ (комьюнити медиа). Социальное пространство формируется локальными изданиями в трёх средах: печатная версия, сайт, соцсети — по принципу digital first (сначала материалы размещаются на сайте издания). Вовлечение и удержание сообщества происходит через трансактивность — предложение не только профессионального контента, но и социальных сервисов, участия в социальных проектах и клубных форматах деятельности, направленных на развитие территории и улучшение качества жизни. Критический потенциал сообщества сосредоточен в социальных сетях, куда аудитория идёт не за сбалансированной оценкой, а за эмоциональным обсуждением событий, процессов или персон. Журналисты являются частью сообщества, а не его владельцами, поэтому рассказывают о жизни редакции и сотрудничают

с гражданскими журналистами. Через организационные формы, созданные газетой, сообщество обретает субъектность в политическом пространстве наряду с социальными институтами и властными структурами, партнёрами которых становится.

#### Литература

Блохин, И. Н. (2016). Медиапространство как социологическая категория. *Век информации. Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования*, 1, 22–30.

Гатов, В. (2015). *Postjournalist. Журналистика после «цифрового перехода»*. Ридеро. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.libfox.ru/641616-vasiliy-gatov-postjournalist.html>.

Зорин, К. А. (2014). Локальные СМИ как агент демократических преобразований в условиях медийной асимметрии. *Журналистика в 2013 году: творчество, профессия, индустрия* (с. 19–20). М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. Ломоносова.

Иванян, Р. Г. (2015). Комьюнити журналистика: особенности, функции, опыт. *Журналистика сообществ: опыт и научные исследования в России, США, Северной Европе* / под ред. С. Г. Корконосенко (с. 43–52). СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Филол. ф-т.

Квят, А. Г. (2013). Новые коммуникативные практики в российских городах. *Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы* (с. 351–360). М.: Издательство АПК и ППРО.

Пустовалов, А. В., Березина, И. А. (2013). Новые формы журналистики во взаимодействии с гражданским обществом. *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика*, 1, 40–51.

Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития в 2018 году. *Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям*. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2019/pechat1.html>.

Свитич, Л. Г., Смирнова, О. В., Ширяева, А. А., Шкондин, М. В. (2015). *Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование:*

опрос редакторов и журналистов. М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова.

Фомичева, И. Д. (2018). Массовая коммуникация и новые формы социальной общности. *Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия* (с. 499). М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Фомичева, И. Д. (2007). *Социология СМИ*. М.: Аспект Пресс.

Хлебникова, Н. В. (2011). Гражданская журналистика: к истории становления термина. *Медиаскоп*, 3. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://www.mediascope.ru/node/896>.

Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people* [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.oreilly.com/openbook/wemedia/book/>.

Сведения об авторе:

Марина Вадимовна Ливанова, канд. филол. наук, доцент; [marliv@rambler.ru](mailto:marliv@rambler.ru).

## NOT JUST JOURNALISM: LOCAL NEWSPAPER AS A SOCIAL SPACE

*M. V. Livanova*

Smolensk State University  
4, Przhevalsky Str., 214000, Smolensk, Russian Federation

The article examines transactivity as a combination of the creative and organizational activities of local newspapers considered as community media.

Transactivity proposes to learn new media practices and journalistic competencies to create a space of civic initiatives and to share content and services in real life and online. The involvement and activation of the local community occur through the offer of multimedia social services (communication, information, monitoring and control of local authorities, reference, leisure) to develop the territory and improve the quality of life. The communicative practice of "media plus

service", social projects, event management, club formats of relations between the editorial staff and the audience were studied on the example of local newspapers – winners of the contest "10 best newspapers of Russia-2018". These newspapers give social subjectivity to the local community through the organizational forms they have created more successfully than federal ones. The importance of journalist in small and medium-sized cities increase.

*Keywords:* local newspaper, community media, transactivity, social services.

## References

Blokhin, I. N. (2016). Mediaprostranstvo kak sociologicheskaja kategorija [Media space as a sociological category]. *Vek informacii. Zhurnalistika XXI veka: poiski teoreticheskogo obosnovaniia* [Information age. Journalism of the XXI century. The search for a theoretical explanation], 1, 22–30. (In Russian)

Fomicheva, I. D. (2007). *Sociologija SMI* [Sociology of media]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Fomicheva, I. D. (2018). Massovaja kommunikacija i novye formy social'noj obshhnosti [Mass communication and new forms of social community]. *Zhurnalistika v 2017 godu: tvorcestvo, professija, industrija* [Journalism in 2017: Creativity, profession, industry] (pp. 499). Moscow: Mediamir; Faculty of journalism, Lomonosov Moscow State University Publ.

Gatov, V. (2015). *Postjournalist. Zhurnalistika posle cifrovogo perehoda* [Postjournalist. Journalism after the digital transition]. Ridero. [Web-page]. Retrieved from <https://www.libfox.ru/641616-vasilij-gatov-postjournalist.html>. (In Russian)

Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. [Web-page]. Retrieved from <https://www.oreilly.com/openbook/wemedia/book/>.

Hlebnikova, N. V. (2011). Grazhdanskaya zhurnalistika: k istorii stanovleniya termina [Citizen journalism: On the history of the formation of the term]. *Mediaskop* [MediaScope], 3. [Web-

page]. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/node/896>. (In Russian)

Ivanyan, R. G. (2015). Kom'yuniti zhurnalistika: osobennosti, funkcii, opyt [Community journalism: Specificity, functions, experience]. S. G. Korkonosenko (Ed.), *Zhurnalistika soobshchestv: opyt i nauchnye issledovaniya v Rossii, SShA, Severnoj Evrope* [Community journalism: Experience and research in Russia, USA, Northern Europe] (pp. 43–52). Saint Petersburg: Saint Petersburg State University, Philological Faculty Publ. (In Russian)

Kvjat, A. G. (2013). Novye kommunikativnye praktiki v rossijskih gorodah [New communicative practices in Russian cities]. *Razvitie russkojazychnogo mediaprostranstva: kommunikacionnye i jeticheskie problemy* [Development of Russian-language media space: Communication and ethical problems] (pp. 351–360). Moscow: APK and PPRO Publ. (In Russian)

Pustovalov, A. V., Berezina, I. A. (2013). Novye formy zhurnalistiki vo vzaimodejstvii s grazhdanskim obshhestvom [New forms of journalism in interaction with civil society]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Moscow University Journalist Bulletin], 1, 40–51. (In Russian)

Rossijskaja periodicheskaja pechat'. Sostojanie, tendencii i perspektivy razvitiya v 2018 godu [Russian periodical press. State, trends and prospects of development in 2018]. *Federal'noe agentstvo po pechatu i massovym kommunikacijam* [Federal Press and Mass Communications Agency]. [Web-page]. Retrieved from <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2019/pechat1.html>. (In Russian)

Svitich, L. G., Smirnova, O. V., Shirjaeva, A. A., Shkondin, M. V. (2015). *Gazety srednih i malyh gorodov Rossii. Sociologicheskoe issledovanie: opros redaktorov i zhurnalistov* [Newspapers of medium and small cities of Russia. Sociological research: interview of editors and journalists]. Moscow: Faculty of journalism, Lomonosov Moscow State University Publ. (In Russian)

Zorin, K. A. (2014). Lokal'nye SMI kak agent demokraticeskikh preobrazovanij v uslovijah medijnoj assimetrii [Local media as agent of democratic transformations in the conditions of media asymmetry]. *Zhurnalistika v 2013 godu: tvorchestvo, professija, industrija* [Journalism

in 2013: Creativity, profession, industry] (pp. 19–20). Moscow: Mediamir; Faculty of journalism, Lomonosov Moscow State University Publ.

Author's information:

Marina V. Livanova, PhD in Philology, Associate Professor; [marliv@rambler.ru](mailto:marliv@rambler.ru).

