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:
5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы.
Журнал входит в систему РИНЦ

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

№ 3 (55) 2024

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».

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

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

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.

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, секретарь Союза журналистов России, директор Центрального Дома журналиста.

Чумиков Александр Николаевич — доктор политических наук, профессор, профессор кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета.

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 факультета дизайна и медиакоммуникаций Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.

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

Комиссаров Валерий Петрович — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Чувашского 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 — кандидат физико-математических наук, профессор Научно-экспертного и образовательного центра профессиональных компетенций ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», 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*	The age of enlightenment and the age of madness
	MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM	
9	*N. V. Kunitsyna*	Specifics of the terminological nomination in the digital context of mass media (the interdiscursive aspect of research)
24	*O. O. Nikitina*	Influencer marketing as an influence tool to the target public
31	*P. R. Stepanov*	The concept and types of additional telegram channels used by russian media (using the example of telegram channels of the tass news agency system)
	SOCIOLOGY OF MASS COMMUNICATIONS	
37	*A. B. Malsagova*	Eurasian integration in materials of russian internet media
46	*N. V. Tingaeva*	The image of the Eurasian economic union in the national publications of the EAEU member states
	MEDIA AND SOCIETY	
58	*V. N. Rumyantsev*	Newspaper. Format, prestige and readability
	POLITICAL SCIENCE	
65	*Yu. D. Granin*	The age of Reason and I. Kant's treatise «Towards perpetual peace»
	HISTORY OF JOURNALISM	
88	*A. V. Chernyak*	Anti-war journalism Lev Tolstoy and Mikhail Bulgakov
98	*B. A. Igraev*	The origin and development of regional radio broadcasting in Russia. Article three. Years of creative stagnation, or work by inertia
	CONGRESSES. CONFERENCES. FORUMS	
111	*A. Solodkiy*	Media industry is on the verge of fundamental changes

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВНАЯ ТЕМА

6 *Л. А. Речицкий* Эпоха Просвещения и век безумств

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА

9 *Н. В. Куницына* Особенности терминологической номинации в цифровом контексте массмедиа (журналистский аспект исследования)

24 *О. О. Никитина* Инфлюэнс-маркетинг как инструмент влияния на целевую общественность

31 *П. Р. Степанов* Понятие и типы дополнительных telegram-каналов, используемых российскими СМИ (на примере telegram-каналов системы информационного агентства ТАСС)

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

37 *А. Б. Мальсагова* Евразийская интеграция в материалах российских интернет-СМИ

46 *Н. В. Тингаева* Образ Евразийского экономического союза в национальных изданиях стран — членов ЕАЭС

СМИ И ОБЩЕСТВО

58 *В. Н. Румянцев* Газета. Формат, престиж и удобство чтения

ПОЛИТОЛОГИЯ

65 *Ю. Д. Гранин* Век Разума и трактат И. Канта «К вечному миру»

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

88 *А. В. Черняк* Антивоенная публицистика Льва Толстого и Михаила Булгакова

98 *Б. А. Играев* Зарождение и развитие регионального радиовещания в России. Статья третья: Годы творческой стагнации, или Работа по инерции

КОНГРЕССЫ. КОНФЕРЕНЦИИ. ФОРУМЫ

111 *А. Солодкий* Медиаотрасль на пороге кардинальных изменений

ЭПОХА ПРОСВЕЩЕНИЯ И ВЕК БЕЗУМСТВ

Синопсис. *С сожалением приходится признать, что история развития человечества сопровождается перманентными войнами, как бы они ни назывались — Столетняя война, Северная война, Крымская война, Первая и Вторая мировые войны. Трудно это осознать, но факт остается фактом: технологический прогресс не снизил их число, не способствовал установлению всеобщего мира, а породил их разновидность, придал новое обличье. Начиная со второй половины XX века войны идут под новыми названиями: региональный военный конфликт, прокси-война, борьба с терроризмом, специальная военная операция. Появился и такой вид войны, который не предусматривает сражений на поле боя, а ведется другим оружием, к примеру информационная, торговая, технологическая или санкционная. Но суть остается та же: давление на другое государство и ограничение его суверенитета.*

Войны начинались и велись не в интересах народов. Зачинщиками выступали, как правило, политические элиты, власть предержащие. Народы заинтересованы в развитии своих стран, в собственной безопасности, а не в жесткой конфронтации с соседями, перерастающей в войну. И отражая интересы народных масс, светлые умы человечества искали пути, ведущие к миру. Пытались создать механизмы, позволяющие избежать кровопролитий. Наиболее благодатной в этом смысле стала эпоха Просвещения. Лучшие ее представители выдвигали идеи построения на земле вечного мира. Их идеи были основаны на Разуме и Знании. Они показывали, что необходимо сделать, чтобы человечество в будущем никогда не знало, какие бедствия народам приносят войны.

Наш постоянный автор доктор философских наук, профессор Юрий Дмитриевич Гранин в год 300-летия Иммануила Канта обратился к научному наследию великого мыслителя. В своей статье «Век Разума и трактат И. Канта „К вечному миру“» он рассматривает заложенные в нем идеи об установлении мира на Земле, прежде всего на Европейском континенте. Всесторонний анализ основных положений трактата приводит Гранина к умозаключению — материализация заложенных в трактате предложений, как и мыслей, изложенных в научных трудах предшественников Канта, своевременны и для нашей эпохи. Они указывают путь, по которому можно прийти не к потустороннему миру, а к вечному миру на Земле.

Тему войны, точнее, процесс становления антивоенной публицистики в России исследует известный историк отечественной журналистики, доктор исторических наук, профессор А. В. Черняк. Антивоенная публицистика зародилась в ту же эпоху Просвещения и была направлена против политических элит, развязывавших вооруженные конфликты с соседними

государствами. В России антивоенная публицистика как жанр зародилась в период Крымской войны, одновременно с военной журналистикой. Задача военной журналистики — установить связь между армией и обществом. Показать армейские будни в мирное время и действия армии в годы вооруженной борьбы. Цели антивоенной журналистики — донести до сознания государственных мужей разрушительные для населения воюющих государств последствия затеянной ими войны.

У истоков жанра стоял Лев Николаевич Толстой, чьи «Севастопольские рассказы» и стали первыми антивоенными публицистическими произведениями. В своем исследовании «Антивоенная публицистика Льва Толстого и Михаила Булгакова» Черняк обращается к тематике их выступлений. Толстой описывает героизм защитников города и одновременно показывает ужас и бессмысленность войны. Автор убежден, что антивоенная публицистика Льва Толстого заставляет читателя задуматься о ценности жизни, о взаимоотношениях между людьми, о патриотизме. Он разделяет позицию писателя, что война — это сумасшествие политических элит, и коль они вступают в нее, выходит, что в элиту входят неразумные существа.

Те же мотивы обличения войн, как бы они ни назывались и какой бы характер ни носили, исследователь находит и в статьях Михаила Афанасьевича Булгакова, опубликованных в газетах и журналах двадцатых годов прошлого столетия. И Лев Толстой, и Михаил Булгаков в своей публицистике демонстрировали жестокость и бессмысленность, раскрывали антинародную сущность всех без исключения войн.

