ЖУРНАЛИСТ

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
издается с 2011 г.

включен в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК
по отраслям науки и группам специальностей научных работников:
10.01.10 — журналистика: филологические науки;
политические науки;
22.00.04 — социальная структура,
социальные институты и процессы.
Журнал входит в систему РИНЦ

Главный редактор — **Л. А. Речицкий**,
доцент, кандидат исторических наук

№ 2 (46) 2022

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

Богданович Галина Юрьевна — профессор, доктор филологических наук, декан факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

Валовая Мария Дмитриевна — профессор, доктор экономических наук, кандидат филологических наук, профессор кафедры таможенного дела и евразийской интеграции Международной школы бизнеса и мировой экономики Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова.

Ванев Георгий Станев — профессор, доктор политических наук, главный редактор газеты «Работнически вестник» (Республика Болгария).

Вартанова Елена Леонидовна — профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Гавра Дмитрий Петрович — профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой связей с общественностью Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

Гарифуллин Васил Загитович — профессор, доктор филологических наук, руководитель Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Доктороу Гилберт — доктор философии (США).

Дугин Евгений Яковлевич — профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой телевидения и радио ФГБОУ «Академия медиаиндустрии».

Иванищева Ольга Николаевна — профессор, доктор филологических наук, заведующая кафедрой русского языка и массовых коммуникаций Мурманского арктического государственного университета.

Ибраева Галия Жунусовна — доктор политических наук, профессор факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, Алма-Ата).

Коновалова Ольга Васильевна — профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры политологии и этнополитики Южно-Российского института управления — филиала РАНХиГС при Президенте Российской Федерации (Ростов-на-Дону).

Лозовский Борис Николаевич — профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Маркин Валерий Васильевич — профессор, доктор социологических наук, руководитель Центра региональной социологии и конфликтологии Института социологии ФНИСЦ РАН.

Орлова Татьяна Дмитриевна — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры продюсерства и художественного творчества Института современных знаний имени А. М. Широкова, Республика Беларусь, г. Минск.

Пую Анатолий Степанович — профессор, доктор социологических наук, директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ.

Самусевич Ольга Михайловна — доцент, кандидат филологических наук, декан факультета журналистики Белорусского государственного университета.

Скворцов Ярослав Львович — доцент, кандидат социологических наук, декан факультета международной журналистики Московского государственного института международных отношений (университет).

Тарасов Илья Николаевич — профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политики, социальных технологий и массовых коммуникаций Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта.

Умановский Вячеслав Владленович — кандидат педагогических наук, ректор ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», секретарь Союза журналистов России.

Чумиков Александр Николаевич — профессор, доктор политических наук, генеральный директор ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг».

Шабров Олег Федорович — профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политологии и политического управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации.

Шапиро Брюс — профессор коммуникации Йельского университета (США).

Шкондин Михаил Васильевич — профессор, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

Головко Сергей Бориэльевич — кандидат филологических наук, доцент Учебно-научного центра экономики и социологии медиарынка Института массмедиа Российского государственного гуманитарного университета.

Дзялошинский Иосиф Михайлович — профессор, доктор филологических наук, руководитель образовательной программы «Медиакоммуникации» факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «Высшая школа экономики».

Играев Борис Анатольевич — доцент, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой журналистики Тульского государственного университета.

Коханова Людмила Александровна — профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Мальцев Геннадий Петрович — член-корреспондент РАЕН, генеральный директор Издательского дома «Журналист».

Речицкий Леонид Антонович — доцент, кандидат исторических наук, главный редактор журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Тулупов Владимир Васильевич — профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Харыбин Евгений Витальевич — профессор кафедры, кандидат физико-математических наук, заместитель главного редактора журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Хелемендик Виктор Сергеевич — профессор, доктор исторических наук, член-корреспондент Академии образования Российской Федерации.

CONTENTS

MAIN THEME

6 *L. A. Rechitsky* Life-long education

JOURNALISM AND SOCIAL COMMUNICATION THEORY

9 *E. Ya. Dugin* On the new nomenclature of scientific specialties in the information and communication sphere

19 *A. N. Chumikov* Media information and psychological aggression: protection and combating

31 *M. A. Kudryashov* Mass media of Tula and tula region in XIX–XXI: NoSQL database

MEDIA AND SOCIETY

49 *A. I. Rogacheva* Models of a popular science press release as an element of dissemination of scientific knowledge

60 *L. Chang* Inheritance of Chinese and Russian phraseological units

POLITICAL SCIENCE

68 *Y. D. Granin* The imperial character of Russia: a historical impasse or "a window of opportunity"?

MEDIA EDUCATION

82 *L. A. Rechitsky* Current agenda: adapting the system of additional professional education to the age of knowledge and digital technologies

94 *H. Liebetrut, A. M. Tsyganenko* Personnel training experience in the printing industry in the federal republic of Germany

HISTORY OF JOURNALISM

102 *A. V. Chernyak* Searchiing for the truth, or Who really edited "Pravda"

CONGRESSES. CONFERENCES. FORUMS

118 *E. E. Scholz* Symposium "Communication vector – 2022"

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВНАЯ ТЕМА

6 *Л. А. Речицкий* Образование длиною в жизнь

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА

9 *Е. Я. Дугин* О новой номенклатуре научных специальностей в информационно-коммуникативной сфере

19 *А. Н. Чумиков* Факты, смыслы и стереотипы как слагаемые продукта информационной войны

31 *М. А. Кудряшов* СМИ Тулы и Тульской области XIX-XXI вв.: NoSQL база данных

СМИ И ОБЩЕСТВО

49 *А. И. Рогачева* Модели научно-популярного пресс-релиза как элемента распространения научного знания

60 *Лю Чан* Наследование китайских и русских фразеологизмов

ПОЛИТОЛОГИЯ

68 *Ю. Д. Гранин* Имперский характер России: исторический тупик или «окно возможностей»?

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

82 *Л. А. Речицкий* Актуальная повестка дня: адаптация системы дополнительного профессионального образования к эпохе знаний и цифровых технологий

94 *Хартман Либертрут, А. М. Цыганенко* Имперский характер России: исторический тупик или «окно возможностей»?

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

102 *А. В. Черняк* В поисках истины, или кто действительно редактировал газету «Правда»

КОНГРЕССЫ. КОНФЕРЕНЦИИ. ФОРУМЫ

118 *Э. Э. Шульц* Коммуникационный вектор – 2022

ОБРАЗОВАНИЕ ДЛИНОЮ В ЖИЗНЬ

Синопсис. *Два фактора во многом определяют развитие человечества в XXI веке – Четвертая промышленная революция с её инновационными технологиями и организация системы непрерывного интегрированного образования.*

Еще в середине минувшего столетия делегаты 15-й Генеральной конференции ЮНЕСКО, проходившей в Париже в 1968 г., обратили внимание глав стран – участниц организации на влияние просвещения на экономическое и социальное развитие государства и приветствовали принятие программы непрерывного интегрированного образования [1].

Если непрерывное интегрированное образование рассматривать не как развитие личности, а как абстракцию, некую новационную систему, создаваемую для достижения определенных целей, то можно выделить составляющие её элементы: современное научное знание, передовые технологии и инновационный опыт, накопленный в определенной профессии. А в центре этой системы – специалист, усваивающий информацию о последних достижениях науки в сфере его профессиональных интересов, овладевающий новейшими технологиями и изучающий лучший опыт коллег с целью применения его на практике.

Система непрерывного образования позволяет работнику развивать его способности, совершенствовать квалификацию, приобретать новые навыки, расширять круг компетенций. Стремительный рост научного знания, развитие информационно-коммуникационных технологий делают значимым вопрос о развитии и совершенствовании дополнительного профессионального образования, являющегося важным элементом в системе непрерывного образования. И в данном номере мы сделали акцент на исследовании постановки дополнительного профессионального образования в различных отраслях экономики страны, прежде всего в медиасфере. Об этом рассказывается в статье «Актуальная повестка дня: адаптация системы дополнительного профессионального образования к эпохе знаний и цифровых технологий».

Профессор факультета электротехники, компьютерных наук, медиатехнологий университета Вупперталя (Германия) Хартманн Либетрут и кандидат технических наук, профессор, руководитель Центра принтмедиаиндустрии ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» А. М. Цыганенко в статье «Опыт подготовки кадров в области печатной индустрии в Федеративной Республике Германия» исследуют немецкую систему профессионального образования, которая имеет давнюю историю. Она постоянно совершенствуется и сегодня представляет собой механизм, основанный

[1] Акты пятнадцатой сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО. Резолюции. Ч. С. Гл. 1. Просвещение. Париж: ЮНЕСКО, 1969. С. 195–196. URL: https://unesdoc.unecko.org/ark:/48223/pf0000114047_rus.page=151.

на эффективном взаимодействии и разделении ответственности за воспроизводство квалифицированных кадров между государством и работодателями.

В результате проведенного исследования авторы пришли к выводу, что «постоянно трансформирующаяся экономическая конъюнктура и увеличивающийся стремительными темпами объем научных знаний определяют необходимость перехода от рынка профессий к рынку квалификаций».

В эпоху знаний и повсеместного распространения информационно-коммуникационных технологий знания устаревают с огромной скоростью. В таких условиях актуальным становится вопрос о гарантиях предоставления возможности для непрерывного образования со стороны государства и работодателя, а также осознание самим человеком, что непрерывное образование – это настоятельная необходимость. Эпоха цифровых технологий требует, чтобы каждый человек обновлял свои знания и расширял круг своих интересов и компетенций на протяжении всей жизни.

Леонид Речицкий

LIFE-LONG EDUCATION

Synopsis. *Two factors largely determine mankind development in the 21st century - the Fourth Industrial Revolution with its innovative technologies and the organization of a continuous integrated education system.*

As early as in the middle of the last century, the delegates of the 15th General Conference of UNESCO, held in Paris in 1968, drew the attention of the heads of the member countries to the impact of education on the economic and social development of the state and welcomed the adoption of a continuous integrated education program [2].

If we look at integrated education not as personality development, but as an abstraction, a kind of innovative system created to achieve certain goals, then its constituent elements can be distinguished: modern scientific knowledge, advanced technologies and innovative experience accumulated in a particular profession. And at the center of this system there is a specialist who learns information about the latest achievements of science in the field of their professional interests, masters the latest technologies and studies the best experience of colleagues in order to apply it in practice.

A continuous education system allows an employee to develop their abilities, improve qualifications, acquire new skills, and expand the range of competencies. The rapid growth of scientific knowledge, the development of information and communication technologies give significance to the development and improvement of additional professional education, which is an important element in the system of continuous education. And as part of this issue, we have focused on studying the establishment of additional professional education in various sectors of the country's economy, primarily in the media sphere. This is discussed in the article "Current Agenda:

[2] Records of the fifteenth session of the General Conference of UNESCO. Resolutions. Part.C. Ch. 1. Enlightenment. Paris: UNESCO, 1969. P. 195–196. URL.: https://unesdoc.unecko.org/ark:/48223/pf0000114047_rus.page=151.

Adapting the System of Additional Professional Education to the Era of Knowledge and Digital Technologies".

Professor of Electrical Engineering, Computer Science, and Media Technology Department of the University of Wuppertal (Germany) Hartmann Liebetrut and Candidate of Technical Sciences, Professor, Head of the Print Media Industry Center of Federal State Educational Establishment for Continuing Professional Education Media Industry Academy A. M. Tsyganenko in the article «The experience of training in the field of the printing industry in the Federal Republic of Germany» explore the German vocational education system, which has a long history. It is constantly being improved and today it is a mechanism based on effective interaction and sharing of responsibility for the reproduction of qualified personnel between the state and employers.

As a result of the study, the authors came to the conclusion that «the constantly transforming economic environment and the rapidly increasing volume of scientific knowledge determine the need for a transition from the market of professions to the market of qualifications».

In the era of knowledge and the widespread dissemination of information and communication technologies, knowledge becomes obsolete at a tremendous rate. In such conditions, the issue of guarantees for the provision of continuous education opportunities by the state and the employer, as well as the understanding by the person himself that continuous education is an urgent need, become relevant. The era of digital technology requires that each person update their knowledge and expand their range of interests and competencies throughout life.

Leonid Rechitsky

УДК 316.77; 070

Е. Я. ДУГИН,
доктор социологических наук, профессор,
проректор, заведующий кафедрой телевидения и радио
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»,
заслуженный работник связи и информации Российской Федерации,
член Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации
Федерального Собрания Российской Федерации,
главный редактор журнала «Вестник Академии медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: *e.dugin@yandex.ru*

О НОВОЙ НОМЕНКЛАТУРЕ НАУЧНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ В ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОЙ СФЕРЕ

Аннотация. *В статье рассматриваются трансформации номенклатуры научных специальностей в информационно-коммуникативной сфере. Анализируется понятие «медиакоммуникация» в соотношении с журналистикой. Проводится методологическое обоснование исследования медиакоммуникативных практик в условиях перехода отрасли на цифровые технологии. Автор приходит к выводу о продуктивности системного подхода, способного учитывать множество факторов и условий развития информационно-цифровой цивилизации.*

Ключевые слова: *медиакоммуникация, номенклатура научных специальностей, системный подход, информационно-коммуникативная сфера.*

E. Ya. DUGIN,
Doctor of Sociology, Professor,
Vice-Rector, Head of the Television and Radio Department
of Federal State Educational Establishment for Continuing
Professional Education Media Industry Academy,
Honored Worker of Communications and
Information of the Russian Federation,
Member of the Scientific Expert Council under the Chairman
of the Federation Council of the Federal Assembly of the Russian Federation,
Editor-in-Chief of the journal «Bulletin of the
Academy of the Media Industry»;
Russia, Moscow.
e-mail: *e.dugin@yandex.ru*

ON THE NEW NOMENCLATURE OF SCIENTIFIC SPECIALTIES IN THE INFORMATION AND COMMUNICATION SPHERE

Abstract. *The article deals with the transformations of the nomenclature of scientific specialties in the information and communication sphere. The concept of media communication is analyzed in relation to journalism. A methodological substantiation of the study of media communication practices in the context of the industry's transition to digital technologies is being carried out. The author comes to the conclusion about the productivity of a systematic approach that can take into account many factors and conditions for the development of information and digital civilization.*

Keywords: *media communication, nomenclature of scientific specialties, systems approach, information and communication sphere.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Современная отечественная медиаотрасль находится в транзитном состоянии. Переход на цифровые технологии существенно меняет все элементы информационно-коммуникативной системы и её инфраструктуру: оборудование, технологии, логистику, способы создания и распространения информации, взаимоотношение с аудиторией и т. д. Совсем недавно центральное место в коммуникативной модели отводилось потребителю информации, а теперь в связи с бурным развитием цифровых технологий в сложной системе коммуникативных отношений чаще всего доминирует производитель технологий и контента.

Цифровые технологии предопределяют модели коммуникации, обладающие мощным социальным эффектом. Не без помощи цифровых технологий формируются модели поведения и жизненные траектории массовой и персональной аудитории. Медиакоммуникации оказывают влияние на социально-психологические установки людей, формирование коммуникативных сообществ, определяют взаимоотношения между социальными группами, привносят в обыденность человеческой жизни невиданные прежде новые стили поведения, распространяют и упрочивают стандарты культуры, независимо от пространственной отдаленности и социальных барьеров.

В мире отмечается стремительная, не имеющая аналогов в других сферах социальной жизни динамика роста аудитории интернета. За последнее десятилетие (с 2012 по 2022 г.) число пользователей Всемирной паутины увеличилось на 85,8 %[1]. Аналогичный показатель в нашей стране составил 66 % и насчитывает на начало 2022 г. 129,8 млн чел. и охватывает 89 % населения России[2].

Из отчета компании DataReportal за первый квартал 2022 г. следует, что люди проводят в интернете в среднем 48 часов в неделю (больше, чем многие

[1] *Kemp S.* Digital 2022: Global Overview // DATAREPORTAL.COM. URL: https://datareportal.com/ (дата обращения: 06.05.2022).
[2] Там же.

тратят на работу)[3]. Согласно социологическим исследованиям, современные среднестатистические пользователи ежедневно берут в руки смартфон 58 раз, а фанаты значительно больше — 200 раз. Подавляющая доля населения не представляет жизни без гаджетов, а нынешнее поколение молодежи называют «живущими в сети».

НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПРОБЛЕМ МЕДИАИНДУСТРИИ

Отмеченные изменения в развитии средств связи и коммуникации, их влияние на социально-политические и экономические процессы выдвигают необходимость стратегических, а не только ситуативных решений нарастающих проблем медиаиндустрии, требуют в практической постановке научного переосмысления прежней парадигмы журналистики, разработки новых концепций, отвечающих вызовам современности в части теоретико-методологических обоснований исследовательских проектов. На подобные задачи нацелены изменения в номенклатуре научных специальностей в рассматриваемой области знаний.

Согласно приказу Минобрнауки России от 25.02.2021 г. № 118, старая номенклатура «10.01.10. Журналистика» заменена новой — «5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика», что в значительной мере расширяет возможности научного исследования проблем, происходящих в стремительно развивающемся секторе информационно-цифровой экономики и её инфраструктуре.

Изменение связано также с тем, что не все диссертации, которые ранее были подготовлены и защищены по номенклатуре «10.01.10. Журналистика», имели прямое отношение к паспорту научной специальности. Учитывая междисциплинарный характер и многоаспектность научных подходов к журналистике, в диссертационных исследованиях анализировалось взаимоотношение журналистики и политики, экономические аспекты газетного дела и телерадиовещания, изучалось отношение различных групп населения к каналам информации. Авторы вынуждены были включать в структуру исследований специальный раздел «филологичность диссертации», чтобы маркировать принадлежность своих изысканий именно к номенклатуре научных специальностей «филология». Видимо, в свое время, когда размышляли к какому разряду отнести исследования в области журналистики, показалось логичным объединить их в филологическом кластере, так как в литературоцентричной русской культуре традиционно доминировало слово.

С тех пор многое изменилось. Требование «филологичности» становилось проблематичным в диссертационных работах по научному анализу продукции средств массовой информации, каналов коммуникации, в которых преобладает изобразительно-выразительная, художественно-образная подача информации, например на телевидении, радиовещании и в видеопродукции

[3] pr@exlibris.ru. URL: https://mail.yandex.ru (дата обращения: 06.05.2022).

новых медиа. Благодаря интернету и социальным сетям появились новые возможности взаимодействия с коммуникативными сообществами, различными группами аудитории, возникли цифровые технологии сбора, обработки и распространения информации. Изменилась сама деятельность журналиста, следовательно, претерпело изменения предметное поле научных исследований информационно-коммуникативных систем.

О НОВЫХ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДАХ И МЕТОДИКЕ НАУЧНОГО ОСМЫСЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ СИСТЕМ

Для анализа взаимодействия с различными группами читателей газет, телезрителей и радиослушателей, для выявления ценностных ориентаций, культурных потребностей пользователей социальных сетей понадобились социологические и социо-психологические методы исследования, что выходило за рамки филологических наук. Отмеченные здесь трансформации в деятельности информационно-коммуникативных систем, превращение их в медиасистемы потребовали новых подходов к методологии и методике их научного осмысления.

В значительной мере изменения в исследовательской парадигме деятельности печати, телевидения, радиовещания, интернета и экранных искусств обусловили необходимость появления новой номенклатуры научной специальности «5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика».

Эксперты медиаотрасли признают, что это не самое удачное определение номенклатуры научных специальностей, которую можно было бы признать соответствующей предмету исследований информационно-коммуникативной сферы. Не столько из-за ограничений, обусловленных процедурой классификации, связанной с неизбежным огрублением предмета исследования, сколько потому, что понятие «медиакоммуникация» недостаточно глубоко и всесторонне способствует раскрытию сущностной стороны термина.

Однако отдадим должное инициаторам введения в научный оборот понятия «медиакоммуникация» за смелую попытку осовременить научные постулаты в области журналистики, уточнить новые термины, пытающиеся описать бурно развивающуюся отрасль медиаиндустрии.

ОБ ОГРАНИЧЕННОСТИ МОНОДИСЦИПЛИНАРНОГО ПОДХОДА К ИССЛЕДОВАНИЮ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Жизнь всегда богаче и полнее научных изысканий, тем более классификаций, призванных упорядочивать, ограничивать изучаемые явления и, следовательно, заведомо их огрублять, оснащать категориальным аппаратом, соответствующим определенной научной дисциплине.

Известный медианалитик В. П. Коломиец справедливо указывает на ограниченность монодисциплинарного подхода, который «наиболее остро проявляется в попытках увязать академические исследования и индустриальные практические проблемы, которые, как правило, не решаются в рамках одной дисциплины, а требует целостного представления, учета

экономического, социального, политического и многих иных аспектов медиакоммуникации»[4].

Данное методологическое положение в полном объеме применимо к анализу процессов, происходящих в медиаиндустрии, где творческие, идеологические, социально-политические и социокультурные задачи органично соединяются с информационно-коммуникативными, информационно-цифровыми технологиями. Комплексное рассмотрение всех составляющих информационно-коммуникативной модели позволяет на гипотетическом уровне представить её в виде концепта «медиакоммуникация», который «в рамках теории журналистики представляет собой функциональную систему, где основой являются прикладные модели, разработанные в рамках теории коммуникации. Однако под воздействием происходящих информационных технологий сегодня происходит переосмысление дефиниции «медиакоммуникация», где на первый план выходит понимание процессов, происходящих в самой журналистике, и ее взаимоотношений с обществом. Такое взаимоотношение благоприятно влияет на развитие обоих институтов, потому что за каждым из них остается право выбора, как и какую информацию представлять»[5].

Как известно, предметом анализа работ по журналистике в рамках номенклатуры научных специальностей «филология» является содержание публикаций, видео- и аудиоматериалов, создаваемых и распространяемых различными информационно-технологическими средствами, будь то печатный станок, электронные сигналы или цифровые форматы. В таком понимании прежние определения «средства массовой информации», «средства массовой информации и пропаганды» в предметной основе своей стремились зафиксировать функциональную направленность деятельности печати, телевидения и радиовещания по созданию и распространению информации, текстов, образов и закодированных в них смыслов, доступных для восприятия и понимания массовой аудиторией. Сказываются также традиции теории и практики журналистики, которая, по признанию специалистов, «остается ключевым концептуально-теоретическим полем, в котором работают российские ученые»[6].

И хотя сущностная сторона деятельности журналистики не менялась десятилетиями, тем не менее произошли трансформации устоявшихся понятий и теоретических положений в сфере деятельности средств массовой информации, вызванные переориентацией нашей страны на рыночные отношения, привнесением в отечественную повседневность ценностных канонов англосаксонской культуры, появлением новых информационно-цифровых технологий, а также стремлением российского истеблишмента войти в международные политико-экономические отношения.

---

[4] *Коломиец В. П.* Концептуализация медиакоммуникации // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. URL: http://www.mediascope.ru/2575.

[5] *Войтик Е. А.* К вопросу определения медиакоммуникации как понятия // Открытое и дистанционное образование. 2013. № 1. С. 26–31.

[6] *Вырковский А. В., Смирнов С. С.* Отечественный научный медиадискурс: структура, особенности, ключевые концепты // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 5. С. 44. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.2747.

Признавая ограниченность использования западного опыта, а в ряде случаев невозможность его применения в России, теоретики определяют современное направление научного осмысления сферы журналистики как медиакоммуникационное и вводят термин «медиалогия», исследовательская оптика которого настроена на комплексное изучение системы массмедиа, где термин «медиакоммуникация» выступает в качестве системообразующего фактора[7].

В попытке осмыслить новые явления в области информации и журналистики, в частности, появление глобальной сети, привносится термин «медиакоммуникация», образованный от американского термина *mass media*, как результат следования и подражания западным постулатам в отечественной теории и практике журналистики. В целях закрепления этой стратегии в вузах страны создаются кафедры медиакоммуникаций, а в НИУ «Высшая школа экономики» – факультет коммуникаций, медиа и дизайна. Надо отдать должное последовательности и настойчивости, с которой внедрялись идеология и стандарты, распространяемые с помощью так называемых гуманитарных технологий, реформирования системы отечественного образования, науки, культуры и переориентации деятельности средств массовой информации.

За последние три десятка лет термин «медиакоммуникация» последовательно вводился в качестве теоретико-методологического концепта отечественных исследований в сфере печати, телерадиовещания и интернета. Заимствованные понятия «медиа» и «коммуникации» упрочились в работах российских ученых не только как следствие подражания международной англоязычной терминологии, но и, если посмотреть глубже, как процесс и результат деидеологизации новой России. Следование западной идеологии, задачи и функции которой, как показал опыт гибридных войн, развернувшихся в последние годы, – часть стратегии «мягкой силы», ориентирующей российскую молодежь на роль «подпевающих», и «подтанцовывающих», не имеющих самобытной культуры, национальных интересов, отечественных ценностных ориентаций. Реализация плана гибридной (информационной + вооруженной) борьбы превратилась в так называемую консциентальную войну, где целью поражения и уничтожения противника выступают определенные типы сознаний[8].

Подражание и заимствование идей и жизненных стандартов без учета отечественных реалий – суть «мягкой силы», консциентального противоборства, обращения различных групп российского общества в лоно «западной цивилизации».

Но наряду с этими целеполагающими установками есть, конечно, и объективные детерминанты рассматриваемого процесса: развитие цифровых многофункциональных технологий, повсеместное использование

[7] *Шилина М. Г.* Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2009. Вып. 3. URL: http://www.mediascope.ru/node/404.

[8] *Громыко Ю.* Консциентальная война как она есть. URL: https://yuriy-gromyko.livejournal.com/19933.html (дата обращения: 23.03.2022).

девайсов, беспрецедентно широкое распространение интернета, социальных сетей, которые трансформировали информационную среду и во многом определили модели повседневного поведения различных групп населения, в частности их вовлеченность в производство и потребление медиаконтента.

Увеличение времени пользования медиакоммуникациями с одновременным ростом «влияния медиаконтента на формирование коллективных и индивидуальных идентичностей и ценностей, – отмечает профессор Е. Л. Вартанова, – заставляет предположить: мы являемся свидетелями становления новой социокультурной экосреды, в которой медиа превращаются в одну из основополагающих детерминант»[9].

При анализе специфики «новой социокультурной экосреды» или «новой социальной реальности», формируемых с помощью наиболее активных коммуникативных сообществ в интернете, нелишне использовать «правило одного процента», сформулированное Джакобом Нильсеном (Jakob Nielsen), согласно которому 90 % пользователей остаются пассивными потребителями информации, 9 % являются активными комментаторами или модификаторами сообщений и только 1 % пользователей создают контент[10].

Исследования в сфере новой социальной реальности выявляют и другую закономерность: «чем больше, с одной стороны, фейков, манипуляций и вбросов производит система постжурналистики и, с другой стороны, чем динамичнее входят новые технологии в нашу жизнь, тем выше интерес у аудитории к новейшим медиа и тем активнее реализуются стандарты новой социальности в обществе; чем меньше реальной жизни в «старых медиа», тем её будет больше в сетевых медиакоммуникациях»[11].

Отмеченные взаимозависимости вряд ли можно признать однозначными. Совершенно очевидно, что утверждение стандартов новой социальности в обществе лишь в незначительной степени зависит от соотношения изображения реальной жизни и размещения фейков как в «старых медиа», так и в сетевых медиакоммуникациях. Тем более, что рассматриваемые взаимозависимости вступают в противоречие с «правилом одного процента» активных пользователей и создателей контента.

МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ КАК ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ

Для более глубокого понимания явления, формирующего «новую социальность» и «социокультурную экосреду», рассмотрим термин «медиакоммуникация», который образован из двух слов медиа и коммуникация.

Этимология понятия «медиа» (*medium* – лат.) обозначает посредник, способствующий взаимодействию между субъектами общения. Слово «ком-

---

[9] *Вартанова Е. Л.* Антропология медиа: индустриальный и философский поворот к человеку. Интерес к человеку как тенденция развития науки // Антропология медиа: теория и практика / под ред. В. К. Мальковой, В. А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2016. С. 276–299.

[10] Цит. по: *Кожемякин Е. А.* Медиакоммуникации: от разочарования в постжурналистике к новой социальной реальности// Kozhemyakin_Mediakommunikatsii.pdf (bsu.edu.ru). URL: http://dspasce.bsu.edu.ru/ (дата обращения: 12.05.2022).

[11] Там же.

муникация» происходит от латинского *communicatio*, от *communico* (делать общим, делать сообща, связывать, общаться) – взаимодействие людей, предполагающее обмен информацией с помощью специализированных сигналов-посредников. Таким образом, под коммуникацией подразумевается процесс общения, обмен знаниями, эмоциями, чувствами и т. п. Иначе говоря, сочленение двух понятий «медиа» и «коммуникация» порождает избыточный термин для обозначения процесса общения, обмена информацией с помощью специализированных сигналов-посредников. В ходе коммуникации происходит не только обмен, взаимопередача информации, но и её уточнение, развитие, обогащение, расширение за счет подробностей, деталей, оттенков мысли, оценочных суждений, которые в конечном счете формируются в новые смыслы.

Рассматриваемый термин «коммуникация» подходит в большей мере для трактовки межличностного общения, так как, строго говоря, не учитывает условий, при которых возможно и необходимо массовое общение всех со всеми, обмен информацией, знаниями, образами и чувствами между участниками коммуникативного сообщества.

Таковыми условиями выступают в современном понимании информационно-цифровые технологии. Объединение в системном единстве содержательных элементов с механизмами и технологиями взаимообмена наполняет широким содержанием понятие «медиакоммуникация». Настолько широким, что предметное поле исследования становится трудно поддающимся для идентификации и измерения с применением категорий операционального анализа. В том случае, когда к слову «медиа» прикрепляются уточняющие термины, получаются некие гибридные нагромождения, за которыми порой трудно уловить смысл. Таково, к примеру, часто используемое слово «медиапространство». Как известно, пространство в данном контексте предстает в виде метафоры, не обладающей качествами субъектности, и прибавка «медиа» ничего не меняет. Неизбежно возникает вопрос о предмете научного анализа.

ОТ МАССОВОЙ АУДИТОРИИ К «МАССОВОЙ САМОКОММУНИКАЦИИ»

В попытках вычленить категории научного анализа трансформации массовой аудитории к «массовой самокоммуникации» теоретик цифровой эпохи Мануэль Кастельс полагает, что человечество перешло «от массовых коммуникаций, обращающихся к аудитории, к активной аудитории, созидающей собственный смысл в ходе сопоставления своего опыта с полученной из однонаправленного потока информацией. Таким образом, мы наблюдаем рост интерактивного производства смыслов. Это и есть то, что я называю творческой аудиторией, источником культуры смешения, которая характеризует мир массовой самокоммуникации».[12]

Но каковы количественный и качественный состав креативной аудитории? Если рассматривать закономерность взаимодействия медиаконтента

[12] *Кастельс М.* Власть коммуникации. М.: ИД ВШЭ, 2016. С. 157.

и аудитории с учетом правила 90:9:1, то получается, что мир массовой самокоммуникации не такой уж массовый, хотя бы потому что создавать содержание, наполнять смыслом каналы медиакоммуникации способен всего лишь один процент пользователей социальных сетей. Обилие «лайкающих» в социальных сетях – это еще не показатель создания осмысленной социокультурной экосреды и новой социальности.

Выходит, что как бы ни были высоки темпы стремительного развития информационно-цифровых технологий, не следует торопиться с постулированием коммуникативной детерминанты новой социальной реальности, потому что её становление и развитие подвержено законам гуманистического эволюционного цикла, существенно отличающегося от компьютерных скоростей информационно-цифровых технологий.

Несмотря на первоначальное указание понятия «медиакоммуникация» на функцию посредничества, взаимодействия, в нем заложен в значительной мере технологический смысл, тогда как предметом анализа в диссертационных работах по направлению «филология» выступает содержание, контент журналистских произведений. Так или иначе из-за выявленного противоречия определиться с объектом и предметом научного исследования становится не менее проблематичным, чем в случае требования «филологичности» диссертационного исследования.

Как мы заметили, активных пользователей, способных к самокоммуникации, к созданию смыслов, оказывается не так уж много (по социологическим меркам меньше статистической погрешности), к тому же креативный потенциал этих авторов исчерпывается по преимуществу саморекламой и пресловутыми «котиками».

Примечательно, что журналисты местных телерадиокомпаний, проходящие переподготовку и повышение квалификации в Академии медиаиндустрии, в стремлении накапливать «лайки» и таким способом увеличивать число своих подписчиков заводят в социальных сетях собственные странички, наполняют их контентом, состоящим... из забавных историй, анекдотов и все тех же «котиков». Вот и вся самокоммуникация, и производство смыслов, в той или иной мере вытесняющих из массива информации конструктивное содержание и трансформирующих мотивацию пользователей.

ВЫВОДЫ

С методологических позиций исследования медиакоммуникативных практик продуктивным представляется системный, комплексный подход, способный учитывать множество факторов и условий развития информационно-цифровой цивилизации.

Анализ сложнейших процессов, происходящих в информационно-коммуникативной медиасреде в рамках новой номенклатуры научной специальности «5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика», будем надеяться, позволит обогатить качественными трансформациями теорию и практику современной медиаиндустрии страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вартанова Е. Л.* Антропология медиа: индустриальный и философский поворот к человеку. Интерес к человеку как тенденция развития науки // Антропология медиа: теория и практика / под ред. В. К. Мальковой, В. А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2016.
2. *Войтик Е. А.* К вопросу определения медиакоммуникации как понятия // Открытое и дистанционное образование. 2013. № 1. С. 26–31.
3. *Вырковский А. В., Смирнов С. С.* Отечественный научный медиадискурс: структура, особенности, ключевые концепты // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 5.
4. *Дугин Е. Я.* Медиаиндустрия в условиях цифровых трансформаций: науч. издание. М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2021.
5. *Кастельс М.* Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: ИД ВШЭ 2016.
6. *Кожемякин Е. А.* Медиакоммуникации: от разочарования в постжурналистике к новой социальной реальности // URL: http://dspasce.bsu.edu.ru/ (дата обращения: 12.05.2022).
7. *Коломиец В. П.* Концептуализация медиакоммуникации // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. URL: http://www.mediascope.ru/2575.
8. *Шилина М. Г.* Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2009. Вып. 3. URL: http://www.mediascope.ru/node/404/ (дата обращения: 12.05.2022).
9. *Кетр S.* Digital 2022: Global Overview // DATAREPORTAL. COM. URL: https://datareportal.com/.

Поступила в редакцию 1 июня 2022 г.