**Т. Е. Новикова**  
Нижегородский  
государственный  
университет  
им. Н. И. Лобачевского

Российская Федерация, 603000,  
Нижний Новгород, ул. Большая  
Покровская, 37

В статье анализируется образ ведущего общественно-политического ток-шоу на современном российском телевидении в аспекте следования профессиональным этическим нормам журналистики. Материалами исследования избраны программы-финалисты российской национальной телевизионной премии ТЭФИ-2019, в номинации «Ведущий общественно-политического ток-шоу прайм-тайма». Автор отмечает, что указанные им примеры нарушений этических норм телеведущими, удостоенными высшей награды Фонда «Академия российского телевидения», противоречат правилам, установленным действующими в России деонтологическими документами. Следствием этих явлений стали широкий общественный резонанс и критика в профессиональной и академической журналистской среде. Одним из способов преодоления негативных тенденций автор намечает необходимость совершенствования системы подготовки специалистов в области средств массовой коммуникации в соответствии с требованиями профессионального стандарта «Ведущий телевизионной программы» и актуализированного ФГОС.

*Ключевые слова:* образ телеведущего, общественно-политическое ток-шоу, профессиональная этика журналиста, журналистское образование.

© Новикова Т. Е., 2020

УДК 070 (075.8)

## **ОБРАЗ ВЕДУЩЕГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ТОК-ШОУ НА СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

**Введение.** Медийный образ является одним из признанных стандартов для формирования культурных, социальных, поведенческих и иных норм в обществе. Это определяет значимость этической корректности в процессе создания экранного образа ведущего телепрограммы. Отметим, что наметившаяся сегодня тенденция пренебрежения моральными нормами продиктована не столько самосознанием и гражданской позицией журналиста, сколько таблоидной редакционной политикой телеканалов, тяготением к театрализации и развлекательности.

**Обзор работ по теме.** Профессиональное и академическое медиасообщество уже не первое десятилетие волнуют вопросы этики в средствах массовой коммуникации. Нарушения этических норм рассматриваются как следствие театрализованной экранной культуры, «шоу-цивилизации» (С. Н. Ильченко), сложившейся в российском медиапространстве. Экранная реальность постмодерна была подробно описана в работах Г. Дебора, М. Маклюэна, Н. Лумана, Ж. Бодрияра, П. Бурдьё и других. Общетеоретическую основу данной статьи составили работы исследователей факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова и Высшей школы журналистики и

массовых коммуникаций СПбГУ: Е. П. Прохорова, Д. С. Авраимова, А. Г. Рихтера, Г. В. Лазутиной, И. А. Панкеева, С. Г. Корконосенко, С. Н. Ильченко, К. А. Назаретян. На проблему этической и содержательной деструкции современных общественно-политических ток-шоу нередко указывали исследователи: Н. В. Лаврентьева, В. С. Байдина, Р. П. Баканов, А. А. Грабельников и Н. С. Гегелова, Э. А. Королькова, Л. С. Макарова и Т. Е. Новикова.

**Цель, материалы и методы исследования.** Цель исследования — выявить нарушения профессиональной журналистской этики ведущими общественно-политических ток-шоу и показать пути их преодоления через совершенствование системы подготовки журналистов в соответствии с требованиями профессиональных стандартов. В исследовании использовался сравнительно-типологический метод, направленный на выявление подходов к проблемам профессиональной журналистской деятельности. Для обработки публикаций в СМИ применялся метод мониторинга. Материалами исследования стали программы-финалисты номинации «Ведущий общественно-политического ток-шоу прайм-тайма» российской национальной телевизионной премии ТЭФИ в период 2017-2019 гг.

**Результаты исследования.** Высшую награду телевизионной премии в 2017 году разделили Ольга Скабеева, Евгений Попов («60 минут», Россия 1), Роман Бабаян («Право голоса», ТВ Центр), Артем Шейнин («Первая студия», Первый канал). В 2018 году — Ольга Скабеева, Евгений Попов («60 минут», Россия 1), Дмитрий Куликов, Николай Злобин («Красный проект», ТВ Центр), Аркадий Мамонтов («Следы империи», Спас), Артем Шейнин,

Екатерина Стриженова, Анатолий Кузичев («Время покажет», Первый канал). Победителем номинации 2019 года стал Дмитрий Куликов («Право знать», ТВ Центр); финалистами — Дмитрий Лысков («ПРАВ!ДА?», ОТР) и Андрей Норкин («Место встречи», НТВ) [Индустриальная телевизионная премия ТЭФИ 2019]. Обращает на себя внимание тенденция регулярного попадания в шорт-лист О. Скабеевой и Е. Попова, А. Шейнина и А. Кузичева. Этически некорректное, а иногда вызывающее поведение этих ведущих стало постоянным объектом российской медиакритики. Обозреватель «Новой газеты» Ирина Петровская определила поведение А. Шейнина в эфире программы «Время покажет» как «стиль подворотни» [Петровская 2017: 24]. Содержание выпусков программы неоднократно вызывало негодование зрителей, отраженное в виде многочисленных постов в Твиттере и под самим сюжетом, представленным на сайте Первого канала. Из этой ситуации в настоящее время вещатель нашел выход, попросту отключив трансляцию зрительских комментариев в эфире «Время покажет».

В контексте данного исследования показательным является экранное амплуа Андрея Норкина, ведущего общественно-политического ток-шоу «Место встречи» на канале НТВ. Внешний облик Андрея Норкина можно назвать строго официальным: волосы с проседью, аккуратная стрижка, очки, деловой костюм, рубашка исключительно светлых оттенков. Тем более заметен диссонанс между внешним видом ведущего и преднамеренно низким уровнем культуры его общения с гостями в студии. Так, в отдельных выпусках программы Норкин использует сниженную лексику и даже брань: «Вы знаете, что такое совесть, уроды?» [Место встречи 2018], — заявил

он украинскому политологу Вячеславу Ковтуну в эфире программы 23 февраля 2018 года; «Вы правда дурак или делаете вид?» [Место встречи 2017], — такой вопрос был обращен к украинскому блогеру Максиму Гайдуку, выпуск 25 августа 2017 года. Не обходится и без рукоприкладства. Большой резонанс в обществе был вызван дракой («жесткое столкновение», как деликатно выразилась коллега Ольга Белова) Андрея Норкина с одним из гостей программы — украинским политологом Дмитрием Суворовым в эфире 22 февраля 2018 года [Место встречи 2018]. «Визитной карточкой» ведущего общественно-политической программы, посвященной проблемам международного и российского масштаба, стало рассказывание в эфире не вполне пристойных анекдотов.

Несомненно, позиция некоторых участников ток-шоу способна вызвать негодование и аудитории, и ведущих в студии («хамство и беспринципная позиция нашего украинского гостя», по деликатному выражению Ольги Беловой). Однако было бы ошибкой полагать, что продюсеры и организаторы, приглашая гостей, не имеют полного представления об их политических взглядах и социальном статусе. На этот факт указывала, в частности, Н. В. Лаврентьева: «Одиозный выбор гостей, которые транслируют тенденциозное представление сложившейся ситуации, негативно относятся к России и российскому народу <...> однако это не мешает им перемещаться с канала на канал, из передачи в передачу, упрощая и нивелируя сложные общественно-политические проблемы» [Лаврентьева 2019: 48]. Тенденция общей деструкции формата общественно-политического ток-шоу отмечена А. А. Грабельниковым и Н. С. Гегеловой: «Политические ток-шоу носили конструктивный, сози-

дательный характер, а участники программ умели слушать друг друга и аргументированно высказывали свою точку зрения. Эксперты и их оппоненты не позволяли себе нелицеприятных выражений в адрес собеседников, не говоря уже о сквернословии. Как правило, эти телепрограммы имели высокий рейтинг и постоянную зрительскую аудиторию. Такое спокойное, взвешенное, деловое, культурное обсуждение сложных вопросов как раз и привлекало зрителей к этим программам. Профессиональные ведущие умели направить дискуссию в нужное русло, последовательно освещая все аспекты рассматриваемой проблемы. И это выгодно отличает ток-шоу периода перестройки от тех, которые предлагают российские телеканалы в настоящее время» [Грабельников, Гегелова 2018: 235].