Леонид Речицкий

THE AGE OF ENLIGHTENMENT AND THE AGE OF MADNESS

Synopsis. *Unfortunately, we have to admit that the history of human development is accompanied by permanent wars, whatever they are called — the Hundred Years' War, the Northern War, the Crimean War, the First and Second World Wars. It is difficult to realize this, but the fact remains that technological progress has not reduced their number, has not contributed to the establishment of universal peace, but has given rise to their variety, a new appearance. Since the second half of the 20th century, wars have been going on under new names: regional military conflict, proxy war, counterterrorism, special military operation. There is also a type of war that does not involve battles on the battlefield, but is waged with other weapons, for example, information, trade, technological or sanctions. But the essence remains the same: pressure on another state and limitation of its sovereignty.*

Wars were started and waged not in the interests of the peoples. The instigators were, as a rule, political elites, those in power. Peoples are interested in the development of their countries, in their own security, and not in a fierce confrontation with their neighbors, which escalates into war. And reflecting the interests of the masses, the bright minds of mankind were looking for ways leading to peace. They tried to create mechanisms to avoid bloodshed. The age

of Enlightenment became the most fertile in this sense. Its best representatives put forward the idea of building eternal peace on earth. Their ideas were based on Reason and Knowledge. They showed what needs to be done so that humanity in the future will never know what disasters wars bring to peoples.

Our regular author, Doctor of Philosophy, Professor Yuri Dmitrievich Granin, in the year of the 300th anniversary of Immanuel Kant, turned to the scientific legacy of the great thinker. In his article «The Age of Reason and the Treatise of I. Kant's «Towards Eternal Peace»» he examines the ideas inherent in it about establishing peace on Earth, primarily on the European continent. A comprehensive analysis of the main provisions of the treatise leads Granin to the conclusion that the materialization of the proposals contained in the treatise, as well as the thoughts set out in the scientific works of Kant's predecessors, are timely for our era. They point out the way by which one can come not to the other world, but to eternal peace on Earth.

The topic of the war, or rather, the process of formation of anti-war journalism in Russia, is explored by the famous historian of Russian journalism, Doctor of Historical Sciences, Professor A. V. Chernyak. Anti-war journalism originated in the same age of Enlightenment and was directed against political elites who unleashed armed conflicts with neighboring states. In Russia, anti-war journalism as a genre originated during the Crimean War, simultaneously with military journalism. The task of military journalism is to establish a link between the army and society. To show army everyday life in peacetime and the actions of the army during the years of armed struggle. The goals of anti-war journalism are to convey to the minds of statesmen the devastating consequences of the war they have started for the population of warring states.

Lev Nikolaevich Tolstoy, whose Sevastopol stories became the first anti-war journalistic works, stood at the origins of the genre. In his study «The Anti-War journalism of Leo Tolstoy and Mikhail Bulgakov» Chernyak addresses the subject of their speeches. Tolstoy describes the heroism of the defenders of the city and at the same time shows the horror and senselessness of the war. The author is convinced that Leo Tolstoy's anti-war journalism makes the reader think about the value of life, about the relationship between people, about patriotism. He shares the writer's position that war is the madness of political elites, and if they join it, it turns out that the elite includes unreasonable beings.

The researcher finds the same motives for denouncing wars, whatever they are called and whatever their nature, in the articles by Mikhail Afanasyevich Bulgakov published in newspapers and magazines of the twenties of the last century. Both Leo Tolstoy and Mikhail Bulgakov in their journalism demonstrated cruelty and senselessness, revealed the anti-national essence of all wars without exception.

Leonid Rechitsky

УДК 0.70

Н. В. КУНИЦЫНА,
кандидат филологических наук,
старший научный сотрудник кафедры стилистики русского языка
факультета журналистики
Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;
Россия, г. Москва.
e-mail: *nk_presents@bk.ru*

ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ НОМИНАЦИИ В ЦИФРОВОМ КОНТЕКСТЕ МАССМЕДИА (ЖУРНАЛИСТСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ)

Аннотация. *Исследование ономасиологических процессов в контексте цифровой коммуникации представляется актуальным и своевременным: такое явление, как медиаметаморфоз, обусловливает закономерность жанровых и медийных трансформаций. Интердискурсивный способ/метод информирования становится приоритетным при условии, если речь идет о создании конвергентных терминологических моделей. Кроме того, прецедентный потенциал речевой деятельности находит цифровое воплощение в подкастинге — сетевом медиаформате. В то же время делается акцент на том, что технологические ноу-хау не умаляют значение творческой личности — рейтинг репутации и популярности релевантен стратегической медиаактивности и умению сохранять традиции культурного наследия.*

Ключевые слова: *жанровые трансформации, моделирование терминологической номинации «интервью — ток-шоу — подкастинг», прецедентность, культурный код, интердискурсивные стратегии и тактики, сетевой медиаформат, эффект обратной связи.*

N. V. KUNITSYNA,
PhD in Philology, Senior Researcher
at the Department of Stylistics of the Russian Language,
Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University;
Moscow, Russia.
e-mail: *nk_presents@bk.ru*

SPECIFICS OF THE TERMINOLOGICAL NOMINATION IN THE DIGITAL CONTEXT OF MASS MEDIA (THE INTERDISCURSIVE ASPECT OF RESEARCH)

Abstract. *The study of onomasiology processes in the context of digital communication seems relevant and timely: such a phenomenon as «media metamorphosis» determines the regularity of genre and media transformations. The interdiscursive way/method of informing becomes a priority, provided that it is a question of creating convergent terminological models. In addition, the precedent potential of speech activity finds digital embodiment in podcasting, a network media format. At the same time, the emphasis is placed on the fact that technological know-how does not detract from the importance of a creative personality — the rating of reputation and popularity is relevant to strategic media activity and the ability to preserve the traditions of cultural heritage.*

Keywords: *genre transformations, modeling of the terminological nomination of interviews — talk shows — podcasting, precedent, cultural code, interdiscursive strategies and tactics, network media format, feedback effect.*

ВВЕДЕНИЕ

Далеким прошлым кажется то время, когда терминологический бэкграунд цифровой эпохи открывал новые страницы для исследований и технологических новаций. Но до сих пор феномен цифровизации остается неоспоримым критерием когнитивной системы ценностей. К разработкам теории коммуникации Г. М. Маклюэна нередко обращаются ученые разных областей знания. И действительно, универсализм канадского философа позволил предугадать тенденции современного медиаиндустриального общества. Кроме того, теория массовой культуры и особенности терминологической системы информирования легли в основу таких направлений, как культура визуализации и цифровая феноменология. Если обратиться к отечественной школе лингвистов, нельзя не оценить прагматический принцип структурирования речевой деятельности: по мнению Л. В. Щербы, «каждая стилевая разновидность языка вызывается к жизни функциональной целесообразностью»[1]. Именно «функциональная целесообразность» детерминирует характер новых современных способов восприятия информации. Homo mediatus — такой терминологический центр нынешней модели коммуникации. Системная группа явлений, концептов со значением «медиа» уже в большей степени привычна для широкой аудитории. Но динамика технологических ноу-хау непрестанно проецирует обновление языковых единиц и создание новых категорий. Неоспорим тот факт, когда речь идет о самодвижении медиатрансформаций. Нельзя не согласиться с такими, на первый взгляд, противоположными утверждениями: «понятие медиа хронически открыто»[2] и «единство медиа — исходная данность»[3]. Центростремительное и периферийное движение медиасистемы обусловлено феноменом медиатизации: сочетание разных способов коммуникации расширяет и в то же время формирует многофункциональное единое куль-

[1] *Щерба Л. В.* Избранные работы по русскому языку. М. : Учпедгиз, 1957. С. 117.
[2] Высказывание Дитера Мерша на прошедшей в августе 2011 г. в Санкт-Петербурге летней школе «Медиафилософия: междисциплинарное поле исследований», организованной Центром медиафилософии философского факультета СПбГУ.
[3] *Больц Н.* Азбука медиа. М. : Европа, 2011. С. 9.

турологическое пространство XXI века. Мы предлагаем сделать акцент на лексеме медиаформат, а точнее на типологических механизмах, лежащих в основе данной номинации. И действительно, «медиаформат — это некая журналистская „величина“, определяющая качество медиатекста, который, в свою очередь, создается с соблюдением классических законов жанроведения. Возможна синонимическая замена — медиаформат или стилевой облик медиа»[4].