УДК 316.77:002

А. Н. ЧУМИКОВ,
доктор политических наук, профессор,
профессор кафедры коммуникационных технологий
Института международных отношений
и социально-политических наук
Московского государственного
лингвистического университета;
Россия, г. Москва.
e-mail: *chumikov@pr-club.com*

ФАКТЫ, СМЫСЛЫ И СТЕРЕОТИПЫ КАК СЛАГАЕМЫЕ ПРОДУКТА ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Аннотация. *Автор характеризует понятие «информационная война», специфика которой в настоящее время определяется такими связанными между собой явлениями, как инфодемия, медиатизация общества и постправда. Фиксируется, что при наличии многих теоретических обобщений значительно меньшее внимание уделяется научному рассмотрению конкретных продуктов информационной войны. При их производстве используются многочисленные смыслообразующие конструкции, начиная от прямой дезинформации и заканчивая методами коммеморации и конспирологии. Однако главным компонентом качественного информационного продукта остается его содержание (контент), основанное на фактах и транслируемое с помощью воздействующих на аудиторию известных и актуальных персон. Эффективность воздействия каждого продукта зависит от устойчивости ранее сформированной у потребителя установки (стереотипа), которая в одном случае облегчает, а в другом – затрудняет восприятие заложенных в продукте воздействующих тезисов.*

На основе результатов количественно-качественного исследования, проведенного автором в молодежной аудитории российских студентов с использованием социологического инструментария, рассматриваются два оппонирующих друг другу информационных продукта – размещенные на YouTube видеоролики американского артиста и политика А. Шварценеггера и российской спортсменки М. Наумовой. Предлагаются выводы о принципах и признаках построения эффективного продукта информационной войны, произведенного в рамках правовых и этических требований.

Ключевые слова: *информационная война, инфодемия, медиатизация, постправда, информационный продукт, дезинформация, фейк, коммеморация, конспирология, контент, очевидец, воздействующий субъект, факт, стереотип.*

A. N. CHUMIKOV,
Doctor of Political Sciences, Professor,
Professor of the Department of Communication Technologies
Institute of International Relations and Socio-Political Sciences
Moscow State Linguistic University;
Russia, Moscow.
e-mail: *chumikov@pr-club.com*

FACTS, MEANINGS AND STEREOTYPES AS COMPONENTS OF THE PRODUCT OF THE INFORMATION WAR

Abstract. *The author characterizes the concept of «information war», adding that at present it is carried out in the conditions of such interconnected phenomena as infodemia, mediatization of reality and post-truth. It is recorded that, in the presence of many theoretical generalizations much less attention is paid to the scientific consideration of specific products of information warfare. In their production, numerous semantic constructions are used, ranging from direct disinformation and ending with methods of commemoration and conspiracy. However the main component of a high-quality information product remains its content, based on facts and broadcast with the help of well-known and relevant persons influencing the audience. The effectiveness of the impact of each product depends on the stability of the previously formed consumer attitude (stereotype), which in one case facilitates, and in the other – complicates the perception of the influencing theses embedded in the product.*

At the level of quantitative and qualitative research conducted by the author in the youth audience of Russian students using sociological tools, two opposing information products are considered – videos posted on YouTube by American artist and politician A. Schwarzenegger and Russian athlete M. Naumova. Conclusions are proposed about the principles and features of building an effective information warfare product produced within the framework of legal and ethical requirements.

Keywords: *information war, infodemia, mediatization, post truth, information product, disinformation, fake, commemoration, conspiracy, content, eyewitness, influencing subject, fact, stereotype.*

Исследователи отмечают, что термин «информационная война» вошел в научный оборот в последней четверти XX века, хотя предшествовавшее ему понятие «пропаганда» стало широко употребляться, начиная с периода Первой Мировой войны[1].

С тех пор возникло немало определений информационной войны – как правило, не противоречащих, а дополняющих друг друга. Так, И. Н. Панарин раскрывает понятие информационной войны как «способ создания

[1] *Барабаш В. В.* Государственная пропаганда и информационные войны / В. В. Барабаш, Г. А. Бордюгов, Е. А. Котеленец. М.: Ассоциация исследователей российского общества, 2015. С. 9; *Барабаш В. В.* Информационная война: к генезису термина / В. В. Барабаш, Е. А. Котеленец, М. Ю. Лаврентьева // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 3. С. 76–89. DOI: 10.24411/2070-0695-2019-10310.

системы управления информационными потоками в целях организации ноосферы и мирового информационно-психологического пространства в своих интересах»[2].

А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролова предлагают две интерпретации информационной войны: во-первых, это «открытые и скрытые целенаправленные информационные воздействия социальных, политических, этнических и иных систем друг на друга с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере»; а во-вторых, – «комплекс мероприятий и операций, проводимых вооруженными силами государств и другими (как правительственными, так и частными) организациями, направленных на обеспечение информационного превосходства над противником и нанесения ему материального, идеологического или иного ущерба»[3].

Г. Г. Почепцов подчеркивает, что во время информационной войны происходят «увеличение объема собственной информации, затруднение для противника доступа к правдивой информации, размещение в информационных потоках противника кажущейся достоверной, но фальшивой информации»[4] и т. д.

Обращаясь к современному контексту информационных войн, многие авторы увязывают его с терминами «инфодемия», «медиатизация общества» и «постправда». Под инфодемией при этом понимается переизбыток информации, как точной, так и неточной, делающей для людей затруднительным нахождение достойных доверия источников и руководств к действию[5]. Понятия «медиатизация» и «постправда» обозначают ситуации, когда в условиях господства сетевых медиа реальность отходит на второй план, уступая место бесконечному потоку информации и эмоций, которые определяют мысли и поведение интернет-пользователей. Если прежняя «правда» рассматривалась как фиксатор объективного состояния общественных коммуникаций, то постправда становится инструментом маркирования любых персон, организаций, событий в соответствии с интересами инициаторов такой маркировки[6].

В то же время на фоне многих теоретических обобщений значительно меньшее внимание исследователей, на наш взгляд, уделяется научному анализу прикладных продуктов информационной войны.

Что мы подразумеваем под продуктами? В Федеральном законе «Об участии в международном информационном обмене» *информационные продукты* (продукция) в целом определяются как «документированная информация, подготовленная в соответствии с потребностями пользова-

---

[2] *Панарин И. Н.* Информационная война и геополитика. М.: Поколение, 2006. С. 6.

[3] *Манойло А. В.* Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. М.: Горячая линия — Телеком, 2012. С. 203.

[4] *Почепцов Г. Г.* Информационные войны. Новый инструмент политики. М.: Алисторус, 2015. С. 124.

[5] Understanding the infodemic and misinformation in the fight against COVID-19: factsheet [Электронный ресурс]. Pan American Health Organization, 2020. URL: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52052/Factsheet-infodemic_eng.pdf (дата обращения: 25.05.2022).

[6] Управляемость и дискурс виртуальных сообществ в условиях политики постправды: монография / под ред. Д. С. Мартьянова. СПб.: ЭлекСис, 2019.

телей и предназначенная или применяемая для удовлетворения потребностей пользователей». Под документированной информацией (документом) имеется в виду «зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать»[7]. То же, по мнению автора статьи, относится к продукту информационной войны, но с некоторыми дополнениями: это может быть продукция, первоначально не зафиксированная на материальном носителе (например, устный слух), а также не имеющая идентификационных реквизитов (анонимное вбрасывание информации или то же с ложного ресурса).

При создании смыслообразующего информационного продукта в условиях «холодной», а тем более реальной войны используется целый спектр методов, краткую характеристику которых целесообразно представить в настоящей статье. Среди них *дезинформация,* или, как ее определяет ст. 207.1 Уголовного Кодекса РФ, «заведомо ложная информация» – распространение под видом достоверных сообщений информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан[8].

В спектре многочисленных исследований и определений, посвященных *фейковой информации* (фейки, fake news), хотелось бы обратить внимание на вышедший в США в 2019 г. сборник трудов учёных разных стран, полностью посвящённый исследованиям данного явления. Для его обозначения авторы также употребляют приравненные к *fake news* термины *falsehood* и *rumors.* С одной стороны, они синонимичны «дезинформации» и переводятся как ложь, неправда, обман. С другой стороны, – имеют и более мягкие определения: ошибочность, вымысел.

Таким образом, фейки могут преследовать своей целью как преднамеренное, так и непреднамеренное введение пользователя в заблуждение. То и другое классифицируется по таким позициям, как «подбор, компоновка фактов» (от англ. *fabrication* – букв. сборка); «выдёргивание из текста» (от англ. *context-isolation* – букв. обособление, оторванность от контекста) и «манипулирование», предполагающее широкий спектр операций со смыслами (от англ. *manipulation* – букв. махинация, обработка, подтасовка). К fake news, rumors, falsehood относят также уловки, хитрости, психологические приёмы, социотехники; управление ложными посылками, двусмысленностями и впечатлениями[9].

Огромную роль в условиях информационной войны играют операции с коммеморацией — исторической (культурной) памятью (от фр. *commémorative* — памятный, мемориальный и англ. *commemoration* — ознаменование, в память). Я. Ассманн понимает «культурную память» как непрерывный процесс, в котором всякое общество или его группа формируют

[7] Федеральный закон «Об участии в международном информационном обмене». Принят Государственной Думой 5 июня 1996 года. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/9688 (дата обращения: 25.05.2022).

[8] Федеральный закон от 01.04.2020 № 100-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/45393 (дата обращения: 25.05.2022).

[9] *Chiluwa I. E., & Samoilenko S. A.* Handbook of research on deception, fake news, and misinformation online. Hershey, PA: IGI Global, 2019. P. 4–6.

и стабилизируют свою идентичность посредством реконструкции собственного прошлого. При этом прошлое не просто фиксируется настоящим, а открывается им заново, моделируется в зависимости от обстоятельств современности. Релевантность события обусловлена не историческим прошлым, а постоянно меняющимся настоящим, удерживающим в памяти самые важные факты и смысл данного события. Иными словами, «история памяти» принципиально отличается от «истории фактов», поскольку анализирует не собственно явления прошлой жизни, а их значения в текущий период[10].

Известно, что в условиях любых чрезвычайных событий, включая военные, росту кризисных настроений в обществе способствуют такие осложняющие факторы, как внезапность развития событий, дефицит информации и частичная потеря контроля за ее распространением, атмосфера неопределенности, влекущая за собой элементы паники.

Как отмечает Г. Г. Почепцов, подобные факторы генерируют появление нетрадиционных методов восстановления понятной картины окружающего мира. Начинают цениться любые подсказки, ведущие к возникновению поля *конспирологии* – концепции злонамеренного умысла и действий определённых групп людей. Неопределённый мир пугает всех, поскольку действия выглядят непредсказуемыми, а конспирологическая версия упорядочивает мир хаоса для обывателя[11].

При всей значимости указанных методов, не всегда совпадающих с правовыми и этическими требованиями и вызывающими конфликт в медийном поле, ранее описанный в публикации автора настоящей статьи[12], важнейшим качественным признаком информационного продукта, по нашему мнению, является — как в прошлом, так и в настоящем — содержание (контент) продуцируемых сообщений, включающее в себя текст и сопровождающие его, либо существующие автономно аудиальные и визуальные компоненты. В условиях информационной войны контент зачастую носит, как указывалось выше, характер дезинформации, которую стороны противоборства стараются опровергнуть; либо смысловой интерпретации, для нейтрализации которой заинтересованными субъектами имплантируются в информационное пространство альтернативные варианты смыслового («подсказывающего») прочтения с определенными ориентирами. По этим линиям и ведется в большинстве случаев аналитический разбор продуктов информационной войны: либо они ложные, либо — с искаженным смыслом или вырыванием из текста.

Однако при всей распространенности указанных подходов существует тезис о том, что важнейшим и предпочтительным признаком, определяющим приемлемость и эффективность информационного продукта, является

---

[10] *Assmann J.* Moses the Egyptian: The Memory of Egypt in Western Monotheism. Harvard University Press, 1998.

[11] *Почепцов Г. Г.* Дезинформация мечтает стать фейком, а конспирология — правдой. URL: https://psyfactor.org/psyops/feyki-i-desinformatsiya-5.htm (дата обращения: 25.05.2022).

[12] *Чумиков А. Н.* Конфликтные коммуникации в медийном поле. Коммуникология. 2021. Vol. 9. No 2. С. 125–142. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-125-142.

наличие в нем неопровержимых фактов, поддерживающих запрограммированную линию поведения участника противоборства в информационном пространстве. Хотя автору настоящей статьи приходилось писать о тенденции, когда «факт исчезает», уступая место смысловым интерпретациям[13], современная практика дает нам примеры эффективных фактографических построений, содержащих как рациональные доводы, так и яркую эмоциональную окраску, лежащие в русле правовых и этических требований.

У качественных СМИ присутствуют определенные принципы работы с источниками получения фактов. Среди важнейших критериев их выбора называются такие, как надежность, достоверность, наличие доверия к источнику у журналиста и его аудитории, предпочтительность первоисточника. Например, у информационного агентства Reuters существует следующая иерархия приоритетных первоисточников: журналист, видевший всё своими глазами; человек, непосредственно совершивший то, о чем пишет; очевидец. При этом такой источник, как заинтересованная сторона, оценивается «хуже независимой, потому что она склонна интерпретировать событие в свою пользу»[14].

Таким образом, предпочтительным очевидцем, а также иным ньюсмейкером, или *воздействующим субъектом,* предоставляющим актуальную информацию аудитории, может являться не только журналист, но и другие узнаваемые и уважаемые персоны. Факты, которые они приводят, должны подлежать максимально простой проверке. Логические связки, употребляемые очевидцем, должны быть непротиворечивы, а также понятны массовой аудитории. Желательно, чтобы в продукте содержалось минимум интерпретаций и максимум безусловных сведений, то есть чтобы факты приводили к смыслам, а не служили лишь инструментом для них. Контент сообщения, разумеется, может быть острым, но не обижающим целевую аудиторию и не вызывающим у нее агрессию.

В этой связи представляется интересным рассмотреть конкретные и сопоставимые продукты современной информационной войны разного качества — два альтернативных видеоролика, подготовленных в период специальной военной операции России на Украине в марте 2022 г. и получивших значительную популярность в интернете (YouTube и перепосты в социальных сетях). С одной стороны, качественный анализ продуктов проводится автором настоящей статьи, выступающим в роли эксперта. С другой стороны, здесь используется социологический инструментарий, применяемый для количественных исследований: оба ролика были предложены для просмотра студентам — участникам Всероссийской олимпиады по рекламе и связям с общественностью, проходившей в Красноярске 18–21 апреля 2022 г. В аудитории присутствовало 122 студента из 16 вузов различных регионов России. По некоторым вопросам формального типа, не затрагивающим глубинные установки молодых людей, предлагалось проголосовать,

[13] *Чумиков А. Н.* Управление коммуникациями / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М.: Дашков и К, 2022.

[14] Работа журналиста в цифровой периодике / отв. ред. О. В. Смирнова. М.: Аспект-пресс, 2021. С. 76.

то есть фактически ответить на закрытые вопросы «да» или «нет»; по более сложным – высказать свои мнения, то есть ответить на открытые вопросы. Таким образом, применительно к данной аудитории (генеральная совокупность–студенты вузов России, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью; выборочная совокупность – их представители на Олимпиаде) опрос может характеризоваться как количественно-качественный, то есть сочетающий элементы репрезентативного исследования, экспертного анализа и расширенной фокус-группы.

Итак, что же содержится в ролике, ньюсмейкером (воздействующим субъектом) которого является известный американский артист и политик Арнольд Шварценеггер[15]. «Я знаю, что русский народ не в курсе того, что сейчас происходит, — говорит А. Шварценеггер. — Вот почему я надеюсь, что вы позволите мне сказать вам правду», – таков вступительный и основной тезис 9-минутного выступления. Какая правда имеется в виду? «О войне в Украине и о том, что там происходит».

Артист и политик пытается продемонстрировать свою связь с Россией и ее людьми. Так, он рассказывает, как в юности познакомился с Юрием Власовым (не указывается, кто это, демонстрируются только фото Ю. Власова со штангой), который стал его кумиром. Вернувшись домой, А. Шварценеггер повесил на стену фотографию Ю. Власова. Однако отец артиста хотел снять фотографию. Почему? «Он был ранен в Ленинграде, — рассказывает А. Шварценеггер, — где нацистская армия, в которой он служил, нанесла невосполнимый ущерб этому великому городу. Он не любил русских из-за своего опыта во Второй мировой войне».

Далее артист намеревается предстать перед глазами аудитории как принципиальный человек, который всегда открыто выражает свою точку зрения. Например, он характеризует события 6 января 2021 г. в США (демонстрация сторонников президента Д. Трампа, прорвавшихся в Капитолий) как «попытку мятежа, когда дикая толпа пошла штурмом на Капитолий». Но митингам оппозиции в России А. Шварценеггер дает иную, позитивную характеристику: «Вас [проводящих митинги] сажают. Вас бьют. Вы — мои новые герои».

Наконец, следует собственно «правда». Она заключается в том, что войну на Украине начали «власть имущие в Кремле». При этом «некоторым сказали, что мы там, чтобы защитить русских в Украине». Но «всё это – пропаганда».

А. Шварценеггер также говорит о том, что «Украина — страна с президентом еврейского происхождения, поэтому там не может быть нацизма».

Характеризуя военную обстановку, артист заявляет: «Я с тяжелым сердцем говорю вам, что тысячи российских солдат убиты. Огромное количество российской боевой техники разрушено или брошено» (приводится фото с несколькими десятками подбитых или поврежденных танков неузнаваемой конструкции в неузнаваемом месте).

[15] *Шварценеггер А.* Я надеюсь сказать вам правду. URL: https://youtu.be/g7nf5jYa26g (дата обращения: 25.05.2022).

В заключение А. Шварценеггер упоминает детскую больницу и роддом, разрушенные, по его мнению, российскими войсками (приводится фото неузнаваемых разрушенных зданий).

Обратимся к студенческим оценкам. На вопрос, знает ли аудитория, кто такой Арнольд Шварценеггер, 90 % присутствующих ответили положительно. Однако чемпиона мира по тяжелой атлетике Юрия Власова, призванного продемонстрировать связь А. Шварценеггера с Россией, знали не более 5 %, что существенно снижало эффективность задуманного приема.

Студенты не поняли, зачем А. Шварценеггер упомянул своего отца — солдата Вермахта, а также уточнили, почему говорится о том, что тот воевал в Ленинграде (в английском варианте at Leningrad), ведь город не был сдан немецким войскам и выдержал длительную блокаду. Другими словами, данные посылы вызвали не сочувствующую реакцию, а недоумение.

Некоторые студенты с симпатией отнеслись к выступлениям оппозиции в России, однако удивились, почему А. Шварценеггер сохраняет за ней право на выступление, называя при этом оппозицию в США «мятежниками», а украинский «майдан» 2014 г. не упоминает вовсе, соответственно и не высказывает к нему отношения. Такая позиция представляется некорректной.

В ответ на тезис о том, что при украинском президенте-еврее не может быть нацизма, некоторые студенты заявили, что у Гитлера возможно имелись еврейские корни, то есть тезис воспринимался как ложный.

Утверждения о том, что войну начали «власть имущие России» и что «всё это пропаганда», не подверглись обсуждению. В ответ на сведения о «тысячах убитых», «уничтоженной технике», «разрушенных детской больнице и роддоме» студенты заявляли, что эти сведения требуют документального подтверждения.

Перейдем к ролику, где воздействующим субъектом выступает Марьяна Наумова — российская девушка, чемпионка мира по пауэрлифтингу[16]. Марьяна рассказывает о том, что познакомилась со Шварценеггером в США в 2015 г. когда в 15-летнем возрасте установила мировой рекорд, выжав штангу весом сто пятьдесят килограммов.

«Господин Шварценеггер, я уверена, что вы меня помните. Вы оставили мне автограф на рукаве вашей фирменной куртки, и я ношу ее как добрую память о нашей встрече (в кадре М. Наумова в этой куртке с государственным флагом США), — говорит Марьяна.

А далее сообщает, что она — уроженка Донецка и к моменту встречи с А. Шварценеггером дважды побывала в Донбассе: «Я рассказывала донбасским школьникам в первую очередь о вас — моем кумире в жизни и в спорте. Ребята из Луганской и Донецкой республик начали писать письма и слать фотографии с просьбой передать их вам. Я распечатала фотографии, перевела письма, передала вам конверт и сказала: «Арнольд, школьники просили передать эти письма для вас». Вы отдали письма помощнику

[16] *Наумова М.* Я уверена, что вы меня помните. URL: https://youtu.be/saSAP0UUnyU (дата обращения: 10.05.2022).

и ответили: «Украина, да-да, я знаю. Я посмотрю, я буду работать над этим». Очевидно, вы не работали с теми письмами, которые я вам привезла, хотя и обещали. Но правда о том, что было, — она в письмах, Арнольд, которые с 2015 г. лежат у ваших помощников».

Далее в кадре демонстрируется Аллея ангелов в Донецке с именами убитых детей на надгробиях. «Правда — на Аллее ангелов в Донецке, — говорит Марьяна, где каждый может прочесть имена детей, которых убили. Реальность в том, Арнольд, что ваш терминатор не только не защитил, не помог и не спас детей Донбасса, но даже не прочитал их писем».

М. Наумова проявляет осведомленность не только о подробностях кинематографической карьеры А. Шварценеггера и его текущей деятельности, но и о взглядах и действиях артиста в прошлом: «Вы же смелый человек, если приезжали, например, к американским солдатам в Ирак, учили их тренироваться и поддерживать форму. Я не спрашиваю, Арнольд, что делали тогда ваши военные в Ираке и зачем вы его разорили – вашему правительству виднее. И ваш отец пришел с оружием на мою Родину, убивал и калечил моих соотечественников. Я хотела бы напомнить вам, что и вы когда-то восхищались Гитлером».

Ролик завершается призывом: «Господин Шварценеггер, найдите и перечитайте те письма, которые дети Донбасса писали вам в далеком уже 2015-м. Я приглашаю вас увидеть всё своими глазами».

И вновь обратимся к студенческим оценкам. На вопрос, знает ли аудитория, кто такая Марьяна Наумова, 100 % присутствующих ответили отрицательно. При этом ничего из сказанного Марьяной не вызвало каких-либо сомнений, ее выступление признано рационально выдержанным, а эмоционально — искренним и трогательным.

История с письмами поразила аудиторию. При упоминании об Аллее ангелов в Донецке у некоторых студентов на глазах появились слезы.

Как реакция на дополнительную информацию об А. Шварценеггере последовали вопросы и реплики, которых не было после просмотра его ролика: «Действительно, чем война в Ираке «лучше» украинской? А он ее поддерживал!» Или: «А Шварценеггер действительно симпатизировал Гитлеру?» Или: «Здорово она вспомнила Терминатора». Или: «Да никогда он не поедет в Донбасс». То есть дополнительная информация позволила продолжить обсуждение ролика и затронуть вопросы, отсутствующие в выступлении А. Шварценеггера и снижающие позитивность восприятия его выступления.

Студенты обратили внимание, что А. Шварценеггер обвиняет российские власти в агрессии, а М. Наумова никого ни в чём не обвиняет, но ее «мягкая сила» выполняет функцию справедливого и корректного негативного акцента на действиях американских властей в Ираке.

В качестве резюме нашего экспертного анализа и проведенного исследования констатируем, что удачным моментом в ролике (информационном продукте) А. Шварценеггера является подбор самого спикера, чье выступление было артистичным и эмоциональным. Однако артист даже

не претендовал на роль очевидца, а выступал как заинтересованная сторона. При этом готовившие материал специалисты проявили поверхностную осведомленность о событиях российской истории, провели неудачные сопоставления, прибегли к демонстрации непроверенных фактов (фейковой информации), обвинениям «власть имущих» и попыткам расколоть российское общество за счет наделения титулами «героев» лишь представителей абстрактной оппозиции. Ряд моментов и персон (Юрий Власов) для молодежной аудитории оказался просто неизвестным или непонятным, что не способствовало выполнению программной задачи продукта-ролика.

Что же касается М. Наумовой, то она выступает в роли очевидца событий, причем не интерпретирует их в свою пользу. Приводимые ей факты просты, понятны и могут быть оперативно проверены любым рядовым читателем, зрителем, слушателем. Таким образом ролик (информационный продукт) М. Наумовой отвечает приведенным выше принципам работы с фактами и свидетельствует о возможности и эффективности проведения PR-деятельности в «белых перчатках».

В таблице даётся статистика просмотров роликов в YouTube по приведенным в статье ссылкам на момент её написания, подтверждающая и дополняющая сделанные автором выводы.

Статистика просмотров видеороликов А. Шварценеггера и М. Наумовой на YouTube на 25 мая 2022 г.

Ньюсмейкер/ воздействующий субъект	Просмотры, тыс.	Лайки, тыс.	Комментарии
Арнольд Шварценеггер	~ 160	~ 5,5	Приблизительно 2 тыс.; большинство комментариев от англоязычных пользователей, носят преимущественно разделяющий и поддерживающий выступление А. Шварценеггера характер; комментарии на русском языке единичны.
Марьяна Наумова	> 650	~ 80	Более 16 тыс.; большинство комментариев от русскоязычных пользователей, носят преимущественно разделяющий и поддерживающий выступление М. Наумовой характер; комментарии на английском языке немногочисленны.

Так, таблица показывает, что русскоязычная аудитория более многочисленна и преимущественно поддерживает информацию и позицию М. Наумовой, то есть применительно к россиянам продукт эффективен, тем более что и предназначался русскоязычной аудитории (М. Наумова говорит в ролике по-русски).

В то же время англоязычная аудитория, значительно меньшая по численности, в основном поддерживает информацию и позицию А. Шварценеггера (спикер в ролике говорит по-английски), то есть применительно к этой аудитории продукт следует также признать эффективным, хотя он изначально ориентирован на россиян.

Статистика просмотров позволяет сделать и дополнительные выводы иного порядка. Дело в том, что эффективность воздействия информационного продукта на целевую аудиторию зависит не только от его грамотного построения с помощью доверительного субъекта-ньюсмейкера и проверенных фактов. В соответствии с постулатами автора оригинальной концепции общественного мнения У. Липпманна, сформулированной еще в 20-е гг. прошлого века, понимание человеком реальности зависит от ранее сформированных «образов в его голове». Большинство людей живут в «коконе» своей личной жизни и имеют минимальный непосредственный доступ к внешнему миру; поэтому их восприятие действительности формируется под влиянием так называемой псевдосреды. В ее основе лежат *стереотипы* – «набор устоявшихся впечатлений», который «мы держим в голове»; жесткие мыслительные шаблоны, определяющие наш личностный выбор в мире[17].

Как замечал Э. Бернейс, анализирующий теоретическое наследие У. Липпманна, исследователь описывал стереотипы в качестве фундамента внутренней вселенной человека, как центральные составляющие структуры человеческой психики[18].

На этот же феномен указывают и современные ученые, называя его эффектом «эхо-камер» (*echo chamber*), при котором люди получают ту информацию, которая подкрепляет их взгляды, таким образом формируя своего рода информационную и идеологическую сегрегацию[19].

Другими словами, единичный информационный продукт, сколь бы качественным он ни был, не в состоянии сломать существующий стереотип в сознании отдельного человека или группы носителей определенного стереотипа. Поэтому в случае с А. Шварценеггером и М. Наумовой мы имеем дело скорее с поддержкой существующих стереотипов, чем с внедрением альтернативных установок. Однако пошатнуть стереотип, заместить его новой, в ряде случаев противоположной установкой, способен разнообразный, регулярно транслируемый и пополняемый набор информационных продуктов, на что их действие в конечном счете и направлено.

ЛИТЕРАТУРА.

1. *Барабаш В. В.* Государственная пропаганда и информационные войны / В. В. Барабаш, Г. А. Бордюгов, Е. А. Котеленец. М.: Ассоциация исследователей российского общества, 2015.
2. *Барабаш В. В., Котеленец Е. А., Лаврентьева М. Ю.* Информационная война: к генезису термина. Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 3.
3. *Бернейс Э.* Кристаллизация общественного мнения: пер. с англ. М.: Вильямс, 2015.

[17] *Lippmann W.* Public Opinion. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922.
[18] *Бернейс Э.* Кристаллизация общественного мнения: пер. с англ. М.: Вильямс, 2015. С. 31.
[19] *Geib S.* Loopholes in the echo chambers: How the echo chamber metaphor oversimplifies the effects of information gateways on opinion expression / S. Geib, M. Magin, P. Jürgens, B. Stark // Digital Journalism. 2021. No. 9 (5). P. 660–686. DOI: 10.1080/21670811.2021.1873811.

4. *Манойло А. В.* Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. М.: Горячая линия — Телеком, 2012.
5. *Наумова М.* Я уверена, что вы меня помните. URL: https://youtu.be/saSAP0UUnyU.
6. *Панарин И. Н.* Информационная война и геополитика. М.: Поколение, 2006.
7. *Почепцов Г. Г.* Информационные войны. Новый инструмент политики. М.: Алисторус, 2015.
8. *Почепцов Г. Г.* Дезинформация мечтает стать фейком, а конспирология — правдой. URL: https://psyfactor.org/psyops/feyki-i-desinformatsiya-5.htm.
9. Работа журналиста в цифровой периодике / отв. ред. О. В. Смирнова. М.: Аспект-пресс, 2021.
10. Управляемость и дискурс виртуальных сообществ в условиях политики постправды: монография / под ред. Д. С. Мартьянова. СПб.: ЭлекСис, 2019.
11. Федеральный закон «Об участии в международном информационном обмене». Принят Государственной Думой 5 июня 1996 года. URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/9688.
12. Федеральный закон от 01.04.2020 № 100-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/45393.
13. *Чумиков А. Н.* Конфликтные коммуникации в медийном поле. Коммуникология. 2021. Vol. 9. No 2. С. 125–142.
14. *Чумиков А. Н.* Управление коммуникациями / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М.: Дашков и К, 2022.
15. *Шварценеггер А.* Я надеюсь сказать вам правду. URL: https://youtu.be/g7nf5jYa26g.
16. *Assmann J.* Moses the Egyptian: The Memory of Egypt in Western Monotheism. Harvard University Press, 1998.
17. *Chiluwa I. E., & Samoilenko S. A.* Handbook of research on deception, fake news, and misinformation online. Hershey, PA: IGI Global, 2019.
18. *Geib S.* Loopholes in the echo chambers: How the echo chamber metaphor oversimplifies the effects of information gateways on opinion expression / S. Geib, M. Magin, P. Jürgens, B. Stark // Digital Journalism. 2021. No. 9 (5).
19. *Lippmann W.* Public Opinion. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922.
20. Understanding the infodemic and misinformation in the fight against COVID-19: factsheet. Pan American Health Organization. 2020. URL: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52052/Factsheet-infodemic_eng.pdf.

Поступила в редакцию 1 июня 2022 г.

УДК 316.77:001.8
070:001.8

М. А. КУДРЯШОВ,
кандидат технических наук,
доцент кафедры журналистики
Института гуманитарных и социальных наук
Тульского государственного университета;
Россия, г. Тула.
e-mail: *ua3pkb@mail.ru*

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ТУЛЫ И ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ В XIX–XXI ВВ.: NOSQL БАЗА ДАННЫХ

Аннотация. *Приводится опыт создания NoSQL базы данных средств массовой информации Тулы и Тульской области XIX–XXI вв. Актуальность исследования связана с отсутствием в регионе источника структурированной информации о периодических изданиях, радио, телеканалах и сетевых ресурсах в типологическом и хронологическом аспектах. Впервые создан электронный ресурс, позволяющий рассматривать историю СМИ как в известных типологиях журналистики, так и на базе правил библиографического описания. Сформированная база данных опирается на принцип горизонтального масштабирования, возможности обработки большого объема данных и использования напряженного трафика, что открывает перспективы создания межрегиональных информационных ресурсов.*

Новизна исследования заключается в том, что в контексте разнородности исторических данных показана сложность использования реляционной модели и удобство применения NoSQL подхода на примере документоориентированной СУБД MongoDB. Реализована процедура горизонтальной декомпозиции некоторых типологических признаков СМИ по шкале времени с квантованием по номенклатуре выходных сведений. Также отражены возможности применения данных географической структуры типа GeoJSON. На примерах проиллюстрировано удобство использования методов поиска и возможностей конвейера агрегации. Приведен количественный анализ информационной наполненности созданной базы по эмпирически выявленным в процессе исследования ключам семантической разметки.

Ключевые слова: *электронный архив, реляционная модель, медиасфера, сетевой ресурс, выходные сведения, ключевое поле, модель данных, атомарные данные.*

M. A. KUDRYASHOV,
Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor of the Journalism Department,
Institute of Humanitarian and Social Sciences,
Tula State University;
Russia, Tula.
e-mail: *ua3pkb@mail.ru*

MASS MEDIA OF TULA AND TULA REGION IN XIX–XXI: NOSQL DATABASE

Abstract. *The experience of creating the NoSQL database of the mass media of Tula and Tula region of the 19th–21st centuries is given. The relevance of the study is related to the lack of sources of structured information about periodicals, radio, TV channels and network resources in the region in typological and chronological aspects. For the first time, an electronic resource has been created that allows considering the history of the media both in well-known typologies of journalism and on the basis of the rules of bibliographic description. The generated database is based on the principle of horizontal scaling, the ability to process large amounts of data and use heavy traffic, which opens up prospects for creating interregional information resources.*

The novelty of the study is in the fact that, in the context of the heterogeneity of historical data, the complexity of using the relational model and the convenience of using the NoSQL approach are shown using the document-oriented DBMS MongoDB as an example. A procedure for horizontal decomposition of some typological features of the media on a time scale with quantization according to the nomenclature of output information has been implemented. The possibilities of using geographic structure data of the GeoJSON type are also reflected. The examples illustrate the convenience of using search methods and the capabilities of the aggregate conveyor. A quantitative analysis of the information content of the created base is given according to the keys of semantic markup empirically identified during research.

Keywords: *electronic archive, relational model, media sphere, network resource, output information, key field, data model, atomic data.*

Необходимость в разработке подробных каталогов региональной прессы и анализе региональной медиасферы с позиций журналистики является актуальной задачей[1]. Тем не менее, в настоящее время в Туле и Тульской области не существует единого электронного архива информации полезного для изучения истории СМИ и разработки их типологий. Электронный реестр Роскомнадзора, в силу своей специфики, предоставляет данные с временными рамками ограниченными XXI веком и является малопригодным для скрупулезных исследований.[2] В связи с этим на кафедре журналистики Тульского государственного университета ведутся работы по созданию сетевого ресурса, позволяющего проводить анализ прессы в разнообразии научных взглядов. Очевидно, что ядром разрабатываемого онлайн продукта должна стать структурированная система или база данных.

На первый взгляд для ее формирования логично использовать реляционную модель, с успехом применяемую во многих областях человеческой деятельности. Вместе с мощью языка SQL, породившей разнообразие платформ прикладного программирования, проверенная временем концепция

[1] *Жилякова Н. В.* Заполняя медиакарту российских регионов // Вопросы журналистики. Томск: Изд-во ТГУ, 2019. № 5. С. 105–108.

[2] *Играев Б. А.* Тульские СМИ в статистике Роскомнадзора // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. Тула: Изд-во ТулГУ. 2014. № 4. С. 87–98.

организации данных для хранения разнообразия атрибутов прессы, предложенная Коддом еще в 1970 г.[3], выглядит крайне привлекательной.

Попробуем представить некоторое средство массовой информации как выбранную по заданным ключам совокупность кортежей (строк) из набора отношений (таблиц). Некоторое периодическое печатное издание на основе существующей в настоящее время номенклатуры выходных сведений[4] можно изобразить так, как показано на рис. 1.