В многочисленных работах, посвященных в том числе проблеме социальной ответственности отечественных СМИ, С. Н. Ильченко поясняет, что развязная, агрессивная позиция общественно-политических ток-шоу и их ведущих есть частный случай становления «шоу-цивилизации» — разновидности экранных зрелищ, опирающихся на яркую, игровую форму (порою с соревновательным элементом) эфирного контента [Ильченко 2012: 228].

Продемонстрированные в данной статье примеры нарушений этических норм телеведущими, отмеченными высшей наградой Фонда «Академия российского телевидения», отступают от целого ряда положений, описанных в тексте Медиаэтического стандарта Общественной коллегии по жалобам на прессу: Принцип 2. «Профессиональная и социальная ответственность журналиста», Принцип 5. «Уважение частной жизни и человеческого



достоинства» и Принцип 6. «Различение общественных интересов и общественного любопытства» [Медиаэтический стандарт 2015]. Кроме того, они противоречат основному требованию профессионального стандарта «Ведущий телевизионной программы»: «Быть лицом телеканала и центральной фигурой программы; обретать доверие телезрителей при подаче информации, ведении телепрограмм» [Приказ Минтруда России 2014].

Следствием этих явлений стала масштабная критика телевизионной премии в профессиональной и академической журналистской среде. «Сегодня, с моей точки зрения, ТЭФИ потерял свое общенациональное значение, лишился того статуса, которым он, безусловно, обладал, стал абсолютно рядовым призом среди десятков других», — признается в одном из интервью Владимир Познер. Далее он отметил «совершенно недемократический характер определения победителей конкурса» [Никитина 2019]. «В общественно-политических и информационно-аналитических программах беда и засада. Потому что по-прежнему как лучшие <...> в этот шорт-лист опять вошли “60 секунд”, “Вести недели”, Скабеева с Поповым, “Место встречи” Норкина и сам Норкин, “Центральное телевидение” — Такменев и его напарница Анна Янкина» [Петровская 2019], — подводит итоги Ирина Петровская в эфире радио «Эхо Москвы». «ТЭФИ идет к своему краху: сегодня премия, к сожалению, никак не отражает уровень профессионального мастерства, не связана с качеством работы» [Кара-Мурза-ст. 2017], — заявляет Владимир Кара-Мурза-ст.

**Заключение.** Результаты проведенного исследования позволяют сформулировать следующие выво-

ды. Рост профессиональной и академической критики, отмеченный автором, призван содействовать формированию критических воззрений аудитории на таблоидный телеконтент и транслируемые им экранные образы. Кроме того, в России продолжается деятельность органов саморегулирования СМИ, способствующих повышению профессионально-этического самосознания журналистов, — Союза журналистов России и Общественной коллегии по жалобам на прессу. Набирает силу медиаобразование. Но результативность указанных институтов ещё довольно низка. Одним из способов разрешения проблемной ситуации, сложившейся в российском медиапространстве, автор считает необходимость популяризации, всестороннего изучения профессиональной этики в процессе подготовки будущих журналистов, а именно в рамках изучения дисциплин «Профессиональная этика журналиста», «Правовые основы журналистики», «Деонтология журналистики» и «Этика делового общения. Основы коммуникационного менеджмента». Общеобразовательная программа по направлению подготовки «Журналистика» уделяет значительное внимание профессионально-этическим требованиям к будущему журналисту и отражает стремление академического и профессионального сообщества преодолеть негативные тенденции, связанные с нарушением этических норм в современном информационном пространстве России.

#### Л и т е р а т у р а

Грабельников, А. А., Гегелова, Н. С. (2018). Политические ток-шоу — на российских телеканалах. *Вестник Российского Университета Дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*, 2 (23), 234–245.

Ильченко, С. Н. (2012). Шоу-цивилизация: реальность современной медийной практики. *Вестн. С.-Петербур. ун-та. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика, 1*, 227–230.

Ведущий общественно-политического ток-шоу прайм-тайма. *ТЭФИ* [Web-страница]. (б/д). Электронный ресурс <https://tefitv.ru/nominations/ведущий-политического-шоу-2019/>.

Кара-Мурза-ст., В. (2017). ТЭФИ идет к своему краху. *Собеседник*. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://sobesednik.ru/kultura-i-tv/20170628-vladimir-kara-murza-st-tefi-idet-k-svoemu-krahu>.

Лаврентьева, Н. В. (2019). Современные политические ток-шоу на российском телевидении. Н. С. Авдоница (Сост. и отв. ред.), *Журналистика и политика: взаимодействие и взаимовлияние. Матер. Всерос. научной конф.* (с. 47–49). Архангельск: САФУ. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://elibrary.ru/item.asp?id=39819876>.

*Медиаэтический стандарт 2015*. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756>.

Место встречи. 23.02.2018. *НТВ*. [Web-страница]. Электронный ресурс

<https://www.youtube.com/watch?v=GlNynTmVcP0&list=PLSgy-gJ-dkS9KGmySidWwCHs2MxnizF1s&index=381&t=0s>.

Место встречи. 25.08.17. *НТВ*. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=E0ksx5qnVRk&list=PLSgy-gJ-dkS9KGmySidWwCHs2MxnizF1s&index=498&t=0s>.

Место встречи. 22.02.18. *НТВ*. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=Sf0HioReT5g>.

Никитина, О. (2019). Познер вышел из жюри премии ТЭФИ. *Взгляд*. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://vz.ru/news/2019/7/7/981718.html>.

Петровская, И. (2019). Человек из телевизора. *Эхо Москвы*. [Web-страница]. Электронный ресурс <https://echo.msk.ru/contributors/539/>.

*Приказ Минтруда России от 04.08.2014 № 534н «Об утверждении профессионального стандарта «Ведущий телевизионной*

*программы»»* (Зарегистрировано в Минюсте России 20.08.2014 № 33669). [Web-страница]. (б/д). Электронный ресурс <http://fgosvo.ru/uploadfiles/profstandart/11.004.pdf>.

Сведения об авторе:

*Татьяна Евгеньевна Новикова*, канд. филос. наук, доц.; [tatyananovikova@yandex.ru](mailto:tatyananovikova@yandex.ru).

## THE IMAGE OF A POLITICAL TALK SHOW HOST ON MODERN RUSSIAN TELEVISION: PROFESSIONAL AND ETHICAL ASPECT

*T. E. Novikova*

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod  
37, Bolshaya Pokrovskaya, 603000, Nizhny Novgorod, Russian Federation

The article analyzes the image of a socio-political talk show host on modern Russian television and studies, to which extent he follows professional ethical standards of journalism. To achieve this goal, we studied the TV shows — finalists of the Russian national television award TEFI-2019 in the category “The host of socio-political prime-time talk show”. Some of the TV presenters have won the “Academy of Russian Television” Foundation award. But their violations of ethical standards contradict the rules established by deontological documents in force in Russia. This contradiction caused a great public response and criticism in the professional and academic journalism corporation. The author proposes the way to overcome negative trends by improving the system of training in the field of mass communication in accordance with the requirements of the professional standard “Presenter of a Television Program” and the updated educational standard.

*Keywords:* the image of a TV presenter, social and political talk shows, professional ethics of a journalist, journalism education.