Подкастинг — сетевой интерактивный медиаформат — занимает свою терминологическую нишу и репрезентирует стратегию и тактику конвергентной модели «интервью — ток-шоу — подкастинг»[5], а также соотносится с процессом жанровых трансформаций — а именно «медиаметаморфозом». Так происходят «глубинные преобразования, приводящие к заметному обновлению медиа и появлению новой сущности с сохранением многих черт, присущих предыдущей форме»[6]. Целесообразно рассмотреть типологию подкастов[7] с акцентом на интердискурсивный способ/метод информирования прежде всего потому, что такая установка позволяет совершенствовать интердискурсивные практики, необходимые в контексте профессиональных компетенций журналистов.

Классический жанр интервью не может не претерпевать изменения, но это не значит, что не сохраняется универсальный принцип речевого акта — диалогичность. Без сомнения, лингвостилистические школы являются основой сегодняшних исследований: теории речевой деятельности (Л. В. Щерба), диалогичности (М. М. Бахтин), речевых трансформаций (Н. Д. Арутюнова) находят современное воплощение и продолжение. Ономасиологический подход с опорой на неразрывную связь реальности (денотат) и смысла (сигнификат) подтверждает роль прагматики в выборе признаков, структурирующих терминологическую номинацию. И поэтому интервью как прецедентный феномен цифровой коммуникации будто поворачивается к интервьюеру и интервьюируемому с другой, новой стороны: эффект визуализации и поликодовости направляет внимание по пути ассоциативных образов.

Наша задача — не останавливаться на некоторой перенасыщенности используемых в СМИ невербальных средств, а обратиться к прецедентности, культурному коду, способному сбалансировать межличностную коммуникацию, когда техника не управляет человеком, оставляя силу творческого поиска. И действительно, метод социокультурных феноменов наиболее востребован, если речь идет о «влиянии средств коммуникации на развитие

---

[4] *Куницына Н. В.* Медиаформат как стилевой облик современной журналистики // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 11. Орел : Орловский гос. ин-т культуры, 2013. С. 192.

[5] *Куницына Н. В.* Интервью — ток-шоу — подкастинг: классика жанра в контексте медийных трансформаций // Вестн. Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2021. Т. 2. № 2. С. 140–147.

[6] *Вартанова Е. Л.* «Пересборка» медиа: актуальные процессы трансформации в условиях цифровизации // МедиаАльманах. 2023. № 3 (116). С. 10.

[7] *Куницына Н. В.* Легитимная публицистика (на примере интердискурсивного подкастинга политолога-обозревателя Бена Шапиро) // Вестн. Волжского ун-та имени В. Н. Татищева. 2023. Т. 1. № 4 (42). С. 175–185.

культуры, а следовательно, общества»[8]. Важно добавить мысль о том, что феноменология — дескриптная наука, обоснованная в трудах Э. Гуссерля, обретает в цифровую эпоху мультимедийный смысл. Интуитивное познание «всеобщего единства сущего» в какой-то степени, если не главным образом, приводит ученых к поиску «единиц смысла». А именно к раздвижению ономасиологических границ номинации. Таким образом, правомерными и адекватными становятся поликодовые, полифункциональные модели медиакоммуникационной индустрии[9].

МЕДИАФОРМАТ СЕТЕВОГО ПОДКАСТИНГА (ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И СТИЛЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ)

Исследования ономасиологических категорий наиболее целесообразны в эпоху цифровых трансформаций, при этом нельзя забывать о том, что процессу медиаметаморфоза предшествовала структурированно продуманная классификация газетно-публицистических жанров[10]. Возвращаясь к прошлому, важно отметить, что в любой системе заложен механизм трансформации: недаром термин «художественная публицистика» помогал и помогает понять специфику конвергентных жанров[11]. Например, очерк-эссе, меняющий свой стилистический облик в зависимости от речевой интенции, от коммуникативного намерения автора приблизиться к ассоциативному восприятию действительности, спроецировал сегодняшнюю медиаактивную группу «travel-очерк/эссе/обзор/заметки путешественника». Кроме того, интервью-очерк, интервью-эссе подтвердили новые перспективы в изучении интертекстуальных категорий, отражающих принцип «текст в тексте», «жанр в жанре». Традиции классического интервью в большей степени трансформируются в медийном дискурсе печатных СМИ. Немалое значение имеет композиционный план авторского «я»: вопросы интервьюера, скрытые в форме косвенной речи, визуализируют драматургию беседы. Таким образом печатный текст интегрирует широкий спектр как вербальных, так и поликодовых средств выражения/изображения.

Такие же процессы маркируют нарративный стиль современной медиакоммуникации — интенциональный посыл «рассказать историю» делает журналистику погружения наиболее востребованной, продолжающей многофункциональные направления массмедиа[12]. Термин «медиаметаморфоз» — несомненный лидер цифровой эпохи, и мы хотим посмотреть на это явление с другой стороны, то есть раскрыть поликодовый потенциал

[8] *Коломийцев И. А.* Эволюция представлений о роли средств массовой коммуникации в работах Маршалла Маклюэна // Вестн. Нижегородского ун-та имени Н. И. Лобачевского. Сер. : Социальные науки. 2013. № 3 (31). С. 38.

[9] *Вартанов С. А.* Медиакоммуникационная индустрия: к теоретическому обоснованию категории // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2023. № 6.

[10] *Смелкова З. С., Ассуирова Л. В., Савова М. Р., Сальникова О. А.* Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. М. : Флинта, 2006.

[11] *Куницына Н. В., Виноградский В. С.* Конвергентные жанры в современной периодике // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 3. С. 370–381.

[12] *Куницына Н. В.* Журналистика погружения. Жанровые стратегии и традиции новаторства // Журналист. Социальные коммуникации. 2021. № 3 (43). С. 29–38.

активного сетевого медиаформата (подкастинг), определяющего «стилевой облик медиа». Именно стилевые и жанровые трансформации открыли путь к активизации подкастинга, коррелирующего и жанровое многообразие, и разные формы речевой деятельности. «Слово рождается в диалоге»[13] — непререкаемая истина не дает забыть о школе М. М. Бахтина, утверждающего, что «живое разговорное слово непосредственно и грубо установлено на будущее слово-ответ: оно провоцирует ответ, предвосхищает его и строится в направлении к нему. <...> В известном смысле примат принадлежит именно ответу как началу активному: он создает почву для понимания, активную и заинтересованную изготовку для него»[14].

Дефиниция термина «подкастинг» включает и процесс распространения аудио- и видеоинформации, и активизацию тематических циклов, программ; таким образом, расширяются формы и типы коммуникации. Подкастинг синтезирует разные жанры, подтверждая их медийную сущность. Одно из медианаправлений — феноменология цифровизации[15] — обусловливает структурирование терминологических словообразовательных парадигм (например, популяризация морфемы «поли»: поликультурность, полифункциональность, поликодовость, полисубъектность — в антиномической паре — полусубъектность и т. д.). Термин «медиа»[16] уже давно существует как самостоятельная номинация, и уже нельзя выявить, какое значение дефиниции «медиа» первично или вторично. Такое самодвижение ономасиологических денотатов (реалий) и сигнификатов (понятий) представляется на сегодняшний день наиболее актуальным и интересным. И не столько теоретизирование терминологических парадигм является предметом нашего исследования, а прежде всего — освоение интердискурсивного опыта, помогающего выявить особенности подкастинга — сетевого полифункционального медиаформата. Процесс терминологической номинации при условии, если одна когнитивно-понятийная система рождает другую, — закономерный и непрерывный. Очевиден тот факт, когда подкастинг становится самодостаточной подсистемой, которая цифровизирует поступательное воспроизведение концептуальных доминант, таких как интерактивность/конвергентность, интердискурсивность/комплементарность. Сегментируя типологию подкастов, стоит уделить особое внимание образовательно-просветительскому направлению (в этот сегмент входит и легитимная публицистика), во-первых, потому что интердискурсивный способ/метод информирования проецирует эффект обратной связи[17]. Безусловно, в данном случае образ автора-ведущего, автора-обозревателя

[13] *Бахтин М. М.* Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М. : Худож. лит-ра., 1975. С. 93.
[14] *Бахтин М. М.* Указ. соч. С. 93–95.
[15] *Куницына Н. В.* Цифровая феноменология (рейтинг репутации и популярности медийной личности) // Вестн. Волжского ун-та имени В. Н. Татищева. 2022. Т. 2. № 2 (38). С. 183–190.
[16] *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004.
[17] *Куницына Н. В., Алексанян Ж. С.* Двуязычное образование в формате медиакоммуникации // Социально-гуманитарные знания. 2021. № 3. С. 76–87 ; *Куницына Н. В.* Легитимная публицистика (на примере интердискурсивного подкастинга политолога-обозревателя Бена Шапиро) // Вестн. Волжского ун-та имени В. Н. Татищева. 2023. Т. 1. № 4 (42). С. 175–185.