Отношение «Учредитель» определяет лиц или их объединения различного юридического статуса, участвовавших в организации СМИ. Основой может послужить база данных Роскомнадзора. Отношение «Населенный пункт», вероятно, может быть построено как выборка из официального классификатора отделений Почты России. Интересно было бы разработать грамотную типологию дизайна СМИ или отношение «Дизайн». Включить в него кортежи из различных форматов, типов бумаг, красок. Возникает желание даже ввести поля, связанные с художественными оформительскими направлениями и стилями.

Все это, а возможно, и большее количество таблиц показало бы спектр средств массовой информации в географическом и художественном разнообразии, организационном порядке и строгости. Он соответствовал бы отраслевым стандартам на технологию производства, структурам классификаторов библиотек и Российской книжной палаты, прочим нормативным и законодательным актам.

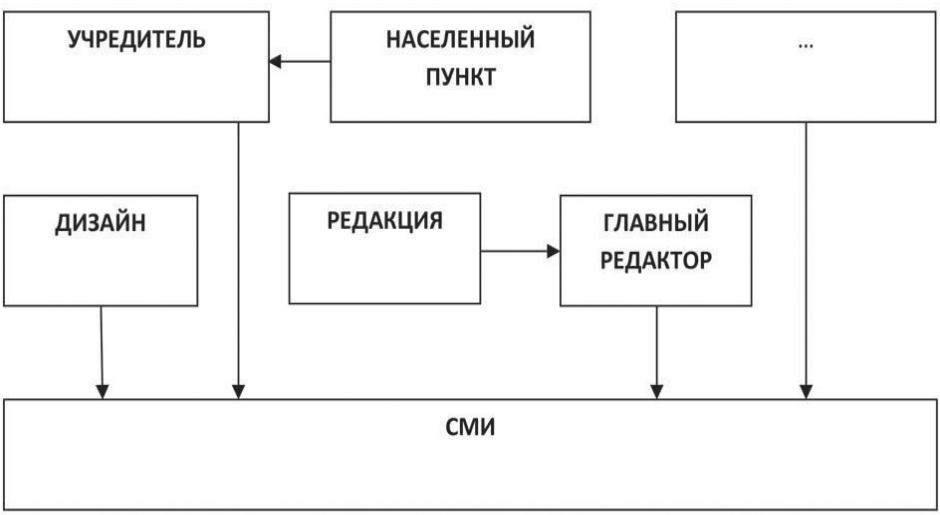


Рис. 1. **Пример модели данных, определяющий печатное СМИ**

[3] *Грэй П.* Логика, алгебра и базы данных / пер. с англ. Х. И. Килова, Г. Е. Минца; под. ред. Г. В. Орловского, А. О. Слисенко. М.: Машиностроение, 1989; *Дейт К. Дж.* Введение в системы баз данных. 8-е изд. / пер. с англ. К. А. Птицына. М.: ИД «Вильямс», 2005.

[4] ГОСТ Р 7.0.4-2020. Издания. Выходные сведения.

Однако история журналистики, отражающая реалии деятельности редакций: условия смен государственной власти, произошедшие войны, восстания и революции, говорит о сложности создания такого безусловно логически красивого и целостного каталога информации.

Рассмотрим, к примеру, статью об областной общественно-политической газете «Молодой коммунар», опубликованную в «Энциклопедии тульской журналистики» Б. А. Играева[5]. Согласно приведенной информации ее учредителем является Тульский губернский комитет комсомола; издание выходит с 1925 г. на четырех полосах формата А2 тиражом 4500 экз. Список полей в отношении СМИ, показанный на рис. 1, в данном случае соответствует набору ключевых полей (рис. 2). При этом внешним ключевым полем, идентифицирующим средство массовой информации, является «Название».

Название	Учредитель	Гл. редактор	Год учреждения	Тираж	Формат	...

Рис. 2. **Пример определения полей в отношении СМИ**

Однако в 1938 г. у газеты меняются учредитель (причем их становится два — Тульские областной и городской комитеты ВЛКСМ), формат, периодичность и тираж. И, таким образом, в определенном на рис. 2 отношении возникают уже две газеты.

Пожалуй, данная проблема разрешима, если в качестве внешнего ключевого поля выбрать не «Название», а совокупность полей, однозначно идентифицирующих газету в хронологическом аспекте:

$$\textbf{\{«Название», «Год учреждения»\},} \quad (1)$$

считая, что под годом учреждения мы понимаем год смены учредителя.

Тем не менее в 1952 г. в газету приходит новый главный редактор (им становится А. В. Играев), изменяются также тираж и периодичность. Подобное происходит и в 1963 г. вместе с главным редактором Е. П. Волковым. С 1991 г. у газеты несколько раз сменяются учредитель, главный редактор, возникает должность «шеф-редактор». Таким образом, если под определением «Газета» в реляционной информационной модели понимать формулу (1), то в одной энциклопедической статье мы имеем дело как минимум с десятком газет.

Ситуация усложняется тем, что рассмотренные в статье «Молодой коммунар» перемены не являются уникальными. Так, контекстный анализ всех статей данной энциклопедии позволяет сделать вывод, что многие средства массовой информации за время своего существования изменяли даже название. Наиболее яркие в рамках концепции реляционной модели данных замеченные парадоксы сведены в табл. 1.

[5] *Играев Б. А.* Энциклопедия тульской журналистики. Тула: ООО «Салон оперативной полиграфии», 2018. С. 87.

Таблица 1. **Некоторые парадоксы реляционной модели на примере «Энциклопедии тульской журналистики» Б. А. Играева**

Название СМИ	Поля
Белевская правда, Блокнот агитатора, Богородицкие вести, Заокский вестник, Заря, Заря. Ефремов, Засечный рубеж, Знамя. Узловской район, Известия тульского губернского исполнительного комитета, Известия Тульского губернского комитета ВКПб, Известия тульского губисполкома и горсовета, Красное знамя, Красный оружейник, Наша жизнь, Новомосковская правда, Опытная пасека, Плавская новь, Районные будни, Светлый путь, Смена, Судьба, Тульская речь, Университетская газета, Щекинский вестник, Ясногорье и др.	Изменялось название, учредитель, руководители, оформление, тираж
Бюллетень официальных распоряжений Тульского губернского продовольственного комитета	В этой же статье указано второе издание, выпускаемое параллельно: «Бюллетень о ходе работ Тульского губернского продовольственного комитета». Существует также запись «Бюллетень Тульского губернского продовольственного комитета» с иным учредителем
Ва-банк	В качестве учредителя указана «группа» — лицо, не определенное в законодательных актах
Виленские губернские ведомости	Указана смена названия на два различных
Диалог	Указано объединение газет
Долой неграмотность, Ленинские внучата	Указаны два издателя
Донская газета	В статье речь идет о газете «Горняцкая правда»
Загородные вести	Газета имеет четыре названия
Знамя коммуниста, Счетработник	Издание не атрибутированно
Известия тульской кооперации	В качестве издателя указана типография
Изюм	«Издавалась... < > ... на ксероксе». Самиздат
Корпоративные издания	Обобщенная статья для всех корпоративных газет
Медиатраст	Холдинг
Первый тульский	В статье о телеканале рассмотрено и Интернет-вещание
Рабочий путь	СМИ было присоединено к газете «Коммунар»

Окончание табл. 1

Название СМИ	Поля
Слобода, Тульские известия, Центр 71	В статье также указано иное, нежели газета, СМИ
Тула	У статьи двойное название: «Тула», «Тула вечерняя»
Тульские епархиальные ведомости	И газета, и журнал

Также к указанным парадоксам следует отнести хронологические пробелы. Например, в газете «Знамя Ильича»[6], преобразованной в 1992 г. в «Алексинские вести», известны лица, занимавшие должность главного редактора, но не известны сроки их трудовой деятельности.

С рассмотренными в табл. 2 нарушениями целостности данных можно встретиться во многих публикациях, связанных с историей средств массовой информации.

Даже поверхностный анализ общепризнанных источников[7], приводит к несоответствиям в формализме реляционной алгебры. И, что теперь очевидно, при использовании RDBMS требует организации информации в громоздкие, неявные отношения. По сути, указывает на выбор в пользу NoSQL систем управления данными как, для рассматриваемого случая, более простых в реализации[8].

Ориентация на агрегаты, заложенная в их основу, позволяет формировать составные структуры данных по специфике пользовательских запросов или требований в тот или иной момент времени на уровне приложения. Имеющийся в наличии не набор логически связанных таблиц, а семантически размеченный текст, позволяет путем последовательного формирования обращений получать необходимые комбинации блоков информации с неделимыми, атомарными значениями.

Такая логика структурирования информации определена как документная модель с хранилищами типа «ключ – значение»[9].

Для ее практической реализации использована платформа MongoDB – мощная, гибкая и масштабируемая СУБД общего назначения. К примечательным особенностям этого продукта можно отнести не только отсутствие требований к описанию таблиц, но и возможности первичного и вторичного

[6] *Играев Б. А.* Энциклопедия тульской журналистики. Тула: ООО «Салон оперативной полиграфии», 2018. С. 10.

[7] Средства массовой информации Новониколаевска – Новосибирска. 1906–2006: словарь-справочник / авт.-сост. А. Л. Посадсков, И. В. Лизунова. Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2007; *Косых Е. Н., Яковенко А. В.* Повременная печать Сибири (вторая половина XIX века – февраль 1917 г.): Сводный указатель периодических и продолжающихся изданий. Томск: Ветер, 2011; *Есин Б. И.* История русской журналистики (1703– 1917). М.: Наука, 2000; *Беспалова А. Г.* История мировой журналистики / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Короченский, Ю. В. Лучинский, А. И. Станько. М.: Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003; *Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П.* История отечественной журналистики XX века: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016; *Кузнецов И. В.* История отечественной журналистики (1917–2000): учеб. комплект (учеб. пособие, хрестоматия). Изд. 5-е, стереотип. М.: Флинта, 2018.

[8] *Фаулер М., Садаладж П. Дж.* NoSQL Методология разработки нереляционных баз данных: пер. с англ. СПб.: Диалектика, 2020.

[9] Там же.

индексирования, а также многоэтапную или конвейерную (Pipeline) агрегацию данных и использование JSON-подобных документов[10].

Проиллюстрируем метод введения в модель данных дискретных хронологических интервалов присущих конкретному СМИ. Каждому такому интервалу с границами, определяемыми ключами ДатаОТ и ДатаДО, соответствует отдельный документ с атомарной информацией свойственной историческим событиям именно этого временного отрезка (рис. 3).

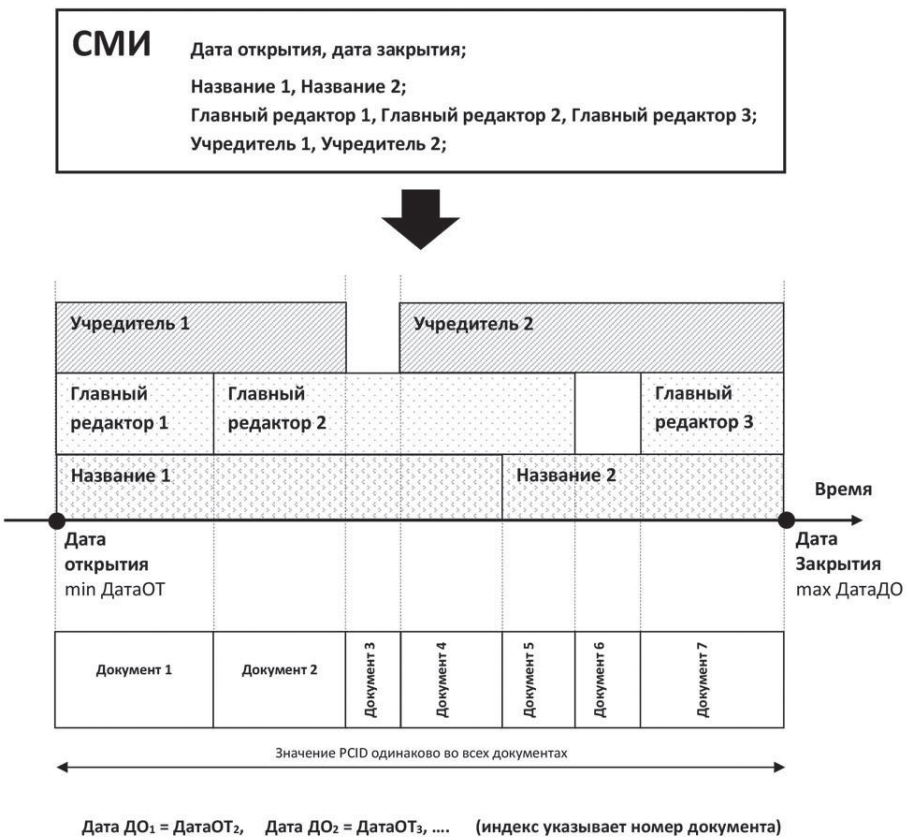


Рис. 3. **Пример, иллюстрирующий метод декомпозиции СМИ по «ленте времени» на основе выходных сведений**

Задание интервалов ДатаОТ и ДатаДО сделано на основании квантования временной шкалы по значениям ключей, представленных в формуле (2), которая выражает понятие СМИ в библиографическом смысле[11]:

[10] *Брэдшоу Ш.* MongoDB: полное руководство. Мощная и масштабируемая система управления базами данных / Ш. Брэдшоу, Й. Брэзил, К. Ходоров; пер. с англ. Д. А. Беликова. М.: ДМК Пресс, 2020.

[11] ГОСТ Р 7.0.4-2020. Издания. Выходные сведения; Правила составления библиографического описания старопечатных изданий / Рос. гос. б-ка; составители: И. М. Полонская, Н. П. Черкашина. М.: Пашков дом, 2003.

{«Название», «Канал», «Глава редакции», «Учредитель»} (2)

Факт использования этой формулы обусловлен эмпирическими доводами — авторы[12] связывают исторические процессы с личностью главы редакции и учредителей.

Очевидно, что применяемый метод формально накладывает ограничение целостности на значения дат по аналогии с горизонтальной декомпозицией реляционных хронологических моделей[13].

Таким образом, при изменении названия, учредителя, главного редактора издания либо типового средства распространения в базе данных возникают новые документы. Для сохранения соответствия между документами в рамках конкретного СМИ введен ключ PCID (PressCollectionID) — он идентифицирует принадлежность документа множеству документов, которым становится СМИ после декомпозиции.

Так, из материалов, указанных в энциклопедии, вместе с сервисом GoogleMaps сформирована база данных TJ (TulaJournalist) с коллекцией Press (Пресса). В результате горизонтальной декомпозиции из 246 СМИ и медиахолдингов образовано 924 документа, информация в которых семантически размечена согласно табл. 2, где указаны ключи, значения и соответствующие им типы данных.

Таблица 2. **Атомарные данные. Ключи и смыслы их значений, формально организованные в типологические блоки**

Ключ	Значение	Тип данных	Примечание
Основные сведения			
Название	Имя СМИ	String	–
Учредитель	Физическое(ие) лицо(а) или организация(и), выступившие учредителями	String, ArrayofString	Может быть несколько
Глава редакции	Человек, отвечающий за выход издания в печать или эфир	String	Важно, что не во всех случаях ключ соответствует формальной должности

[12] *Играев Б. А.* Энциклопедия тульской журналистики. Тула: ООО «Салон оперативной полиграфии», 2018; Средства массовой информации Новониколаевска – Новосибирска. 1906–2006: словарь-справочник / авт.-сост. А. Л. Посадсков, И. В. Лизунова. Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2007; *Косых Е. Н., Яковенко А. В.* Повременная печать Сибири (вторая половина XIX века – февраль 1917 г.): Сводный указатель периодических и продолжающихся изданий. Томск: Ветер, 2011; *Есин Б. И.* История русской журналистики (1703– 1917). М.: Наука, 2000; *Беспалова А. Г.* История мировой журналистики / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Короченский, Ю. В. Лучинский, А. И. Станько. М.: Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003; *Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П.* История отечественной журналистики XX века: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016; *Кузнецов И. В.* История отечественной журналистики (1917–2000): учеб. комплект (учеб. пособие, хрестоматия). Изд. 5-е, стереотип. М.: Флинта, 2018.

[13] *Дейт К. Дж.* Введение в системы баз данных. 8-е изд. / пер. с англ. К. А. Птицына. М.: ИД «Вильямс», 2005.

Продолжение табл. 2

Ключ	Значение	Тип данных	Примечание
ДатаОТ	Дата первого выпуска издания в смысле формулы (2)	String	Отказ от типа данных *Data* обусловлен тем, что даты в энциклопедии представлены разнообразно – в некоторых статьях указан только год, в некоторых год и месяц, в некоторых указаны полностью. Даты представлены в регламентированной ISO последовательности: гггг-мм-дд
ДатаДО	Дата последнего выпуска по определению издания формулой (2)	String	
Канал	Типовые средства СМИ: газета, журнал, сетевое издание, телеканал, радиостанция и их объединения: медиахолдинг, радиохолдинг и т. п.	String	Терминология взята из книги С. Г. Корконосенко «Основы журналистики»
PCID	Внутренний идентификатор документов в базе данных	Int32	Определяет хронологическую композицию базы данных
Описательный блок			
Архивная запись	Пояснение названия каждого СМИ, в большинстве случаев это тип СМИ без привязки к конкретной типологии	String	В наборе этих полей используются типографские кавычки и символы перевода строки
Аннотация	Имеет смысл описания в каталожной библиотечной карточке	String	
Редакция	Состав редакции. Вложенный документ с фиксированными ключами: «Журналисты», «Фотографы», «Кинооператоры», «Телеоператоры», «Художники» и т. п. Существует ключ «Штат», в котором указываются прочие должности и количество сотрудников	Object	
Основные рубрики	Основные рубрики присутствующие в издании, а также тип и название статей	ArrayofString	–
Статьи			

Продолжение табл. 2

Ключ	Значение	Тип данных	Примечание
Периодичность	Количество выпусков издания в год	Int32	Учтено, что в году 52 недели
Примечания	Поле, в котором указаны интересные исторические заметки связанные с деятельностью редакции и ее сотрудников	String	–
Электронная версия	Указывает наличие электронной версии издания	String	Данный ключ принимает условные значения: сайт, мобильное приложение, электронная копия и т. п.
Блок издательских характеристик			
Издатель	Издающие – физическое(ие) лицо(а) или организация(и)	String, ArrayofString	Может быть несколько
Дизайнер	Оформитель(и) издания, телестудии и т. п.	String, ArrayofString	
Тираж	Тираж печатного СМИ	ArrayofString	Использование массива продиктовано тем, что для некоторых изданий даны диапазоны тиражей. Строковый тип в массиве следствие возможного использования определений типа: «небольшой» и т. п.
Формат	Геометрические размеры печатного СМИ	String, ArrayofString	Использование в некоторых случаях массива определено выходом изданий с различными форматами и количеством страниц
Число полос	Количество страниц в печатном СМИ	String, ArrayofString	
Оформление	Тип бумаги, красочность печати, использование графики, фотографий – все, что имеет отношение к внешнему виду издания	String	Принято соглашение для обозначения красочности 4 + 4 делать запись «Издавалось или издается в полноцвете»
Типография	Печатающая или печатавшая СМИ организация	String	
Место печати	Место печати СМИ	String	
Организационный блок			
Шеф-редактор	Шеф-редактор	String, ArrayofString	Использование в некоторых случаях массива определено наличием многих лиц и организаций
Генеральный директор	Генеральный директор	String, ArrayofString	

Окончание табл. 2

Ключ	Значение	Тип данных	Примечание
Автор идеи		String, ArrayofString	
Состав	Состав медиахолдингов. Вложенный документ с фиксированными ключами: «Телеканалы», «Радиостанции», «Наружная реклама», «Интернет сайты» и т. п. А также «Генеральный продюсер» и «Управляющий директор»	Object	Ключи, содержащиеся в объекте, являются массивами
Блок целевого назначения			
location	Географические координаты редакции, дирекции холдинга и т. п.	Object	Объект в формате GeoJSON
Форма распространения	Способы и места распространения издания	ArrayofString	Подписка, продажа в розницу, сети киосков и т. п.
Эфир	Сетка вещания радио или телевидения	ArrayofString	
Цена	Стоимость экземпляра, подписки и т. п.	String	В случае бесплатного распространения указано «бесплатно».
_id	Уникальный идентификатор документа, присваиваемый *MongoDB.*	ObjectID	

К формальной группе «Основные сведения» отнесены материалы, регламентируемые реестром Роскомнадзора, ГОСТ Р 7.0.4-2020 и правилами составления библиографического описания.

Информация, определяющая место СМИ в типологиях журналистики и разнообразных контекстах рассмотрения исторических событий[14] собрана в описательный и юридический блоки, а также блоки целевого назначения и издательских характеристик.

С помощью фреймворков агрегации, изменяя состав ключей в запросе к базе данных, можно создавать хронологически организованные множества документов. Например, тривиально – агрегат по ключам ДатаОТ и Цена

[14] *Есин Б. И.* История русской журналистики (1703– 1917). М.: Наука, 2000; *Беспалова А. Г.* История мировой журналистики / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Короченский, Ю. В. Лучинский, А. И. Станько. М.: Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003; *Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П.* История отечественной журналистики XX века: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016; *Кузнецов И. В.* История отечественной журналистики (1917–2000): учеб. комплект (учеб. пособие, хрестоматия). Изд. 5-е, стереотип. М.: Флинта, 2018; *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001.

формирует взгляд на историю в аспекте экономики, выборка по ключам ДатаОТ и Канал позволяет анализировать СМИ как видоизменение формы его распространения.

Поскольку количество ключей не регламентировано архитектурой используемой NoSQL платформы, то внесение в документы дополнительных «атомов» информации делает спектр заложенных в базу данных исторических взглядов и типологических признаков неограниченным. То есть, по сути, таблица 2 бесконечна.

В качестве примеров покажем результаты выборок, произведенных с помощью метода find() для газеты «АБВ курьер» и районной газеты «Горняцкая правда», основанной в 1935 г., выведенных в формате JSON (курсивом выделены команды запросов в оболочке MongoShell):

```
<TJ
>db.Press.find({"Название": "АБВ-Курьер"})
<{      _id:ObjectId("6162a224eb8a024c46f204bd"),
        PCID :1,
        'Тираж': [ '60000' ],
        'Генеральный директор': 'Артамонова Е. Б.',
        'Типография':[ 'ВМГ-Принт' ],
        'Основные рубрики':
        [       'Будьте здоровы',
                'Записная книжка',
                'Полезная информация',
                'Гороскопы',
                'Программы телепередач' ],
        'Электронная версия': 'сайт',
        'Распространение':
        [       'Прикассовые зоны торговых сетей Тулы',
                'Прикассовые зоны торговых сетей Новомосковска',
                'Прикассовые зоны торговых сетей Алексина',
                'Прикассовые зоны торговых сетей Щекино' ],
        'Формат': 'А3',
        'Цена': 'бесплатно',
        'Место печати': [ 'Москва' ],
        'Архивная запись': 'Еженедельная рекламно-информационная газета',
        'ДатаОТ': '2005-01-01',
        'Канал': 'газета',
        'Периодичность': 48,
        'Примечание': 'Тиражи издания имели сертификацию Национальной тиражной
        службы России',
        'Название': 'АБВ-Курьер',
        location:
        {       type: 'Point',
                coordinates: [37.62001536890494, 54.1956125160068] }
}
<TJ
>db.Press.find({'Название':"Торняцкая правда", Дата: /1935/})
<{      _id:ObjectId("6193a499c006ec30bc7cb05c"),
        PCID : 60,
        'Тираж': [ '3800' ],
        'Архивная запись': 'Общественно-политическая газета г. Донского.',
        'Число полос':[ 2 ],
```

```
        'ДатаОТ': '1935',
        'ДатаДО': '1937',
        'Тип': 'газета',
        'Периодичность': 208,
        'Учредитель': [ 'Комитет ВКП(б) исполкома совета народных депутатов' ],
        'Редакция': {Штат: [ '10 сотрудников' ]},
        'Глава редакции': 'Александр Филатович Рябов',
        'Название': 'Горняцкая правда',
        location:
        {       type: 'Point',
                coordinates: [38.369294609450726, 53.9860830085332]}
}
```

Ниже дан листинг этапов конвейеров агрегации, отражающий логику горизонтальной декомпозиции алексинской районной газеты.

```
//По современному названию СМИ делаем выборку значений ключей
// «PCID», «Закрытие», «Дата» и сортируем по ключу «Дата».

<TJ
>db.Press.aggregate([
        {$match:{ Название: "Алексинские вести" }},
        {$project: {_id:0, 'PCID': 1, 'ДатаОТ': 1, 'ДатаДО':1 }},
        {$sort:{'ДатаОТ': 1}}])
<
{ PCID: 5, 'ДатаОТ': '1992', 'ДатаДО': '2017' }
{ PCID: 5, 'ДатаОТ': '2017', 'ДатаДО': '2018' }
{ PCID: 5, 'ДатаОТ': '2018' }

        //Видим, что издание с указанным именем имеет идентификатор
        // PCID, равный 5, и существует с 1992 г. по настоящее время.
        //Создаем выборку по найденному идентификатору
        //с указанием дополнительного ключа «Канал».

<TJ
>db.Press.aggregate([
        {$match: {'PCID': 5 }},
        {$project: {_id: 0, 'PCID':1, 'ДатаОТ': 1, 'Канал': 1, 'ДатаДО': 1 }}, {$sort: {'ДатаОТ': 1}}])
<
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1918', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'1922'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1919-11-07', 'Канал':'брошюра', 'ДатаДО':'1919-11-07'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1919-11-07', 'Канал':'листовка', 'ДатаДО':'1919-11-07'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1931', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'1941'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1941', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'1943'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1943', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'1945'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1945', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'1962'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1962', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'1982'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1982', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'1992'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'1992', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'2017'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'2017', 'Канал':'газета', 'ДатаДО':'2018'}
{PCID: 5, 'ДатаОТ':'2018', 'Канал':'газета'}

        //Большее количество данных, нежели в первоначальном запросе, говорит
        //о смене названия газеты. Так же виден пробел в истории издания с 1922 по 1931 год.
        //Далее обнаруживаем, что 7 ноября 1919 года редакция выпустила брошюру
        // и листовку. Следующий запрос дает ожидаемое описание брошюры.
```

```
<TJ
>db.Press.aggregate([
        {$match:{ 'PCID': 5, 'Канал': «брошюра»}},
        {$project: {_id:0, 'Название': 1, 'Архивная запись':1 }} ])
<
{       'Название':'Тезисы к партийной неделе' ,
        'Архивная запись': 'Брошюра в день годовщины Октябрьской революции' }

        //Большое количество записей с найденным PCID также говорит
        // о сменах главных редакторов. Покажем их.

<TJ
>db.Press.aggregate([
        {$match: { 'PCID': 5, 'Канал': 'газета'}},
        {$project: {_id: 0, 'ДатаОТ': 1, 'Глава редакции':1 }},
        {$sort: {'ДатаОТ': 1}} ])
<
{'ДатаОТ': '1918','Глава редакции': 'Георгий Иосифович Шибайло' }
{'ДатаОТ': '1931','Глава редакции': 'Виктор Гаврилович Соловьев' }
{'ДатаОТ': '1941','Глава редакции': 'Гавриил Степанович Луканин' }
{'ДатаОТ': '1943','Глава редакции': 'Прасковья Петровна Семёнова' }
{'ДатаОТ': '1945','Глава редакции': ['Пётр Евсиков', 'Александр Петрович Поросятников' ] }
{'ДатаОТ': '1962','Глава редакции': 'Василий Васильевич Романчев' }
{'ДатаОТ': '1982','Глава редакции': 'Анатолий Степанович Шестак' }
{'ДатаОТ': '1992','Глава редакции': 'Анатолий Степанович Шестак' }
{'ДатаОТ': '2017','Глава редакции': 'Анатолий Степанович Шестак' }
{'ДатаОТ': '2018','Глава редакции': 'Елена Ивановна Тарасова' }

        //Наличие массива глав редакций в 1945 г. говорит о пробеле
        // в истории – неизвестны даты их деятельности.
        //Проиллюстрируем вероятные смены учредителя, произошедшие в период
        // с 1982 по 2017 год, когда право подписи «в печать»
        // имел Анатолий Степанович Шестак.

<TJ
>db.Press.aggregate([
        {$match: { 'PCID': 5, 'ДатаОТ': {$gte:'1982', $lte:'2017'} }},
        {$project: {_id:0, 'ДатаОТ': 1, 'Учредитель': 1, }},
        {$sort: {'ДатаОТ': 1}} ])
<
{'ДатаОТ': '1982', 'Учредитель':[ 'Райком партии','Районный совет народных депутатов' ] }
{'ДатаОТ': '1992', 'Учредитель':[ 'Администрация Алексинского района' ] }
{'ДатаОТ': '2017', 'Учредитель':[ 'Информационное агентство «Регион 71»' ] }
```

Для полноты изложения приведем пример развития состава рубрик газеты «Коммунар» в послереволюционный период.

```
<TJ
>db.Mike.aggregate([
        {$match:{'PCID': 84, 'ДатаОТ':{$gt:'1917', $lte:'1920'}}},
        {$project: {_id:0,'ДатаОТ': 1, 'Основные рубрики': 1, 'Глава редакции': 1}},
        {$sort: {'ДатаОТ': 1}} ])
        { 'Основные рубрики': [
                '«Из заграничной жизни»','«Накануне революции»','«На фронте»',
                '«Рабочая жизнь»','«По советской России»','«Последние известия»',
```

'«Из рабочей жизни»', '«Деревня»','«По городу»',
'«Местная жизнь»','«Профессиональная жизнь»','«Рынок»',
'«Вокруг продовольствия»','«Из уездных газет»','«Почтовый ящик»'],
'Глава редакции': 'Г. Н. Каминский',
'ДатаОТ': '1918-07-04' }
{ **'Основные рубрики':** [
'«Из заграничной жизни»','«Накануне революции»','«На фронте»',
'«Рабочая жизнь»','«По советской России»','«Последние известия»',
'«Из рабочей жизни»','«Деревня»','«По городу»',
'«Местная жизнь»','«Профессиональная жизнь»','«Рынок»',
'«Вокруг продовольствия»','«Из уездных газет»','«Почтовый ящик»',
'«Страничка красноармейца»','«Страничка женщины-работницы»',
'«Страничка юного коммунара»','«Страничка помощи голодному»',
'«Страничка деревенской жизни»'],
'Глава редакции': ['В. А. Боженов', 'Е. Игнатьев'],
'ДатаОТ': '1919' }

В табл. 3 дана количественная оценка информативности полученной базы данных на момент публикации статьи.

Таблица 3. **Полнота заполнения документов базы данных по «Энциклопедии тульской журналистики» и GoogleMaps**

№ п/п	Ключ	Количество содержащих ключ документов по отношению к общему числу документов в базе, %	Примечание
1	**Автор идеи**	6	
2	**Аннотация**	45	
3	**Архивная запись**	96	
4	**Генеральный директор**	4	
5	**Глава редакции**	72	
6	**ДатаОТ**	99,7	0,3 % изданий не атрибутировано
7	**ДатаДО**	90	Около 10 % редакций являются в настоящее время действующими
8	**Дизайнер**	1	
9	**Дополнительные статьи**	12	
10	**Издатель**	20	
11	**Название**	100	
12	**Основные рубрики**	24	
13	**Основные статьи**	0,3	
14	**Оформление**	16	

Продолжение табл. 3

№ п/п	Ключ	Количество содержащих ключ документов по отношению к общему числу документов в базе, %	Примечание
15	**Примечание**	50	Половина документов содержат информацию об исторических событиях, на фоне которых выпускалось СМИ
16	**Периодичность**	68	
17	**Способ распространения**	12	
18	**Регион печати**	20	
19	**Редакция**	18	Из них, % Ведущие – 0.6 Дикторы – 1 Журналисты – 57 Кинооператоры – 1 Коллегия – 0,6 Операторы – 1 Совет – 0,6 Фотографы – 4 Дикторы – 1 Художники – 1 Штат – 41
20	**Состав**	0,2	
21	**Канал**	100	Основные из них, % Газета – 75 Журнал – 17 Приложение – 4
22	**Типография**	16	
23	**Тираж**	54	
24	**Учредитель**	51	
25	**Формат**	56	Основные из них, % А3 – 42 А4 – 13 А2 – 11
26	**Цена**	8	
27	**Число полос**	64	
28	**Шеф-редактор**	1	

Окончание табл. 3

№ п/п	Ключ	Количество содержащих ключ документов по отношению к общему числу документов в базе, %	Примечание
29	**Электронная версия**	5	Из них: Сайт – 80 Портал – 12 Электронная копия – 5 Мобильное приложение – 3
30	**Эфир**	0,5	
31	**location**	100	Строго говоря, значения данного ключа определены в менее чем 1 % документов, поскольку заданы с точностью до районных центров и областной столицы.

В результате исследования создана нереляционная база данных, представляющая собой множества из документов с атомарными значениями информации, полученные в результате горизонтальной декомпозиции некоторых типологических признаков СМИ Тулы и Тульской области по шкале времени с квантованием на основе выходных сведений.

Сформированная и наполненная данными информационная структура, не только представляет интерес для научных исследований в журналистике, но и открывает возможности разработок программ широкого прикладного назначения. Самые простые их примеры – чат бот, рассылающий сообщения о днях рождения изданий, или мобильное приложение, которое при нахождении пользователя рядом с историческим адресом редакции сообщает информацию о знаменитой в прошлом или настоящем газете.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П.* История отечественной журналистики XX века: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016.
2. *Беспалова А. Г.* История мировой журналистики / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Короченский, Ю. В. Лучинский, А. И. Станько. М.; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003.
3. *Брэдшоу Ш.* MongoDB: полное руководство. Мощная и масштабируемая система управления базами данных / Ш. Брэдшоу, Й. Брэзил, К. Ходоров; пер. с англ. Д. А. Беликова. М.: ДМК Пресс, 2020.
4. ГОСТ Р 7.0.104-2019. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.
5. ГОСТ Р 7.0.4-2020. Издания. Выходные сведения.

6. *Грэй П.* Логика, алгебра и базы данных / пер. с англ. Х. И. Килова, Г. Е. Минца; под. ред. Г. В. Орловского, А. О. Слисенко. М.: Машиностроение, 1989.
7. *Дейт К. Дж.* Введение в системы баз данных. 8-е изд. / пер. с англ. К. А. Птицына. М.: ИД «Вильямс», 2005.
8. *Есин Б. И.* История русской журналистики (1703–1917). М.: Наука, 2000.
9. *Жилякова Н. В.* Заполняя медиакарту российских регионов // Вопросы журналистики. Томск: Изд-во ТГУ. 2019. № 5. С. 105–108.
10. *Играев Б. А.* Тульские СМИ в статистике Роскомнадзора // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. Тула: Изд-во ТулГУ. 2014. № 4. С. 87–98.
11. *Играев Б. А.* Энциклопедия тульской журналистики. Тула: Салон оперативной полиграфии, 2018.
12. *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001.
13. *Косых Е. Н., Яковенко А. В.* Повременная печать Сибири (вторая половина XIX века – февраль 1917 г.): Сводный указатель периодических и продолжающихся изданий. Томск: Ветер, 2011.
14. *Кузнецов И. В.* История отечественной журналистики (1917–2000): учеб. комплект (учеб. пособие, хрестоматия). Изд. 5-е, стереотип. М.: Флинта, 2018.
15. Правила составления библиографического описания старопечатных изданий / Рос. гос. б-ка; составители: И. М. Полонская, Н. П. Черкашина. М.: Пашков дом, 2003.
16. Средства массовой информации Новониколаевска – Новосибирска. 1906–2006: словарь-справочник / авт.-сост. А. Л. Посадсков, И. В. Лизунова. Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2007.
17. Типология периодической печати: учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2009.
18. *Фаулер М., Садаладж П. Дж.* NoSQL. Методология разработки нереляционных баз данных / пер. с англ. СПб.: Диалектика, 2020.