## References

Grabelnikov, A. A., Gegelova, N. S. (2018). Politicheskie talk-show na Rossijskih telekanalah [Political talk shows on Russian TV channels]. *Vestnik Rossijskogo Universiteta Druzhiby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika* [Bulletin of the Russian University of Peoples' Friendship. Series: Literature Studies. Journalism], 2(23), 234–245. (In Russian)

Ilchenko, S. N. (2012). Shou-civilizaciya: Real'nost' sovremennoj medijnoj praktiki [Show civilization: The reality of modern media practice]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika* [Bulletin of the St. Petersburg University. Series 9. Philology. Orientalism. Journalism], 9, 227–230. (In Russian)

Kara-Murza-st., V. (2017). TEFI idet k svoemu krahu [TEFI is heading for its collapse]. *Sobesednik* [Conversationalist]. [Web-page]. Retrieved from <https://sobesednik.ru/kultura-i-tv/20170628-vladimir-kara-murza-st-tefi-idet-k-svoemu-krahu>. (In Russian)

Lavrent'eva, N. V. (2019). Sovremennye politicheskie tok-shou na Rossijskom televidenii [Contemporary political talk shows on Russian television]. N. S. Avdonina (Ed.), *Zhurnalistika i politika: vzaimodejstvie i vzaimovliyanie. Materialy Vserossijskoj nauchnoj konferencii*. [Journalism and politics: Interaction and mutual influence. Materials of the All-Russian scientific conference] (pp. 47–49). [Web-page]. Retrieved from <https://elibrary.ru/item.asp?id=39819876>. (In Russian)

*Mediaeticheskij standart (2015)* [Media ethical standard]. [Web-page]. Retrieved from <https://presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756>. (In Russian)

Mesto vstrechi [Place to meet]. 22.02.18. *NTV*. [Web-page]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Sf0HioReT5g>. (In Russian)

Mesto vstrechi [Place to meet]. 23.02.2018. *NTV*. [Web-page]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=G1NynTmVcP0&list=PLSgy-gJ-dkS9KGmySidWwCHs2MxnizF1s&index=381&t=0s>. (In Russian)

Mesto vstrechi [Place to meet]. 25.08.17. *NTV*. [Web-page]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=E0ksx5qnVRk&list=PLSgy-gJ-dkS>

9KGmySidWwCHs2MxnizF1s&index=498&t=0s. (In Russian)

Nikitina, O. (2019). Pozner vyshel iz zhyuri premii TEFI. [Posner is out of the TEFI jury]. *Vzglyad* [View]. [Web-page]. Retrieved from <https://vz.ru/news/2019/7/7/981718.html>. (In Russian)

Petrovskaya, I. (2019). Chelovek iz televizora [Man from TV]. *Ekho Moskvy* [Echo of Moscow]. [Web-page]. Retrieved from <https://echo.msk.ru/contributors/539/>. (In Russian)

*Prikaz Mintruda Rossii ot 04.08.2014 № 534n "Ob utverzhdenii professional'nogo standarta "Vedushchij televizionnoj programmy"* [Order of the Ministry of Labor of Russia from 04.08.2014 № 534n "On approval of the professional standard "TV program host"']. [Web-page]. (No date). Retrieved from <http://fgosvo.ru/uploadfiles/profstandart/11.004.pdf>. (In Russian)

Vedushchij obshchestvenno-politicheskogo tok-shou prajm-tajma [The "Prime-time Social and Political Talk Show Host"']. *TEFI* [Web-page]. (No date). Retrieved from <https://tefitv.ru/nominations/ведущий-политического-шоу-2019/>. (In Russian)

Author's information:

*Tatyana E. Novikova*, PhD, Associate Professor; [tatyananovikova@yandex.ru](mailto:tatyananovikova@yandex.ru).

**И. В. Упоров**

Краснодарский  
университет МВД России  
Российская Федерация, 350005,  
г. Краснодар, ул. Ярославская,  
128

Раскрываются особенности развития журналистики в России постсоветского периода. Отмечается, что ввиду внедрения современных компьютерно-информационных технологий получения, обработки, сохранения и передачи информации меняются и функции журналистики как социального института, которая приспосабливается к обновляющемуся образу жизни российских граждан под влиянием как научно-технического прогресса, так и смены общественно-экономической формации после распада СССР в 1991 году. В результате жанровое разнообразие в журналистике было существенно сокращено, и сейчас не востребованы такие газетно-журнальные жанры, как, например, очерк, фельетон, памфлет и др. Вместе с тем одновременно расширяются технические возможности создания и предложения потребителю аудио- и видеоконтента. В итоге в ближайшие годы от журналистов будут требоваться прежде всего проверенная информация о событиях и комментарии к ним.

*Ключевые слова:* журналистика, жанр, государство, общество, цифровые технологии, информация.

© Упоров И. В., 2020

УДК 470

**НОВАЯ ЭПОХА ОСТАВЛЯЕТ  
РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ  
ДВЕ ФУНКЦИИ:  
ИНФОРМИРОВАНИЕ  
И КОММЕНТИРОВАНИЕ**

**Введение.** Внедрение в повседневную жизнь современного общества цифровых информационных технологий, безусловно, в значительной степени изменил и изменяет не только формы, но и содержание многих, если не большинства, сфер человеческой деятельности, и прежде всего так или иначе связанных с получением, обработкой, генерированием, сохранением и передачей разнообразной информации. Журналистика в этом смысле не только не является исключением, но представляет собой как раз объект наибольшего применения компьютерно-интернетовских методов. Вместе с тем, на наш взгляд, не следует переоценивать значение цифровой революции, которая имеет прежде всего технологический характер, поскольку является результатом последовательного развития научно-технического прогресса. Так, в СССР еще в начале 1970-х годов использовались ЭВМ отечественного производства. Другое дело, что тогдашние ЭВМ были громадных размеров и в них использовались до-цифровые технологии (принцип действия основывался на механической составляющей), которые со временем усовершенствовались до современных. А если иметь в виду журналистику (отечественную), то после двух веков монополии бумажных газет и журналов к таковым в 1920-х годах прибавилось

радио, а с рубежа 1960 года — телевидение. Распад СССР, а вместе с ним всей системы социализма пришелся на начало 1990-х годов, что совпало как раз с началом той самой цифровой революции в нашей стране, когда в Россию стали массово завозиться компьютеры зарубежного производства. На наш взгляд, в исследованиях по последующей трансформации отечественной журналистики явно недооценивается политико-экономический фактор (смена общественной модели с социализма на капитализм, то есть переход экономики России на рыночные отношения). В этой связи представляется необходимым раскрыть во взаимосвязи эти два фактора с точки зрения их влияния на отечественную журналистику в новейшей России.

#### **Обзор работ по заявленной теме.**

Развитие российской журналистики в условиях цифровых технологий стало активно обсуждаться в литературе примерно десять лет назад, когда довольно четко была обозначена тенденция приоритета «цифры» в этой сфере. Данная проблематика была предметом анализа таких авторов, как З. С. Антипина, А. Н. Архангельский, Р. В. Даутова, А. Д. Иванов, К. А. Карякина, А. Г. Качкаева, М. С. Корнев, Е. Г. Лапина-Кратасюк, А. Мирошниченко, И. М. Печищев, И. А. Полуэхтова, Ю. П. Пургин, О. М. Милантьева, С. А. Шомова, А. С. Чернавский и др. Практически все авторы отмечают, что с внедрением цифровых технологий средства массовой информации переживают процесс модернизации, который протекает очень активно.

Широкое распространение имеет высказанная еще в 2003 году мысль о том, что нарастает медиаконвергенция, которая определяется как «синоним магистральных преобразований в медиасфере» [Вартанова 2003: 286] и суть которой заключается в «слиянии,

интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс <...> во взаимодействии различных СМИ для создания, обработки и распространения контента» [Зиновьев 2012: 18]. Подробно обсуждается тема интерактивного, мультимедийного, универсального характера коммуникаций, который не был свойствен прежним традиционным средствам массовой информации, что требует соответствующей перестройки профессиональных качеств журналиста.