является смысловым центром подкастинга. Рейтинг репутации и популярности медийной личности, свободное комментирование медиатекста, воспроизводимость и серийность, когда можно неоднократно прослушивать, просматривать информацию и с неограниченной периодичностью встраиваться в сетевую коммуникацию — все это как нельзя лучше говорит о том, что технологически совершенные средства связи завоевывают доверие пользователей. Именно поэтому подкастинг активизирует сетевые возможности и становится доминантой единой модели «интервью — ток-шоу — подкастинг». Рейтинг репутации и популярности журналиста, теле- и радиоведущего, музыканта-виолончелиста, концертмейстера А. Варгафтика беспрецедентный в культурологическом пространстве, в частности в интернет-сообществе YouTube. Вопрос идентифицированности (один из прецедентных терминов цифровизации) решен в пользу таких профессионалов, как А. Варгафтик. Как отмечает А. А. Уфимцева, «язык фиксирует концептуальный мир человека, имеющий своим первоначальным источником реальный мир и деятельность в этом мире. При помощи лексических единиц номинации человек осуществляет репрезентацию объектов реального мира. В словах как номинативных единицах языка хранятся определенные знания о действительности, достаточные для того, чтобы идентифицировать обозначаемые словами реальные или идеальные сущности»[18]. Как видим, «репрезентация реального мира» наблюдается в широком спектре деятельности А. Варгафтика — «изменения в информационных потребностях носителей языка и культуры отразились на характере информирования. Подкасты А. Варгафтика, собранные в сетевом пространстве, — скрепы в культурологическом интердискурсе»[19].

Музыкально-просветительские обзоры А. Варгафтика[20] интересны для людей разных возрастов и поколений. Обратившись к подкастам, когда просветитель-музыкант выступает перед целевой аудиторией — журналистами, музыкальными критиками[21], приходим к выводу о том, что образовательная тематика и проблематика многофункциональны по своей когнитивной природе: недаром в ходе беседы расставляются нужные акценты, помогающие вникнуть в суть журналистики сферы культуры. Мы слышим не арбитра-назидателя, а человека, не желающего оставить традиции культурного наследия в прошлом — есть некий секрет погружения, так важный для сегодняшней медиареальности. Может быть, поэтому А. Варгафтик решает обыграть идиому «Говорить о музыке — все равно что танцевать об архитектуре», привнося новый смысл этой речевой интенции. Донести мысль о том, что семиотика культуры требует знания кодовых переключений, довольно-таки сложно. Но если рассказать, как работать журналистам в сфере культуры,

[18] *Уфимцева А. А.* Слово в лексико-семантической системе языка. М. : Наука, 1968. С. 120.
[19] *Куницына Н. В., Алексанян Ж. С., Сунь Идань.* Культурологический дискурс сетевой платформы YouTube // Социально-гуманитарные знания. 2022. № 6. С. 205–210.
[20] *Куницына Н. В.* Жанрово-стилевые особенности музыкально-просветительских подкастов А. Варгафтика в YouTube // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 17. Орел : Орловский гос. ин-т искусств и культуры, 2021. С. 118–122.
[21] Артем Варгафтик: разговоры о музыке. Ч. 1, 2. // Мир говорящих машин. URL: m.youtube.com. (дата обращения: 28.06.2024).

как добиваться того, чтобы «сообщение и сообщаемое срастались» (А. Варгафтик), то мастер-класс музыканта и педагога можно считать успешным.

А. Варгафтик: «Поставьте себя на место потребителя информации и подумайте, почему вам должны доверять, почему будут читать именно ваши критические музыкальные статьи...».

В процессе беседы рождается журналистский подход к осмыслению медиапотребления, стратегий и тактик обратной связи. Обратимся к тому, как ведущий преподносит концептуальные понятия и термины, сопровождающие деятельность журналистов и повышающие профессиональные компетенции. По мнению А. Варгафтика, безусловное качество медийной личности — сохранение независимой позиции. Конечно, речь идет о приоритетности разных моделей журналистики, модифицированных в публичной сфере информационного общества. Эта мысль не может не волновать представителей журналистского сообщества, когда выдвигаются разные теории и методологии исследований. «Независимость журналиста — это не вопрос его независимости от денег владельца. В конце концов, если журналистика — это профессия, значит, она должна приносить профессионалам достаточные зарплаты... Независимость должна проявляться в независимом мышлении, в свободных от различных ангажированных влияний акцентах, независимых повестках дня, которые формируются только на основе широкого социального и гуманитарного знания журналистов и которые делают журналиста профессионалом»[22]. Для журналистов пришло время более активно выбирать свои стратегии и тактики, тем самым занимать должную позицию в процессе медиатизации. «Журналистика действительно стремится отразить реальность, какой она могла бы показаться стороннему наблюдателю, при этом только ограниченно пытается интерпретировать или оценивать, и результат почти обречен быть пристрастным, поверхностным и непреднамеренно вводящим в заблуждение»[23]. Но мы не углубляемся в информационно-новостную журналистику, а рассматриваем содержание образовательно-просветительского подкаста: ведущий А. Варгафтик аккуратно и убедительно вводит в дискуссию профессиональные понятия, заставляющие в целом задуматься о компетенциях журналистов — так трансформируются элементы беседы (ток-шоу).

Советы А. Варгафтика, прозвучавшие в ответ на вопросы молодых журналистов, убедительны и познавательны с точки зрения журналистики как области культуры.

Вопрос

— Что такое критика? Стоит ли вводить разные мнения в критический анализ?

А. Варгафтик

— Что такое мнение — это вторичный медиапродукт: кому-то что-то нравится или не нравится... Надо чтобы журналистский текст вызывал разные мнения!

---

[22] *Вартанова Е. Л., Ажгихина Н. И.* Диалоги о журналистике. М. : МедиаМир, 2012. С. 78–79.
[23] *МакКуэйл Д.* Журналистика и общество. М. : МедиаМир, 2013. С. 318.

Как же построить «журналистский текст, который вызывал бы разные мнения», если учесть, что «журналистика крайнее подвержена влияниям и ограничениям, это свойственно всей системе»[24]. К ответу на риторический вопрос, перекликающийся с новыми подходами Д. МакКуэйла в осмыслении теории СМИ, можно и нужно возвращаться. Подкастинг — оптимальный медиаресурс, транслирующий приоритеты сетевой коммуникации, когда есть возможность возвращаться к обсуждению тем, проблем, оставляя в какой-то мере еще простор для отрытых дискуссий. В описании к подкасту выдержан императивный тон сообщения: «Поговорим, что представляет собой работа музыкального журналиста на практике, как набраться музыкальных впечатлений и как ими делиться, что стоит знать о музыке, ее истории...».