Поступила в редакцию 25 июня 2022 г.

УДК 070.1
ББК: 76.0

А. И. РОГАЧЕВА,
аспирантка кафедры теории и истории журналистики
филологического факультета
Российского университета дружбы народов;
Россия, г. Москва.
e-mail: *an.penzina1703@gmail.com*

МОДЕЛИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ПРЕСС-РЕЛИЗА КАК ЭЛЕМЕНТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ

Аннотация. *В статье представлены результаты анализа пресс-релизов научных организаций и государственных структур, а также посты представителей научного сообщества в социальных сетях в качестве ключевых источников информации о науке как для СМИ, так и для широкой аудитории. Предложены модели научно-популярных пресс-релизов, охарактеризованы их особенности и концептуальный путь от источника информации к конечному потребителю.*

Ключевые слова: *пресс-релиз, популяризация науки, аудитория, источник информации, СМИ.*

A. I. ROGACHEVA,
Postgraduate student of the Theory and History of Journalism Department,
Faculty of Philology,
Peoples' Friendship University of Russia;
Russia, Moscow.
e-mail: *an.penzina1703@gmail.com*

MODELS OF A POPULAR SCIENCE PRESS RELEASE AS AN ELEMENT OF DISSEMINATION OF SCIENTIFIC KNOWLEDGE

Abstract. *The article presents the results of the analysis of press releases of scientific organizations and government agencies, as well as posts of representatives of the scientific community in social networks as key sources of information both for the media and for a wide audience. Models of popular science press releases are proposed, their features and a conceptual path from the source of information to the end user are characterized. The methodology includes structural method and the content-analysis method.*

Keywords: *press release, popularization of science, audience, source of information, media.*

ВВЕДЕНИЕ

Проблемы взаимодействия науки как социального института с обществом и государством наряду с вопросами, связанными с распространением научного знания в ненаучной среде, сегодня становятся актуальными как никогда раньше. Наука – часть общественной культуры. Уровень развития науки во многом определяет уровень развития общества. Поэтому вопросы стратегии развития науки и технологий нельзя рассматривать в отрыве от общественного дискурса[1].

В 2020 г. востребованность науки увеличилась на фоне мировой пандемии коронавируса. В средствах массовой информации появилось множество материалов на тему вирусологии, иммунологии и медицины. Количество научных статей и публикаций, посвященных новому вирусу, росло с каждым месяцем. При этом зарубежные исследователи отмечали, что возросло количество статей в открытом доступе. Это связывают в том числе с интересом аудитории к проблеме распространения коронавирусной инфекции и ее последствий. А в социальных сетях внимание к статьям в открытом доступе было значительно выше[2].

Особое внимание исследователей направлено в том числе на выявление информационных триггеров, оказывающих влияние на психологическое состояние общества, в контексте распространения информации в СМИ. По оценкам исследователей, уже в самом начале объявленного карантина средства массовой информации сформировали у части населения понимание, что инфекция COVID-19 требует максимального дистанцирования и полной изоляции[3].

Международная компания «Делойт» по итогам 2020 г. подготовила очередной отчет о трендах медиапотребления в России. Очевидно, что ограничительные меры оказали значительное влияние на медиапотребление россиян. Специалисты отмечают увеличение среднего индекса медиаактивности по сравнению с 2019 г., причем наиболее высокий рост характерен для показателей использования интернета. Наибольший рост пришелся на прослушивание подкастов, музыки и радио, совершение покупок в онлайн-магазинах, а также выполнение рабочих обязанностей. Популярность научно-образовательных программ на телевидении выросла, а в сфере подкастов, однако, популярность научно-образовательного контента снизилась по сравнению с 2019 г. (табл. 1). Но при этом научно-образовательная тема осталась на 3-м месте в рейтинге из пяти самых популярных тем подкастов (табл. 2). Научно-познавательная информация в печатных СМИ

[1] Аналитический доклад тематической рабочей группы по разработке Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации на долгосрочный период / Министерство образования и науки Российской Федерации, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL: https://issek.hse.ru/data/2016/06/23/1115960460/09_Agamirzyan.pdf (дата обращения: 30.12.2021).

[2] *Torres-Salinas D., Robinson-Garcia N., Castillo-Valdivieso P.* Open Access and Altmetrics in the pandemic age: Forescast analysis on COVID-19 literature. URL: https://www.biorxiv.org/content/10.1101/2020.04.23.057307v1 (дата обращения: 30.12.2021).

[3] *Алёхин А. Н.* Особенности психологических реакций в ситуации эпидемической угрозы, транслируемой СМИ / А. Н. Алёхин, Ю. Ю. Данилова, О. Ю. Щелкова // Психология человека в образовании. 2020. № 4. С. 372–383. DOI: 10.33910/2686-9527-2020-2-4-372-383.

(газетах и журналах) также увеличила показатель популярности, опередив при этом общественно-политические рубрики (табл. 3)[4].

Таблица 1. **Самые популярные рубрики на телевидении в 2019 и 2020 г.**

Рубрика	2019, %	2020, %
Кино	94	95
Новости	86	86
Сериалы	74	79
Научно-образовательные программы	50	71

Таблица 2. **Популярные темы подкастов в 2019 и 2020 г.**

Тема	2019, %	2020, %
Кино, музыка, искусство	74	78
Новости	69	73
Научно-познавательные программы	69	68
Общественно-политические программы	64	66
Тематические программы	62	62

Таблица 3. **Самые популярные рубрики в печатных СМИ в 2019 и 2020 г.**

Рубрика	2019, %	2020, %
Новостная информация общего характера	85,6	87
Научно-познавательная информация	75,9	77
Общественно-политическая информация	72	75

Достижения российских ученых не остались без внимания. 2021 год был объявлен в России Годом науки и технологий. В стране прошли мероприятия, направленные в том числе на популяризацию науки в стране[5].

И, конечно, особую роль в распространении научного знания среди широкой аудитории играют средства массовой информации. Благодаря их деятельности граждане России получали актуальную информацию о новой коронавирусной инфекции в 2020 г.

Если говорить о научно-популярной тематике, то в современном отечественном медиапространстве выделяются интервью с учеными, документальные фильмы, лонгриды, новостные заметки, комментарии и обзоры.

[4] Медиапотребление в России — 2020. Результаты исследования международной сети компаний «Делойт». URL: https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html (дата обращения: 30.12.2021).

[5] Указ № 812 о проведении Года науки и технологий от 25 декабря 2020 г.

Зачастую в основе материалов о науке лежит информационное сообщение под названием пресс-релиз.

К ВОПРОСУ О ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕСС-РЕЛИЗА

Исследователь В. А. Горновая справедливо замечает, что с распространением интернета термин «пресс-релиз» заметно модифицировался из-за смены коммуникативной направленности[6].

Если ранее теоретики констатировали, что адресатом такого PR-сообщения является журналист, а задача пресс-релиза «сообщить новость таким образом, чтобы она была опубликована полностью или частично в СМИ и/или интернете, заинтересовала журналиста и побудила его обратиться за комментариями и дополнительной информацией», то все чаще среди теоретиков и практиков стало преобладать понимание пресс-релиза как сообщения, содержащего «важную новость или полезную информацию для широкой аудитории»[7]. Любой желающий может получить информацию без посредников, подписавшись на новостную рассылку научной организации. При этом сами пресс-релизы представляют собой зачастую оформленный, логически завершенный, содержательный материал, который журналисту или редактору остается опубликовать без изменений с указанием источника. Зарубежные исследователи говорят о трансформации пресс-релиза в контексте его взаимодействия со сферой PR[8].

Исследователь Т. В. Анисимова замечает, что пресс-релиз в нынешних условиях трансформировался в так называемый интернет-релиз, который адресован как широкой аудитории, так и профессиональному сообществу журналистов[9]. При этом, он уже не только рассылается по электронной почте, но и публикуется в специальном разделе: «новости» или «анонсы». В рамках данного исследования будем считать эти понятия равнозначными, ведь классические пресс-релизы так или иначе распространяются в интернете, в том числе по электронной почте.

АНАЛИЗ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ТЕМАТИКИ

Рассмотрим в качестве примера новости на официальном сайте Министерства науки и высшего образования РФ. На первый взгляд, новостные материалы и анонсы кажутся самостоятельными единицами. Но так как Минобрнауки — основной регулятор и организатор научно-образовательной

---

[6] *Горновая В. А.* Пресс-релиз как ведущий жанр PR-коммуникации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 3 (20). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/press-reliz-kak-veduschiy-zhanr-pr-kommunikatsii (дата обращения: 30.12.2021).

[7] *Козлова К. А.* Бэкграундер как один из современных способов PR-коммуникаций // Проблемы современной экономики. 2010. № 2–2. С. 247–251. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bekgraunder-kak-odin-iz-sovremennyh-sposobov-pr-kommunikatsiy (дата обращения: 30.12.2021).

[8] *Fisher C.* Who writes a press release? Changing audience perceptions of journalists as marketers of news, not just reporters / C. Fisher, S. Park, J. Y. Lee // Journalism. 2021. Vol. 22 (8):1964–1982. DOI.10.1177/1464884919847803.

[9] *Анисимова Т. В.* Специфика PR-жанров в Интернете // Вестник Волгоградского университета. Сер. 2. Языкознание. 2015. № 4 (28). С. 129–137. DOI: http://dx.doi.Org/10.15688/jvolsu2.2015.4.16.

деятельности в стране, следовательно, важный источник информации, материалы, размещенные в разделе «новости», можно считать пресс-релизами, или интернет-релизами, по определению Т. В. Анисимовой. Они, во-первых, направлены на широкую аудиторию, во-вторых, подготовлены в том числе для журналистов, которые могут их использовать в качестве источника информации.

Например, новость *«В России создан первый национальный биоресурсный центр»*[10] от 10 февраля 2022 г. предоставляет информацию о специализированном научном центре, сотрудники которого будут осуществлять поиск, сбор и мобилизацию новых и ценных образцов генетических ресурсов растений, а также пополнять в научных целях гербарий Национального центра.

Новость *«Российские ученые: леса Сибири перерабатывают значительную часть выбросов Западной Европы»* от 11 мая 2022 г. рассказывает о мониторинге газового режима заполярной атмосферы. Используемый метод позволяет выявить концентрацию парниковых газов в приземном слое атмосферы. В новости указана информация, представленная в заголовке: 1/6 индустриальных выбросов Западной Европы поглощается лесами Сибири[11].

В новости *«Созданные уфимскими учеными гидрогели помогут в лечении офтальмологических, онкологических и других заболеваний»* от 13 мая 2022 г. представлена информация о разработке ученых Уфимского института химии Уфимского федерального исследовательского центра (УфИХ УФИЦ) РАН. Биоразлагаемые гидрогели имеют большой потенциал для лечения офтальмологических и онкологических заболеваний[12].

Каждая новость или анонс на сайте министерства науки и высшего образования имеет характерные особенности, как композиционные, так и стилевые. Некая стандартизованность присуща всем пресс-релизам.

Н. А. Бабкина отмечает, что стандартное оформление — ведущий жанрообразующий элемент, формирующий информационную и экспрессивную составляющие текста[13].

Так, заголовок *«В России создан первый национальный биоресурсный центр»* уже несет в себе всю необходимую информацию. Здесь представители пресс-центра Минобрнауки следуют современной тенденции упрощения восприятия информации для аудитории (и для журналистов). По такому принципу работают информационные агентства, сразу предоставляя информацию в заголовке новости.

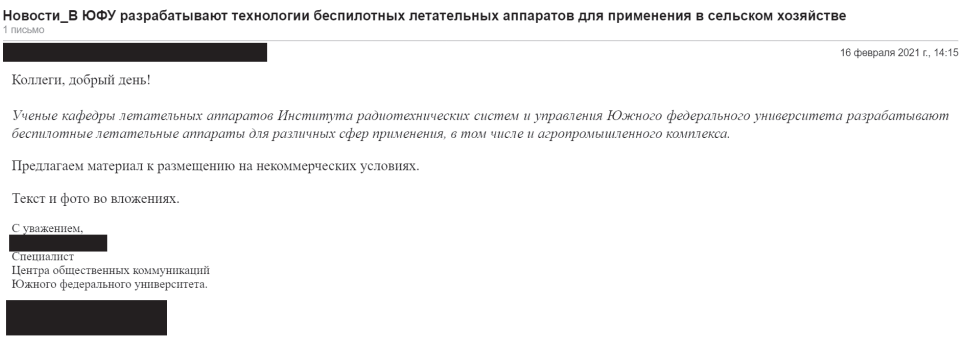
Лид *«Национальный центр генетических ресурсов растений сформирован на базе ФИЦ Всероссийского института генетических растений им. Н.И. Вавилова (ВИР). Он консолидирует работу в сетевом формате более 20 научных*

[10] Официальный сайт министерства науки и высшего образования РФ. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=46959 (дата обращения: 30.12.2021).
[11] Официальный сайт министерства науки и высшего образования РФ. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=51088 (дата обращения: 15.05.2022).
[12] Официальный сайт министерства науки и высшего образования РФ. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=51173 (дата обращения: 15.05.2022).
[13] *Бабкина Н. А.* Тексты пресс-релизов как объект перевода (на материале сайта Kremlin. Ru) // Вестник Волгоградского университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2017. № 15. С. 90–92.

организаций. Кроме того, планируется, что с каждым годом будет расти количество молодых сотрудников центра» призван объяснить и дополнить информацию в заголовке, указав при этом ключевую организацию, ответственную за организацию центра.

В тексте используется цитата директора ФИЦ ВИР имени Н. И. Вавилова, которая еще раз подчеркивает значимость и высокий уровень обсуждения вопроса.

Следующий способ распространения научной информации в виде пресс-релизов считается достаточно традиционным. СМИ или журналисты получают пресс-релизы по электронной почте. Представители пресс-служб или департаментов коммуникации готовят информационное сообщение и предлагают его для публикации на некоммерческой основе (рис. 1). Как правило, тексты традиционных пресс-релизов содержат исчерпывающую информацию, например, о результатах исследования, комментарии ключевых участников, а также некую объяснительную составляющую, в которой указывается значимость открытия или описывается польза для общества.



Новости_В ЮФУ разрабатывают технологии беспилотных летательных аппаратов для применения в сельском хозяйстве
1 письмо

[redacted] 16 февраля 2021 г., 14:15

Коллеги, добрый день!

Ученые кафедры летательных аппаратов Института радиотехнических систем и управления Южного федерального университета разрабатывают беспилотные летательные аппараты для различных сфер применения, в том числе и агропромышленного комплекса.

Предлагаем материал к размещению на некоммерческих условиях.

Текст и фото во вложениях.

С уважением,
[redacted]
Специалист
Центра общественных коммуникаций
Южного федерального университета.
[redacted]

Рис. 1. **Пример пресс-релиза, отправляемого по электронной почте[14]**

В заголовке пресс-релиза *«В ЮФУ разрабатывают технологии беспилотных летательных аппаратов для применения в сельском хозяйстве»,* полученного от представителя пресс-службы Южного федерального университета, также сообщается необходимая информация. Журналисту или редактору издания проще определить, подходит эта тематика для СМИ, в котором они работают, или нет. И, конечно, заголовок призван не только дать информацию о содержании пресс-релиза, но и заинтересовать редактора новостей.

Далее в тексте дается пояснительное предложение: *«Благодаря использованию таких видов воздушных судов сельхозпроизводители могут экономить средства и время на проведение уходовых работ при выращивании сельхозпродукции»* (рис. 2). Это часть объясняет, в чем значимость открытия, что повышает шансы материала для дальнейшего распространения в средствах массовой информации. К тому же в пресс-релизе дается цитата участника научного события, раскрывающая суть исследования.

[14] Данный скриншот является сокращенной версией официального пресс-релиза, рассылаемого Институтом представителям СМИ по почте. — *Прим. авт.*

16.02.2021

В ЮФУ разрабатывают технологии беспилотных летательных аппаратов для применения в сельском хозяйстве

Ученые кафедры летательных аппаратов Института радиотехнических систем и управления Южного федерального университета разрабатывают беспилотные летательные аппараты для различных сфер применения, в том числе и агропромышленного комплекса.

Благодаря использованию таких видов воздушных судов сельхозпроизводители могут экономить средства и время на проведение уходовых работ при выращивании сельхозпродукции.

Рис. 2. **Текст пресс-релиза, полученного от центра общественных коммуникаций Южного федерального университета**[15]

И, конечно, нельзя не сказать о роли самих ученых в распространении научного знания среди широкой аудитории. В связи с возникновением социальных сетей и иных платформ у ученых появилась возможность самостоятельно распространять научную информацию. Так, некоторые ученые рассказывают о науке в научно-популярной литературе, публикуя статьи в научно-популярных изданиях. И если рассматривать их взаимодействие со СМИ и журналистами, то здесь у последних появляется еще один источник информации – посты ученых в социальных сетях. В качестве примера рассмотрим страницы биолога и популяризатора науки А. Ю. Панчина, директора Музея антропологии и этнографии имени Петра Великого РАН (МАЭ РАН) А. В. Головнева, астронома и популяризатора науки В. Г. Сурдина в социальной сети «Вконтакте».

Отечественный биолог, популяризатор науки, член комиссии РАН по борьбе с лженаукой А. Ю. Панчин также активно представлен в социальных сетях. Надо сказать, что в сообществе популяризаторов науки у А. Ю. Панчина есть определенный авторитет, поскольку он принимает активное участие в научно-популярных мероприятиях, читает лекции, развивает собственный канал на YouTube и пишет книги. В своих постах он также

[15] Данный скриншот является сокращенной версией официального пресс-релиза, рассылаемого Институтом представителям СМИ по почте. — *Прим. авт.*

публикует различные новости о событиях с его участием, пишет авторские посты на темы, посвященные биологии, генетике, борьбе с лженаукой и мифам об эффективности гомеопатии. В данном случае, это могут использовать СМИ или журналисты для создания материалов как о самом герое, так и на темы, которые освещаются в его социальных сетях[16].

Астроном и популяризатор науки В. Г. Сурдин также активно развивает личную страницу в социальной сети «Вконтакте». Ученый публикует анонсы предстоящих лекций и делится видеосюжетами о различных астрономических открытиях[17].

На странице А. В. Головнева ученый делает репосты со страницы музея, новостей по итогам мероприятий, в которых принял участие, а также публикует собственные авторские посты, посвященные этнографии, антропологии, археологии, а также организации работы музея. Данные посты можно считать в том числе интернет-релизами, которые будут интересны аудитории и средствам массовой информации[18].

ТИПОЛОГИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ИНТЕРНЕТ- И ПРЕСС-РЕЛИЗОВ

Рассмотрев разные типы интернет-релизов, автор предлагает теоретические модели научно-популярного пресс-релиза, основанные на источнике информации (табл. 4).

Таблица 4. **Модели научно-популярного пресс-релиза**

Тип	Способ передачи информации	Особенности
Прямой научно-популярный интернет-релиз	1. Ученый — журналист — массовая аудитория. 2. Ученый – массовая аудитория	Ученый самостоятельно распространяет в социальных сетях научную информацию. Интернет-релиз характеризуется отсутствием стандартизованности, стилевой и лексической свободой, а также разнообразием тематического содержания
Опосредованный научно-популярный интернет-релиз	1. Ученый — представитель пресс-службы или иного подразделения — журналист — аудитория. 2. Ученый — представитель пресс-службы — аудитория	Сообщение о деятельности научно-образовательной организации, опубликованное на официальном сайте. Для данного пресс-релиза характерно наличие от 1 до 2 посредников между ученым и массовой аудиторией. Тексты стандартизированы, используется характерная лексика и терминология

[16] Личная страница А. Ю. Панчина в социальной сети «Вконтакте». URL: https://vk.com/scinquisitor (дата обращения: 16.05.2022).
[17] Личная страница В. Г. Сурдина в социальной сети «Вконтакте». URL: https://vk.com/surdin_kosmos (дата обращения: 16.05.2022).
[18] Личная страница А. В. Головнева в социальной сети «Вконтакте». URL: https://vk.com/id8746016 (дата обращения: 16.05.2022).

Окончание табл. 4

Традиционный научно-популярный пресс-релиз	Ученый — представитель пресс-службы — журналист — аудитория	Данный пресс-релиз рассылается по электронной почте представителям СМИ. Он может быть опубликован как на собственной площадке, так и направляться исключительно журналистам и редакторам с элементом эксклюзивности. Пресс-релиз характеризуется определенной структурой, нацеленной на максимальную заинтересованность со стороны журналистов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предложенные модели представлены как попытка структурировать научно-популярные пресс-релизы с указанием на разнообразие источников информации научной тематики, с одной стороны, и описанием тенденции к увеличению посредничества между источником информации и конечным ее потребителем, с другой.

В российских реалиях преобладают традиционный и опосредованный пресс-релизы. Тогда как прямой интернет-релиз не всегда рассматривается отечественными журналистами и исследователями как источник информации или инфоповод. И это несмотря на целый ряд преимуществ, которые характерны для прямого интернет-релиза: широта охвата аудитории, оперативность, дешевизна. Такую информацию удобно дополнять гиперссылками, что позволяет создавать цепочки текстов, не перегружая основной текст документа. Скепсис в отношении данного типа пресс-релиза авторы выражают по двум ключевым причинам. Первая – это специфический характер исторического развития отечественной журналистики. Уходя корнями в советскую школу, она неизбежно ощущает (и представляется будет ощущать еще довольно продолжительное время) на себе влияние традиционных подходов, отражающих теорию и методологию так называемых классических СМИ. Вторая причина напрямую вытекает из первой: если традиционный и опосредованный пресс-релизы находят свою практическую аудиторию в числе относительно возрастной группы (категория 40+), то прямой интернет-релиз популярен в среде молодых журналистов и потребителей информации. Для сравнения: в США, например, посты политиков, звезд шоубизнеса в социальных сетях Twitter, Facebook, Instagram все чаще становятся инфоповодом и активно обсуждаются как на телевидении, так и в печатных и электронных СМИ и социальных сетях. Таким образом, авторы полагают, что отечественное медийное пространство неизбежно диалектически эволюционирует от традиционного пресс-релиза к прямому по мере повышения технической грамотности целевой аудитории 40+, с одной стороны, и по мере расширения коммуникативного инструментария отечественного сегмента социальных сетей – с другой.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алёхин А. Н.* Особенности психологических реакций в ситуации эпидемической угрозы, транслируемой / СМИ. А. Н. Алёхин, Ю. Ю. Данилова, О. Ю. Щелкова // Психология человека в образовании. 2020. № 4. С. 372–383. DOI: 10.33910/2686-9527-2020-2-4-372-383.
2. Аналитический доклад тематической рабочей группы по разработке Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации на долгосрочный период / Министерство образования и науки Российской Федерации, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL: https://issek.hse.ru/data/2016/06/23/1115960460/09_Agamirzyan.pdf.
3. *Анисимова Т. В.* Специфика PR-жанров в Интернете // Вестник Волгоградского университета. Сер. 2. Языкознание. 2015. № 4 (28). С. 129–137. DOI: http://dx.doi.Org/10.15688/jvolsu2.2015.4.16.
4. *Бабкина Н. А.* Тексты пресс-релизов как объект перевода (на материале сайта Kremlin. Ru) // Вестник Волгоградского университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2017. № 15. С. 90–92.
5. *Горновая В. А.* Пресс-релиз как ведущий жанр PR-коммуникации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 3 (20). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/press-reliz-kak-veduschiy-zhanr-pr-kommunikatsii.
6. *Козлова К. А.* Бэкграундер как один из современных способов PR-коммуникаций // Проблемы современной экономики. 2010. № 2–2. С. 247–251 [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bekgraunder-kak-odin-iz-sovremennyh-sposobov-pr-kommunikatsiy.
7. Медиапотребление в России — 2020. Результаты исследования международной сети компаний «Делойт». URL: https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html.
8. Официальный сайт министерства науки и высшего образования РФ. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/.
9. *Рыженко Е. С.* Языковые особенности пресс-релизов в интернете // Вестник волгоградского государственного университета. 2013. № 1 [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-osobennosti-press-relizov-v-internete-1.
10. *Сунгуров А. Ю.* Роль и функции экспертов в процессе принятия властных решений // Управленческое консультирование. 2017. № 6 (102). DOI: https://doi.org/10.22394/1726-1139-2017-6-8-15.
11. *Щербакова Г. И., Ульянов М. А.* Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического обоснования // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2018. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-populyarnaya-publikatsiya-v-smi-problema-teoreticheskogo-obosnovaniya.

12. *Fisher C., Park S., Lee J. Y.* Who writes a press release? Changing audience perceptions of journalists as marketers of news, not just reporters / C. Fisher, S. Park, J. Y. Lee // Journalism. 2021.Vol. 22. № (8):1964–1982. DOI:10.1177/1464884919847803.
13. *Torres-Salinas D.* Open Access and Altmetrics in the pandemic age: Forescast analysis on COVID-19 literature / D. Torres-Salinas, N. Robinson-Garcia, P. Castillo-Valdivieso // bioRxiv. https://doi.org/10.1101/2020.04.23.057307. URL: https://www.biorxiv.org/content/10.1101/2020.04.23.057307v1.

Поступила в редакцию 21 мая 2022 г.

УДК 070:001.8; 070.009(100)

ЛЮ ЧАН,
аспирант кафедры теории
и практики иностранных языков
Института иностранных языков
Российского университета дружбы народов;
Россия, г. Москва.
e-mail: *liuchang2163@163.com*

НАСЛЕДОВАНИЕ КИТАЙСКИХ И РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Аннотация. *Фразеологизмы представляют собой широко используемую в повседневной жизни человека языковую форму. Фразеологизмы распространены в устной и письменной речи, содержат очень национальные культурные особенности. Фразеологизмы развиваются с течением времени, имея очень сильную наследственность.*

Данная статья посвящена изучению наследственности и наследования фразеологизмов русского и китайского языков. В результате исследования было выявлено, что основным направлением изменений в русских фразеологизмах является генерация новых слов, отмирание старых и изменение их лексического значения. Перечисленные изменения представляют собой преимущественный массив изменений в области лексических значений без изменения природы самого слова и грамматической структуры.

Исследование выявило, что при изучении фразеологизмов необходимо выполнять не только сопоставительный анализ, но и сравнительный, чтобы сформулировать более точные выводы. Выполненный сравнительный анализ показал, что фразеологизмы являются унаследованной языковой единицей. Китай и Россия имеют сходства и различия в культуре, лексике и других областях. При изучении языков двух стран мы должны проводить многоаспектный сопоставительный и сравнительный анализ, глубоко изучая структурный смысл и траекторию развития языков.

Ключевые слова: *фразеологизмы, китайский язык, русский язык, наследование, сравнение.*

LIU CHANG,
postgraduate student of the Department
of Theory and Practice of Foreign Languages
of the Institute of Foreign Languages
of the Peoples' Friendship University of Russia;
Russia, Moscow.
e-mail: *liuchang2163@163.com*

INHERITANCE OF CHINESE AND RUSSIAN PHRASEOLOGICAL UNITS

Abstract. *Phraseological units are a language form widely used in everyday human life. Phraseologisms are common in oral and written speech, contain very national cultural characteristics. Phraseologisms develop over time, having a very strong heredity.*

This article is focused on the study of heredity and inheritance of phraseological units in the Russian and Chinese languages. As a result of the study, it was revealed that the main direction of changes in Russian phraseological units was the generation of new words, the disappearance of old ones and the change in their lexical meaning. The listed changes represent a predominant array of changes in the field of lexical meanings without changing the nature of the word itself and the grammatical structure.

The study revealed that when studying phraseological units, it is necessary to perform not only benchmarking, but also a comparative analysis in order to formulate more accurate conclusions. The performed comparative analysis showed that phraseological units were an inherited language units. China and Russia have similarities and differences in culture, vocabulary and other areas. When studying the languages of the two countries, we must conduct a multidimensional comparative and comparative analysis, deeply studying the structural meaning and trajectory of the development of languages.

Keywords: *phraseological units, Chinese language, Russian language, inheritance, comparison.*

Тысячелетнее развитие и совершенствование лингвистического восприятия является неотъемлемой частью современного языка. В рамках данного исследования мы будем изучать два вектора языка: передающийся по наследству и сохраняющийся устойчивым.

Форма языка, которая может передаваться в течение тысячелетий и непрерывно развиваться, формируя фиксированные формы, имеет потенциал для передачи потомству; устойчивые выражения и фразеологизмы при этом и являются такими формами.

В словаре «Языкознание. Большой энциклопедический словарь» термин «фразеологизм» трактуется как «общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры н определенного лексико-грамматического состава. Термин обозначает несколько семантически разнородных типов сочетаний: идиомы, характеризующиеся переосмыслением их лексико-грамматического состава и обладающие целостной номинативной функцией, к ним примыкают сочетания-фразеосхемы, в которых переосмыслены синтаксическое строение и определена часть лексического состава, а остальная часть заполняется в контексте сочетания, в которых лексически переосмыслено

только одно слово при сохранении отдельной номинативной функции за каждым из слов-компонентов, к ним близки речевые штампы, пословицы и поговорки, и крылатые слова – изречения»[1].

Если рассматривать фразеологизмы в контексте китайского языка, то наиболее точным является определение, данное Ху Юйшу: «в словарном запасе, помимо многих независимо используемых слов, есть также готовые фразы, которые часто используются в обычной речи, а также стали строительным материалом языка и компонентом словаря, вместе они называются фразеологизмами»[2]. При этом исследователь отмечает, что объем фразеологизмов довольно широк, включает идиомы, афоризмы, аллегорические высказывания, пословицы и т. д.

Фразеологизмы как целую категорию нельзя отнести к неизменным категориям. Они постоянно обновляются и совершенствуются посредством следующих факторов:

- социального прогресса и изменения условий жизни людей;
- естественных языковых процессов, направленных на избавление от ненужных частей с сохранением наиболее практичных слов и выражений;
- внедрения в язык новых слов и понятий для обозначения новый явлений, процессов, предметов и иных категорий.

Перечисленные процессы обусловливают изменения, которые мы можем назвать передающимися или наследственными.

Изучая наследственность китайских и русских фразеологизмов, необходимо пояснить, что под фразеологией (от греч. Φράσις — выражение и λογος — понятие, учение) на данный момент понимается как раздел лингвистики, изучающей устойчивые речевые обороты и выражения, так и фразеологические единицы, совокупность фразеологических единиц какого-либо языка[3].

На сегодняшний день фразеология является самостоятельной дисциплиной; как лингвистическая дисциплина она возникла в 40-х годах XX столетия. Фундаментальная база фразеологии как отдельной науки была заложена в работах А. А. Потебни, И. И. Срезневского, А. А. Шахматова, Ф. Ф. Фортунатова[4]. Существенное влияние на становление и развитие фразеологии оказали труды швейцарского лингвиста Ш. Балли и русского языковеда академика В. В. Виноградова.

---

[1] *Телия В. Н.* Фразеологизм // Большой энциклопедический словарь. Языкознание / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Большая российская энциклопедия, 1998. С. 559–560.

[2] *Hu Yushu*. Modern Chinese. Shanghai Education Press, 1981. P. 28.

[3] Фразеология // Большая российская энциклопедия. М., 2017. Т. 33. С. 527–528.

[4] *Штайн К. Э., Петренко Д. И.* Языковая компетенция: от А. А. Потебни к Н. Хомскому // Rhema. Рема. 2015. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-kompetentsiya-ot-a-a-potebni-k-n-homskomu (дата обращения: 19.02.2022); *Потебня А. А.* Из записок по русской грамматике: В 4 т. М., 1958. Т. I–II; *Трубникова Ю. В.* «Назад к Срезневскому!»: методические идеи И. И. Срезневского и современная лингводидактика (к 160-летию публикации работы «Об изучении родного языка вообще и особенно в детском возрасте») // Филология и человек. 2020. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nazad-k-sreznevskomu-metodicheskie-idei-i-i-sreznevskogo-i-sovremennaya-lingvodidaktika-k-160-letiyu-publikatsii-raboty-ob (дата обращения: 19.02.2022).

В рамках русского языка имеется внушительный массив исследований, посвященных фразеологии и фразеологизмам. В контексте данного исследования рассмотрим фразеологизмы в рамках их исторического наследия.

Проведенный систематический литературный обзор выявил, что русские фразеологизмы, или идиомы, связаны с культурой, древними национальными верованиями, традициями, обычаями и обрядами. Например:

- фразеологизм «бить баклуши» означает бездельничать (*баклуши* – это заготовки для деревянных ложек, делать их было очень просто и работа считалась лёгкой);
- фразеологизм «набить карман» означает получить доход любыми средствами (раньше *карманом* называли мешочек с деньгами);
- фразеологизм «пристал как банный лист» адресуют крайне надоедливому, назойливому человеку. Оборот возник из житейских наблюдений русского народа, в баню обычно ходили с берёзовыми или другими вениками, а когда парились, хлестали ими себя. Листочки отрывались от веника и приставали (прилипали) к телу;
- фразеологизм «ободрать как липку» означает обворовать, лишить всего кого-либо. Этот оборот пришёл из крестьянской речи: когда-то крестьяне изготавливали корзины, плели лапти и другие бытовые предметы из лыка. А лыко добывали из молодых липовых деревьев, которые полностью обдирали;
- фразеологизм «идти по линии наименьшего сопротивления» означает уклоняться от трудностей или неприятностей, искать лёгкий способ решения чего-либо. Русские физики им пользовались в профессиональной речи, когда говорили об избирательном прохождении тока по линии с наименьшим электрическим сопротивлением[5].

В китайском языке понятие фразеологизм возникло примерно в 1950-е гг. Фактически слово «фразеологизм» в китайском языке произошло от слова «фразеология» в русском языке. Лингвисты классифицировали определенные типы языковых единиц китайского языка в категорию фразеологизмов в соответствии с их концептуальными особенностями. В данную категорию были отнесены идиомы, разговорные выражения, аллегорические высказывания и другое.

Так как для китайского языка термин «фразеологизм» является относительно новым, его нельзя охарактеризовать наследственностью, однако с точки зрения сущности фразеологизмов данный тип языковой модели уже имеет тысячелетнюю историю. Например, невозможно проследить семантику и развитие такого фразеологизма, как «уверенность без страха», который означает что страха нет благодаря тому, что есть определенная сила,

[5] *Ackerley K.* Effects of corpus-based instruction on phraseology in learner English // Language Learning and Technology. 2017. Vol. 21. Is. 3. P. 195–216; *Gamallo P.* Contextualized Translations of Phrasal Verbs with Distributional Compositional Semantics and Monolingual Corpora / P. Gamallo, S. Sotelo, J. R. Pichel, M. Artetxe // Computational Linguistics. 2019. Vol. 45. Is. 3. P. 395–421; *Yuan J. A.* Comparative Study of English and Chinese Ditransitive Constructions // North East Asia International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching. 2018. P. 237–243.