К этому можно добавить, что к настоящему времени (к рубежу 2019 и 2020 годов) в России уже нет газет и журналов, издающихся только в бумажном варианте, — все СМИ имеют свои сайты, и в целом «бумага» стремительно теряет свои позиции, и, очевидно, в ближайшие годы еще недавно привычные и пахнущие типографской краской издания перейдут в разряд исторического наследия. Актуальными являются вопросы журналистских расследований с использованием новейших методов получения информации (аудио-, видеозаписей, электронной почты и др.) и соответствующей ответственности журналистов. Однако, как представляется, акцент делается в основном на ту же техническую (технологическую) составляющую в деятельности средств массовой информации, в то время как социальный аспект находится вне внимания исследователей, в результате чего нет оснований говорить о достаточно убедительном обосновании тенденций развития российской журналистики в постсоветский период.

**Трансформация форм журналистской продукции.** В старую, доцифровую эпоху в отечественной журналистике (в газетно-журнальных, радио- и телематериалах) были выработаны, апробированы и закреплены несколько

ставших стабильными жанров журналистских материалов. Имеются различные критерии классификации таких жанров. Долгое время жанровая структура имела содержание, которое убедительно раскрыл Л. Е. Кройчик, отмечавший, в частности, что жанры, используемые в печатных средствах массовой информации советского периода, «были поделены на три большие группы: информационные — заметка, интервью, репортаж, отчет; аналитические — статья, корреспонденция, письмо, обзор печати, обозрение, рецензия; художественно-публицистические — очерк, фельетон, памфлет. Внутри этой схемы — своя иерархия: передовая статья — “флаг номера”, без нее газета не выходила, фельетон — “король жанров”, корреспонденция — кусочек жизни и т.д. У каждого жанра — свое место на газетной полосе, своя регулярность появления: очерк — в подвале второй-третьей полосе, к празднику, международное обозрение — еженедельно, экономическое — раз в месяц, обзор печати — ежемесячно, рецензия — один-два раза в месяц на последней полосе. Политическая информация на первой полосе, экономическая — на второй, международная — на третьей, культурно-спортивная на — четвертой» [Кройчик 2000: 125]. Аналогичным образом определялись жанры в радио- и тележурналистике (со своей спецификой: фельетоны, в частности, были большой редкостью).

Указанные жанры использовались в средствах массовой информации всех уровней — районном, городском, областном (краевом), республиканском, союзном. Наиболее часто встречались два жанра — заметка и корреспонденция. Самыми сложными жанрами являлись очерк, фельетон и памфлет (последний совсем был редкостью и появлялся лишь в нескольких центральных изданиях:

«Правда», «Известия», «Труд», «Советская Россия»), а наиболее ответственными жанрами были передовая статья, обзор печати, где требовалось выдерживать четкую «политическую линию».

После внедрения цифровых технологий в журналистику жанровая структура стала меняться сообразно изменениям в способах получения и передачи информации и, что, на наш взгляд, очень важно, в соответствии с потребностями самих потребителей журналистского продукта, поскольку на них цифровые технологии обрушили громадный объем информации, и для них на первый план стали выдвигаться требования (если обобщить до уровня тенденции) предельной краткости и максимальной содержательности публикуемых материалов. В этих условиях, как отмечается в литературе, «специалисты придерживаются различных мнений по поводу того, каким способом, в каком порядке лучше передать информацию. Некоторые специалисты считают, что информацию о каких-либо событиях нужно готовить в соответствии с определенным жанром, а другие — сторонники того, что информацию нельзя вкладывать в такие жанровые рамки. Некоторые даже считают, что в настоящее время в журналистике нет нужды в жанрах. Они объясняют это тем, что сейчас существует избыток информации и потребность в ней растет. То есть в настоящее время главный вопрос не в том, как передать информацию, а как передать ее оперативно, одними из первых» [Эрмаматова 2016: 974].

Соответственно, профессиональные навыки журналистов также должны меняться, равно как и их специализация [Pasti et al. 2012]. В этой связи Е. А. Баранова указывает на то, что «появляется множество новых журналистских специализаций (редактор интернет-версии (web-editor),

мобильный журналист (mobile journalist, mojo), рюкзачный журналист (back-sack journalist) и мн. др.); вырабатываются инновационные компетенции» [Баранова 2016: 189]. От журналистов теперь требуется «умение мыслить мультимедийно, то есть необходимо понимание того, какая медиаплатформа предпочтительнее для распространения определенного контента; умение создавать мультимедийный контент; обладание навыком работы с пользовательским контентом (UGC) и знанием того, как привлечь аудиторию к производству контента и мн. др.» [Дрок 2011]. Для обретения такого рода навыков меняются и учебные программы при подготовке журналистов; в частности, «возникают совершенно новые учебные дисциплины в мировых и отечественных школах журналистики — «Интернет-журналистика», «Конвергентная журналистика», «Мультимедийная журналистика» и др. В зарубежных вузах сегодня набирает популярность новая специализация, а в СМИ появляется новая должность — content strategist — человек, который понимает, какой контент и каким образом потребляет аудитория конкретного ресурса» [Баранова 2016: 190]. Можно еще отметить, что «многочисленные сетевые издания предоставили пользователям широкие интерактивные возможности. Интерактивность как главное их отличие от печатных СМИ сделала осуществимым главное желание пользователя: принимать и отправлять сообщения, быть одновременно и потребителем информации, и активным участником коммуникационного процесса» [Быстрон, Желудева 2016: 37].

Неудивительно, что многие (очевидно, большинство) прежние журналистские жанры прекратили свое существование: например, практически отсутствует очерк, крайне редко встречаются фельетоны, уходит в прошлое передовая

статья как газетно-журнальный жанр. Одновременно наблюдаются жанровые новации. В частности, в литературе указывается, что «в результате сочленения различных медиаплатформ (печатных СМИ с телевизионными на базе интернет-порталов) жанры, ранее свойственные какой-либо одной медиаплатформе, проникают и ассимилируются с другими (например, возникло понятие «интернет-колонка»)» [Качкаева (ред.) 2010: 17], в этом же контексте указывается на появление такого жанра, как Twitter-репортаж, ставшего результатом соединения журналистики и социальных медиа [Устюжанина 2012: 111].

Следует отметить также активное продвижение в последние годы аудио- и видеосредств в качестве методов подачи информации для потребителей (читателей, слушателей, зрителей), при этом журналист выступает, как правило, в роли репортера, раскрывающего какую-либо актуальную тему, комментируя видеоряд. И это также является следствием очередного цикла научно-технического прогресса (сегодня *youtube*, вероятно, уже просматривает большинство населения страны, тем более что в этом формате имеются материалы по самому широкому кругу интересов). В целом количество жанров сократилось, при этом явно преобладающими стали информационные сообщения и комментарии к ним (обычно в виде гиперссылок). Можно еще указать на то, что многие журналы и газеты одновременно выпускаются в бумажной и электронной формах, при этом тенденция очевидна — бумажные варианты постепенно сдают свои позиции.

**Социальный фактор развития журналистики.** Этот фактор, как мы отмечали выше, имеет существенное и недооцененное влияние на развитие

отечественной журналистики в постсоветский период. Дело в том, что функции советской журналистики длительное время оставались неизменными, и главной из них была идеологическая функция, «в советское время журналистикой пользовались вдоль и поперек для агитации, для пропаганды, для поднятия боевого духа и деморализации противника и гораздо реже для того, чтобы помочь гражданам взглянуть на действительность безо всяких прикрас» [Шатыбелко 2019], а в более широком плане — «в текстах разных авторов и видов искусства выстраивается единый ценностно-смысловой ряд понятий, представлений, героев, ситуаций. Разбивка на виды искусства, и художественные типы, и т.п. имеет внешний, отвлекающий характер» [Меринов 2016: 89]. На наш взгляд, такого рода оценки все же однобоки, поскольку отрицаются позитивные стороны советской журналистики, которые, при всех ее недостатках, бесспорно, были, на что справедливо указывает, например, Б. Н. Киршин [Киршин 2012: 87], но мы не заостряем на этом внимание.