Особенность образовательно-просветительного подкастинга — живое общение, и жанровые синтезаторы диалога (интервью — ток-шоу) — необходимая часть единой содержательной направленности. Цифровая проекция информации учитывает основополагающий тезис теории Г. М. Маклюэна «посредник и есть сообщение». Подкастинг — сетевой посредник (medium) — работает в полной мере и степени, соблюдая триединство медиамодели «интервью — ток-шоу — подкастинг»: ведущий не только обозревает происходящее в сфере журналистики и культуры, но и погружает в атмосферу открытого диалога. Очевидно, что жанры интервью и ток-шоу оказались безграничными и перспективными для трансформации и послужили в процессе номинации условием для функционирования стилевого медиаформата — подкастинг. Это и есть причина и следствие жанровых трансформаций, и номинативный статус данной модели будет закреплен за пропозициональной категорией.

Также хочется обратиться к терминоупотреблению в узкой сфере культуры — музыке. Одна из стилистических ошибок журналистского текста — затерминологизированность: будто попадаешь в непрерывный поток профессионализмов, не понятных для широкой аудитории — слишком много желания показать свою компетентность, что влечет за собой потерю независимой позиции и авторского авторитета. «Одной из сторон речевого поведения современных журналистов является их профессиональное общение. Кто-нибудь слышал, как говорят телевизионщики между собой? Мало того, что они копирайтеры и спичрайтеры; у них только стендапы (один в кадре), аутпуты (разъемы), луфы (единица измерения громкости), пэкшоты (финальная часть шапки для финального титра), лайфы (сообщения ведущего), шпигли (анонсы), джинглы (короткая музыкальная часть) и т. д. (Напоминаю в скобках, что основными жанрами современного искусства являются перфоманс и хэппенинг, а еще инсталляция и флэшмоб [25]. Разве можно не согласиться с этим утверждением и тем более нельзя не понять опасность такого явления, охватывающего и журналистов, и других поль-

[24] *МакКуэйл Д.* Указ. соч. С. 319.

[25] *Иванова М. В.* Речь журналистов электронных СМИ // Учимся говорить по-русски. Проблемы современного языка и электронных СМИ : сб. науч. ст. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2016. С. 89.

зователей медиа. Исследовательский аспект затерминологизированности сегодняшнего медиамышления призван решить проблему вовлеченности Homo Mediatus в истинную суть речевого поведения. Что именно посоветовать музыкальным критикам?

А. Варгафтик

— То, чем мы занимаемся, — прежде всего сбор и обработка информации. Если вы умеете ее собирать, просеивать и должным образом излагать — это гораздо важнее, чем узкоспециальные занятия.

Мудрый и простой совет заслуживает особой оценки: возникает потребность прислушаться к той задаче, которая и является началом творческого пути. В контекст беседы встраиваются и воспоминания о первом журналистском опыте, такой нарративный экскурс — большая заслуга человека, владеющего ораторским мастерством.

А. Варгафтик

— Нам когда-то говорил главный редактор — основатель «Эха Москвы» С. М. Корзун, объясняя начинающим журналистам, репортерам, как работать... Вы побывали на месте событий, но о чем будете рассказывать?

Несомненно, ответ на этот вопрос отнюдь не простой. Главный редактор утверждает: «То, о чем Вы расскажете своим коллегам в непринужденной обстановке — и есть самое интересное, а остальное — формальность». Если глубже вникнуть в эти слова, то откроется журналистская картина мира, где «умение вылущивать информацию и вылущенное доносить до аудитории — и есть результат по сбору и обработке информации».

Не вызывает сомнений, что А. Варгафтик верен традициям классической школы риторического искусства, нашедшей должное воплощение в советский и постсоветский периоды журналистики. Стоит обратить особое внимание на факт, подтверждающий развитие этих традиций и в цифровую эпоху. Интердискурсивный способ/метод информирования как стилеобразующая медийная номинация «детерминирует расширение границ культурологии, в частности феноменологии»[26]. Конечно, деятельность А. Варгафтика — образец интердискурсивных практик в разных сферах культуры. В свою очередь, А. Варгафтик подчеркивает то, что его работа связана прежде всего с практической журналистикой, которая, как мы видим, может не уходить в сторону технократии и обезличивания языковых ценностей, а, наоборот, использовать стратегии поликодовых и полифункциональных инструментов медиакоммуникации.

ИНТЕРВЬЮ КАК ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ФЕНОМЕН ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В структуре жанрово-стилевой типологии интервью занимает промежуточное звено, синтезируя информационные и аналитические родовые группы. Учитывая гибкую и подвижную речевую природу интервью, стоит дополнить классификационную составляющую художественно-публици-

[26] *Куницына Н. В.* Travel-журналистика: вчера, сегодня, завтра (медийный аспект исследования) // Вестн. Волжского ун-та имени В. Н. Татищева. 2024. Т. 1. № 1. С.192.

стических жанров, открытых для интервью-очерка и интервью-эссе. Такова сегодняшняя медиареальность жанровых трансформаций — мы согласны с тем, что «медиаметаморфоз» прежде всего положительно влияет на состояние информационного общества: «...сегодня, в период активной цифровизации, все больше говорят о радикальной социотехнологической революции, которая вскоре закончится „медиаметаморфозом“ — т. е. появлением новой сущности медиа»[27]. Но есть и речевые, и жанрово-стилевые трудности в освоении ускоренного темпа третьего десятилетия XXI в. «Представляется, что журналистика как социальный институт и медиабазис продолжит свое существование, несмотря на фигурирующие сегодня предположения об исчезновении этой профессии. Но то, что медиаотрасли придется пересмотреть практически полностью модель своего функционирования, очевидно»[28]. Такое обобщенное утверждение вызывает интерес и в конкретном случае, когда речь идет о конвергентных жанровых моделях. Для того чтобы смоделировать гибкую структуру интервью-очерка или интервью-эссе применимо к интернет-коммуникации, нужно в некоторой степени пересмотреть терминологическую номинацию — «бинарность интервью», смысл которой заключается в том, что интервью оценивается «как универсальный метод получения информации и публицистический жанр, характеризуемый диалоговой формой изложения материала»[29]. Какой принцип расширения номинации в цифровой коммуникации может оказаться оптимально-действенным? Обратившись к понятию прецедентности — культурному коду, занимающему в медиамире интердискурсивную нишу, мы решили обосновать поликодовый характер диалогизированной формы речи — интервью.

Цифровые эффекты визуализации — неотъемлемая часть паралингвистических поликодовых средств выражения/изображения, но это не значит, что достаточно выключить камеру, ввести визуальный ряд и обратиться к искусственному интеллекту, который поможет составить план и вопросы интервьюера к интервьюируемому. Но не так ли работают блогеры и некоторые журналисты, уповающие на онлайн-ресурсы? Как ясно видим, интервью становится рейтинговым и популярным на платформах, каналах и, безусловно, в соцсетях. Кого же мы слышим, как преподносится тема, как открывается культурный код? В работах по типологии культуры Ю. М. Лотман выделяет специфику языка в социокультурном дискурсе: «Код не подразумевает истории, то есть психологически он ориентирует нас на искусственный язык, который и предполагается идеальной моделью языка вообще. „Язык“ же бессознательно вызывает у нас представление об исторической протяженности существования. Язык — это код плюс его и история»[30]. В цифровой глобализации скорость кодовых переключений возрастает с наивысшей силой, и гибридный онлайн-режим порой проду-

[27] *Вартанова Е. Л.* «Пересборка» медиа: актуальные процессы трансформации в условиях цифровизации // МедиаАльманах. 2023. № 3 (116). С. 11.
[28] *Уразова С. Л.* Метаморфозы медиасистемы в ракурсе цифрового ускорения // Вестн. Южно-Уральского гос. ун-та. Сер. : Социально-гуманитарные науки. 2022. Т. 22. № 1. С. 101.
[29] *Смелкова З. С., Ассуирова Л. В., Савова М. Р., Сальникова О. А.* Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. С. 168.
[30] *Лотман Ю. М.* Культура и взрыв. М. : Гнозис: Прогресс, 1992. С. 13.