на которую можно положиться. Большинство китайских фразеологизмов взято из книг древнего Китая, поэтому, можно указать конкретный источник, но время появления определяется только приблизительно[6].

Для фразеологизмов разговорного языка, или народных изречений, трудно определить и источник, и время появления. Поэтому они заслуживают особого внимания. «Народное изречение – это разговорные и популярные языковые единицы, созданные массами в китайской лексике и распространенные среди масс. Это популярные и широко распространенные стереотипные предложения, краткие и яркие; большинство из них созданы народом в процессе труда. Народное изречение отражает жизненный опыт и желания людей. В нем есть дыхание разговорной китайской речи. Народное изречение делает общение людей более удобным и интересным и имеет местные особенности»[7].

Языковые типы в категории фразеологизмов возникли очень рано, поэтому фразеологизмы являются историческими единицами. Сегодня фразеологизмы по-прежнему незаменимый элемент языка, который широко используется в жизни людей. Но наследование, о котором мы говорим в рамках данного исследования, это не просто использование; смысл наследования состоит в том, что выражение постоянно использовалось, развивалось. Наследование фразеологизмов отражено в их истории.

Фразеологизмы в русском языке постоянно развиваются, дополняются и обновляются. «В развитии русской лексики и фразеологии можно выделить следующие основные направления:

- возникновение новых слов и оборотов;
- изменение значений уже существующих лексико-фразеологических единиц;
- выпадение из активного употребления слов и оборотов;
- возвращение к жизни старых слов»[8].

Как мы уже отмечали, создание русских фразеологизмов тесно связано с разговорным языком. Любой язык меняется по мере развития общества. Многие новые фразеологизмы, созданные в ту или иную эпоху, должны изучаться на основе исторического фона и социальных событий того времени, потому что язык является прямым отражением эпохи. Например, в последние десятилетия, в том числе в связи с быстрым развитием интернета, многие оригинальные фразеологизмы и лексика изменили свое значение. Появление новых значений демонстрирует быстрое развитие языка, его способность к приспосабливанию к изменившейся реальности.

Фразеологизмы в китайском языке в большинстве своем происходят из пословиц. Пословицы – это фиксированные фразы, образованные в результате длительного использования. Они имеют более богатое значение, чем

[6] *Gladrow W, Kotorova E.* Contrastive examination of speech handling patterns // Zeitschrift fur Slawistik. 2017. Vol. 62. Is. 3. P. 365–386; Shi, Shi 史式. 汉语成语研究 [Studies of Chinese Chengyu]. Chengdu: 四川人民出版社 Sichuan People's Publishing House, 2013.

[7] Современный русский язык: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по филологическим направлениям и специальностям / Н. С. Валгина, Д. Э. Розенталь, М. И. Фомина. М.: Логос, 2001.

[8] Современный русский язык.

слова, и их грамматические функции эквивалентны языковой единице слов. Пословицы также богаты глубокими идеологическими коннотациями, они короткие и легкие для запоминания, могут содержать похвалы, пренебрежительные высказывания; конечно, есть и нейтральные пословицы.

Большинство пословиц состоят из четырех символов, а также есть пословицы, состоящие из трех и более чем четырех символов. Некоторые пословицы разделены запятыми на две части. Например:

- «Неудача и успех» (относится к неудаче, когда дела близки к успеху; в основном используется для описания неудачи, когда причина приближается к успеху, что означает сожаление) — из книги «Битва при Цзиньяне»;
- «Ванби возвращается в Чжао» (означает возвращение к неприкосновенности) — из «Исторических биографий Лянь По Линь Сянжу»;
- «Разрушение котла и затонувшая лодка» (имеется в виду разбить горшок с рисом и затопить паром, как метафора, означающая не оставлять выхода и действовать решительно);
- «Трава и деревья — все солдаты» (эта пословица означает, что сорняки и деревья на горе рассматриваются как вражеские солдаты, и употребляется в отношении тех, кому везде мерещатся запуганные и подозрительные призраки) — из книги «Цзинь — Фуцзянь Цзайдзи».

Большинство пословиц взяты из древних китайских классических книг и произведений. Однако с развитием общества и культуры, а также с прогрессом истории и гуманитарных наук появляется ряд новых пословиц в современных литературных произведениях, и эти новые пословицы часто имеют очень отличительные черты времени. Например: «Принести себя в жертву, чтобы спасти других» (относится к спасению других независимо от личной безопасности) — из романа Лао Шэ «Философия почтенного Чжана», 1926 г.; «Электрическая вспышка и гром» (в отношении быстрого и мощного, но также энергичного) — из поэмы Го Сяочуаня «Оплакивание любимого премьера Чжоу».

Эти пословицы, созданные в наше время, имеют уникальное социальное происхождение и являются особым продуктом определенной эпохи.

Что касается исторической наследственности, со структурной точки зрения очевидно, что нет явных изменений. Будь то пословица, созданная в древние времена, или пословица, созданная в наше время, она также следует характерной структуре и грамматическому образцу самой пословицы. Например, древняя пословица «Всей душой и телом» (означающая описывать действия, всецело сосредоточиваясь на них всем сердцем, душой и разумом)[9]. Пословица представляет собой четыре символа, которая может использоваться как атрибут и наречие в предложениях, содержащая похвальное значение. Современная пословица «Терпеть лишения

[9] *Sun, Weizhang* 孙维张. 2015. 汉语熟语学 [Chinese Phraseology]. Changchun: 吉林教育出 版 Jilin Education Press.

и выдерживать тяжелую работу» (означает, что можно переносить тяжелую жизнь; также можно выдерживать усталость). Это также четырехзначная пословица, которая используется в качестве атрибута в предложении, содержащая похвалу[10].

Как мы уже говорили, основным направлением изменений в русских фразеологизмах является генерация новых слов, отмирание старых слов и изменение лексического значения без изменения природы самого слова и грамматической структуры. Большинство изменений в фразеологизмах русского языка – это изменения лексического значения, а не грамматической структуры, и они не влияют на изменение значения компонентов в предложении, не говоря уже об изменениях в синтаксической структуре.

На основе китайских фразеологизмов мы можем провести сопоставительный анализ. Нетрудно увидеть, что наследование китайских фразеологизмов развивалось во всех направлениях. Различные фразеологизмы, созданные в древние времена, все еще существуют в современном обществе, в их характеристиках нет явных и принципиальных изменений.

Изучая наследование фразеологизмов, нам необходимо провести не только сопоставительный анализ, но и сравнительный анализ, чтобы лучше понять выводы исследования.

Сравнительные исследования примеров позволяют сделать вывод, что фразеологизмы являются своего рода унаследованной языковой единицей. Китай и Россия — страны с многовековой историей. У обеих стран есть сходства и различия в культуре и других аспектах. Когда мы изучаем языки двух стран, мы должны проводить сопоставительный и сравнительный анализы по многим аспектам, глубоко постигая структурный смысл и траекторию развития разных языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Иванова Т. Н., Агеева Н. Н.* «Борьба с невежеством и к истине стремление»: общественно-просветительская деятельность Алексея Федоровича Фортунатова // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2019. №2–3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/borba-s-nevezhestvom-i-k-istine-stremlenie-obschestvenno-prosvetitelskaya-deyatelnost-alekseya-fedorovicha-fortunatova (дата обращения: 19.02.2022).
2. *Потебня А. А.* Из записок по русской грамматике: В 4 т. М., 1958.
3. Современный русский язык: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по филологическим направлениям и специальностям / Н. С. Валгина, Д. Э. Розенталь, М. И. Фомина. М.: Логос, 2001.
4. *Телия В. Н.* Фразеологизм // Большой энциклопедический словарь. Языкознание / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Большая российская энциклопедия. 1998.

[10] *Wen, Shuobin* 温朔彬, and *Wen, Duanzheng* 温端政. 2009. 汉语语汇研究史 [History of Studies of Chinese lexicon]. Beijing:商务印书馆 The Commercial Press.

5. *Трубникова Ю. В.* «Назад к Срезневскому!»: методические идеи И. И. Срезневского и современная лингводидактика (к 160-летию публикации работы «Об изучении родного языка вообще и особенно в детском возрасте») // Филология и человек. 2020. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nazad-k-sreznevskomu-metodicheskie-idei-i-i-sreznevskogo-i-sovremennaya-lingvodidaktika-k-160-letiyu-publikatsii-raboty-ob (дата обращения: 19.02.2022).
6. Фразеология // Большая российская энциклопедия. М., 2017. Т. 33. С. 527–528.
7. *Штайн К. Э., Петренко Д. И.* Языковая компетенция: от А. А. Потебни к Н. Хомскому // Rhema. Рема. 2015. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-kompetentsiya-ot-a-a-potebni-k-n-homskomu (дата обращения: 19.02.2022).
8. *Gamallo P.* Contextualized Translations of Phrasal Verbs with Distributional Compositional Semantics and Monolingual Corpora / P. Gamallo, S. Sotelo, J. R. Pichel, M. Artetxe // Computational Linguistics. 2019. Vol. 45. Is. 3. P. 395–421.
9. *Gladrow W, Kotorova E.* Contrastive Examination of Speech Handling Patterns // Zeitschrift fur Slawistik. 2017. Vol. 62. Is. 3. P. 365–386.
10. *Hu Yushu.* Modern Chinese. Shanghai Education Press, 1981. P. 28.
11. *Ackerley K.* Effects of corpus-based instruction on phraseology in learner English // Language Learning and Technology. 2017. Vol. 21. Is. 3. P. 195–216.
12. *Shi Shi* 史式. 汉语成语研究 [Studies of Chinese Chengyu]. Chengdu: 四川人民出版社 Sichuan People's Publishing House, 2013.
13. *Sun Wei Zhang* 孙维张. 汉语熟语学 [Chinese Phraseology]. Changchun: 吉林教育出 版 Jilin Education Press, 2015.
14. *Wen Shuo Bin* 温朔彬, Wen Duan Zheng 温端政. 汉语语汇研究史 [History of Studies of Chinese lexicon]. Beijing: 商务印书馆 The Commercial Press, 2009.
15. *Yuan J. A.* Comparative Study of English and Chinese Ditransitive Constructions // North East Asia International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching. 2018. P. 237–243.

Поступила в редакцию 23 февраля 2022 г.

УДК 327.1

Ю. Д. ГРАНИН,
доктор философских наук, профессор,
ведущий научный сотрудник Института философии РАН;
Россия, г. Москва.
e-mail: *maily-granin@mail.ru*

ИМПЕРСКИЙ ХАРАКТЕР РОССИИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ТУПИК ИЛИ «ОКНО ВОЗМОЖНОСТЕЙ»?

Аннотация. *В статье исследуется проблема имперского характера России и ее будущего в контексте обсуждения монографии Александра Абалова и Владислава Иноземцева «Бесконечная империя. Россия в поисках себя» *. Критикуются концепции «вестернизации» и «однополярной (американоцентричной) глобализации» мира. Анализируется культурно-исторический смысл империй как политических форм возникновения и развития цивилизаций. Опровергается мысль о том, что на протяжении столетий Россия жила за счет «внешних заимствований», которые будто бы предопределили «имперскую природу российского государства». Как считает автор, и то и другое неверно.*

Интерпретация истории России с позиций масштабных культурных и технологических рецепций представляет собой очевидное упрощение реального взаимодействия страны с окружающим ее миром государств различной цивилизационной принадлежности. Тем более не следует квалифицировать социокультурную и политическую эволюцию Российской Федерации периода 2010 – начала 2020 годов как постепенное «сползание в деспотическую Московию», как выпадение ее из числа «современных стран мира». Современность никогда не была единственной и однородной. Рассуждать иначе можно лишь с позиций линейного понимания истории с заранее предрешенным результатом. Критикуя эту теоретическую установку, автор доказывает, что «бесконечная имперскость» России ведет страну не в «исторический тупик», а остается ее геополитическим преимуществом.

Ключевые слова: *государство, идеология, империи, модерн, модернизация, трансцендентность, царство, цивилизация.*

Yury D. GRANIN,
DSc in philosophy, Professor,
leading researcher at the Institute of Philosophy,
Russian Academy of Sciences;
Russia, Moscow.
e-mail: *maily-granin@mail.ru*

* *Абалов А, Иноземцев В.* Бесконечная империя. Россия в поисках себя. М.: Альпина Паблишер, 2021.

THE IMPERIAL CHARACTER OF RUSSIA: A HISTORICAL IMPASSE OR A WINDOW OF OPPORTUNITY?

Abstract. *The article analyzes the problem of the imperial character of Russia and its future in the context of the discussion of the monograph by Alexander Abalov and Vladislav Inozemtsev «Infinite Empire. Russia is in search of itself». The concepts of «Westernization» and «unipolar (americanocentric) globalization» of the world are criticized. The cultural and historical meaning of empires as political forms of the emergence and development of civilizations is analyzed. The idea is refuted that for centuries Russia has lived at the expense of «external borrowing», which supposedly predetermined the «imperial nature of the Russian state». Both are wrong. The interpretation of the history of Russia from the standpoint of large-scale cultural and technological receptions is an obvious simplification of the real interaction of the country with the surrounding world of states of various civilizational affiliation. Moreover, the socio-cultural and political evolution of the Russian Federation in the period 2010 – early 2020 should not be qualified as a gradual «slide into despotic Muscovy», as its falling out of the «modern countries of the world». Modernity has never been unique and homogeneous. One can reason otherwise only from the standpoint of a linear understanding of history with a predetermined result. Criticizing this theoretical attitude, the author proves that Russia's «endless imperialism» does not lead the country into a «historical dead end», but remains its geopolitical advantage.*

Keywords: *state, ideology, empires, modernity, modernization, transcendence, kingdom, civilization.*

ВВЕДЕНИЕ

В то время как Россия проводит специальную военную операцию на Украине, в западных СМИ и ряде отечественных либеральных изданий вновь заговорили о российском империализме и очередном возрождении российской империи. Этот сюжет всегда был одной из излюбленных тем западной публицистики. Но и из научного дискурса обсуждение «имперскости» России никогда не исчезало. Как и всякий иной, он всегда был нагружен социокультурными и политическими предпочтениями, зависим от выбранного исследователями исторического материала, различных социологических теорий, а также от специального аналитического инструментария авторов. Что, естественно, рождало конфликт интерпретаций, но общий вывод был неизменным: на протяжении столетий Россия во всех ее общественно-политических ипостасях оставалась империей, и эта форма политической организации страны будто бы определила ее «историческое отставание», не дав войти в клуб передовых национальных государств эпохи модерна, за которыми будущее.

Критика России за отказ от перспективы «глобального будущего» присутствует во многих исследованиях, в которых империи воплощают безвозвратно ушедшее прошлое человечества, создающее угрозы для модернизированных стран мира.

Но автор собирается обосновать противоположное. По моему мнению, именно имперская форма развития, наиболее адекватная для России как

особой цивилизации, была и остается преимуществом нашей страны, позволявшим ей сохраниться в качестве политического и культурно-исторического целого на протяжении столетий. В условиях тотальной гибридной войны с Россией коллективного Запада становятся очевидными не только геополитические амбиции ряда ведущих государств мира, но и цивилизационные основания массовой международной русофобии. За экономическими, политическими, научно-техническими и другими санкциями отчетливо просматривается конфликт евроатлантической и российской цивилизаций — сегодняшних геополитических воплощений многомиллионных сообществ с разными представлениями о порядках совместной жизни народов и разным ценностно-смысловым каркасом, определяющим видение справедливого мироустройства. На этом фоне анализ монографии Александра Абалова и Владислава Иноземцева, посвященной памяти Збигнева Бжезинского, будет особенно уместным[1].

ЧАСТЬ I. ИМПЕРСКИЙ ТУПИК?

ПЛЮРАЛИЗМ ИМПЕРСКОГО ДИСКУРСА

Даже тем, кто поверхностно знаком с литературой об империях, бросается в глаза поразительное многообразие описаний и очевидное различие этих исторических феноменов. Не менее впечатляет и множество определений империи, накал дискуссий, в которых оппонентами иногда высказываются прямо противоположные интерпретации термина, обусловленные, прежде всего, различием парадигмальных оснований и дисциплинарной принадлежностью участников дискурса.

В этой полемике легко заметить одну любопытную деталь: никто из спорящих не приводит общепризнанного, классического определения империи. И не случайно. Всегда и везде империи выступали в обличье исторически конкретных форм государства, своеобразие которых определялось культурным и политическим контекстом эпохи и которые, разумеется, нельзя свести к общему научному знаменателю. Но можно, фиксируя общие черты в их развитии, выстроить условные типологии империй, многообразие которых тоже значительно.

Так, используя географические и культурные различия, а также историческую хронологию империи подразделяют на западные и восточные, древние, средневековые и нововременные, архаические и модерные. Если домодерные империи, пишут авторы, основаны на завоевании и принуждении, то империи Нового времени, возникшие после Вестфальского мира и Французской революции, базируются на неформальном колониальном господстве, коммерческих связях и современных технологиях, различаясь между собой формами политической организации (унитарные/федеративные) и властвования (монархия/демократия). В свою очередь, и архаические,

[1] *Абалов А., Иноземцев В.* Бесконечная империя. Россия в поисках себя. М.: Альпина Паблишер, 2021. 426 с.

и модерные имперские образования по способам образования и распространения подразделяют на морские и континентальные, а те и другие – на колониальные и военные. К последним добавляются так называемые кочевые (степные) империи, которые, обладая постоянно изменяемой метрополией, тем не менее по характеру власти и культуре принципиально отличались от государств оседло-земледельческих цивилизаций, которые они покоряли.

Если к перечню наиболее известных типологий присовокупить типологизации имперских образований, выработанные в рамках так называемых постколониальных исследований, и добавить к ним исследования, получившие в отечественной литературе название «новой имперской истории», то количество существующих в литературе трактовок империи превысит несколько десятков. И если бы кто-то попытался обобщить имеющиеся интерпретации империй, выработать ее консенсусное понимание, ему бы пришлось написать специальную антологию современного «имперского дискурса», завершив ее констатацией невыполнимости поставленной задачи хотя бы в силу несовместимости философских и методологических оснований имперских исследований.

Но авторов это не смущает. Поставив цель найти истоки российской империи «задолго до 22 октября 1721 года», они реализуют ее путем оценки «существующих на сегодняшний день в литературе определений империи, так как только их анализ и выведение своего рода «консенсусного» определения может позволить выяснить глубину имперской природы российского государства и понять, к какому историческому периоду следует отнести формирование реальных оснований имперских структур в российской политике»[2].

Правда, из нескольких десятков конкурирующих в научном дискурсе авторских пониманий империи Абалов и Иноземцев выбирают лишь несколько, принадлежащих перу не самых известных авторов. И рассмотрев их в трех плоскостях (с точки зрения характера имперской власти, общей композиции организации территории страны и ее этнической структуры), приходят к выводу: все существовавшие империи возникали в результате военных завоеваний и колонизаций, строились на военном, экономическом и политическом насилии метрополии над подчиненной этнически разнородной периферией, представляя собой, таким образом, сложносоставные государства.

«Мы, – пишут авторы, – определяем **империю** как *сложносоставное государство, созданное усилиями представителей одной или нескольких (но исторически и культурно близких) этнических групп, в результате которых они насильственно утверждают свою власть на территориях исторического проживания других этносов и народов, принуждая население формируемой периферии к принятию своих социальных, политических и культурных практик и используя ее природные ресурсы и способности ее жителей к экономической и геополитической выгоде метрополии*»[3].

[2] *Абалов А., Иноземцев В.* Указ. соч. С. 15.
[3] Там же. С. 24.

Но если применить это определение к России, то, следуя логике, придется заключить: Россия – колониальное полиэтническое государство, основанное на насилии русского этноса над другими. Однако история нашей страны не дает повода для столь резких, если не сказать русофобских утверждений. Их авторы не делают, но и не замечают теоретических ловушек, которые создает такое – этноцентричное – понимание имперской государственности и политики. А также и того, что предложенное ими понимание империи и противопоставление империи национальному государству противоречит историческим фактам: суверенные национальные государства могут быть столь же внутренне и внешне «империалистическими», как и формальные империи, а последние быть основанными не только на банальном насилии, но и на многочисленных формах доминирования – практикуют ненасильственные формы властвования и «открытые политические порядки жизни» для входящих в их состав народов.

Прилагая к российской истории это определение, Иноземцев и Абалов приходят к выводу: «использование силовых методов для расширения собственной территории; формирование четко структурированных отношений между центром и покоренными провинциями; и даже полиэтничный характер создаваемого государства, с одной стороны, не могут атрибутироваться только Российской империи как государственному образованию, существовавшему в 1721–1917 гг., а в равной степени относятся и к России XVII века, и даже к Великому княжеству Московскому, начиная как минимум с середины XV столетия, и, с другой стороны, не исчезают и после его распада, во всех своих сущностных элементах воспроизводясь в Советском Союзе»[4] .

Это не новая мысль. Квалификация России как бесконечной империи, исторически меняющей общественно-экономические и политические формы, но сохраняющей свою имперскую суть, высказывалась неоднократно. Действительная проблема состоит в раскрытии механизма воспроизводства имперского характера («имперскости») России.

Таким механизмом, по мнению авторов, оказывается не характерное для европейских морских империй воспроизводство в колониях форм жизни метрополии (которые, замечу, окончились неудачей), а нечто обратное – *колониальные практики управления населением постоянно переносились в имперскую метрополию, что в конечном счете блокировало развитие страны: превращение России в «национальное государство»* с характерными для последнего либеральными порядками жизни: демократией, рыночной экономикой и верховенством права. В итоге начавшаяся в XVIII и продолженная в XIX столетии европеизация (модернизация) России оказалась незавершенной. И она даже после распада имперского СССР и короткого периода возможности перехода в модерное состояние с приходом В. Путина вновь откатывается не просто назад, а деградирует к состоянию «Московии» (XVI–XVII века) — домодерной империи с характерным для нее апелляцией к «православию» и «традиционным духовно-нравственным ценностям», «имперскому нарциссицизму», авторитарной форме правления,

[4] *Абалов А., Иноземцев В.* Указ. соч. С. 15. С. 33–34.

холопству элит, «которые во все большей степени действуют как окружение монарха, а не демократически избранное правительство»[5]. И авторы не видят предпосылок для выхода из этого «исторического тупика». Потому что нынешние элиты РФ страдают многими «фобиями», «занимаются мифотворчеством, в которое сами не верят». Так что современная Россия во многом является «мифологической империей», руководство которой отягощено «имперскими комплексами», обусловливающими «практическое уничтожение отечественного федерализма и возвращение к модели унитарного государства, состоящей из территориально неопределенной метрополии и многочисленных окраин»[6]. Что будто бы свидетельствует о возврате страны в домодерное состояние.

Даже если согласиться с тем, что имперская политическая форма выпадает из пространства модерна, то и тогда надо доказывать, каким образом, например, метрополия, сохраняясь в этом качестве, может быть, как пишут авторы, «территориально не определенной», а Сибирь и Дальний Восток и в настоящее время остаются «колониальной периферией», от которой «метрополия получает сегодня главную долю богатств, позволяющих поддерживать имперские замашки, но к которым относится как к далеким туземным территориям»[7]. Однако убедительных доказательств в пользу этих и многих других квалификаций в тексте нет. Но содержится множество оценочных суждений о возрождении в России социальной архаики и идеологически нагруженных обобщений. *«Практически вся “работа мысли” нынешних россиян* — как обывателей, так и идеологов и политиков – н*аправлена прежде всего на восстановление ощущения имперскости страны,* на недопущение того, чтобы люди начали воспринимать себя свободными гражданами, личные цели и задачи которых доминируют над “общественной целесообразностью”, а оставались подданными, чьи разум и воля полностью подчинены интересам государства»[8].

На каком основании сделан этот вывод неясно, социологических данных авторы не приводят, предпочитая ссылаться на теоретически слабую, насыщенную идеологемами работу Г. Павловского «Ироническая империя». Остается им верить на слово. Нынешним россиянам, конечно, больше нечем заняться, как «восстановлением ощущения имперскости», а государству – «архаизацией сознания населения и утверждения, если не религиозности, то обрядности, предписываемой православной традицией».

Такая политика, утверждают авторы, имеет исключительно важный смысл для нынешней власти: «Во-первых, она помогает провести линию исторической преемственности, практически не привязанную к событийному ряду и потому вызывающую куда меньше сомнений в своей правдивости, но работающую как важная социальная «скрепа». Во-вторых, церковь становится «дополнительной опорой» власти после бюрократии и силовиков, выступая в то же время как мощный «громоотвод»: все чаще священ-

[5] *Абалов А., Иноземцев В.* Указ. соч. С. 15. С. 326.
[6] Там же. С. 335.
[7] Там же. С. 351–352.
[8] Там же. С. 334 (курсив мой. – *Ю. Г.*).

ники обращаются к народу, призывая предаваться духовному просветлению вместо решения чисто практических задач и проблем. В-третьих, провозглашая особость «традиционных российских ценностей», политическая элита выводит страну за пределы, обозначаемые современной доктриной прав человека, — и, таким образом, получает новые аргументы в поддержку того, что «Россия — не Европа», и еще раз легитимизирует образ внешнего мира как вражеской среды»[9]. То, что евроатлантическая часть этого внешнего мира во главе с США объявила России тотальную гибридную войну, авторы предпочли не заметить. Но на многих страницах и в разных контекстах констатируют несовременность не только государственной формы и элит России, но и ее общества. Невозможность России, а вместе с ней и других безнадежно «отставших» от Запада государств «второго» и «третьего» мира, осуществить модернизацию европейского типа, загоняют нашу страну в «демодернизационную воронку» – «исторический тупик», из которого, по мнению авторов, ей почти нереально выбраться.

К сожалению, я не могу более развернуто изложить содержание, безусловно, профессионально выполненного текста. Особенно хороша его историческая часть: экскурсы в историю России и других стран, которые неискушенный читатель может принять за эмпирический базис концепции бесконечно воспроизводимой «имперскости» России. Но это впечатление будет ошибочным. Монография строится тем самым способом, который великий Пастернак выразил словами: «Однажды Гегель ненароком и, вероятно, наугад назвал историка пророком, предсказывающим назад»[10]. Специалисты приписывают эту мысль не Гегелю, а Шлегелю. Но сути дела это не меняет: все исторические нарративы зиждятся на предпосланных им философских и социологических основаниях. И зачастую именно они, а не исторические факты, формируют конечные выводы исследования: заранее известные прогнозные результаты тех или иных макросоциологических концепций. Так «история» оказывается не эмпирическим базисом, а надстройкой «теории». И данная монография является хорошим примером такого оборачивания метода, в результате использования которого Россия — якобы не предложившая миру ничего нового, а постоянно живущая за счет внешних «рецепций», – оказалась под пером авторов на обочине мирового общественного прогресса, воплощенного в модерных странах евроатлантики.

Внимательное прочтение текста книги и знакомство с другими работами В. Л. Иноземцева[11] позволяют реконструировать основания, на которых базируется его концепция бесконечной «имперскости» России: линейную онтологию истории и связанную с ней теорию «модернизации». Последняя заслуживает специального разговора.

---

[9] *Абалов А., Иноземцев В.* Указ. соч. С. 15. С. 331.

[10] См.: *Пастернак Б.* Высокая болезнь. Журнальный вариант напечатан в ЛЕФ. 1924. № 1 (5). С. 10–18.

[11] *Иноземцев В. Л.* Потерянное десятилетие. Сборник статей. М.: Московская школа политических исследований, 2013; Несовременная страна. Россия в мире 21 века. М.: Альпина Диджитал, 2018.

«ТЕОРИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ, ДА УПОКОИТСЯ С МИРОМ»

Именно так назывался доклад, с которым в 1974 г. на ежегодном конгрессе Американской социологической ассоциации выступил основатель школы мир-системного анализа Иммануил Валлерстайн, чьи аргументы были поддержаны уже известным теоретиком и знатоком политической истории Западной Европы Чарльзом Тилли. Последнему еще в конце 1960-х гг. предложили возглавить исследовательскую группу по развитию современных государств, созданную на деньги Фонда Рокфеллера под эгидой влиятельного Совета по исследованиям в общественных науках. В те годы именно он выступал мозговым центром по дальнейшей разработке теории модернизации. «Политически, — проницательно замечает Георгий Дерлугьян, — это была альтернатива социалистическим идеям, которым США активно противостояли в странах тогдашнего «третьего мира». В плане теории основатели школы модернизации (Люсиан Пай, Уолт Ростоу, Эдвард Шилз, Габриэль Алмонд, Сэм Хантингтон) постулировали, что существует один и только один «нормальный» путь к развитой современности, на стадии которой классовые конфликты затухают и сменяются политическим плюрализмом, наступает конец идеологии, нации приобретают толерантность и спокойно ассимилируют меньшинства, экономика вступает в устойчиво бескризисную динамику роста, массовое потребление удовлетворяет потребности населения, а на смену чадящим фабрикам и заводам приходит постиндустриальная футурология»[12].

Эти идеи, добавлю, подкреплялись успехами западноевропейских государств в деле формирования нескольких моделей социального государства, позволявших минимизировать противоречия между трудом и капиталом, между либеральной и социалистической моделями развития, политически воплощенными в двух международных системах: странах Варшавского договора, ведомых Советским Союзом, и Европейским экономическим сообществом, составившим костяк военно-политического блока НАТО во главе с США. Такая двуполярная структура международных отношений мыслилась долговременной и устойчивой, тем более что во второй половине 1960-х в странах соцблока активно обсуждалась и пропагандировалась идея «развитого социализма», открывавшая дорогу к конвергенции противостоящих друг другу мировых систем. Разумеется, эта конвергенция основоположниками школы модернизации *мыслилась на основе футурологии однородного и единственного «будущего»* и (уже тогда плохо верифицированного и идеологического по сути) концепта *modernity (современности)* — воплощения Западом наилучшей (современной) хозяйственной системы и одновременно передового типа общественного (экономического, социального и политического) развития и типа общества, выступающих для государств и народов иной цивилизационной принадлежности в качестве модели и образца существования.

[12] *Дерлугьян Г.* Демократия как озеро. Предисловие к русскому изданию // Ч. Тилли. Демократия / пер. на русский язык Т. Б. Менской. М.: Институт общественного проектирования, 2007. С. 8.

Однако образец был далек от совершенства. И ранее история западноевропейского рыночного капитализма и правовых демократий свидетельствовала о постоянных кризисах перепроизводства, войнах, растущем социальном неравенстве и отсутствии справедливости. А в конце 1960-х – начале 1970-х гг. эти родимые пятна вновь проступали на лице западной современности. «Студенческие волнения и протестные движения в США и Западной Европе против войн во Вьетнаме и ближнем Востоке, "нефтяной шок" 1973 г. , экономические кризисы 1974–1975 и 1980–1982 гг., процессы деколонизации и глобализации, начавшаяся "вторая великая трансформация" мировой системы капитализма, в ходе которой либеральные модели управления социальными процессами были вытеснены технократическими, а прежняя биполярная классовая структура оказалась заменена дифференцируемой многоярусной социальной структурой (в составе которой большую часть социальных этажей заполнили представители "нового среднего класса"), привели к ренессансу консерватизма: консервативным революциям в Великобритании, США и ФРГ, следствием которых стало сокращение социальных программ в этих странах. О государстве и обществе благосостояния там было предложено забыть»[13].

И все это вместе вызвало всплеск недовольства во многих слоях населения, а в интеллектуальном классе сформировало устойчивую аллергию к наблюдаемой современности, которая была подвергнута радикальному пересмотру с позиций постмодерна.

В значительной мере этот пересмотр был связан с формированием постнеклассической стадии в развитии естествознания, ознаменованной появлением в середине 1970-х синергетики (Г. Хакен, И. Пригожин, С. Курдюмов) и фрактальной геометрии Бенуа Мальденброта, положивших начало мировоззренческому прорыву в способах объяснения природы. Не будучи прямо связанными с культурой постмодерна, по своему духу они были постмодернистскими. И, совпадая во времени со знаменитой Ризомой Ж. Делеза и Ф. Гваттари, явили собой качественный скачок в развитии научного мировоззрения. Отказ от господствующего ранее представления о мире как о регидном универсуме, подчиненном сумме неизменных законов, в котором нет места хаосу, неустойчивости, нелинейности и неопределенности, оказал шокирующее влияние на многих обществоведов»[14].

Идея системной организации мира, универсального эволюционизма, коэволюции живой и неживой материи, получающая обоснование в так называемом антропном принципе, универсализация понятия свободы, разрушающая прежнее представление о причинности, – эти и сопутствующие им идеи, обретая статус общенаучных регулятивов, размывали демаркационную линию между картинами реальности, вырабатываемыми естественнонаучным, социальным и гуманитарным научным знанием. А это создавало возможность включить некоторые понятия социальных наук

[13] *Гранин Ю. Д.* Государство модерна. Национальный и социальный векторы эволюции. М.: Академический проект, 2021. С. 283.

[14] *Гранин Ю. Д.* Идеология постмодернизма и ее влияние на трансформацию языка социальных наук // Гуманитарный вестник МГТУ им. Н. Э. Баумана. 2018. № 5. С. 2.

в различные естественнонаучные онтологии, и наоборот. Правда, до сих пор этот процесс имеет односторонний характер. Как и прежде, трансформация социального знания осуществляется главным образом за счет «парадигмальных прививок» из сферы наук естественных, традиционно выступающих в качестве образцов научного исследования. Наиболее важными из них стали *идеи нелинейности исторического развития и системной организации социального мира,* которые воплотились в концепциях последователей выдающегося представителя школы «Анналов» Фернана Броделя — Иммануила Валлерстайна и его соратников.

Важно иметь в виду, что мир-системная теория И. Валлерстайна предложила новую методологию изучения социальной реальности, отличную не только от господствовавших в западной социологии того времени концепций модернизации, но и от структурного функционализма Т. Парсонса. Автор подробно писал об этом в других работах. А здесь следует обратить внимание, что созданный Валлерстайном мир-системный анализ основывался на новой научной картине социального мира, вводил новый фундаментальный объект исследования — исторические системы, менял философские основания социоэкономического исследования: онтологические основания его теории были представлены сеткой новых категорий: мир-система, мир-экономика, мир-империя, время-пространство, время большой длительности, ядро, периферия, вековые тренды, геоистория, геокультура и др. Так что когда в 1974 г. Валлерстайн «хоронил» теорию модернизации, у него для этого были очень веские основания.