После распада СССР был провозглашен, а затем закреплен в Конституции России запрет на какую бы то ни было государственную идеологию. Переход экономики страны на рыночные, капиталистические отношения неизбежно приводил к изменению мировоззрения миллионов россиян, в общественное сознание стали внедряться совершенно иные поведенческие установки, которые были присущи населению капиталистических стран. Но если на Западе рыночные отношения уже давно устоялись, а в их рамках нашли свое место и средства массовой информации, то для россиян переход от социализма к капитализму оказался настоящим шоком, особенно в первой половине 1990-х годов.

Что касается журналистов, то они к тому времени уже познали цену свободы слова, которая пришла с провозглашением принципа гласности в годы горбачевской «перестройки». Однако довольно скоро возникло отрезвление, связанное с финансированием журналистской деятельности. Приватизация включила в свою орбиту и средства массовой информации, и в короткое время тысячи журналистов, получавшие зарплату исключительно из бюджета, стали наемными работниками не у государства, а у частных средств массовой информации, среди которых сформировались довольно крупные (ТВ, радио, крупные издания типа «Московский комсомолец», «Газета.ру», «Комсомольская правда» и т.д.). И после этого уже новые владельцы средств массовой информации, а отнюдь не структуры КПСС и органы государства стали диктовать информационную политику своих изданий, которая, в свою очередь, определяется прежде всего интересами получения прибыли.

В результате этот фактор, наряду с цифровыми технологиями, также стал влиять на принципы деятельности средств массовой информации. Так, те же очерки оказались ненужными не только потому, что этот жанр сам по себе весьма сложный, требующий высокой квалификации журналиста и предполагающий большой объем публикации, но главным образом потому, что прежние герои очерков (а ими были отличавшиеся высокими трудовыми, спортивными, культурными и иными показателями люди, с которых, как говорится, молодежь была готова «делать жизнь») в новых социально-экономических условиях оказались невостребованными, их место заняли известные спортсмены, светские львицы, новоявленные миллиардеры, криминальные личности



и т.д., в отношении которых написание журналистского очерка невозможно по определению. Аналогичным образом можно говорить о фельетонах, проблемных статьях. Репортажи сохраняются, но только о резонансных событиях и, как правило, политического свойства.

Одновременно приметой последних лет является более активное использование федеральной властью наиболее влиятельных средств массовой информации (прежде всего федеральных телеканалов) для «продвижения в массы» внешней и внутренней политики, при этом журналистские материалы имеют заметный пропагандистский характер, соразмерный с советскими временами, когда иная точка зрения, отличная от официальной, подвергается критике. В результате в медиaprостранстве вроде есть свобода слова, власть можно критиковать, но такие средства массовой информации не имеют существенного влияния на общественное мнение по сравнению с провластными изданиями. Но формально демократия в средствах массовой информации соблюдается.

**Выводы.** Наступившая в России после распада СССР новая эпоха в сфере журналистики характеризуется изменениями по двум основным составляющим. Первая заключается в применении достижений научно-технического прогресса (цифровых технологий), вторая — в измененном сознании российского общества, пережившего внезапный переход от социализма к капитализму. Обе составляющие стали внедряться практически одновременно, и следствием их влияния явилось изменение основных функций журналистики, которые стали сводиться к информированию общества о происходящих вокруг событиях и их комментированию; наблюдается

также более активная в последнее время пропагандистская деятельность наиболее влиятельных провластных средств массовой информации

#### Литература

Баранова, Е. А. (2016). Трансформация института СМИ в условиях медиаконвергенции. *Коммуникология*, 3(4), 188–203.

Быстрон, А. А., Желудева, Е. В. (2016). Медиаконвергенция в журналистике: от классики к универсальности. *История и архивы*, (3), 33–45.

Вартанова, Е. Л. (2003). *Медиаэкономика зарубежных стран*. М.: Аспект-Пресс.

Дрок, Н. (2011). Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании. *Медиаскоп*, 3. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://www.mediascope.ru/node/859>.

Зиновьев, И. В. (2012). Журналистика в информационном обществе: технологические итоги и творческие перспективы. *Известия Уральского федерального университета. Серия: Проблемы образования, науки и культуры*, 1(98), 14–21.

Качкаева, А. Г. (Ред.) (2000). *Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные*. М.: Аспект-Пресс.

Киршин, Б. Н. (2012). История советской журналистики: новые подходы к изучению. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 1(9), 86–89.

Кройчик, Л. Е. (2000). Система журналистских жанров. Корконосенко С. Г. (Ред.), *Основы творческой деятельности журналиста* (с. 125–167). СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП.

Меринов, В. Ю. (2016). К вопросу использования определения «советская журналистика 1930 — нач. 1950-х гг.» в отечественной журналистской науке. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, 14(235), вып. 30, 88–91.

Устюжанина, Д. А. (2012). Трансформация жанра репортажа под влиянием социальных медиа. *Журналист*, 2, 109–115.

Шатыбелко, В. (2019) *История советской журналистики: развитие и становление*. [Web-страница]. Электронный ресурс <http://its-journalist.ru/articles/istoriya-sovetskoj-zhurnalistiki-razvitie-i-stanovlenie.html>.

Эрмаматова, К. Р. Значение и применение жанров в журналистике. *Молодой ученый*, 6, 972–975.

Pasti, S., Chernysh, M. F., Svitich, L. G. (2012). The Russian journalists and their profession. Weaver, D. H., Willnat, L. (Eds.), *The global journalist in the 21st Century*. New York: Routledge.

Сведения об авторе:

Иван Владимирович Упоров, докт. ист. наук, канд. юрид. наук, проф.; [uporov@list.ru](mailto:uporov@list.ru).

## THE NEW ERA LEAVES RUSSIAN JOURNALISM WITH TWO FUNCTIONS: INFORMING AND COMMENTING

I. V. Uporov

Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of Russia  
128, ul. Yaroslavskaya, 350005, Krasnodar, Russian Federation

Features of journalism development in Russia of the post-Soviet period are revealed. It is noted that in view of the introduction of modern computer-information technologies for obtaining, processing, storing and transmitting information, the functions of journalism as a social institution are changing and adapting to the renewed lifestyle of Russian citizens under the influence of both scientific and technological progress and the change in socio-economic formation after the collapse of the USSR in 1991. As a result, the genre diversity in journalism was significantly reduced, and now such newspaper and magazine genres as, for example, essay, feuilleton, pamphlet, etc. are not in demand. At the same time, the technical capabilities of creating and offering audio and video content to the consumer are expanding. As a result, in the coming years from journalists will be required primarily verified information about the events and comments on them.

*Keywords:* journalism, genre, state, society, digital technologies, information.

## References

Baranova, E. A. (2016). Transformaciya instituta SMI v usloviyah mediakonvergencii [The transformation of the media institute in the context of media convergence]. *Kommunikologiya* [Communicology], 3(4). 188–203. (In Russian)

Bystron, A. A., Zheludeva, E. V. (2016). Mediakonvergenciya v zhurnalistike: ot klassiki k universal'nosti [Media convergence in journalism: From classics to the universality]. *Istoriya i arhivy* [History and Archives], 3, 34–47. (In Russian)

Drok, N. (2011). Smena professional'nyh kompetencij v zhurnalistskom obrazovanii [Change of professional competencies in journalistic education]. *MediaScope*, 3. [Web-page]. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/node/859>. (In Russian)

Ermamatova, K. R. Znachenie i primeneniye zhanrov v zhurnalistike [The significance and application of genres in journalism]. *Molodoj uchenyj* [Young Scientist], 6, 972–975. (In Russian)

Kachkayeva, A. G. (Ed.). (2000). *Zhurnalistika i konvergenciya: pochemu i kak tradicionnyye SMI prevrashchayutsya v mul'timedijnye* [Journalism and convergence: Why and how traditional media turn into multimedia]. Moscow: Aspect-Press. (In Russian)

Kirshin, B.N. (2012). Istoriya sovetskoj zhurnalistiki: novye podhody k izucheniyu [The history of Soviet journalism: New approaches to studying]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Znak: Problematic Field of Media Education], 1(9), 86–89. (In Russian)

Kroychik, L.E. (2000). Sistema zhurnalistikh zhanrov [The system of journalistic genres]. Korkonosenko, S. G. (Ed.), *Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti zhurnalista* [Basics of a journalist's creative activity], (pp. 125–167). St. Petersburg: Znanie; St. Petersburg Institute of International Economic Relations, Economics and Law. (In Russian)

Merinov, V. Yu. (2016). K voprosu ispol'zovaniya opredeleniya “sovetskaya zhurnalistika 1930 — nach. 1950-h gg.” v otechestvennoj zhurnalistskoj

nauke [On the use of the definition of “Soviet journalism 1930 — beg. 1950s.” in Russian journalistic science]. *Scientific Reports of Belgorod State University. Series: Humanities*, 14(235), vol. 30, 88–91. (In Russian)

Pasti, S., Chernysh, M. F., Svitich, L. G. (2012). The Russian journalists and their profession. Weaver, D. H., Willnat, L. (Eds.), *The global journalist in the 21<sup>st</sup> Century*. New York: Routledge.