цирует недостаточно оправданные и целесообразные стратегии и тактики. Поступательно открывать коды истории, не стараясь ускорять процессы терминологической номинации, — к этой проблеме мы готовы вернуться, систематизируя полученный опыт в данном направлении.

У «прецедентности» — активной номинации ономасиологических исследований — есть, на наш взгляд, временные ипостаси прошлого, настоящего и будущего, что и является уже вневременным историческим кодом. «Рассказать историю» — ведь именно об этом думает интервьюер, вовлекая в контекст беседы. Несомненно, на первый план выходит человеческий фактор, то есть мастерство рассказчика-публициста/эссеиста — таково условие для функционирования поликодовой модели интервью — очерк, интервью — эссе. Но на этом пути есть сложности.

Социализация интернет-бренда «рассказать историю» достигает высочайших результатов, расхожесть речевой идиомы обезличивает пользовательский контент. Например, в соцсетях постоянно кто-то кому-то что-то рассказывает (*stories*, короткие видео и другие интерактивные блоки). Конечно, в этом случае медиапотребление уходит в сторону информационной саморекламы. Качество информирования не должно оказаться жертвой прогрессивных технологий. Дефиниция «репрезентативные критерии информации» имеет множественную терминологическую базу данных, стоит акцентировать такой критерий, как «содержательность информации», обусловленный прежде всего выбором медиаформата или медиажанра. Интервью в контексте речевой цифровизации — не только медиажанр, но и медиаформат, обладающий прецедентным речевым характером информирования. По законам классической риторики речь — это совокупность трех элементов (личность оратора, «предмет» речи и тот человек, к которому оратор обращается) [31]. Сегодня риторическая классика преобразовалась в терминологическую линейную парадигму, центром которой стали medium и message. «Личность оратора»[32] в соответствии с выбранными медийными ситуациями (конечно, мы не говорим об информационной журналистике) нередко стирает критерий оценки «личности» под давлением массовой медиакультуры, требующей скоростных medium для того, чтобы получать такие же по скорости и воспроизводимости message.

Продолжая рассуждать о прецедентном потенциале интервью/очерке/эссе, приведем пример интервью, когда личность оратора первостепенна, когда достигается эссеистский нарративный план речевого акта. В описании подкаста «Мартин Скорсезе — первая работа и почему он так и не овладел камерой. Интервью 2023» читаем: «Прежде чем стать легендарным режиссером, М. Скорсезе успел совершить и первые ошибки. В этом интервью для журнала WSJ Magazine's Innovators Issue режиссер „Славных парней", „Злых улиц", „Таксиста" рассказывает о своем первом опыте работы... В преддверии выхода фильма „Убийцы цветочной луны" он также вспоми-

[31] *Смелкова З. С., Ассуирова Л. В., Савова М. Р., Сальникова О. А.* Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. С. 168.

[32] *Райскина В. А.* Семиотический образ прецедентной личности в европейском культурном пространстве // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2022. № 1. С. 113–128.

нает о своих обязанностях за монтажным столом и делится историями, которые привели его туда, где он сейчас и находится»[33]. Действительно, сделан акцент на «истории», которая вошла в культурный код времени.

— Что подумали Ваши родители, когда Вы сказали, что хотите стать режиссером?

М. Скорсезе

— Я как-то услышал, как мать шепотом сказала отцу: «Я думаю, он — сумасшедший, с ним что-то не так».

Даже не зная биографии М. Скорсезе, который вырос в бедном квартале Нью-Йорка, не зная, какую роль в истории кино сыграла его авторская школа, невольно оказываешься во власти интересной беседы. Интервьюер (в подкасте — закадровый) нередко начинает свои вопросы с простых слов «расскажите, что подумали...». На самом деле в простом обращении хранится тайна правды и достоверности. И мы становимся соучастниками и жизни, и творчества М. Скорсезе, который на вопрос о том, почему родилось желание работать с камерой в полнометражном формате, отвечает также просто:

— У меня не было выбора, я был одержим этим — рассказать историю с помощью визуального ряда.

Другое интервью «Мартин Скорсезе и Тимоти Шаламе. Интервью GQ 2023. Убийцы цветочной луны» вовлечено в недавнее медиасобытие — ежегодную премию Оскар, когда фильм «Убийцы цветочной луны» стал обладателем нескольких номинаций. Краткий анонс в описании: «Наша новая звезда обложки Т. Шаламе встретился с легендарным режиссером М. Скорсезе... От совместной работы в компании аромата Chanel до фильма „Убийцы цветочной луны“, о работе с Ди Каприо и смерти мейнстрима — в этом интервью уроженцы Нью-Йорка вдохновляют друг друга [34]. Выбран, как и в предыдущем интервью, разговорный стиль без академических концептов и сложных профессионализмов. Именно такой «речевой акт» и является началом и продолжением тех настоящих «историй», которые создают прецедентный эффект информирования.

М. Скорсезе

— Ты приготовил шпаргалки...

Т. Шаламе

— ...Я же должен был прийти подготовленным, я же разговариваю с величайшим режиссером.

М. Скорсезе

— Но ты же должен говорить...

Удивительно, как маленькие речевые, порой незаконченные фразы М. Скорсезе наполняются глубиной философии жить — значит творить. И если хочешь узнать больше о том, как семиотика кадра помогает раскрыть художественный замысел [35], придется еще и еще раз прослушивать подкаст

[33] Мартин Скорсезе — первая работа и почему он так и не овладел камерой. Интервью 2023. URL: m. youtube.com (дата обращения: 25.06.2024).
[34] Мартин Скорсезе и Тимоти Шаламе. Интервью GQ 2023. Убийцы цветочной луны. URL: m. youtube. com (дата обращения: 26.06.2024).
[35] *Старкова З. С.* Литература и кино. М. : Просвещение, 1978.

интервью. Выстраивание кадра и работа с ним сохраняют тайну культурного кода, который сумел разгадать (несколько раньше, чем М. Скорсезе) советский оператор и режиссер С. П. Урусевский, и его слова — подтверждение этому: «... А ведь с трудом выбирали из фильма „Летят журавли“ кадры для журнальных иллюстраций. Каждый в отдельности ни о чем не говорит, только вместе они представляли нечто... Наверное, это и есть кинематограф»[36] (Меркель, 1968: 102).

А что такое художественное вдохновение в восприятии собеседника М. Скорсезе Т. Шаламе — представителя молодого поколения?

Т. Шаламе

— Если нет способности вдохновлять, быть любопытным, нет желания наблюдать за происходящим, то это означает, что творчество под угрозой?

М. Скорсезе

— Да, это проблема современности — чувствительность должна быть сбалансирована с искусством, потому что искусство должно быть свободно.

Думается, что такое высказывание М. Скорсезе — прецедентный феномен нашего исторического времени. Также нельзя забыть легендарное интервью с режиссером К. Тарантино, когда «наше восприятие интегрирует художественный образ, созданный режиссером, и реальную картину мира, которая складывается в процессе беседы с телеведущим Ч. Роузом»[37]. Несомненно, имена великих режиссеров — семиотические образы в истории и современности. Не только единичные прецедентные величины: афоризмы, фразы, высказывания, но и эпические философские эссе, интердискурсивные концепты — не что иное, как медиаориентиры конвергентной цифровой коммуникации.

В заключение автор статьи пришел к мысли о том, что терминоупотребление — прежде всего культурологическая категория, мотивированная законами когнитивных парадигм: культурологический дискурс пополняет терминологический бэкграунд, закрепляет динамику медийных «смыслов и модусов», необходимых для выявления новых стратегий и тактик цифровизации, что позволило сформулировать следующие тезисы.