Правда, подчеркивая революционный характер попытки Валлерстайна, *следует иметь в виду европоцентричный характер его мировой динамики,* которая плохо согласовывалась с историческими данными, на что обратили внимание последователи линии Броделя в мир-системном анализе А. Г. Франк и Б. Джиллс. По их мнению, новая европейская капиталистическая система возникла на периферии существующей восточной системы. В итоге оформился принципиальный поворот изучения истории человечества как глобальной целостности совсем в другом ракурсе: ракурсе *противостоящего евроцентризму нелинейного полицентризма исторического развития, связанного с периодическими смещениями «центров» мировой динамики*. Он был поддержан сторонниками так называемого «реориентализма» (П. Абу-Лахгод, С. Амином, Эдвардом В. Саидом, Б. Тернером и др.), предложившими пересмотреть искаженный европейцами образ Востока. Благодаря новаторским, хотя и не бесспорным работам Г. Ансальдуа, С. Кастро-Гомеса, Э. Дусселя и многих других представителей направления постколониальных исследований, была обоснована мысль «о необходимости выхода за пределы абстрактного универсализма и «логики евро-атлантической модерности» (отмеченной колониализмом и имперским различием) в пространство «глобальной истории», «контр-» и «транс-» модерности, позволяющее будто бы создавать не менее эффективные, чем евро-атлантические, теоретические проекты и модели развития, постепенно ведущие, как считают, к нерепрессивной по отношению к «отставшим» народам

глобализации»[15]. Так на ключевом постулате теории модернизации — концепте *modernity* как *единственной современности* — был поставлен эпистемический крест: *современность не может быть (и никогда не была!) единственной и однородной*. Констатация этого обстоятельства забила второй гвоздь в крышку теории модернизации.

Она действительно «упокоилась с миром». Но лишь до момента дезинтеграции СССР и мировой системы социализма. После этого эпохального события ее извлекли из летаргического сна Ф. Фукуяма и теоретики довольно сложного и методологически разнообразного направления постиндустриализма, пропагандистом и последователем которого является В. Л. Иноземцев — директор Центра исследований постиндустриального общества, автор концепции «постэкономического общества» и либеральной версии «глобализации как «вестернизации»[16]. В контексте обсуждения проблемы бесконечной имперскости России учет этого обстоятельства является принципиальным. Поскольку объясняет все те резко негативные характеристики России и скептическое отношение к перспективам ее развития, которое мы находим на страницах книги. Они базируются, повторю, на линейной интерпретации хода всемирной истории и этерналистском подходе к онтологической природе времени, который положен в основание постмодернистской философии истории, которая будто бы пришла на смену классической философии истории эпохи модерна.

Последняя уже не раз умирала на руках многих философов и историков, заявлявших, что после Второй мировой эпоха модерна канула в Лету. Для новой эпохи характерен иной режим времени, иные отношения между прошлым, настоящим и будущим. Но, собственно, почему? Согласно традиционному — презентистскому — пониманию, время рассматривают как особого рода субстанцию наряду с пространством и разделяют на три чётко различаемых отрезка: статичное и неизменяемое *прошлое*, постоянно изменяемое *настоящее* и неопределенное *будущее*. Они различаются в отношении к физической реальности: «реально существуют только события настоящего времени; события прошлого уже реально не существуют, а события будущего еще реально не существуют»[17]. С течением времени момент, который был настоящим, становится частью прошлого, а часть будущего, в свою очередь, становится новым настоящим. Такая модель времени называется динамической, а сам этот подход именуют презентизмом или модерным режимом времени.

В этернализме темпоральная проблематика интерпретируется иначе: пространство/время квалифицируется как единый неизменяемый блок. В пределах такого понимания события прошлого, настоящего и будущего существуют реально и в известном смысле одновременно, а становление

[15] *Гранин Ю. Д.* Сохранятся ли «национальные государства» в XXI веке? // Свободная Мысль. 2015. № 2. (Web). URL: http://svom.info/entry/542-sohranyatsya-li-nacionalnye-gosudarstva-v-xxi-veke.

[16] *Иноземцев В. Л.* Вестернизация как глобализация, «глобализация» как американизация // Вопросы философии. 2004. № 4. С. 57–65.

[17] *Молчанов Ю. Б.* Четыре концепции времени в философии и физике. М.: Наука, 1977. С. 5.

и исчезновение материальных объектов — это иллюзия, возникающая в момент того или иного изменения. Иначе говоря, *объективного* (независимого от наблюдателя) *течения времени и его однонаправленности не существует:* все будущие события не пребывают в потенции, а уже есть, существуют. А если так, остается лишь обнаружить их в современности, которая интерпретируется не как открытое множество модернов, а исключительно в единственном числе: как западная постсовременность. И это блестяще делается путем помещения на шкалу истории в качестве воплощенного будущего таких теоретических конструктов, как постиндустриальное общество, посткапиталистическое общество, новое индустриальное общество, общество сетевых структур или постэкономическое общество Владислава Иноземцева.

Как и большинство обществоведов, авторы указанных концепций далеки от дискуссий об онтогносеологической природе времени и современности, о непродуктивности использования приставки «пост-» и современных споров между «реалистами» и «конструктивистами»[18], а потому выносят за скобки обсуждения проблему соответствия используемых ими теоретических конструктов внележащей социальной реальности. А между тем не составляет большого труда заметить, что эти и многие другие *концепции* из обоймы так называемой «постиндустриальной волны» *представляют собой теоретические проекции в будущее западной современности:* будущее, в котором, с точки зрения такой — линейной и прогрессистской — футурологии, государствам и народам иной цивилизационной принадлежности просто нет места. Для того чтобы попасть туда, им надо, утратив цивилизационную идентичность, «вестернизироваться». Дискуссионность и ограниченность такой теоретической оптики очевидна.

Впрочем, автор далек от мысли подвергать сомнению научную значимость упомянутых выше теорий. Сомнение вызывает постулируемое, но теоретически не обоснованное, утверждение об одновекторности осуществления человеческой истории: *движения человечества* по ступеням общественного прогресса *в единственное для всех* общечеловеческое *Будущее*, которое представлено странами «свободного мира». Последние, писал Иноземцев, одержав «важную историческую победу над коммунистическим блоком», теперь «утвердились в своем положении мирового гегемона и *приступили к формированию однополярного мира,* который, судя по всему, ознаменует первую половину следующего столетия»[19]. И хотя новейшая история многих стран подтвердила односторонность этого взгляда, В. Л. Иноземцев продолжает настаивать, что в современном мире есть одна доминирующая держава, своего рода indispensable nation (незаменимая нация) — Соединенные Штаты, которые стремятся к сохранению своего глобального статуса, и две крупные «ревизионистские» страны — Китай и Россия, пытающиеся торпедировать объективный процесс однополярной глобализации человечества.

[18] *Лекторский В. А.* Конструктивный реализм как современная форма эпистемологического реализма. // Философия науки и техники. 2018. Т. 23. № 2. С. 18–22.

[19] Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 51. (Курсив мой. — *Ю. Г.*).

При этом руководству и Китая, и России «нужно понимать, что как экономический рост КНР, так и *хозяйственное возрождение РФ вызваны исключительно повышательным трендом мировой экономики, который был задан однополярной глобализацией, подталкиваемой Америкой:* именно американский спрос и американские инвестиции в 1990-е гг. запустили китайское экономическое чудо; именно формирование нового центра индустриального производства в Китае подтолкнуло спрос на ресурсы, а с ним и цены, обеспечившие в следующем десятилетии бум в российской экономике»[20].

Констатация этого обстоятельства, замечу, не отменяет периодически изменяемой вариативности осуществления человеческой истории. Она никогда не была «улицей с односторонним движением», а полюса и центры мирового развития в течение ушедшего тысячелетия менялись неоднократно, постепенно смещаясь из Азии в Европу. После Второй мировой они переместились в США. Но кто гарантирует, что к середине XXI века они вновь не окажутся в Азии? Учитывая темпы развития Китая и Индии в последние годы и неоконченную гибридную войну «коллективного Запада» с Россией, очевидно изменившей прежний миропорядок, таких гарантий дать нельзя.

Разумеется, огромный пакет экономических и политических санкций против России и ее ответных контрсанкций, заставляющий страну на ходу перестраивать экономическую и политическую логистику, формировать новые геополитические союзы и альянсы, погружает мир в состояние неопределенности, создавая точки бифуркации, последствия которых предсказать невозможно. Лишь одно можно утверждать с достаточной долей уверенности: то, что сейчас происходит с Россией, не является результатом ее имперскости. Наоборот. Имперский характер российского государства не единожды открывал перед страной окно возможностей для самостоятельного модерного развития, которым страна-цивилизация не всегда умело распоряжалась. Этот вопрос заслуживает специального обсуждения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абалов А., Иноземцев В.* Бесконечная империя. Россия в поисках себя. М.: Альпина Паблишер, 2021.
2. *Гранин Ю. Д.* Государство модерна. Национальный и социальный векторы эволюции. М.: Академический проект, 2021.
3. *Ильин М. В.* Patrimonium et imperium: метаморфозы двух прототипических порядков в зеркале эволюционной морфологии. Ч. 1. // ПОЛИТЭКС. 2014. Т. 10. № 3. С. 5–21.
4. *Ильин М. В.* Patrimonium et imperium: метаморфозы двух прототипических порядков в зеркале эволюционной морфологии. Ч. 2 // ПОЛИТЭКС. 2015. № 1. С. 5–24.
5. *Ильин М. В.* Трансформация патримониальных и имперских порядков в современных условиях // Российский Кавказ. Проблемы, поиски, решения. М.: Аспект Пресс, 2015. С. 287–303.

[20] *Иноземцев В. Л.* Экономика и политика глобализации: уроки прошлого для настоящего и будущего // Век глобализации. 2019. № 2. С. 9. (Курсив мой. — *Ю. Г.*).

6. *Иноземцев В. Л.* Экономика и политика глобализации: уроки прошлого для настоящего и будущего // Век глобализации. 2019. № 2. С. 3–15.
7. *Иноземцев В. Л.* Несовременная страна. Россия в мире 21 века. М.: Альпина Диджитал, 2018.
8. *Иноземцев В. Л.* Потерянное десятилетие. Сборник статей. М.: Московская школа политических исследований, 2013.
9. *Ливен Д.* Российская империя и её враги с XVI века до наших дней. М.: Европа, 2007.
10. *Терри М.* Империя «положительной деятельности». Нации и национализм в СССР, 1923–1939. М.: РОСПЭН, 2011.

Поступила в редакцию 7 июня 2022 г.

Окончание в следующем номере.

УДК 070: 37; 316.77.007

Л. А. РЕЧИЦКИЙ,
доцент, кандидат исторических наук;
Россия, г. Москва.
e-mail: *lenor.joursoc@ gmail.com*

АКТУАЛЬНАЯ ПОВЕСТКА ДНЯ: АДАПТАЦИЯ СИСТЕМЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ К ЭПОХЕ ЗНАНИЙ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. *Цифровизация отраслей экономики и реализация федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» актуализировали спрос на специалистов с глубокими научными знаниями и широким набором навыков и компетенций.*

В статье рассматривается организация дополнительного профессионального образования в различных отраслях экономики. Исследуются возможности использования опыта повышения квалификации и переподготовки кадров, накопленного в сфере образования, здравоохранения в других отраслях. Основное внимание автор уделяет состоянию системы дополнительного профессионального образования в медиаиндустрии.

Ключевые слова: *дополнительное профессиональное образование, модернизация, непрерывное интегрированное образование, информационный продукт, модели отраслевого образования, медиаиндустрия.*

L. A. RECHITSKY,
Associate Professor, candidate of historical sciences;
Russia, Moscow.
e-mail: *lenor.joursoc@ gmail.com*

CURRENT AGENDA: ADAPTING THE SYSTEM OF ADDITIONAL PROFESSIONAL EDUCATION TO THE AGE OF KNOWLEDGE AND DIGITAL TECHNOLOGIES

Abstract. *The digitalization of economic sectors and the implementation of the federal project «Personnel for the Digital Economy» have actualized the demand for specialists with deep scientific knowledge and a wide range of skills and competencies.*

The article deals with the organization of additional professional education in various sectors of the economy. The possibilities of using the experience of advanced training and retraining of personnel accumulated in the field of education and health care in other sectors are being explored. The author focuses on the state of the system of additional professional education in the media industry.

Keywords: *additional professional education, modernization, continuous integrated education, information product, industry education models, media industry.*

ВВЕДЕНИЕ

Слово «модернизация» стало самым распространенным в последние двадцать лет. Прочно вошло в научные доклады, статистические отчеты, экономические прогнозы и в политический дискурс. Одна из причин его широкого употребления – это всеобщее желание внедрить ошеломляющие сознание человека достижения научно-технической революции в повседневную практику. Воспользоваться её результатами. Но оказалось, что сама по себе революция не преподносит плоды на тарелочке, а только указывает в каком направлении необходимо следовать, чтобы войти в число высокотехнологичных стран. Ключом, открывающим двери в постиндустриальную эпоху, служат знания, получаемые человеком в процессе жизнедеятельности. Данное обстоятельство заставило политиков и чиновников обратить внимание на систему образования в современной России. Глубоко консервативная, в немалой степени авторитарная в выстраивании учебного процесса, в отношениях преподаватель — студент (слушатель), она не была способна к подготовке высококвалифицированных специалистов с широким набором компетенций, как того требовал XXI век.

Тогда и заговорили о модернизации системы российского образования как о задаче, решение которой позволит в корне перестроить устаревшую систему и начать функционировать с учетом использования в различных отраслях экономики страны цифровые технологии. Государственной Думой РФ в 2012 г. был принят закон «Об образовании». Федеральный закон и Постановление Правительства РФ от 4 октября 2000 г. «О национальной доктрине образования в Российской Федерации» положили начало реформе образования, способствовали становлению рынка образовательных услуг и появлению сегмента дополнительного профессионального образования.

Центральной идеей реформы стало положение о создании условий для непрерывного образования граждан. Исходили из заложенного в Основном законе государства праве каждого гражданина на образование, которое покоится на трех принципах: доступность, качество и эффективность.

Введенное во второй половине прошлого века понятие «непрерывное образование» охватывает весь процесс совершенствования человека (усвоение гуманитарных, научных и специальных знаний) и становления его как высококвалифицированного специалиста. Но в данном случае непрерывное образование рассматривается как социальная система развития личности на протяжении всей жизни. В процессе непрерывного образования участвует достаточно большое количество структур — государственных и корпоративных, общественных и неформальных, других объединений. С уверенностью можно утверждать, что непрерывное образование дает равные возможности всем гражданам России для адаптации к требованиям Четвертой промышленной революции, к структурной перестройке экономики, к переходу

отраслей на цифровые технологии и на активное участие в построении социального государства.

Непрерывное образование ускоряет процесс вхождения человека в профессиональное сообщество и является решающим фактором при определении гражданской позиции. Люди, не включенные в этот процесс, рискуют остаться вне социума.

Органичной частью системы непрерывного образования является дополнительное профессиональное образование, основная задача которого — восполнение знаний в сфере профессиональной деятельности человека и создание условий для раскрытия его потенциала и способностей.

Получение новых знаний и компетенций необходимо, поскольку эксперты оценивают период их устаревания в полтора-два года. Исследователи из США установили, что выпускник вуза ежегодно теряет 20 % знаний, приобретенных за время учебы[1]. Регулярное повышение квалификации особенно важно для специалистов отрасли информационных технологий.

В статье мы полагаем рассмотреть систему дополнительного профессионального образования в медиасфере, поскольку уровень квалификации и компетентности журналистов и специалистов, занятых в средствах массовой информации и массовых коммуникаций, оказывает непосредственное влияние на социальное здоровье нации.

СИСТЕМА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Формирование системы образования началось в эпоху Петра I и за два с лишним столетия она не претерпела серьезных изменений, поскольку построена была на традиционных бумажных технологиях. Стабильность и неизменность методов обучения, основанных на передаче информации, просвещении и воспитании, сделали систему классической. Существенно не повлияла на систему и индустриальная эпоха, лишь внесла в ее компоненты небольшие корректировки.

Образовательная система состоит из двух логично проистекающих один из другого компонентов: базовое, или общее, образование и профессиональное образование. Первое человек получает в средней школе, а второе — в колледже и вузе. В школе закладывается фундамент просвещения человека и его воспитания. Одновременно происходит социализация. Наиболее интенсивно процесс обучения идет на ранней стадии. С годами учебы по мере накопления знаний, познания окружающей реальности у школьника проявляется интерес и к определенной сфере экономики, культуры, науки, то есть к профессиональной самореализации. Сбор и осмысление информации по интересующей теме ориентируют его в выборе будущей специальности. Так начинается путь в профессию, приобретаются первые навыки и умения.

[1] См.: *Казаковцева Е. М., Доронина И. В.* Непрерывное образование в России: Предпосылки и возможности реализации // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2014. № 6. С. 34.

Профессиональное обучение по конкретной специальности продолжается в колледже (среднее специальное) и институте (высшее).

В индустриальную эпоху для большинства выпускников вузов образование завершалось получением диплома. Но переход к цифровой экономике повысил требования к специалистам, поднял планку квалификационных требований и актуализировал вопрос о компенсаторном обучении в различных формах, осуществляемом на постоянной основе. Информационно-коммуникативные технологии привели в учебные заведения дополнительного профессионального образования сотни работников различных специальностей. Особенно востребованным оно стало с начала нынешнего века. За два десятилетия сформировался достаточно обширный и динамичный рынок ДПО. Его постоянный рост отмечают и по числу слушателей, и по объему академических часов.

По оценкам маркетинговой компании «Бизнес стат» объем рынка ДПО за последние четыре года (2017–2021) вырос на 23,6 % – с 659,0 млн акад. часов до 814,4 млн акад. часов[2].

Наибольшую долю среди программ дополнительного профессионального образования составляли программы повышения квалификации, более 80 % от общего числа реализованных программ. В 2021 г. их число составило 220,6 тыс., а программ профессиональной переподготовки — 53,1 тыс.[3]

Больше всего программ повышения квалификации в прошлом году было реализовано по такому виду экономической деятельности как «Здравоохранение и социальные услуги» – 50,5 тыс. (22,9 %). На втором месте программы для «Образование» – 49,3 тыс., или 22,3 %. Необходимость регулярного повышения квалификации и её подтверждения закреплена ведомственными нормативными актами, чем и объясняется лидерство этих отраслей экономики по числу реализованных программ[4].

По мнению аналитиков компании, дальнейший рост рынка будет связан с переводом значительной части программ дополнительного профессионального образования в онлайн-формат и увеличением в общем числе реализуемых программ доли краткосрочных программ обучения. Они также ожидают и перераспределения спроса с высшего образования на более короткие программы дополнительного образования, которые позволяют приобрести новые профессиональные навыки с меньшими затратами по времени и в финансовом отношении[5].

В системе непрерывного образования дополнительное профессиональное образование занимает верхнюю ступень, поскольку стимулирует процесс его саморазвития. Является своеобразной стартовой площадкой к новым знаниям и компетенциям в избранной профессии, получении новой специальности.

---

[2] Анализ рынка дополнительного профессионального образования в России в 2017–2021 гг., прогноз на 2022–2026 гг. Перспективы рынка в условиях санкций. URL.: https://marketing.rbc.ru/research/27268/ (дата обращения 21.05.2022).

[3] Там же.

[4] Там же.

[5] Там же.

Если первые ступени общего и высшего образования ограничены возрастными и временными рамками (общее — 9–11 классов и 16–18 лет, высшее — 18–24 года), то дополнительное профессиональное образование не имеет предела. Повысить квалификацию, пройти профессиональную переподготовку возможно в любом возрасте. Полвека назад человек считал, что полученной в учебном заведении профессии и знаний хватит на всю жизнь. Сегодня так рассуждать невозможно. Проводимые исследования показывают, что за последние 10 лет каждый третий россиянин кардинально изменил род деятельности. Эксперты прогнозируют, что следующие поколения за годы жизни могут сменить 7–10 профессий, а к 2030 г. появится 186 новых профессий[6].

Большую часть рынка дополнительного профессионального образования занимают корпоративные университеты и негосударственные учебные заведения.

Неудовлетворенность работодателей уровнем профессиональной подготовки молодых специалистов вузами способствовал появлению на рынке ДПО сегмента корпоративного обучения. Передовые позиции занимают Корпоративный университет РЖД, Техническая и Корпоративная академии Росатома, Корпоративный университет «Норильский никель», Корпоративный институт Газпрома, Корпоративный университет Сбербанка и другие. Их задача — выстраивание на уровне полного цикла управления компетентностью работников в отрасли[7].

Корпоративные учебные заведения дают знания, адаптированные к отрасли, к конкретной компании. Для каждой категории слушателей имеется набор курсов и программ, которые подбираются под каждого слушателя. Сотрудники компаний охотно в них обучаются, поскольку получают эксклюзивные, более углубленные знания и навыки, чем по обычным вузовским программам.

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В МЕДИАИНДУСТРИИ. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Новации приходят и в средства массовой информации, массовой коммуникации, в полиграфию. Научно-технический прогресс сблизил технологические процессы в редакциях, издательствах и на полиграфических предприятиях, а в некоторых случаях произошло замещение и поглощение смежных операций, участвующих в производстве информационного продукта.

По мнению экспертов, дальнейшие перспективы роста аудитории СМИ и СМК связаны с использованием цифровых технологий для обработки больших объёмов информации, появлением в редакциях мультимедийных систем формирования и распространения контента.

[6] Профессиональное образование в России: основные понятия, направления, тенденции. URL: https://uchi.pro/blog/professionalnoe-obrazovanie-v-rossit (дата обращения 21.05.2022).
[7] Анализ рынка дополнительного профессионального образования в России в 2017–2021 гг. (дата обращения: 21.05.2022).

Однако, как показывают исследования, уровень квалификации работников в ряде учреждений и организаций не позволяет эффективно применять новейшие технологии, что тормозит развитие медиасферы, мешает выполнению Национальной программы «Цифровая экономика» в обозначенные сроки. В редакциях и компаниях средств массовой информации (особенно на региональном уровне) не хватает специалистов, обладающих необходимыми теоретическими знаниями и ключевыми компетенциями, которые соответствуют поставленным в федеральных программах «Цифровые технологии» и «Кадры для цифровой экономики» задачам. Не все профессиональные группы проходят переподготовку, повышают квалификацию. Некоторые категории журналистов и специалистов медиаиндустрии на протяжении длительного времени остаются вне образовательного процесса. Прежде всего, это относится к региональным средствам массовой информации и массовой коммуникации. Здесь необходим экскурс в историю работы с журналистами по повышению их квалификации.

В СССР существовала разветвленная сеть подготовки руководящих партийных и советских работников. Так называемые партшколы создавались в союзных республиках, ряде автономных республик и областей Российской Федерации. В системе партийного образования повышали квалификацию и журналисты, прежде всего редакторы областных, городских и районных газет, руководители теле- и радиокомитетов, заведующие редакциями и отделами. Учебные планы составлялись для решения задачи идеологического воспитания слушателей.

В 1970 г. Постановлением Совета министров СССР при Гостелерадио на базе Общесоюзного телевизионного центра имени 50-летия Октября был создан Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, впоследствии получивший статус всесоюзного. В том же году был открыт и Всесоюзный институт повышения квалификации работников печати, который просуществовал до конца 1992 г. Таким образом, к началу Четвертой промышленной революции ИПК работников телевидения и радиовещания оказался единственным в медиаотрасли учреждением дополнительного профессионального образования, специализирующимся на повышении квалификации и переподготовке теле- и радиожурналистов, медиаспециалистов. На его базе была создана Академия медиаиндустрии. Ежегодно в ней проходят обучение до 500 слушателей. Формы обучения следующие.

1. *Профессиональная переподготовка* – освоение знаний и навыков, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности и получения новой квалификации в соответствии с профессиональными стандартами, утвержденными Минтруда России.
2. *Повышение квалификации* – обновление теоретических и практических знаний в соответствии с новыми требованиями к уровню профессиональной квалификации и необходимостью решения новых производственных задач.

3. *Аспирантура* – подготовка для отрасли кадров высшей квалификации (изучение профильных дисциплин в сфере научных интересов, исследование актуальных проблем развития медиаотрасли, написание и защита диссертационной работы на получение ученой степени кандидата наук).
4. *Продуктивное пополнение актуальных знаний* по неформальным коммуникационным каналам обучения (конференции, семинары, круглые столы).

Помимо Академии работу по актуализации знаний журналистов и специалистов медиаотрасли проводят общественные организации: Союз журналистов России (СЖР) и его региональные отделения, Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ), Гильдия издателей периодической печати (ГИПП), Альянс независимых региональных издателей (АНРИ), Ассоциация книгоиздателей России (АСКИ), Национальная ассоциация полиграфистов России — Печатник и многие другие профессиональные союзы и объединения. Они практикуют неформальные формы обучения: научно-практические конференции, фестивали, школы, мастер-классы, медиафорумы, деловые игры.

При значительном числе и разнообразии обучающих мероприятий, проводимых общественными организациями, говорить о них как о системе повышения квалификации вряд ли возможно, поскольку мероприятия во многом носят бессистемный, фрагментарный, дискретный характер. Каждая из структур реализует собственные образовательные проекты. Учебные планы и программы различаются по назначению, содержанию, объему учебных часов, формам и методам обучения. Но основной минус данных акций — в смешанности контингента обучаемых, в отсутствии целевых групп. Как правило, в подобных фестивалях, форумах, конференциях участвуют представители медиаотрасли с различными профессиональными интересами. В результате по многим важным проблемам не возникает продуктивных дискуссий и не поступает предложений об их включении в научно-исследовательские и учебные планы и программы. Таким образом, в медиаотрасли возникла проблемная ситуация с дополнительным образованием журналистов и медиаспециалистов.

Суть её заключается в несоответствии потребностей сотрудников средств массовой информации и массовой коммуникации в регулярном обновлении знаний, приобретении новых компетенций и адаптации их к решению производственных задач.

Основные причины следующие.

1. Сокращение государственного заказа на переподготовку и повышение квалификации кадров для СМИ и СМК.
2. Недостаточное законодательное обеспечение новаций в данной области образования на федеральном и региональном уровнях.
3. Отсутствие отраслевой Программы повышения квалификации и переподготовки специалистов СМИ и СМК, являющейся частью федеральной программы «Кадры для цифровой экономики».

4. Появление негосударственных структур дополнительного профессионального образования и рост конкуренции на рынке образовательных услуг.
5. Введение профессиональных стандартов и соответствие содержания учебных программ и планов требованиям этих стандартов.
6. Консерватизм и инерционность в организации учебного процесса.
7. Несмотря на растущую потребность отрасли в специалистах с широким диапазоном цифровых компетенций, в обучении используется линейная, или конвейерная, модель, формирующая у слушателей контекстные, узкопрофессиональные навыки.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Необходимость в непрерывном дополнительном образовании работников медиаотрасли обусловлена:

- ростом информационно-коммуникационных технологий и их внедрением в СМИ и СМК, в производственный процесс на предприятиях и в учреждениях;
- стремительным устареванием знаний; по мнению экспертов период устаревания компетенций сегодня составляет полтора года;
- динамично развивающимся отраслевым рынком труда, исчезновением на нем ряда профессий или дополнение к существующим профессиям новых функций;
- переходом профессионального образования от повышения квалификации работника к росту его компетентности;
- изменение и ужесточение требований работодателей к уровню квалификации специалистов в условиях подготовки к Пятой промышленной революции.

Модернизация и адаптация дополнительного профессионального образования в отрасли возможны только с учетом потребностей в высококвалифицированных кадров на определенный период. При понимании, какие технологии получат распространение на предприятиях и в учреждениях отрасли и какие профессии окажутся наиболее востребованными. Дополнительное образование может быть эффективном, если оно построено на прогнозировании количественного и качественного состава работников и планировании обучения кадров.

Как показывает опыт развитых в техническом отношении отраслей, составление перспективных и текущих планов переподготовки и повышения квалификации кадров — это важная часть работы кадровых служб в условиях цифровой экономики.

Основная цель дополнительного профессионального медиаобразования — создание гибкой, адаптированной к современным задачам структуры, восприимчивой к требованиям профессиональной среды и способной перестраивать учебный процесс под конкретный образовательный заказ.

Основные задачи дополнительного профессионального медиаобразования:

- разработка механизма непрерывного обучения кадров для организаций, учреждений и предприятий СМИ и СМК, способных к выполнению новых функциональных задач, связанных с информационно-коммуникационными технологиями;
- внедрение в учебный процесс новых форм обучения журналистов и специалистов медиаиндустрии, в том числе с непрофильным образованием, позволяющим им получить профессиональные знания и приобрести компетенции, необходимые для выполнения нового вида деятельности (профессиональная переподготовка);
- обеспечение условий для равноправного доступа всем сотрудникам и специалистам СМИ и СМК к системе дополнительного медиаобразования в соответствии с их индивидуально-профессиональными потребностями на период производственной деятельности (различные формы группового и индивидуального обучения);
- формирование механизма, направленного на появление у слушателей, работников отрасли устойчивых мотивов к самообучению и поддержанию должного профессионального уровня, владению научными знаниями, появлению новых навыков и учений, цифровых компетенций.

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕМОКРАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ

В сообществе педагогов все еще бытует мнение, что знания могут и должны передаваться по коммуникативной цепочке — от обучающего к обучаемому. Акцент сделан на межличностные контакты: преподавателя со слушателями и слушателей между собой. Считается, что знания и опыт лучше всего передаются и усваиваются в аудитории и вне её, во время общения слушателей друг с другом.

Линейная модель была достаточно эффективной в индустриальную эпоху, поскольку процесс обучения основывался на бумажных технологиях. Кроме того, она органично вписывалась в систему централизованного управления всеми сферами жизнедеятельности человека. Жесткие рамки исключали творчество и самостоятельный поиск новых знаний. Основная задача в повышении квалификации сводилась к воспроизведению навыков, полученных при первоначальном профессиональном обучении. В организации учебного процесса при отсутствии рынка образовательных услуг, а значит и конкуренции, ориентировались на госзаказ. Но сегодня ориентация на такую модель приводит к стагнации процесса обучения и становится тормозом в развитии слушателя как специалиста и как личности.

Классическая модель образования, в том числе и профессионального, рассматривает слушателя в качестве объекта для передачи новых знаний. Время доминирования инновационных технологий меняет его роль: из пассивного получателя информации он превращается в активного её потребителя, деятельного участника учебных занятий. Становится субъектом образовательного процесса.

В современную эпоху предприятия и учреждения отрасли нуждаются в специалистах инициативных, творческих, с широким набором компетенций. Для большинства профессий необходимо, чтобы специалист обладал и управленческими компетенциями: системное мышление, межличностная коммуникационность, ориентированность на запросы покупателя информационного продукта, управление проектами, креатив. Особенно востребованы такие специалисты в средствах массовой информации и массовой коммуникации.

ОТ ЖЕСТКОЙ, МАССОВОЙ МОДЕЛИ — К МОДЕЛИ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ И ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОЙ

Инновационные технологии создают комфортную среду для поколения, выросшего в цифровой среде и получившего образование в эпоху знаний. Но для тех, кто начал трудовую деятельность на стыке двух эпох, те же технологии создают в работе определенные трудности. Задача дополнительного профессионального образования – помочь преодолеть разрыв в знаниях и компетенциях между поколениями специалистов.

Как показывают исследования, потребность в обновлении профессиональных знаний и получении новых навыков у них достаточно высока и именно работники, которым сегодня около 50 лет и больше, в первую очередь нуждаются в повышении квалификации и переподготовке. Инновационная модель строится на основе их интересов и возможностей в получении новых профессиональных знаний. Ведущей формой обучения становятся коллоквиумы, практические и междисциплинарные занятия.

Основными принципами организации образовательного процесса по новой модели являются:

- индивидуализация обучения;
- междисциплинарные учебные курсы;
- персонификация учебных курсов и программ;
- модульное обучение;
- тесная связь с работодателем;
- ориентация на запросы отраслевого рынка труда;
- многообразие форм в проведении занятий и работе со слушателями;
- самомотивация слушателя в определении цели, формы, методов и сроков обучения;
- проектное обучение или обучение в команде;
- открытость и доверие;
- сотрудничество и взаимодействие.

Уникальность инновационной модели заключается в интеграции большого числа учебных дисциплин и курсов, универсальность и гибкость.

Дополнительное профессиональное образование в отрасли следует рассматривать как часть системы непрерывного профессионального образования, составляющей единый комплекс с экономикой отрасли и отраслевым рынком труда. Такой подход позволит создавать учебные курсы и программы, соответствующие нуждам отрасли и запросам рынка труда.

Предприятия, учреждения и организации медиаотрасли должны играть активную роль на рынке труда, предъявляя свои требования к уровню квалификации и компетентности работника. Находиться в тесном контакте с образовательными организациями и принимать активное участие в написании образовательных программ и разработке учебных курсов. Следует помнить, что дополнительное профессиональное образование строится на следующих принципах: *интегративность* — обучение на протяжении всей профессиональной деятельности, *демократизм* — равные возможности для всех работников в повышении квалификации и переподготовке, *самомотивация* — реализация права на образование вне зависимости от возраста.

Человек эволюционирует. Его предназначение — в постоянном совершенствовании знаний, умений, в расширении компетенций под влиянием информационно-коммуникационных технологий и изменяющимся содержанием труда.

ВЫВОДЫ

Под влиянием новейших информационно-коммуникативных технологий меняется концепция дополнительного профессионального образования. Постепенно приходит осознание, что непрерывное образование — образ жизни современного человека, что сложившаяся в индустриальную эпоху система подготовки и переподготовки работников отрасли безнадежно устарела и что непрерывное образование — многоуровневое, а верхний уровень прочно занимает дополнительное профессиональное образование, находящееся в стадии бурного развития.

В министерствах, государственных корпорациях и в бизнес-сообществе стремятся использовать опыт развитых стран и создают отраслевые системы повышения квалификации и переподготовки кадров, пытаются объединить возможности государственных и иных учебных заведений в организации учебного процесса, координации их деятельности. Создают сообщество экспертов для оценки учебных программ и курсов с целью максимального приближения к решению задач отрасли.

В основу современной модели дополнительного профессионального образования заложен активный маркетинг запросов работников отрасли на восполнение знаний, повышение квалификации. Поэтому от соответствующих структур требуется прогноз на востребованность работников определенной специальности и квалификации, понимание, какими знаниями они обязаны обладать.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аверьянов М.* Цифровое общество: новые вызовы / М. Аверьянов, С. Евтушенко, Е. Кочетова. URL: https://www.itweek.ru/digitalization/article/detail-print.php?ID=189935&print=Y (дата обращения: 21.05.2022).