Shatybelko, V. (2019). *Istoriya sovetskoj zhurnalistiki: razvitie i stanovlenie* [History of Soviet Journalism: Development and Formation]. [Web-page]. Retrieved from <http://its-journalist.ru/articles/istoriya-sovetskoj-zhurnalistiki-razvitie-i-stanovlenie.html>. (In Russian)

Ustyuzhanina, D. A. (2012). Transformaciya zhanra reportazha pod vliyaniem social'nyh media [Transformation of the reporting genre under the influence of social media]. *Journalist*, 2, 109–115. (In Russian)

Vartanova, E. L. (2003). *Mediaekonomika zarubezhnyh stran* [Media economics of foreign countries]. Moscow: Aspect-Press. (In Russian)

Zinoviev, I. V. (2012). Zhurnalistika v informacionnom obshchestve: tekhnologicheskie itogi i tvorcheskie perspektivy [Journalism in the information society: Technological results and creative prospects]. *Bulletin of the Ural Federal University. Series: Problems of Education, Science and Culture*, 1(98), 14–21. (In Russian)

Author's information:

Ivan V. Uporov, PhD in Legal Sci., Dr. Sci. in History, Prof.; [uporov@list.ru](mailto:uporov@list.ru).

# ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ «ВЕК ИНФОРМАЦИИ»

## Требования к оформлению рукописей

Объем статьи от 16000 до 40000 знаков, с пробелами, включая заголовочный комплекс (на русском и английском языках), литературу и References (не менее 10), в том числе на иностранных языках. Допускается не более двух ссылок на собственные труды.

Эти требования не распространяются на информационные материалы и рецензии.

Примерная структура статьи:

введение;  
обзор работ по теме;  
цель, задачи, методы, материал исследования;  
результаты;  
дискуссия, обсуждение результатов;  
заключение;  
благодарности (в том числе указание грантов);  
список литературы;  
сведения об авторе.

### Общие требования

Рукописи присылаются в электронном виде в файлах Microsoft Word формата .doc или .docx; название файла — фамилия автора.

Шрифт Times New Roman, кегль 14 (основной текст) и 12 (список литературы); межстрочный интервал 1,5; поля: левое — 3 см, остальные — 2 см.

Текст выравнивается по ширине, без переносов, абзацы задаются автоматически (1,25 см), но не пробелами, интервал между абзацами 0.

Страницы не нумеруются.

Заголовок статьи нельзя писать прописными буквами.

Рисунки, диаграммы и таблицы помещаются в тексте статьи. Оформление:

*Таблица 1*

Название таблицы


*Таблица 2*

Название таблицы


При ссылке в тексте статьи на таблицу употребляется сокращение (см. табл. 1.)  
Схемы, графики, рисунки и т. д. называются словом «рисунок», Оформление:

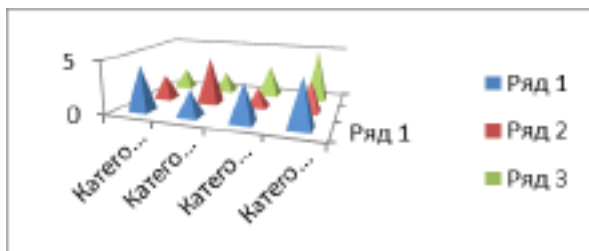


Рис. 1. Название рисунка.

Страницы не нумеруются.

Разрыв цитаты в тексте маркируется: ... или <...>, согласно правилам цитирования.

Авторские комментарии внутри цитаты: «Она [информационная война. — В. С.] предполагает конфликт, в котором одна из сторон проявляет агрессивную активность».

Источник цитаты указывается в квадратных скобках: фамилия автора год: страница (при точном цитировании в кавычках). Пример: [Иванов 2016: 15].

Вместо тире нельзя ставить дефис (“-”), ставится короткое тире (“—”).

Слова «год» и «век» в тексте пишутся без сокращений. Века обозначаются римскими цифрами (XIII век), годы — арабскими (2003 год, в 1830-х годах, 1920–1930-е годы).

Внутри основного текста *курсив* используется только для выделения текстовых примеров. Ключевые тезисы и слова можно выделять **полужирным** шрифтом.

В русскоязычных текстах кавычки угловые («...»), кроме слов, написанных латиницей (“Media”), и кавычек внутри кавычек: «Не надо писать “медиа”, если имеется в виду журналистика».

Числовые интервалы оформляются без пробелов между числами и тире: 40–50.

### Заголовочный комплекс

Индекс УДК (UDC для статей на английском языке, классификатор см.: <http://www.udcsummary.info>)

пустая строка

**заголовок статьи** — 14, полужирный, строчными буквами, прописной только первую букву

пустая строка

*инициалы и фамилия автора* — 14 курсив

пустая строка

место работы автора

адрес места работы автора: страна, индекс, город, улица, номер дома — на русском языке; номер дома, улица, город, индекс, страна — на иностранном языке

пустая строка,

— аннотация, 100–150 слов, одним абзацем

— ключевые слова, 5–7, разделяются запятыми; подзаголовок «Ключевые слова» или “Keywords” — курсив

пустая строка

основной текст

## **Литература (References)**

кегль 12, заголовок «Литература» (“References”) — 14, название книги или журнала выделяется курсивом, для статей указываются страницы в интервале, объем в страницах для книг указывать не нужно,

порядок источников алфавитный, иноязычные названия идут в конце списка, в список включаются обязательно и только произведения, на которые есть ссылка в тексте статьи.

В разделе “References” библиография дублируется на английском языке с автоматической транслитерацией названий на кириллице (см.: <https://translit.net/ru/lc/>). Перевод названия на английский язык приводится в квадратных скобках после транслитерированного названия. Если источник опубликован на языке, использующем систему письменности не на основе латиницы (кириллица, иероглифы и т. д.), в конце добавляется указание языка публикации: (In Russian), (In Chinese).

В образце (ниже) имеются варианты различных источников. Просим строго придерживаться правил библиографических описаний, данных в образце.

### **Информация об авторе, 12 кегль**

Сведения об авторе на русском языке: фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, e-mail.

Сведения об авторе на английском языке (“Author’s information”): имя, инициал отчества, фамилия, ученая степень, ученое звание, e-mail.

Сокращения ученых степеней и званий:

д-р / канд. филол. наук

проф.

доц.

На английском языке:

PhD

Dr. Sci. in Philology

Professor

Associate Professor (доцент)

## **Образец оформления**

УДК 470

### **Заглавие работы на русском языке**

*В. В. Полозов, Г. С. Фатеева*

Санкт-Петербургский государственный университет,  
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

В статье раскрываются результаты ... (без слова «Аннотация» в начале).

*Ключевые слова:* слово, слово, слово, слово, слово.