1. Оценивая типологические возможности и стилевые особенности терминологической модели «интервью — ток-шоу — подкастинг», способной занять свое место в бэкграунде медийной коммуникации, можно продолжать методологические разработки и исследования медиамоделей и медиаформатов.
2. Детерминируя речевой потенциал интервью как прецедентного феномена цифровой коммуникации, стоит непрестанно развивать интердискурсивные журналистские практики.

В статье предпринята попытка определить, насколько медиаактивно поступательное движение сегодняшней ономасиологической парадигмы ценностей: речь идет не только о самодвижении терминологической

[36] *Меркель М. М.* В сто сорок солнц... М. : Искусство, 1968. С. 102.
[37] *Куницына Н. В.* Семиотика культуры в контексте интернет-коммуникации // Вестн. Волжского ун-та имени В. Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 4 (36). С. 125.

номинации, но и о рождении терминологических систем и подсистем, приводящих к сбалансированности цифровых денотатов и понятийных сигнификатов — концептов когнитивной картины мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бахтин М. М.* Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М. : Худож. лит-ра, 1975.
2. *Больц Н.* Азбука медиа. М. : Европа, 2011.
3. *Вартанов С. А.* Медиакоммуникационная индустрия: к теоретическому обоснованию категории // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2023. № 6. С. 3–36.
4. *Вартанова Е. Л.* «Пересборка» медиа: актуальные процессы трансформации в условиях цифровизации // МедиаАльманах. 2023. № 3 (116). С. 8–16.
5. *Вартанова Е. Л., Ажгихина Н. И.* Диалоги о журналистике. М. : МедиаМир, 2012.
6. *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004.
7. *Иванова М. В.* Речь журналистов электронных СМИ // Учимся говорить по-русски. Проблемы современного языка и электронных СМИ: сб. науч. ст. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2016. С. 86–94.
8. *Коломийцев И. А.* Эволюция представлений о роли средств массовой коммуникации в работах Маршалла Маклюэна // Вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. Сер. : Социальные науки. 2013. № 3 (31). С. 38–43.
9. *Куницына Н. В.* Интервью — ток-шоу — подкастинг: классика жанра в контексте медийных трансформаций // Вестн. Волжского ун-та имени В. Н. Татищева. 2021. Т. 2. № 2. С. 140–147.
10. *Куницына Н. В.* Журналистика погружения. Жанровые стратегии и традиции новаторства // Журналист. Социальные коммуникации. 2021. № 3 (43). С. 29–38.
11. *Куницына Н. В.* Жанрово-стилевые особенности музыкально-просветительских подкастов А. Варгафтика в YouTube // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 17. Орел : Орловский гос. ин-т искусств и культуры, 2021. С. 118–122.
12. *Куницына Н. В.* Семиотика культуры в контексте интернет-коммуникации // Вестн. Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 4 (36). С. 122–129.
13. *Куницына Н. В.* Медиаформат как стилевой облик современной журналистики // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 11. Орел : Орловский гос. ин-т культуры, 2013. С. 183–193.

14. *Куницына Н. В.* Цифровая феноменология (рейтинг репутации и популярности медийной личности) // Вестн. Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2022. Т. 2. № 2 (38). С. 183–190.
15. *Куницына Н. В., Алексанян Ж. С.* Двуязычное образование в формате медиакоммуникации // Социально-гуманитарные знания. 2021. № 3. С. 76–87.
16. *Куницына Н. В., Алексанян Ж. С., Сунь Идань.* Культурологический дискурс сетевой платформы YouTube // Социально-гуманитарные знания. 2022. № 6. С. 205–210.
17. *Куницына Н. В.* Travel-журналистика: вчера, сегодня, завтра (медийный аспект исследования) // Вестн. Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2024. Т. 1. № 1. С. 185–192.
18. *Куницына Н. В., Виноградский В. С.* Конвергентные жанры в современной периодике // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 3. С. 370–381.
19. *Куницына Н. В.* Легитимная публицистика (на примере интердискурсивного подкастинга политолога-обозревателя Бена Шапиро) // Вестн. Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2023. Т. 1. № 4 (42). С. 175–185.
20. *Лотман Ю. М.* Культура и взрыв. М. : Гнозис: Прогресс, 1992.
21. *МакКуэйл Д.* Журналистика и общество. М. : МедиаМир, 2013.
22. *Меркель М. М.* В сто сорок солнц... М. : Искусство, 1968.
23. *Райскина В. А.* Семиотический образ прецедентной личности в европейском культурном пространстве // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2022. № 1. С. 113–128.
24. *Смелкова З. С.* Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты / З. С. Смелкова, Л. В. Ассуирова, М. Р. Савова, О. А. Сальникова. М. : Флинта, 2006.
25. *Старкова З. С.* Литература и кино. М. : Просвещение, 1978.
26. *Уразова С. Л.* Метаморфозы медиасистемы в ракурсе цифрового ускорения // Вестн. Южно-Уральского гос. ун-та. Сер. : Социально-гуманитарные науки. 2022. Т. 22. № 1. С. 100–107.
27. *Уфимцева А. А.* Слово в лексико-семантической системе языка. М. : Наука, 1968.
28. *Щерба Л. В.* Избранные работы по русскому языку. М. : Учпедгиз, 1957.

Поступила в редакцию 30 июля 2024 г.

УДК. 316.77:001.127.18

О. О. НИКИТИНА,
кандидат философских наук,
доцент кафедры коммуникационных технологий
Института международных отношений
и социально-политических наук
Московского государственного лингвистического университета;
Россия, г. Москва.
e-mail: *oxana_nikitina@mail.ru*

ИНФЛЮЭНС-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА ЦЕЛЕВУЮ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ

Аннотация. *В век цифровых технологий и интернета лидеры мнений являются активными пользователями социальных сетей и других цифровых платформ, где они аккумулируют свою аудиторию и доносят до нее определенную информацию. Представители бизнеса видят в лидерах мнений не только эффективный инструмент привлечения целевой аудитории, повышения лояльности и узнаваемости, но и работающий инструмент продаж. Постоянное развитие и распространение потребления социальных медиа, рост бюджетов на проведение рекламных кампаний с инфлюэнсерами требуют непрерывной актуализации информации о технологии инфлюэнс-маркетинга. Этой проблеме и посвящена данная статья.*

Ключевые слова: *инфлюэнс-маркетинг, лидеры мнений, медиактивность, медиапотребление, целевая аудитория, поставщик доказательств, аналитик доказательств, защитник бренда.*

O. O. NIKITINA,
Candidate of Philosophical Sciences,
Associate Professor of the Department of Communication Technologies,
Institute of International Relations
and Socio-Political sciences
Moscow State Linguistic University;
Moscow, Russia.
e-mail: *oxana_nikitina@mail.ru*

INFLUENCER MARKETING AS AN INFLUENCE TOOL TO THE TARGET PUBLIC

Abstract. *In the age of digital technology and the Internet, opinion leaders are active users of social networks and other digital platforms, where they accumulate their audience and convey certain information to them. Business representatives see opinion leaders as an effective tool not only to attract a target audience, increase loyalty and awareness, but also a working sales tool. Taking into account the constant development and spread of social media consumption, the growth*

of budgets for advertising campaigns with influencers, continuous updating of information about the technology of influencer marketing is necessary, which is what this article is devoted to.

Keywords: *influencer marketing, opinion leaders, media activity, media consumption, target audience, evidence provider, evidence analyst, brand advocate.*

Существующие в прошлом модели информационного потока позиционировали СМИ в качестве основного источника влияния. В современном мире основной площадкой для обмена мнениями и информацией являются социальные сети. В связи с развитием новых коммуникационных онлайн-сред изменилось и усилилось влияние лидеров мнений. Интернет и особенно социальные сети предлагают лидерам общественного мнения возможность публиковать контент для потенциально большой аудитории без особых усилий. Они распространяют мнения и информацию не только через межличностные каналы коммуникации, но и через свои аккаунты на нескольких платформах социальных сетей. Также они могут использовать свое влияние во многих вопросах: политических, экономических и т. д. Рассмотрим понятие лидера мнений в современном контексте [1].