2. Анализ рынка дополнительного профессионального образования в России в 2017–2021 гг., прогноз на 2022–2026 гг. Перспективы рынка в условиях санкций. URL: https://marketing.rbc.ru/research/27268/ (дата обращения: 21.05.2022).
3. *Дежина И. Г.* Дополнительное профессиональное образование для развития перспективных технологий: вклад вузов // Университетское управление: практика и анализ. 2018. Т. 22. № 5. С. 22–31. DOI: 10.15826/umpa.2018.05.046.
4. Дополнительное профессиональное образование в России: масштабы рынка, основные игроки, позиционирование Сколтеха / Сколковский институт науки и техники. URL: https://www.skoltech.ru/data/uploads/2013/12 (дата обращения: 15.05.2022).
5. *Ерохина Е.* Дополнительное профессиональное образование: кто ведет? URL: https://skillbox.ru/media/education/dopolnitelnoe-professionalnoe-obrazovanie-kto-vedyet/ (дата обращения: 15.05.2022).
6. *Казаковцева Е. М., Доронина И. В.* Непрерывное образование в России: предпосылки и возможности реализации // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2014. № 6. С. 33–39.
7. *Казанцев К. Ю.* // Интерэкспо ГЕО-Сибирь 2021. 17-й Международный научный конгресс (19–21 мая 2021 г., Новосибирск): сборник материалов. В 8 т. Т. 3: Международная научная конференция «Экономическое развитие Сибири и Дальнего Востока. Экономика природопользования, землеустройство, лесоустройство, управление недвижимостью» / Министерство науки и высшего образования РФ, Сибирский государственный университет геосистем и технологий; отв. за выпуск: В. И. Суслов, Л. К. Казанцева. Новосибирск: СГУГиТ, 2021. № 1. С. 224–232. DOI: 10.33764/2618-981X-2021-3-1-224-232.
8. *Калугина З. И.* Дополнительное профессиональное образование в контексте новой индустриальной революции / З. И. Калугина, О. П. Фадеева, Н. М. Арсентьева // Вест. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Социально-экономические науки. 2014. Т. 14. Вып. 2. С. 172–181.
9. *Краснова М., Матвеева А.* Новая жизнь за партой // Эксперт. URL: https://expert.ru (дата обращения: 17.05.2022).
10. *Марков В. П.* Развитие системы дополнительного профессионального образования: тенденции и перспективы // Аналитический вестник. 2019. № 4 (718). С. 3–5.
11. *Мухина Т. Г.* История становления и развития дополнительного высшего профессионального образования в России // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2011. Т. 13. № 2 (5). С. 1116–1119.

Поступила в редакцию 5 июня 2022 г.

УДК 316.77(4/9);
316.77.007

ХАРТМАНН ЛИБЕТРУТ,
профессор факультета электротехники, компьютерных наук, медиатехнологий университета Вупперталя, Германия;

А. М. ЦЫГАНЕНКО,
кандидат технических наук, профессор, руководитель Центра принтмедиаиндустрии ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», Россия, г. Москва;
e-mail: *amtsyganenko@yandex.ru*

ОПЫТ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В ОБЛАСТИ ПЕЧАТНОЙ ИНДУСТРИИ В ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКЕ ГЕРМАНИЯ

Аннотация. *Полиграфическая промышленность играет важную роль в жизни человеческого общества. В настоящее время человечество переживает очередную информационную революцию. В этих условиях производство печатной продукции меняется. Цифровая трансформация полиграфических предприятий и организаций затрагивает технологические, вспомогательные и управленческие процессы. Человеческий потенциал полиграфической промышленности является ключевым фактором ее развития. Подготовка квалифицированных рабочих и специалистов является одной из важных составляющих обеспечения устойчивого и эффективного роста полиграфической промышленности Федеративной Республики Германия.*

Ключевые слова: *информационная революция, печатные средства информации, печать, полиграфическое производство, технологии полиграфического производства, информационные технологии, цифровизация процессов, ассоциации, учебные заведения, специальность, бакалавриат, магистратура*

HARTMANN LIEBETRUT,
Professor of Electrical Engineering, Computer Science, and Media Technology Department of the University of Wuppertal (Germany);

A. M. TSYGANENKO,
Candidate of Technical Sciences, Professor, Head of the Print Media Industry Center of Federal State Educational Establishment for Continuing Professional Education Media Industry Academy, Russia, Moscow;
e-mail: *amtsyganenko@yandex.ru*

PERSONNEL TRAINING EXPERIENCE IN THE PRINTING INDUSTRY IN THE FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY

Abstract. *The printing industry plays an important role in the life of human society. Currently, humanity is going through another information revolution. Under these conditions, the production of printed products is changing. Digital transformation of printing enterprises and organizations affects technological, auxiliary and managerial processes. The human potential of the printing industry is a key factor in its development. The training of qualified workers and specialists is one of the important components of ensuring the sustainable and effective growth of the printing industry of the Federal Republic of Germany.*

Keywords: *the information revolution, printed media, printing, printing production, printing production technologies, information technologies, digitalization of processes, associations, educational institutions, specialty, bachelor's degree, master's degree.*

ВВЕДЕНИЕ

Применение цифровых технологий, автоматизированного оборудования и современных материалов определяет конкурентоспособность большинства печатных производств. Значительные изменения, сложившиеся в структуре рынка полиграфических работ в последнее время, потребовали периодической реструктуризации и модернизации производств, гибкой и своевременной перестройки технологий выпуска издательско-полиграфической, упаковочной, бумажно-беловой и сувенирной продукции, услуг фирменного стиля, рекламы и др.

Технологический уклад «Индустрия 4.0» стал новым этапом трансформации печатной индустрии. «Индустрия 4.0», а также «Фабрика будущего» (Fabrik der Zukunft) – это идея интеллектуальных и цифровых сетевых самоорганизующихся систем, в которых люди, машины, заводы, логистика и продукты напрямую взаимодействуют и сотрудничают друг с другом. На стадиях производства в цепочке образования стоимости охватываются все этапы жизненного цикла продукта – от идеи его создания, через разработку, производство, использование и техническое обслуживание до утилизации. В основе лежит производство с расширенным использованием цифровой вычислительной техники (цифровое производство).

Новая концепция в печатном производстве предусматривает радикальную автоматизацию всех его процессов с применением «умного» оборудования, работу в сети, использование облачных сервисов и баз данных. При этом печатание может выполняться с использованием различных технологий и на различных материалах и оборудовании.

Большое влияние на полиграфическое производство в ближайшее время окажет новый стандарт в области сетевых технологий 5G для передачи больших объемов данных в режиме реального времени. Как отмечает Chris Hoffman, этот стандарт разработан так, чтобы быть намного быстрее,

чем текущая технология 4G LTE (Long Term Evolution). Речь идет не только об ускорении подключения смартфонов к интернету. Такая сетевая система уже доступна и будет внедрена в Германии в ближайшие несколько лет.

Стандарт 5G характеризуется высокой скоростью передачи данных, использованием более высоких частотных диапазонов, значительным увеличением пропускной способности каналов передачи информации.

Полиграфическое производство, в частности, может получить большое преимущество при использовании цифровых технологий в бизнесе как лучшая платформа для реализации старой идеи, известной как «Помощь коллегам». Это означает возможность прямого доступа (при наличии) к свободным производственным мощностям других полиграфических компаний, если в настоящее время собственных мощностей для выполнения заказа недостаточно, или собственные мощности уже полностью использованы, или вообще нет мощностей для удовлетворения конкретных требований заказчика. Благодаря такому взаимному обмену производственными мощностями (здесь можно говорить о временном аутсорсинге) возникает то, что известно как «виртуальная фабрика». Преимущества очевидны. С одной стороны, достаточно ограничить собственные количественные мощности нормальной загрузкой, в то время как пиковые потребности смещаются наружу, и наоборот, свободные мощности заполняются заказами на печать от других компаний. С другой стороны, это позволяет качественно ограничить возможности в тех областях, в которых специализируется компания.

Таким образом, можно минимизировать стоимость предоставляемых мощностей, ограничив капитальные затраты до необходимого уровня и избежать затрат на простаивающие мощности в результате неполной занятости.

ТРЕБУЮТСЯ СПЕЦИАЛИСТЫ С ВЫСОКИМ УРОВНЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ

Кадровый потенциал печатной индустрии — ключевой фактор ее развития. Широкий спектр печатных продуктов, использование разнообразных технологий, материалов, а также различного оборудования обусловливают необходимость иметь кадры соответствующих профилей и уровней образования.

Подготовка квалифицированных рабочих кадров и специалистов является одним из важных условий обеспечения устойчивого и эффективного развития печатной индустрии.

Активное внедрение новых технологий и материалов приводит к необходимости подготовки таких кадров, которые не только в теории, но и в практической работе могут успешно применять свои знания. Овладение цифровыми технологиями требует все более высокого уровня профессиональных навыков, которые не могут быть достигнуты путем обучения на практике или специальными тренингами. Другими словами, компаниям нужны квалифицированные работники, которые прошли совершенно новую подготовку в профессиональном образовании.

Постоянно трансформирующаяся экономическая конъюнктура и увеличивающийся стремительными темпами объем научных знаний определяют необходимость перехода от рынка профессий к рынку квалификаций.

Немецкая система профессионального образования имеет давнюю историю. Она постоянно совершенствуется и на сегодняшний день представляет собой механизм, основанный на эффективном взаимодействии и разделенной ответственности за воспроизводство квалифицированных кадров между государством и работодателями.

Во многих странах в настоящее время введены системы квалификаций, представляющих собой совокупность механизмов правового и институционального регулирования квалификаций работников со стороны рынка труда и предложения квалификаций со стороны системы образования и обучения. Характеристику квалификации (уровень знаний, умений, профессиональных навыков и опыт работы), необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, определяют профессиональные стандарты.

В Германии нет профессионального стандарта для каждой профессии. Профессионально-техническая и теоретическая программа обучения профессии основана или разработана в контексте предварительно определенного профессионального профиля.

С инициативой о создании программ обучения новым профессиям или актуализации существующих выступают ассоциации предприятий или профсоюзов. Ответственность за формирование сферы профессионального образования несут ассоциации работодателей. Государство выполняет только вспомогательную функцию.

В Германии принята *национальная рамка квалификаций, которая включает восемь уровней*. Их дескрипторы отражают как профессиональные, так и личностные компетенции, обеспечивающие систематизацию квалификаций общего, высшего и профессионального образования. Компетенции соотносятся с уровнями квалификаций, присваиваемыми на основе результатов обучения.

В области печатной индустрии большое влияние на подготовку кадров оказывает Федеральная ассоциация печати и средств массовой информации (BVDM). Являясь ведущей организацией в немецкой полиграфической промышленности, она оказывает поддержку своим членам в области бизнеса, политики проведения коллективных переговоров, трудового и предпринимательского права, в сфере образования, окружающей среды, в использовании технологий, организации исследований, а также в сфере печати и связей с общественностью. Совместно с профсоюзом ассоциации разрабатывают современные профили должностей и содержание, методические рекомендации по обучению. Кроме того, проводится работа по развитию контактов со школами, а также официальными органами профессиональной подготовки по отбору молодежи, способной к обучению.

В экспертных комитетах и экспертных группах, в основном состоящих из представителей отрасли, определяются направления деятельности и реали-

зуются соответствующие меры. Основной целью Комитета по образовательной политике является повышение квалификации работников и улучшение условий для дуального обучения и повышения квалификации. Комитет помогает предприятиям планировать, организовывать и проводить образовательные мероприятия. В рамках Центрального комитета по профессиональному образованию печати и СМИ (Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien — ZFA) формируются профили подготовки специалистов и требования к оценке квалификации кадров для печатной индустрии.

В Германии реализуется дуальная система обучения. Она финансируется совместно коммерческими организациями, которые заинтересованы в профессионалах, и органами государственной власти. Сегодня дуальная система образования применяется более чем в 60 странах; среди них такие индустриально развитые страны, как Англия, США, Южная Корея и др.

Для качественной организации дуального обучения необходимо, чтобы теоретическая база была привязана к реальным практическим задачам, а также было обеспечено погружение в профессиональную деятельность в период прохождения практики на производстве. Как правило, обучение рабочим профессиям и специалистов среднего звена длится три года. До окончания второго года обучения проводится промежуточный экзамен.

В компетенцию ZFA входят следующие специальности:

- медиадизайнер цифровой и традиционной печати;
- медиатехнолог печатных процессов;
- медиатехнолог трафаретной печати;
- медиатехнолог послепечатных процессов;
- переплетчик (мастер ручного и машинного переплета);
- специалист по упаковочным технологиям;
- картограф.

С учетом выбранного набора изучаемых предметов и профиля производственного предприятия обучаемые могут специализироваться в одном или двух из предлагаемых профилей для будущей профессиональной деятельности. Таких профилей более десяти, в том числе операторов. Специализация определяется при формировании учебного плана из предлагаемого базового набора дисциплин, выбора учебного заведения и базовых предприятий. К общему для специальности набору дисциплин при формировании учебного плана добавляются курсы двух квалификаций с учетом специализации.

Подготовка кадров для печатных технологий ведется в рамках специальности «Медиатехнолог печатных процессов». Выпускаемые специалисты среднего звена и операторы приобретают навыки для работы в области цифровой печати, листовой и рулонной офсетной печати, печати газет, упаковки, этикеток, обоев, флексографской и глубокой печати. Учебный план формируется для каждого способа печати и области его применения.

Структура выпускного экзамена включает практическую часть, предусматривающую изготовление производственных образцов печатной продукции, планирование, настройку и управление машинами и оборудованием, документирование и контроль технологического процесса. Теоретическая

часть включает три раздела, связанных с планированием выполнения заказа, технологией его выполнения, а также экономическими расчетами производства.

Немецкая система высшего образования отличается многообразием типов вузов. Учреждения высшего образования в Германии, так же как и учреждения среднего образования, делятся на несколько типов. Hochschule — учебное заведение, как правило, гуманитарной направленности. Fachhochschule — университет прикладных наук или высшая специальная школа. Fachhochschule готовит специалистов для отдельных отраслей, как правило, это инженерное дело, управление бизнесом, дизайн и гуманитарные специальности.

Подготовка кадров с высшим образованием для печатной индустрии в ряде высших учебных заведений ведется в рамках бакалавриата и магистратуры. Во время практики, длящейся не менее семестра, студенты приобретают профессиональный опыт в различных компаниях и секторах бизнеса в области полиграфии и определяются в плане специализации и карьерного роста. Таким образом, студент берет на себя ответственность за свой выбор в достижении будущих целей.

Показательна в этом плане практика подготовки кадров в Высшей школе медиа (Штутгарт) и Университете Вупперталя.

В составе Высшей школы медиа Штутгарта обучение ведется по 25 аккредитованным программам бакалавриата и магистратуры. На трех факультетах: печати и средств массовой информации; электронных медиа; информации и связи учатся около пяти тысяч студентов.

На факультете печати подготовка бакалавров ведется по восьми направлениям, в том числе в области технологий печатных средств информации. Программа включает в себя два образовательных направления: технологии и менеджмент. В течение первого года обучения студенты изучают математику, информатику, электротехнику и другие предметы. Содержание образовательного направления в области технологий предусматривает со второго курса изучение информационных технологий, премедиа и препресс технологий, кросс-медиа, 3D-печати, технологий постпечати и дизайна, промышленной печати, такой как печатная электроника, упаковка и др.

Обучение в области менеджмента включает в себя финансы и контроллинг, стратегическое корпоративное планирование, управление производством и материальным обеспечением, менеджмент и право, а также занятия по бизнес-администрированию.

Магистерская подготовка в Высшей школе медиа Штутгарта, как следующая ступень образования, также реализуется в области технологий печати. Освоение образовательной программы организуется в соответствии с индивидуальным учебным планом, что создает широкие возможности для выбора персональной траектории обучения.

В структуре университета Вупперталя, который имеет многолетние традиции подготовки кадров, представлены следующие факультеты: гуманитарных наук; экономический — Школа бизнеса и экономики имени

Шумпетера; математики и естественных наук; архитектуры, гражданского строительства, машиностроения и техники безопасности; электротехники, информатики и медиаинженерии; искусства и дизайна; педагогических и социальных наук и Школа образования. Программы получения степени в Университете Вуппераля ориентированы на требования общественного развития и проводятся по пятидесяти программам бакалавриата.

Обучение со специализацией в области полиграфического производства ведется по трехлетней программе в рамках специальности «Информационные технологии и медиатехнологии», по освоению которой студент получает степень бакалавра.

Учебный план первого года обучения специализации в области полиграфического производства предусматривает изучение студентами математики, электротехники, основ информатики и программирования. Во второй год обучения включены курсы, связанные с компьютерной архитектурой, составом компьютерных сетей и сетевыми средами, базами данных, технологиями разработки программных средств, аналоговой и цифровой схемотехнике и др. Учебный план второго года обучения предусматривает также восьминедельную практику. Третий год обучения полностью отводится на изучение дисциплин по выбору, связанных с допечатными, печатными и послепечатными процессами, применением цифровых методов обработки информации и управления в процессах производства печатной продукции, экономики. Завершается обучение защитой выпускной квалификационной работы.

Получение степени магистра связано с более глубоким освоением медиатехнологий. Обучение в магистратуре предусматривает проведение углубленного освоения выбранной темы в области технологий полиграфического производства и проведение по ней научных исследований. Результаты исследований отражаются в защищаемой по окончании обучения магистерской работе.

Подводя итоги, отметим, что полиграфическая промышленность обладает потенциалом для повышения конкурентоспособности на рынке за счет процессов цифровой трансформации. Это касается не только технологии производства печатной продукции, которая должна быть точно адаптирована к потребностям каждого отдельного клиента, но также организации и управления всеми звеньями комплексной цепочки поставок. Проблемы подготовки и повышения квалификации сотрудников в отрасли должны находиться в поле внимания отраслевых объединений. Важно использовать опыт других стран, в том числе Федеративной Республики Германия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Петерсен А. В., Йепсен М.* Подход и опыт разработки профессиональных стандартов в Германии. URL: https://www.trudcontrol.ru/files/editor/files/Подход%20и%20опыт%20разработки%20профессиональных%20стандартов%20в%20Германии.pdf.

2. Печать 2025: сделать мир «умнее». URL: https://www.publish.ru/articles/201810_20013934.
3. Путеводитель по технологиям 3D-печати. URL: https://compuart.ru/article/25392.
4. Федеральная ассоциация печати и средств массовой информации ФРГ. URL: https://www.bvdm-online.de/bundesverband-druck-medien/.
5. Центральный технический комитет. Профессиональное образование. Печать и средства массовой информации. URL: https://zfamedien.de/.
6. Hochschule der Medien. URL: https://www.hdm-stuttgart.de/en.
7. *Hoffman C.* What is 5G, and How Fast Will It Be? URL: https://www.howtogeek.com/340002/what-is-5g-and-how-fast-will-it-be/.
8. University of WuppertaL. URL: https://www.uni-wuppertal.de/en.
9. Wikipedia. URL: https://de.wikipedia.org/wiki/Industrie_4.0.
10. *Wolf R.* Wolf Street. URL: https://www.businessinsider.com/why-billionaires-keep-buying-newspapers-despite-them-being-in-death-spiral-2018-2?IR=T.

Поступила в редакцию 20 апреля 2022 г.

УДК 070 (091)

А.В.ЧЕРНЯК,
доктор исторических наук, профессор,
заслуженный работник культуры РФ (журналистика),
Россия, г. Москва;
e-mail: *alcherniak@mail.ru*

В ПОИСКАХ ИСТИНЫ, ИЛИ КТО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО РЕДАКТИРОВАЛ ГАЗЕТУ «ПРАВДА»*

Аннотация. *В статье представлены результаты исследования по истории редактирования газеты «Правда», установлены зиц-редакторы и фактические редакторы в предоктябрьский период, приведены решения ЦК партии большевиков, на основании которых выпускалась газета.*

Ключевые слова: *газета «Правда», история газеты, революция, решения ЦК РСДРП(б) об издании газеты, редакторы «Правды».*

A. V. CHERNYAK,
Doctor of Historical Sciences, Professor,
Honored Worker Cultural of Russia Federation (journalism),
Russia, Moscow;
e-mail: *alcherniak@mail.ru*

SEARCHIING FOR THE TRUTH, OR WHO REALLY EDITED «PRAVDA»*

Abstract. *The article presents the results of a study «Pravda» editing history, the editors and actual editors in the pre-October period were identified, together with the decisions of the Central Committee of the Bolshevik Party, on the basis of which the newspaper was published.*

Keywords: *newspaper «Pravda», newspaper history, revolution, decisions of the Central Committee of the RSDLP (b) on newspaper publication, editors of «Pravda».*

«Здравствуйте, Александр Викентьевич Черняк! Меня зовут Се Ипин. Я из Китая, кандидат исторических наук, выпускник МГУ имени М. В. Ломоносова и РУДН. Я недавно прочитал вашу статью "Век Правды". У меня возникли вопросы. Во-первых, в 1912–1914 годах кто стал реальным главным

* Автор работал в редакции газеты «Правда» в 1975–1995 гг.: консультант отдела партийной жизни, заместитель редактора газеты «Правда» по отделу партийной жизни, редактор по отделу социальной политики и коммунистического воспитания, член редакционной коллегии, ответственный секретарь редакции, заместитель и первый заместитель главного редактора газеты «Правда». Избирался секретарём партийного комитета редакции с правами районного комитета КПСС.

редактором Правды и реально управлял? Как я понимаю, Полетаев и Егоров были зиц-редакторами. Во-вторых, кто приказал вновь выходить газете «Правда» в 1917 г.? Где можно видеть этот приказ ?

С уважением, Ипин»

Отвечая на вопрос коллеги из Китая, напомню, что решение о выпуске массовой рабочей большевистской ежедневной газеты в 1912 г. приняла по инициативе В. И. Ленина VI Всероссийская (Пражская) конференция РСДРП(б). Деньги на её издание собирали по заводам и фабрикам среди рабочих. По замыслу руководителей партии «Правда» должна была стать газетой для рабочих, и первое время она не являлась официальным органом ЦК РСДРП (б), таковым считалась нелегальная газета «Социал-демократ». Первый номер газеты под названием «Правда» вышел 22 апреля (5 мая) 1912 г.

Организовать выпуск «Правды» ЦК поручил И. В. Сталину. Он вспоминал: «Это было в середине апреля 1912 г. вечером на квартире у тов. литераторов (Ольминский и Батурин) и я, как член ЦК (я как нелегал сидел в «бесте» у «неприкосновенного» Полетаева), сговорились о платформе «Правды» и составили первый номер газеты...»[1]. Сталин написал в первый номер статью «Наши цели», в которой изложил позицию редакции. Первый номер «Правды» отпечатали в типографии Березина «Художественная печать» на Ивановской улице, дом 14 в Санкт-Петербурге. В работе над номером участвовали Н. Г. Полетаев, М. С. Ольминский, Н. Н. Батурин, В. М. Молотов (Скрябин), Ф. Ф. Раскольников. Верстал номер газеты К. С. Еремеев, а вычитывал старший корректор С. С. Данилов.

Первый ответственный секретарь «Правды» Ф. Ф. Раскольников вспоминал, как рождалась «Правда»: «Константин Степанович Еремеев, держа в углу рта дымящийся окурок сигары, синим карандашом правил рукописи и сдавал их в набор. Метранпаж Приходько, с полным, лоснящимся лицом, как горячие блины на масленице, носил одну за другой пачки влажных и узких гранок с глубоко втиснутыми буквами. И соединёнными усилиями мы все правили корректуру. Михаил Степанович Ольминский с белой бородой и белыми волосами, поправляя пенсне в золотой оправе, попросил меня просмотреть его статью для первого номера «Правды». Демьян Бедный в синей студенческой фуражке и штатском пальто нараспашку с актёрской выразительностью продекламировал, читая по рукописи, новую басню. Вячеслав Михайлович Молотов, застенчиво улыбаясь, передал в редакцию статью под названием «Хорошая книга», по поводу очерков Александры Михайловны Коллонтай «По рабочей Европе».

Так праздновали мы день рождения «Правды», и каждый сотрудник приносил новорождённой какой-нибудь подарок: статью, рассказ, стихотворение или басню.

Николай Гурьевич Полетаев, заложив руки в карманы, с видом хозяина суетливо ходил из ночной редакции в наборную, из наборной в корректорскую, что-то проверял, всех торопил, боясь, чтобы «Правда» не запоздала,

[1] Правда. 1922. 5 мая. № 98.

поминутно вынимал из жилетного кармана часы и с тревогой во впалых глазах озабоченно покачивал головой. Столкнувшись со мной в коридоре, он отвёл меня в сторону и, приблизив ко мне вплотную худощаво-скулистое лицо, с таинственным видом конспиратора заглянул мне в глаза и тихо спросил:

— Правда ли, что вы с товарищем Молотовым работаете в подполье?

— Да, это правда, — ответил я.

— Так нельзя, — строго и наставительно сказал Николай Гурьевич. — Вы этак провалите нам газету. Придется вам выбрать что-нибудь одно: либо нелегальную работу, либо сотрудничество в легальной «Правде».

— Хорошо, Николай Гурьевич.

— А то как же? — добродушно улыбаясь, проворчал Полетаев.

И мы вместе пошли в наборную, где, согнувшись у касс, наборщики вручную набирали первый номер газеты «Правда». В типографии было несколько машин «Линотип», однако большая часть набора производилась вручную.

Когда по окончании вёрстки была сделана матрица, издали похожая на страницу из книги для слепых, мы спустились по лестнице в стереотипное отделение, где при нас были отлиты сверкающие стереотипы.

Печатание происходило внизу на ротационных машинах. С шумом и грохотом вращались цилиндры, окружённые стереотипами, разматывались рулоны белой бумаги, и откуда-то из внутренностей машины беспрерывно выбрасывались гладко фальцованные газеты и аккуратными стопками падали на решётку. С радостным волнением я взял влажный, пахнущий краской первый исторический номер «Правды»...

Во дворе, в ожидании «Правды», уже гудели и фыркали грузовики.

Рабочие вязали газеты огромными пачками и складывали на грузовик, торопясь закончить работу до прихода полиции.

Первые экземпляры по закону следовало послать в цензуру — инспектору по делам печати, но Полетаев распорядился задержать отправку до отъезда грузовиков, а сам до последней минуты оставался в типографии, чтобы званием члена Государственной думы заслонить газету от ударов цензуры и полиции. Так родилась «Правда»[2].

Как официальный редактор газету подписал наборщик типографии М. Е. Егоров, Издатель — депутат Государственной Думы Н. Г. Полетаев.

Егоров являлся условным редактором «Правды», эта должность носила псевдо-характер. Главная задача этих редакторов — прикрыть газету от репрессий власти, сесть в тюрьму всякий раз, когда было необходимо спасти издание и партию от штрафа. А они сыпались на редакцию один за другим, тиражи конфисковывались. Только за первый год своего существования тираж газеты конфисковали 41 раз. В 1912–1914 гг. редакции выписано 16 тысяч рублей штрафов, по тем временам огромнейшая сумма. Редакторы провели в тюрьмах 27 месяцев. Кстати, редакция ежемесячно оплачивала их отсидку на нарах. За два года, до закрытия газеты, после Егорова

[2] *Раскольников Ф.* О времени и о себе. Л.: Лениздат, 1989. С. 21.

на этой должности побывало 44 редактора. Сменилось и 10 издателей. В разное время газету подписывали В. А. Шелгунов, П. Г. Жибаров, Ф. П. Сабуров, К. П. Михайлов, М. Д. Шумилов, Ф. С. Лебедев.

Организатора же выпуска «Правды» и первого реального редактора И. В. Сталина в день выхода газеты, 22 апреля 1912 г., по наводке Малиновского, который был агентом полиции, арестовали и после нескольких месяцев заключения в тюрьме сослали на три года в Нарымский край. 22 мая арестовали и ответственного секретаря редакции Ф. Ф. Раскольникова, который был приговорён к ссылке, заменённой высылкой за границу. Секретарём «Правды» стал В. М. Молотов.

Под своим названием газета просуществовала немногим более года — с 22 апреля 1912 г. по 5 июля 1913 г. Власть закрыла «Правду». Но вскоре издание газеты возобновилось под новым названием «Рабочая правда». Правдист первого призыва С. В. Малышев вспоминал: «У нас всегда было несколько запасных разрешений на газету, заранее полученных от градоначальника, и приличный костюм для редактора. Запрещения властей следовали одно за другим, но каждый раз, спустя несколько дней, газета выходила под новым названием, в котором по возможности сохранялось слово правда»[3].

В октябре 1912 г. (после побега из ссылки) Сталин вернулся в редакцию «Правды» и продолжал редактировать газету. Об этом факте указывается в книге «И. В. Сталин. Краткая биография» (М., 1952, с. 52) и в биографической хронике, приложенной ко 2-му тому сочинений И. В. Сталина (с. 419). Однако некоторые отечественные историки (например, Г. В. Петряков) после смерти Сталина пытались оспорить этот факт. О конъюнктурном подходе к освещению истории свидетельствуют и другие факты. В сборнике «Ленинской “Правде” 70 лет», изданной в 1982 г., фамилии И. В. Сталина как организатора выпуска газеты, Ф. Ф. Раскольникова и В. М. Молотова — ответственных секретарей редакции нет, а в издании, посвящённом 90-летию газеты, после смены власти в стране, они появились.

В состав редакции «Правды» в 1912–1914 гг. входили: М. С. Ольминский, Ф. Ф. Раскольников, Н. Г. Полетаев, К. С. Еремеев, В. М. Скрябин (Молотов), Н. Н. Батурин, С. С. Данилов, Л. Б. Каменев, А. А. Самойлов, М. А. Савельев, К. Н. Самойлова, П. Г. Жибаров, Ф. П. Сабуров, К. П. Михайлов, Н. А. Клериков, В. А. Шелгунов, М. Д. Шумилов, Г. Д. Шидловский, Н. Н. Лебедев, А. С. Потехин, В. Н. Васильевский и др.

После ареста Сталина как такового одного редактора у «Правды» не было. По существу редакцией руководил Ленин. Он переехал из Парижа в Краков, чтобы быть поближе к газете, направлял в редакцию не только свои статьи, но и письма, замечания по вопросам работы редакции. К Ленину в Краков приезжали и сотрудники «Правды», рассказывали о положении дел, выслушивали советы, как улучшить работу.

[3] Правда — 90: История современности — газетной строкой [страницы истории газеты (1912–2002)]: сборник / автор-составитель А. А. Ильин. М.: Правда. 2002. С. 46.

Так, 28 августа 1912 г. Ленин пишет: «Пользуясь случаем, чтобы поздравить т. Витимского (Ольминского. — *А.Ч.*), (надеюсь Вас не затруднит передать это письмо ему) с замечательно удачной статьёй в полученной мной сегодня «Правде» № 98. Чрезвычайно кстати взята тема и разработана в краткой, но ясной форме превосходно...». 11(24) ноября обращается к редакции: «Газета ведь не такая вещь, что читатель почитывает — писатель пописывает. Газета должна сама искать, сама вовремя находить и своевременно помещать известный материал. Газета должна искать нужные связи. А тут вдруг наказ петербургскому депутату, от сотрудников «Правды» исходящий, а в «Правде» нет...Ответьте, пожалуйста, немедленно по получении этого письма».

12 ноября Ленин обращается к Л. Б. Каменеву: «Дорогой Л. Б.! Стыдно–стыдно–стыдно! Ни слова в “Правду” о Базеле!! Что же это такое?? Имели 5-ых агентов и ни одного письма из Базеля к нам!! ни одной корреспонденции в “Правду”!!»

В письме в редакцию «Правды» уже от имени ЦК 21 июля 1912 г. указывалось: «Главный недостаток, на наш взгляд, не столько однообразие, сколько недостаточно ярко выраженное направление... А направление надо выразить ярче. Надо быть более полемичным, надо больше, если хотите, задору, нельзя обходить «больных» вопросов, например, хоть того же ликвидаторства... Ваше решение избегать слова ликвидатор (как вы пишете) кажется нам глубоко ошибочным и прямо несбыточным, если не хотеть устраниться от самых живых споров и наполовину сдать позиции ликвидаторам... Чтобы оживить газету, надо стать в центре живой злободневной борьбы..». В другом письме в редакцию Ленин пишет: «Правда» ведёт себя теперь на выборах, как сонная старая дева. «Правда» не умеет воевать. Она не нападает, не преследует ни кадета, ни ликвидатора. А разве может быть орган передовой демократии не боевым органом в горячее время?»[4] .

Н. К. Крупская указывает, что В. И. Ленин был тогда серьёзно обеспокоен постоянными неполадками в деятельности «Правды». «Ильич считал, — пишет Крупская, — что надо перестроить редакцию, посадить туда редактора с большим партийным опытом, который только этим бы делом и занимался, а то совершенно было не ясно, кто за что в редакции отвечает, получалась какая-то обезличка»[5].

Следует заметить, что отношения Ленина с редакцией «Правды» были не безоблачны. Как вспоминает внук Молотова Вячеслав Никонов, его, воспитываемого на священном уважении к ленинским текстам, приводили в оторопь рассказы деда о том, что ответственному секретарю и редакторам «Правды» частенько доводилось править статьи Ленина или вообще не ставить их в номер.

Историки подсчитали, «Правда» в 1912–1914 гг. опубликовала 284 ленинские работы и 47 отвергла. Причин тому был несколько. Первая — цензурная. Ленин не всегда принимал во внимание, что можно, а что нельзя писать

[4] Письма В. И. Ленина в редакцию газеты «Правда» // Коммунист. 1956. № 5. С. 33.
[5] *Крупская Н. К.* Будем учиться работать у Ленина. М., 1933. С. 119.

в открытой печати. Вторая — учёт интересов аудитории газеты. Ленинские статьи, особенно излагавшие детали теоретических разборок внутри РСДРП, рабочие порой просто не могли понять. Третья — конъюнктурная, ситуация менялась и материал устаревал.

Ленину самодеятельность редакции «Правды» не нравилась, что очевидно из его тогдашней переписки с Молотовым. «Вы пишете, и в качестве секретаря, очевидно, от имени редакции, что "редакция принципиально считает вполне приемлемой мою статью вплоть до отношения к ликвидаторам, — возмущался Ленин. — Если так, отчего же "Правда" упорно, систематически вычёркивает и из моих статей, и из статей других коллег упоминания о ликвидаторах?? <...> Не имею ни малейшей склонности к "заподозриваниям"; вы знаете по опыту, что и к цензурным вашим правкам отношусь я с громадным терпением. Но коренной вопрос требует прямого ответа». В другом письме Ленина звучит буквально вопль отчаяния разочарованного и обманутого автора: «Я могу согласиться лишь на (1) удаление подзаголовка и (2) минимальные цензурные (только!!) исправления в трёх-четырёх местах, исправления отдельных слов, никак не более. Ежели и тогда нельзя будет поместить ни в "Правде", ни в "Невской Звезде" (выходила вместо «Звезды»), верните статью, она мне нужна».

Секретарь редакции оправдывался, что редакция в Петербурге лучше, чем ЦК в Галиции, знает запросы читателей-пролетариев, а слишком многие статьи Ленина с критикой кадетов и ликвидаторов представляют из себя «монотонное чтиво».

Сильно возмущали Ленина и мизерные гонорары. Ленину платили по три копейки за строчку, меньше, чем другим авторам, пользовавшимся особой популярностью у читателей. Так, Демьян Бедный, с народным юмором писавший свои рассказы и стихи, получал 25 копеек за строку, да и то сбежал в журнал «Современный мир», где ему пообещали за строчку 50 копеек[6]. Словом, Ленин имел серьёзные претензии к редакции, настаивал на её реорганизации, изгнании «примиренцев».

В августе 1912 г. он командировал в Петербург свою соратницу Инессу Арманд, которая провела специальное заседание редакции членов Северного областного бюро с целью искоренения скверны из «Правды». Хотя в официальной советской Истории КПСС и написано, что после приезда Арманд и прошедшего совещания, «позиция "Правды" стала выправляться», никакой реорганизации не последовало. Только 1 ноября «секретарь Мих... » («Михайлов», так подписывал свои письма Скрябин) информировал Ленина: «Внутри редакции, как вам, вероятно, известно, произошли некоторые перемены в желательном для вас смысле. В общем, нет коренных перемен, произошло некоторое пополнение редакции, а также некоторая перетасовка, а может быть, и более правильное распределение функций редакции, выпуска и непосредственно "редакция статей"».