**Введение.** Основной текст. Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине.

**Заглавие (первой, второй и т.д.) части основного текста.** Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине [Фатеева 2007: 102]. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине.

**Выводы.** Основной текст Основной текст Основной текст. Основной текст. Основной текст [Irvan 2006: 34]. Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст.

## Литература

- Горнфельд, А. Г. (1922). *Новые словечки и старые слова*. Петербург: Колос.
- Дмитровский, А. Л. (2019). Теории журналистики: почему они «не работают»? (Проблема синергетического подхода к журналистским явлениям). *Вопросы теории и практики журналистики*, 8(1), 36–56. doi: 10.17150/2308–6203.2019.8(1).
- Дунас, Д. В. (2016). *Развитие и современное состояние теоретических исследований журналистики и СМИ в России*. Дис. ... канд. филол. наук. М.
- Дускаева, Л. Р. (Ред.). (2018). *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник*. М.: ФЛИНТА.
- Колесникова, Е. А. (2008). К вопросу о месте терминологического словаря в современной типологии словарей. *Альманах современной науки и образования*, 8(15), в 2-х ч., ч. 1, 94–97.
- Лозовский, Б. Н. (2007). *Журналистика и средства массовой информации: крат. словарь*. 2-е изд., испр. и доп. Екатеринбург: Урал. гос. ун-т.
- Словарь терминов журналистов. ЖурДом. [Web-страница]. (б/д). Электронный ресурс <http://jourdom.ru/news/8934>.
- Baran, S. J., Davis, D. K. (2012). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future*. 6<sup>th</sup> ed. Boston, MA: Wadsworth.
- Carpentier, N. (2015). Recognizing difference in academia. The squire as a metaphor for agonistic interchange. L. Kramp, N. Carpentier & A. Hepp, et al. (Eds.), *Journalism, representation and the public sphere* (pp. 211–226). Bremen: Edition Lumière.
- Deuze, M., Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181.
- Goodman, R. S., Steyn, E. (Eds.). (2017). *Global journalism education in the 21<sup>st</sup> century: Challenges and innovations*. Austin: Knight Center for Journalism in the Americas, University of Texas at Austin.
- Jandrić, P., et. al. (2019). Postdigital dialogue. *Postdigital Science and Education*, 1, 163–189.
- Journalism terminology glossary. *Sackstein's Journalism Resources*. [Web-page]. (No date). Retrieved from <https://www.sites.google.com/a/wjps.org/the-blazer---newspaper-class/journalism-terminology-glossary>.
- Karthik, P. *Important journalistic terminology — every journalism student should remember* (2015). [[Web-page]. Retrieved from <http://www.preservearticles.com/important-journalistic-terminology-every-journalism-student-should-rememebr.html>.
- Korkonosenko, S. (2014). Russian journalism research in an international context. *Russian Journal of Communication*, 6(2), 155–159.

Steensen, S., Ahva, L. (2015). Theories of journalism in a digital age. *Journalism Practice*, 9(1), 1–18. doi: 10.1080/17512786.2014.92845425.

Waisbord, S. (2019). *Communication: Post-Discipline*. Cambridge, UK; Medford, MA: Polity.

Сведения об авторах:

Полозов Виктор Викторович, канд. филол. наук, доц.; xxxx@google.com

Фатеева Галина Степановна, докт. ист. наук, проф.; yuyuyuy@mail.ru

### Title of the paper in English

V. V. Polozov, G. S. Fateeva

Saint Petersburg State University

7-9, Universitetskaya naberezhnaya, 199034, Saint Petersburg, Russian Federation

The article is devoted to... Abstract in English of 100-150 words (without the word “Abstract” at the beginning).

*Keywords:* keyword, keyword, keyword.

### References

Baran, S. J., Davis, D. K. (2012). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future*. 6<sup>th</sup> ed. Boston, MA: Wadsworth.

Carpentier, N. (2015). Recognizing difference in academia. The squire as a metaphor for agonistic interchange. L. Kramp, N. Carpentier & A. Hepp, et al. (Eds.), *Journalism, representation and the public sphere* (pp. 211–226). Bremen: Edition Lumière.

Deuze, M., Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181.

Dmitrovsky, A. L. (2019). Teorii zhurnalistiki: pochemu oni ne “rabotayut”? (Problema sinergeticheskogo podhoda k zhurnalistskim yavleniyam) [Journalism theories: Why they “do not work”? (The problem of a synergistic approach to journalistic phenomena)]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 8(1), 36–56. doi: 10.17150/2308–6203.2019.8(1). (In Russian)

Dunas, D. V. (2016). *Razvitie i sovremennoe sostoyanie teoreticheskikh issledovaniy zhurnalistiki i SMI v Rossii* [Development and current state of theoretical studies of journalism and mass media in Russia]. PhD thesis. Moscow. (In Russian)

Duskaeva, L. R. (Ed.). (2018). *Medialingvistika v terminah i ponyatiyah: slovar'-spravochnik* [Media linguistic in terms and concepts: Dictionary-reference]. Moscow: FLINTA. (In Russian)

Goodman, R. S., Steyn, E. (Eds.). (2017). *Global journalism education in the 21<sup>st</sup> century: Challenges and innovations*. Austin: Knight Center for Journalism in the Americas, University of Texas at Austin.

Gornfel'd, A. G. (1922). *Novye slovechki i starye slova* [New words and old words]. Petersburg: Kolos. (In Russian)

Jandrić, P., et. al. (2019). Postdigital dialogue. *Postdigital Science and Education*, 1, 163–189.

Journalism terminology glossary. Sackstein's Journalism Resources [Web-page]. (No date). Retrieved from <https://www.sites.google.com/a/wjps.org/the-blazer---newspaper-class/journalism-terminology-glossary>.

Karthik, P. *Important journalistic terminology — every journalism student should remember* (2015). [Web-page]. Retrieved from <http://www.preservearticles.com/important-journalistic-terminology-every-journalism-student-should-rememebr.html>.



Kolesnikova, E. A. (2008). K voprosu o meste terminologicheskogo slovarya v sovremennoi tipologii slovarei [On the question of the terminological dictionary place in the modern typology of dictionaries]. *Al'manakh sovremennoi nauki i obrazovaniia* [Almanac of Modern Science and Education], 8(15): 2 parts, part 1, 94–97.

Korkonosenko, S. (2014). Russian journalism research in an international context. *Russian Journal of Communication*, 6(2), 155–159.

Lozovsky, B. N. (2007). *Zhurnalistika i sredstva massovoi informacii: kratkii slovar'* [Journalism and mass media: Short dictionary]. 2<sup>nd</sup> ed., rev. and exp. Yekaterinburg: Ural State University Publ. (In Russian)

*Slovar' terminov zhurnalistov* [Dictionary of journalists' terms]. *ZhurDom* [Journalist's House] [Web-page]. (No date). Retrieved from <http://jourdom.ru/news/8934>. (In Russian)

Steensen, S., Ahva, L. (2015). Theories of journalism in a digital age. *Journalism Practice*, 9(1), 1–18. doi: 10.1080/17512786.2014.92845425.

Waisbord, S. (2019). *Communication: Post-Discipline*. Cambridge, UK; Medford, MA: Polity.

#### Authors' information:

Victor V. Polozov, PhD, Associate Professor; xxxx@google.com.

Galina S. Fateeva, Dr. Sci. in History, Professor; yyyyyyy@mail.ru.

**Выходит 4 раза в год**

С 2014 года статьи включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), доступный по адресу <http://elibrary.ru> (Научная электронная библиотека).

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**

199034,

Санкт-Петербург,

В. О., 1-я линия, д. 26

Тел.: (812) 328-3184

E-mail: vek.inform@yandex.ru

Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При перепечатке ссылка на периодическое издание «Век информации» обязательна.

**Сериальное издание**

Век информации 2020

Т. 8. № 1

Формат 70x108/16.

Гарнитура CharterITC. Печ. л. 9.

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

Санкт-Петербургского государственного университета

199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26.