Широк был круг обязанностей секретаря «Правды». Он руководил всей редакционной и организационной работой: составлял план номер и его

[6] *Никонов В. А.* Молотов: молодость. М.: Вагриус, 2005. С.18–19.

редактировал, принимал приходивших в редакцию авторов, организовывал подписку и распространение газеты. Кроме этого, нёс десятки других обязанностей, связанных с выпуском каждого номера и в целом жизни газеты.

Старый правдист А. Потехин отмечает, что «Молотов сыграл огромную роль в создании “Правды”, налаживании её работы и сколачивании газетных кадров. Будучи секретарём редакции, являлся одним из руководителей “Правды”. Почти круглые сутки был занят газетой. Целые дни, с утра до вечера, он проводил в редакции, а затем до поздней ночи, часто до утра — в типографии...

В скромной «приёмной», заваленной комплектами газет, всегда толпились рабочие, ожидая своей очереди попасть к секретарю. У секретаря, конечно, был разговор не только о принесённой рукописи, но и о всех делах на фабрике, заводе. На этом приёме рабочий получал конкретные указания и советы, как поступить в том или ином случае. Зачастую тут же рукопись правил сам тов. Молотов, и она отправлялась в набор...

Здесь же, у товарища Молотова, определялось содержание очередного номера. Обсуждались редакционные дела и решалась судьба статей и заметок. Всех поражало, как внимательно наш секретарь, несмотря на множество посетителей, сутолоку редакционной работы и напряжённость обстановки, просматривал весь газетный материал и как тщательно правил перед сдачей в набор не только ответственные статьи, но, казалось бы, и незначительные, маленькие заметки и сообщения. Тов. Молотов умел путем искусного добавления нескольких фраз и слов придавать материалу нужное направление.

В круг обязанностей товарища Молотова как секретаря газеты входила одна, особенно трудная и неприятная: надо было ежедневно прорывать кордон жандармов от цензуры...

Для того чтобы избежать чрезмерных штрафов, арестов и конфискации газеты, в редакции установили внутреннюю «цензуру». Эту тяжёлую обязанность выполнял в первую очередь секретарь редакции».

«Обыкновенно газета, перед отправкой газетных страниц в печатные машины, — вспоминал Молотов, — несколько раз и несколькими лицами из членов редакции «цензуровалась». В несколько приемов выбрасывали ночные редакторы отдельные, резкие отрывки статей и корреспонденции рабочих, чтобы только уберечь газету от штрафа, конфискации или закрытия. Коверкали все статьи, примеривали каждое слово, чтобы оно не выдало с головой газету, приспособлялись и так и этак, смягчая острые иглы фраз. Это была мучительная работа урезывания слова, затушёвывания боевой мысли под угрозой цензурного сапога.

Цензуровали мы тогда все статьи, заметки и корреспонденции, цензуровали сами себя, проверяли, кажется, по десять раз друг друга. У некоторых товарищей, помню, у Николая Гурьевича Полетаева, в частности, развился особенный, так сказать, нюх к тому, как пройти через проклятую цензуру. Слово «революционный» заменяли чаще всего словом «неурезанный». Писали не «большевик» и не «социал-демократ», а «последовательный демократ» и т. д.

Выработался какой-то условный язык, и наши читатели рабочие привыкли к нему. Приходилось мириться с этим. Волей-неволей мы занимались этим тяжелым делом палачей своего слова. Но и за неясными, иногда изуродованными цензурой словами, кипела всегда революционная мысль и воля революционного авангарда пролетариата»[7].

Царское правительство прекрасно понимало, какое исключительное значение имеет большевистская печать для организации рабочего класса, его политического просвещения, для сплочения рядов пролетариата в борьбе с самодержавием. В ночь на 14 ноября 1912 г. наряд полиции нагрянул на квартиру Молотова. Он был в редакции, его успели предупредить об аресте. Он бежал, но уже через две недели вернулся, находился на нелегальном положении, писал статьи для «Правды» под псевдонимом А. Званов. Формально оставался секретарём редакции вплоть до совещания членов ЦК и думской фракции, которое прошло в Кракове накануне нового 1913 г. и было посвящено во многом вопросам партийной печати. От Ленина на этом совещании досталось, прежде всего, Сталину и Молотову.

Работа редактором «Правды» наложила неизгладимый отпечаток на стиль письма Молотова, характер его аргументации. Михаил Смиртюков, много десятилетий проработавший управляющим делами Совмина СССР, подмечал, что «привычка править и сокращать любой текст, попадавший к нему на стол, осталась у Молотова навсегда». Он выработал стиль партийно-очерковый, неброский, где не было места для цветистых фраз[8].

Редакция «Правды» на первых порах, боясь репрессий, хотела сохранить в газете умеренный тон. М. Ольминский писал, что редакция старалась быть до крайности осторожной. Однако это делалось подчас в ущерб боевому, принципиально выдержанному направлению газеты. И не случайно В. И. Ленин, один из главных авторов газеты, жаловался, что редакция, и особенно В. М. Молотов, порой слишком усердствует в правке статей, в том числе и ленинских.

В таких условиях руководство «Правдой» со стороны В. И. Ленина и заграничного бюро ЦК приобретало особенно важное значение. Советы, указания, требования, исходившие от вождя партии, были направлены к тому, чтобы выправить ошибки редакции, укрепить её состав, внедрить в практику работы партийного печатного органа принцип безусловного подчинения его деятельности руководящему центру партии.

На совещании ЦК РСДРП с большевистскими депутатами Думы и другими руководящими партийными работниками, проходившем с 26 декабря 1912 г. по 1 января 1913 г. в Кракове, была принята специальная резолюция о «Правде». Она, в частности, гласила:

> «1. Редакция недостаточно выдержана в партийном духе. Редакции настойчиво рекомендуется более строгое соблюдение и проведение всех партийных решений. Легальность ведения обязательна.

[7] Большевистская печать. 1937. № 5. С. 5, 24, 25.

[8] *Смиртюков М.* До 90 лет он ездил в поликлинику на электричке // Коммерсантъ-Власть. 2000. 21 марта. С. 46.

ЦК принимает меры для реорганизации редакции.

2. Редакция слабо откликается на партийную жизнь с.-д. рабочих в Петербурге. Пересказ партийных резолюций или упоминание о них необходимо безусловно в легальной форме.

3. Редакция должна более внимания уделять разъяснению неправильности и вреда ликвидаторства вообще и проповеди «Луча» в частности.

4. Редакция должна уделять больше внимания агитации за подписку и сборы среди рабочих.

5. Большевистская часть депутатов должна войти в широкую редакционную коллегию газеты и организовать систематическое, настойчивое участие и в литературной и в хозяйственной стороне дела.

<...>

12. Необходимо энергично взяться за постановку в Москве ежедневной рабочей газеты, как отделения петербургской. Для этого следует организационно связать Московскую группу с тройкой депутатов Московской области»[9].

Для проведения намеченной реорганизации редакции и улучшения работы «Правды» Центральный Комитет решил поставить во главе газеты члена ЦК Я. М. Свердлова, который незадолго до того совершил побег из нарымской ссылки. 22 января 1913 г. в Петербурге, на квартире у депутата Думы Г. И. Петровского было проведено заседание Русского бюро ЦК с представителями редакции «Правды», на котором ответственным редактором газеты утвердили Я. М. Свердлова, а секретарём «Правды» — К. Н. Самойлову.

Однако работа по укреплению редакции газеты задерживалась. 25 января 1913 г. В. И. Ленин писал в Петербург Н. И. Подвойскому: «Нас крайне волнует отсутствие вестей о плане реорганизации редакции. Что же сделано для этой реорганизации?.. Реорганизация, а ещё лучше полное изгнание всех прежних крайне необходимо. Ведётся нелепо. Расхваливают «Бунд» и «Цейт»: это прямо подло. Не умеют вести линии против «Луча». Безобразно относятся к статьям... Что сделано насчёт контроля за деньгами? Кто получил суммы за подписку? В чьих они руках? Сколько их?».

Возглавив «Правду», Свердлов стал добиваться проведения газетой твёрдой партийной линии. На основе указаний Ленина и требований ЦК партии была разработана чёткая программа дальнейшей работы большевистской рабочей газеты. Но руководство «Правдой» Свердловым длилось недолго: 10 февраля 1913 г. по доносу провокатора он был арестован. Через несколько дней полиция арестовала и находившегося нелегально в Петербурге И. В. Сталина, который, будучи членом ЦК, принимал активное участие в работе «Правды». Весной 1913 г. Центральный Комитет РСДРП предпринял ряд новых шагов для укрепления редакции газеты. Редактирование «Правды» предполагалось поручить видному большевистскому публицисту

[9] Коммунистическая партия Советского Союза в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК (1898–1986) / Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. 9-е изд., испр. и доп. М.: Политиздат, 1983–1990. Т. 1 С. 236.

и ученому И. И. Скворцову-Степанову, только что вернувшемуся в Петербург из астраханской ссылки, но он отказался от этого предложения, переехав на работу в Москву. Примерно к этому же времени относятся переговоры по вопросу о редактировании «Правды» с С. Г. Шаумяном. Находясь в астраханской ссылке, С. Г. Шаумян вёл постоянную переписку с редакцией, сотрудничал в ней, а весной 1913 г. по окончании срока ссылки Шаумян приехал в Петербург. Как пишет в своих воспоминаниях Г. И. Петровский, ему было поручено ЦК переговорить с С. Г. Шаумяном, чтобы тот стал редактором. Шаумян выдвинул вопрос о замене работников газеты, что в тех условиях невозможно было осуществить, и вопрос о назначении Шаумяна редактором «Правды» отпал, хотя вопрос о руководстве газетой остался открытым.

Осенью 1913 г. второе совещание ЦК РСДРП с партийными работниками, состоявшееся в Поронине, снова обсуждало вопрос об улучшении постановки «Правды». Было принято решение о коллективном руководстве газетой: Г. И. Петровскому поручили ведать редакционными делами «Правды» (контроль за деятельностью редакции), А. Е. Бадаеву и Н. Р. Шагову — всеми хозяйственными вопросами издания.

Работа «Правды» крайне осложнилась действиями пробравшегося в 1913 г. в редакцию провокатора Черномазова, тот делал все возможное, чтобы внести разлад в работу редакции, довести «Правду» до гибели, умышленно подводил газету под штрафы и конфискации, совершенно игнорировал мнение других членов редакции. Ответственный секретарь К. Н. Самойлова писала в этой связи В. И. Ленину (январь 1914 г.): «Все пока идёт по-старому, никакой коллегиальности в работе нет, хотя я прямо и определённо заявляла тов. Мир. (Мирон — Черномазов), что хочу читать статьи и участвовать в их обсуждении. Он продолжает с этим не считаться». По указанию ЦК сотрудники «Правды» взялись за налаживание коллегиальной работы редакции. Для укрепления редакции был привлечён Н. А. Скрыпник.

В результате большой работы, проведённой В. И. Лениным и всем коллективом, деятельность газеты к весне 1914 г. значительно улучшилась, тираж газеты намного вырос. В. И. Ленин в своих письмах в редакцию выражал большую радость по поводу улучшения «Правды».

«Всячески приветствую газету и её явное улучшение, — писал он в марте 1914 г. — Наконец-то сторона литературная становится на ноги! Очередь за хозяйственной. Нельзя также оставлять «безгласным» вопрос о подписчиках: надо опубликовывать их число, иначе нельзя подняться от кружковщины к организованности, от предприятия частного к коллективности». В другом письме в редакцию (между 7 и 23 апреля 1914 г.) Ленин писал: «Тысячу приветов газете, ставшей в 1000 раз лучше!! Всяческих благ и успехов!»

Эти и другие факты позволяют сделать вывод о том, что главным редактором «Правды» в данный период был В. И. Ленин, хотя и находился вне редакции. К моменту свержения царизма в России не было руководящего печатного органа партии большевиков, не издавалось ни одной большевистской газеты. После Февральской буржуазно-демократической революции большевистской партии пришлось, по существу, вновь создавать ЦК партии

и свою печать. Это поручили А. Г. Шляпникову, П. А. Залуцкаму и В. М. Молотову. Их усилиями удалось утвердить Русское бюро ЦК РСДРП(б). Молотову поручили ведать литературными делами (прессой. — *А.Ч.*). 2 марта 1917 г. Русское бюро ЦК РСДРП (б) постановило возобновить издание «Правды», возложив это на Молотова. 4 марта на заседании Петроградского комитета большевиков принято решение, что «Правда» станет органом Центрального и Петроградского комитетов РСДРП (б). Бюро ЦК утвердило временную редакцию «Правды» в составе трёх человек (два от ЦК и один от ПК). В руководство редакции были избраны В. М. Молотов, М. И. Калинин и К. С. Еремеев. Вопросы в редакции рекомендовалось решать единогласно, а разногласия переносить в Бюро ЦК.

Приступая к изданию газеты, редакция имела наличными всего 100 рублей. Чтобы обеспечить издание «Правды», большевики заняли небольшую типографию «Сельский вестник» на набережной Мойки. Первый номер газеты, вышедший 5 марта, подготовила небольшая группа сотрудников: В. М. Молотов, М. И. Калинин, К. С. Еремеев, М. И. Ульянова, А. И. Елизарова. Через газету партия снова могла ежедневно говорить с рабочими, солдатами и крестьянами. Тираж «Правды» вскоре достиг 100 тыс. экземпляров.

12 марта 1917 г. из далёкой ссылки возвратились: И. В. Сталин, Л. Б. Каменев и бывший депутат Госдумы М. К. Муранов. На правах членства в ЦК, войдя в состав редколлегии «Правды», они осуществили то, что А. Г. Шляпников назвал «редакционным переворотом». Редактирование очередного 9-го номера «Правды» от 15 марта на основании формальных прав они взяли полностью в свои руки, подавив своим большинством и формальными прерогативами представителя Бюро ЦК В. М. Молотова. Тот вспоминал, что его чуть не силой вышибли из редакции.

Во времена Советского Союза в учебниках по истории утверждалось, что руководством к действию большевиков для продолжения февральской революции стали «Письма издалека» В. И. Ленина, которые привезла в Россию А. М. Коллонтай. Новые руководители «Правды» согласились обнародовать только первое письмо, выкинув из него критику Временного правительства, а остальные и вовсе не стали публиковать. 15 марта «Правда» заявила о своей позиции программной статьей Каменева, где говорилось, что большевики будут поддерживать

Временное правительство, «поскольку оно борется с реакцией и контрреволюцией», а пока германские войска повинуются своему императору, русский народ «будет стойко стоять на своем посту, на пулю отвечать пулей, а на снаряд — снарядом». В соответствующих кругах статья вызвала «оборонческое ликование», зато даже в Петроградском комитете, не говоря уже о районных организациях большевиков, стали требовать исключения тройки из партии. Вечером в редакции состоялось экстренное заседание бюро ЦК, на котором была принята резолюция, «осуждавшая политическую позицию приехавших товарищей, а также их поведение по отношению к “Правде”». В качестве «надзирающего» от бюро ЦК в редакцию возвращён Молотов[10].

[10] *Никонов В. А.* Молотов: молодость. М.: Вагриус, 2005. С. 36.

3 (16) апреля в Петроград после почти десятилетней вынужденной эмиграции вернулся Ленин. Он сразу же вошёл в состав редакции и, по воспоминаниям М. И. Ульяновой, немедленно взялся за редактирование «Правды»[11]. 5 (18) июля 1917 г., после антиправительственных выступлений в Петрограде, большевистскую газету снова закрыли и до октября она выходила под разными названиями. С 27 октября (9 ноября) 1917 г. «Правда» стала выходить под своим старым историческим названием.

Мой китайский коллега оказался дотошным исследователем и прислал ещё одно письмо:

«Спасибо за информацию, и ещё раз спасибо за Ваш подробный ответ. Но у меня ещё есть детальные вопросы к Вам.

Первый вопрос: 5 (18) июля 1917 г. по приказу или инициативе кого снова выходила «Правда» (хотя под разными названиями) или какое совещание ЦК РСДРП приняло такое решение (восстановление газеты)? Второй вопрос: 27 октября 1917 г. кто или какое совещание решило снова выпускать «Правду» под своим старым историческим названием? Я долго сам обстоятельно искал информацию и архивные материалы по поводу этих вопросов, пока не получилось. Жду Вашего ответа.

С наилучшими пожеланиями, Се Ипин (Ваш китайский товарищ), кандидат исторических наук, преподаватель кафедры русского языка Харбинского политехнического института».

Плохо подготовленное и резко прекратившееся выступление рабочих в июльские дни вполне могло иметь следствием полное исчезновение РСДРП(б) с политической сцены. Были вызваны верные правительству воинские части, которые восстановили порядок с помощью артиллерии. Они заняли редакции и типографии «Правды» и «Солдатской правды», «Труда», особняк Кшесинской. Временное правительство постановило всех участников беспорядков арестовать и привлечь к судебной ответственности как виновных в измене родине и предательстве революции. Были арестованы 800 большевиков, включая Каменева и Троцкого. Ленина найти не смогли, вместе с Г. Е. Зиновьевым он вынужденно скрывался в Разливе, неподалёку от Петрограда. На партийном хозяйстве оставался Сталин, в его руках находилась и «Правда».

Пролетарий со «Старого Леснера» Свешников писал: «Я помню, как перед “корниловскими днями” наш Центральный комитет и центральный орган партии “Правда” основали свои штабы на Выборгской стороне по Финляндскому проспекту в доме № 6, занимая небольшие комнатки за № 4 в третьем этаже. В одной из них обретался тов. Вячеслав Молотов (Скрябин), обложенный всякими газетами и вырезками, в другой — Мария Ильинична (Ульянова), собиравшая рабочие письма в “Правду”».

После разгрома «Правды» 5 июля на её защиту встал пролетариат Петрограда. Так, собрание рабочих завода «Нобель» приняло резолюцию против

[11] Правда — 90: История современности — газетной строкой [страницы истории газеты (1912–2002)]: сборник / автор-составитель А. А. Ильин. М.: Правда. 2002. С. 46.

закрытия газеты, потребовало снятия ареста с редакции и наказания отдавших приказ об обыске в редакции[12]. 5 (18) июля ЦК РСДРП(б) постановил принять меры к изданию «Правды»[13].

На следующий день с большими трудностями вместо очередного номера «Правды» редакции удалось выпустить «Листок «Правды» на двух страницах. Судя потому что основными материалами «Листка» были Обращение ЦК РСДРП(б) и статьи, написанные Лениным, он был выпущен по инициативе Ленина. В выпуске принимали участие Сталин, Молотов, Еремеев, М. И. Ульянова... Редакция сообщала читателям, что «Завтра мы надеемся выпустить очередной номер «Правды». Не получилось. В тот же день типография «Листка «Правды» разгромлена. Во время распространения «Листка «Правды» царская охранка зверски убила её корреспондента Ивана Воинова. И как ни старались большевики, «Правда» под своим названием появилась не скоро.

А усилий они приложили немало. 22 июля по поручению ЦК партии А. А. Ильин (Женевский) и К. С. Еремеев, посетив командующего Петроградским гарнизоном Половцева, сделали запрос о разгроме «Правды». Половцев заявил, что он не отдавал приказа разгромить редакцию, а лишь велел разоружить караул, охранявший типографию, дабы убрать с улицы вооружённых людей. Юнкера, мол, учинили разгром по собственному разумению.

23 июля (5августа), по решению Бюро ЦК начал выходить «Рабочий и Солдат». Выпущено 18 номеров.

Видимо предчувствуя, что «Правда» не скоро возродится, в первом номере газета «Рабочий и Солдат» поместила «некролог» о «Правде». В нем говорилось: «В буре и грозе родилась ты первая рабочая газета. На обломках самодержавия первым раздался твой мощный голос в защиту самого обездоленного класса. Пламенные призывы будили революционный энтузиазм широких масс и звали их вперёд. И голос твой рождал отклик. Вся Россия покрылась твоими собратьями по оружию. Ты стала вождём многочисленной армии. И наши злейшие враги — буржуазия и помещики — долго не забудут ударов, нанесённых им несокрушимым оружием — словом.

В бессильной злобе неистовствовали наши противники. Робко жались от беспощадных ударов твоей критики и те, кто не имел мужества твёрдо стать на сторону пролетариата и беспомощно плелись за буржуазией, ища с ней соглашений. Жизнь твоя была жизнью героя. Беззаветная преданность друзей, дикая ненависть врагов, бессильный лепет «слабых» сопровождали тебя ежедневно.

«С богатырских плеч сняли голову не большой горой, а соломинкой». Разбитые в открытом бою, враги прибегали к убийству из-за угла. То, что не смогла сделать целая армия противников, сделали наёмные убийцы. Шайка наёмников вогнала кинжал в твою грудь тогда, когда на ней не было панциря.

[12] См.: Революция 1917 года: хроника событий. Т. 3. М.–Пт.,1923. С. 148–153.
[13] Листок «Правды», 6 июля 1917 г. URL.:http://visualrian.ru/hier_rubric/photo/444304.html.

Но и пораженная, ты осталась страшной для твоих врагов. Не оставили они тебя и после предательского удара. Боязнь твоего возрождения отравляет их чувство «победы». С дикой ненавистью они продолжают бесчинствовать над твоим трупом. Ты будешь жить, наша рабочая Правда! Пока будет существовать пролетариат, нет силы, которая могла бы уничтожить его душу, его мозг. То, что говорила ты, горит как яркий уголь в сердце каждого рабочего. Российский пролетариат не останется без своей Правды. Слишком много крови, слишком много жертв положил он за то, чтобы иметь её. А пролитая кровь никогда не пропадает. Ты возродишься, быть может, под другим обличием, но дух твой — несокрушимый социалистический идеал — будет проникать каждую мысль твою, каждое слово. Снова мощно раздастся проповедь непримиримой классовой борьбы для уничтожения классового общества. А вам, бесчестные громилы, не будет пощады. Ваш злодейский поступок будет осуждён историей и современниками. Вы, борющиеся со свободным словом ломами и камнями, должны быть изгнаны из среды свободного народа».

«Рабочий и Солдат» был закрыт 10 (23) августа. На смену ему через три дня вышел «Пролетарий». Увидело свет 10 номеров. Газета запрещена 24 августа. На следующий день появился «Рабочий» (12 номеров). Закрыт 2 (15) сентября. Но вопреки запрету на следующий день появился «Рабочий путь» и просуществовал до возобновления выхода газеты под собственным названием — «Правда». Впрочем он тоже оказался под запретом. Но на сей раз, полагаю, запрет помог воскресить «Правду». В 6 часов 30 минут 24 октября в типографию «Рабочего пути» нагрянул отряд юнкеров с повелением главнокомандующего Петроградским военным округом Г. П. Полковникова о немедленном прекращении печатания и закрытии газет «Рабочий путь» и «Солдат». Вокруг типографии стали собираться рабочие, вступили в перепалку с юнкерами. Те испугались быстрорастущей толпы, разбросали набранные полосы, наспех наложили печати на двери дома и, прихватив с собой часть отпечатанных номеров, ретировались, оставив несколько караульных. Вскоре прибыл отряд красногвардейцев и арестовал караульных.

В первом послеоктябрьском номере газета сообщала, что «правительство Керенского решило стереть с лица земли «Рабочий путь». Но теперь с лица земли стёрта власть Керенского, пролетарско-крестьянская революция торжествует». О налёте юнкеров стало известно ЦК партии. На срочном заседании в тот же день было постановлено: «немедленно же отправить в типографию охрану и озаботиться своевременным выпуском очередного № газеты». Во исполнение решения ЦК Военно-революционный комитет (ВРК) принял следующее постановление: «1. Типографии революционных газет открыть. 2. Редакциям и наборщикам продолжить выпуск газет. 3. Почётная обязанность охранения революционных типографий от контрреволюционных покушений возлагается на доблестных солдат Литовского полка и 6 сапёрного запасного батальона»[14].

[14] См.: Октябрьское вооружённое восстание в Петрограде. Документы и материалы. Л. 1956. С. 289.

Вопрос о выпуске «Правды» поднимался на 6-м съезде РСДРП(б), отмечался её большой вклад в общее дело. Партия очень дорожила названием газеты. Во-первых, «Правду» уже знали широкие массы, тираж её доходил до 80 тысяч, а в иные дни и до ста тысяч. Во-вторых, слово «правда» близко и желанно каждому человеку, ибо есть потребность знать, что именно, без прикрас, в нашей жизни сегодня, завтра. ЦК партии большевиков понимало это и всемерно старалось использовать его, даже после запрета пыталось использовать: «За правду», «Правда труда».... Однако власти разгадали эту хитрость большевиков и после июльских событий не стали регистрировать издания со словом «правда». Тем более, что на Временное правительство шло давление из-за рубежа. Так, Британский посол Бьюкенен и военный атташе А. Нокса обратились к министру иностранных дел Терещенко с предложением среди других мер борьбы с революцией ввести в России более жёсткую цензуру для печати с правом конфискации типографий.

Решения о возвращении газете названия «Правда» как такового найти не удалось. Полагаю, что оно принято редакцией после названного выше постановления ВРК. Думается, это сделал по согласованию с Лениным Сталин, который непосредственно занимался выпуском газеты.

Второй Всероссийский съезд Советов образовал Рабоче-крестьянское правительство во главе с Лениным. И. В. Джугашвили (Сталин) стал председателем коллегии по делам национальностей. По воспоминаниям Молотова, главным редактором Центрального органа партии и Петроградского Комитета РСДРП(б) планировали назначить Г. Е. Зиновьева. Но большинство членов ЦК высказались против из-за его и Каменева капитулянтской контрреволюционной платформы. До декабря 1917 г. «Правдой» руководила коллегия в которую входили В. И. Ленин, И. В. Сталин, В. М. Молотов, Г. Е. Сокольников, М. И. Ульянова. С декабря 1917 г. — И. В. Сталин, Н. И. Бухарин, Г. Е. Сокольников. С октября 1918 г. по решению ЦК редактором газеты стал Н. И. Бухарин.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большевистская печать. 1937. № 5.
2. В. И. Ленин и «Правда». Сборник документов. М., 1963.
3. Документы Великой пролетарской революции. Т. 1: Из протоколов и переписки Военно-революционного комитета Петроградского Совета 1917 г. М., 1938.
4. И. В. Сталин. Краткая биография. М., 1952.
5. Коммунистическая партия Советского Союза в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК (1898–1986). М., 1983–1990.
6. *Минц И. И.* История Великого Октября. В 3 т. М., 1968.
7. *Никонов В. А.* Молотов: молодость. М.: Вагриус, 2005.
8. Октябрьское вооружённое восстание в Петрограде. Документы и материалы. Л., 1956.

9. Письма В. И. Ленина в редакцию газеты «Правда» // Коммунист. 1956. № 5.
10. Правда — 90: История современности — газетной строкой [страницы истории газеты (1912–2002)]: сборник / автор-составитель А. А. Ильин. М.: Правда. 2002.
11. Пролетарская революция. 1923. № 5 (17).
12. *Раскольников Ф. Ф.* О времени и о себе. Л.: Лениздат, 1989.
13. Революция 1917 года: хроника событий. Т. 3. М. – Пт., 1923.
14. *Смиртюков М.* До 90 лет он ездил в поликлинику на электричке // Коммерсантъ-Власть. 2000. 21 марта.

Поступила в редакцию 2 марта 2022 г.

УДК 316.77:061.2/.4;
070:061.2/.4

Э. Э. ШУЛЬЦ,
кандидат исторических наук, доцент,
заведующий кафедрой коммуникационных технологий
Института международных отношений и социально-политических наук
Московского государственного лингвистического университета;
Россия, Москва.
e-mail: *kafedra_so@linguanet.ru*

КОММУНИКАЦИОННЫЙ ВЕКТОР–2022

17–18 мая в Москве прошел Всероссийский научно-практический симпозиум «Коммуникационный вектор – 2022». Организаторами выступили Московский государственный лингвистический университет (МГЛУ), Московский педагогический государственный университет (МПГУ) и Академия политической науки.

E. E. SHULTS,
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,
Head of the Communication Technologies Department,
Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow;
e-mail: *kafedra_so@linguanet.ru*

COMMUNICATION VECTOR–2022

On May 17–18, 2022, the All-Russian Scientific and Practical Symposium «Communication Vector–2022» was held in Moscow. The organizers were the Moscow State Linguistic University (MSLU), the Moscow State Pedagogical University (MSPU) and the Academy of Political Science.

Организаторы симпозиума исходили из того, что наряду с постоянно присутствующими общетеоретическими, учебными, прикладными аспектами информационно-коммуникационных процессов необходимо отслеживать и анализировать оперативную проблематику момента, держать руку на пульсе. Последнее десятилетие выдвигало на повестку дня вопросы, моментально попадавшие в фокус общественного внимания нашей страны и зарубежья. Среди них мировой экономический кризис, пандемия коронавируса и вот теперь — специальная военная операция Россия в Украине.

С докладами на симпозиуме выступили более 30 ученых российских вузов и академических структур, представителей общественных организаций, СМИ из многих регионов России. На протяжении двух дней участники симпозиума обсуждали проблемы, связанные с антикризисными коммуникация-

ми в политической и экономической сферах. Особое внимание было уделено таким направления, как «Информация и дезинформация в современном контексте», «Пропаганда и контрпропаганда в международных отношениях», «Современный социум: раскол или консолидация».

Пленарное заседание открыли модераторы симпозиума доктор политических наук, профессор А. Н. Чумиков и кандидат исторических наук, доцент Э. Э. Шульц.

В работе симпозиума активное участие приняли заведующий кафедрой периодической печати Уральского федерального университета им. Б. Н. Ельцина, доктор философских наук, профессор В. Ф. Олешко (тема выступления — «Спецпроекты в цифровых медиа: аспект антикризисных коммуникаций»); заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения Ульяновского государственного университета, доктор филологических наук, профессор О. Р. Самарцев («Виртуализация факта как средство манипуляции общественным мнением»); заведующая кафедрой социальных коммуникаций Национального исследовательского Томского государственного университета, доктор философских наук, профессор И. П. Кужелева-Саган («Культурно-антропологические и семиотические аспекты информационных войн»); заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна; декан факультета журналистики Воронежского государственного университета, доктор филологических наук, профессор В. В. Тулупов («Информационная война в эпоху постправды»); профессор Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, доктор филологических наук С. Н. Ильченко («Информация и дезинформация в современной медийной практике как инструмент воздействия на аудиторию»); ведущий научный сотрудник Центра изучения регионов России Института социологии РАН, кандидат философских наук А. В. Кинсбурский («Современный социум: раскол или консолидация в массовом сознании»); заместитель заведующего кафедрой государственной политики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, доктор политических наук, профессор С. В. Володенков («Нейросетевые технологии в процессах современной общественно-политической коммуникации»); ведущий научный сотрудник отдела исследований европейской интеграции Института Европы РАН, доктор политических наук Д. Ю. Базаркина («Искусственный интеллект в гибридном противоборстве»); старший преподаватель кафедры журналистики и медиакоммуникаций Северо-Осетинского государственного университета, кандидат политических наук С. Т. Мамсуров («Роль средств массовой коммуникации в зарождении, сопровождении и развитии этнополитического и военного конфликта в Южной Осетии»); профессор кафедры массовых коммуникаций» Российского университета дружбы народов, доктор исторических наук, профессор А. А. Грабельников («Специальная военная операция на Украине и ее отражение в медиа»); доцент кафедры рекламы и связи с общественностью Академии гражданской защиты МЧС России, доктор экономических наук С. А. Гусев («Дезинформация в социальных сетях о ходе проведения специальной воен-

ной операции на Украине»); заведующая кафедрой журналистики и медиакоммуникаций Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, кандидат культурологии Д. К. Первых («Сатира как средство стратегической коммуникации»); доцент кафедры журналистики этого же университета, кандидат философских наук М. Н. Клинцова («Особенности конструирования реальности СМИ иноагентом "Крым. Реалии" во время проведения Россией спецоперации по денацификации и демилитаризации Украины») и др.

МГЛУ (Иняз им. Мориса Тореза) представляли: заведующий кафедрой коммуникационных технологий, кандидат исторических наук, доцент Э. Э. Шульц («Fake: деконструкция понятия»); доктор политических наук, профессор А. Н. Чумиков («Терминатор vs Русской спортсменки: актуальный контент информационного противоборства»); доктор исторических наук, профессор А. Я. Касюк («Видеоролики и их место в манипулировании сознанием в XXI веке»); кандидат исторических наук, доцент В. А. Соловьев («Искусственный Интеллект как мощный фактор нагнетания политической индоктринации в массовой журналистике»).

От МПГУ — главного педагогического вуза страны выступили: заведующий кафедрой коммуникационного менеджмента, рекламы и связей общественностью, доктор исторических наук, профессор А. В. Козлов («Интеграция знаний о личной безопасности журналистов в экстремальных условиях в учебный процесс направления подготовки "Журналистика"») и доцент этой же кафедры, кандидат психологических наук Е. А. Орлова («Разорванные социальные сети или игра на эмоциях»).

Второй день симпозиума был посвящен выступлениям студентов бакалавриата, магистратуры и аспирантов. Молодые ученые рассмотрели темы: «Цифровая гигиена в социальных сетях», «"Мягкая сила" в России: актуальный статус применения и возможные векторы развития», «Информационные войны как способ дискредитации конкурентов в спорте на примере допингового скандала во втором десятилетии XXI века в политических изданиях России и США», «Функция жестов при формировании образа врага в дискурсе на государственном телевидении на примере политических ток-шоу», «Конструирование медиареальности на примере телевизионных программ новостей», «Роль формирования медиаобраза в процессе патриотического воспитания обучающихся детско-юношеских спортивных школ» и др.

В последние годы Московский государственный лингвистический университет (МГЛУ — Иняз им. Мориса Тореза) значительно активизировал свою коммуникационную деятельность и позиционирует себя как одну из основных российских площадок, где обсуждаются вопросы теории и технологий PR, рекламного, журналистского обеспечения актуальных вызовов отечественной и международной жизни.

В декабре 2022 г. здесь состоится II-я Международная конференция «Управление коммуникациями — Com-M-2022».

Поступила в редакцию 31 мая 2022.

Журнал «Журналист. Социальные коммуникации» зарегистрирован
Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-66931
от 22 августа 2016 года

Учредитель: Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Институт региональной журналистики»
http://journalist.profruj.ru/

Главный редактор *Л. А. Речицкий*
Адрес редакции: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д.105, к. 2,
АНО ДПО «Академия медиаиндустрии», офис 601.
e-mail: lenor.joursoc@gmail.com
Тел. +7 (495) 656 23 11 или + 7 (910) 436 05 92

Дизайн, верстка: *Ю. С. Головко*
Подписано в печать 29.07.2022
Формат 70 х 108/16
10,5 усл. печ. л.
Тираж 500 экз.
Заказ №

Отпечатано с предоставленных готовых файлов
в полиграфическом центре ФГУП Издательство «Известия»
127254, Москва, ул. Добролюбова, д. 6, стр. 1, телефон: (495) 650-38-80, izv-udprf.ru

При использовании материалов ссылка на журнал
«Журналист. Социальные коммуникации» обязательна.

ISSN 2221-6073
9 772221 607771 >