Современное определение гласит, что лидер общественного мнения предоставляет другим информацию или выступает с предложением, являясь при этом активистом, который может влиять на других при помощи различных медиаплатформ [2]. Признанные веб-лидеры мнений должны обладать следующими характеристиками: высоким уровнем активности в своем профиле и перспективной деловой ценностью, а также иметь определенное количество подписчиков [3]. Личный имидж очень важен для усиления влияния в интернете, поскольку от имиджа напрямую зависит доверие пользователей. Основу феномена веб-влияния составляют обычные люди, которые становятся известными в интернете, в большинстве случаев с целью получения прибыли и социальной значимости. В интернете публичная коммуникация сначала обрабатывается лидерами общественного мнения, а затем доходит до простых людей. Суть онлайн-лидерства заключается в способности использовать выявленные мотивационные паттерны для воздействия на других: заставить людей добровольно делать то, что они в противном случае не стали бы делать [4].

В современных условиях быстро меняющейся экономики компании ведут постоянный поиск новых площадок и средств продвижения товаров и услуг. Одним из актуальных инструментов продвижения является инфлюэнс-

---

[1] *Моисеева А. А.* Как влияют блогеры на потребителей и почему это происходит // Молодой ученый. 2019. № 48 (286). С. 429–431. URL: https://moluch.ru/archive/286/64535/ (дата обращения: 30.06.2024).

[2] *Hoch J. E., Kozlowski S. W. J.* Leading virtual teams: Hierarchical leadership, structural supports, and shared team leadership // Journal of Applied Psychology. 2014. № 99 (3). P. 390–403. URL: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23205494/ (дата обращения: 30.06.2024).

[3] Why social media is a leadership // Must. 2014. URL: https://www.spencerstuart.com/research-and-insight/why-social-media-is-a-leadership-must (дата обращения: 30.06.2024).

[4] *Zhang X., & Dong D.* Ways of identifying the opinion leaders in virtual communities // International Journal of Business and Management. 2008. URL: https://ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/1392 (дата обращения: 30.06.2024).

маркетинг, где за счет авторитета и популярности лидеров мнений достигается необходимый результат, ожидаемый компанией. Социально-политические события последних лет привели к категоризации и сегментации инфлюэнсеров и к поиску новых форм взаимодействия. Происходящие перемены в инфлюэнс-маркетинге нуждаются в изучение и в актуализации.

НОВЫЙ ТИП ЛИДЕРА МНЕНИЙ

В первом десятилетии XXI века и ранее в отрасли маркетинга лидерами мнений, влияющими на принятие решений целевой аудитории, были либо знаменитости, либо специалисты в своей области. Например, в 2010 г. 30-секундная реклама зубной пасты «Sensodyne», ориентированная на ближневосточных потребителей, была представлена в виде короткого интервью с профессиональным стоматологом, рекомендующим продукт. Восторженные отзывы специалиста вызвали доверие у зрителей, ведь кто как не профессионал лучше знает, какая зубная паста безопаснее и лучше для зубов. Как результат — огромный спрос на рекламируемую продукцию.

Во втором десятилетии века индустрия переживает кардинальные изменения, которые проявляются в переходе от обычной рекламы к следующим инновациям: продакт-плейсмент, целенаправленные мероприятия, блоги и появление новых лидеров мнений — блогеров. Люди стали доверять точно таким же потребителям товаров. Огромной популярностью пользуются блоги с контентом, построенным на тестировании и честном оценивании продукции: когда твой кумир говорит то, что реально думает, вызывает у потребителя доверие и интерес. Особым авторитетом пользуются блогеры, которые внимательно следят за своей репутацией и не рекламируют сомнительные товары. Успех инфлюэнс-маркетинга заключается в том, что блогеры по восприятию занимают промежуточное положение между знаменитостями и друзьями. Отношения, которые формируются у блогеров с потребителями, кажутся невероятно реальными и двусторонними, хотя в основном поток информации идет только со стороны блогера. Близость и эмоциональные реакции имеют решающее значение при построении отношений. Блогеры делятся своей жизнью, опытом, переживаниями в режиме реального времени, будь то сторис, рилз или посты. Такие отношения заставляют думать аудиторию, что подписчик и блогер на самом деле друзья. Чем более близкими людьми подписчики их считают, тем больше они как потребители доверяют им.

Начиная с 2019 г. потребители — это сознательная заинтересованная сторона, которая запрашивает отзывчивую и качественную среду. Общая медийная среда изменилась, различные медийные каналы теперь доступны во всем мире, что делает охват более широким, стирая любые границы. Мобильные телефоны и электронные устройства заменили телевизионный экран, газеты и журналы [5].

[5] *Будожапов В. З., Данилова С. Р.* Специфика продвижения продуктов с помощью influencer-маркетинга // Стратегии бизнеса. 2019. № 5 (61). URL: https://www.strategybusiness.ru/jour/article/view/534 (дата обращения: 30.06.2024).

Бизнес-структуры достаточно быстро пришли к выводу, что рекламные кампании известных блогеров с хорошей репутацией и платежеспособной аудиторией намного эффективнее для продаж и формирования имиджа. Во-первых, лидеры мнения — это совершенно новый способ подачи продукта. Инфлюэнсеры говорят на понятном для аудитории языке. Неформальный стиль повествования, отсутствие навязчивой рекламы, которая преимущественно вызывает негатив у аудитории, формирует положительное отношение к бренду и продукции. Во-вторых, использование лидеров мнений для продвижения позволяет охватить гораздо большую аудиторию, чем обычная реклама. Тем самым потенциальная аудитория, лояльность клиентов и продажи увеличатся.

Одна из быстро реагирующих индустрий на тенденции продвижения товаров и услуг, а также на тренды потребительского поведения — это бьюти-индустрия. Например, международный бренд «Maybelline» совершил переход от рекламы профессионального визажиста в 2014 г. к рекламе с известной моделью Джиджи Хадид в 2017 г. А уже в 2018 г. бренд сотрудничал с бьюти-блогером Nikkie, которая выкладывает обзоры на продукты и различные макияжи. Рекламные кампании Maybelline демонстрируют стремительную эволюцию лидеров общественного мнения: профессионал-визажист, известная модель и известный блогер.

Но стоит отметить, что, прежде чем предлагать сотрудничество блогеру, нужно тщательно изучить его подписчиков, посты, а также ценности и идеи, которые он транслирует. Они не должны противоречить ценностям бренда и наносить ущерб репутации.

Сегодня бизнесу сложно игнорировать нынешнее интернет-влияние популярных блогеров социальных сетей, звезд YouTube и других экспертов в определенной области. Интернет-знаменитости предоставляют подписчикам уникальный контент, визуализированные технологии и тесные социальные связи. Они также раскрывают свою личную жизнь в попытке повлиять на большое количество последователей в своих социальных сетях. Рекомендации инфлюэнсеров воспринимаются благожелательнее, чем полученная из традиционных каналов реклама, что делает феномен лидеров мнений конкурентоспособным среди других маркетинговых инструментов. В сфере связей с общественностью данный феномен позволяет сформировать положительный образ, укрепить бренд и повысить лояльность аудитории компании. Лидеры общественного мнения — это люди, обладающие опытом, авторитетом и влиянием в определенной области[6]. Такие люди существовали в разных социальных группах во все времена, но сейчас они обрели постоянное место в PR-сфере и маркетинге и стали эффективным инструментом продвижения продукта, услуги, компании или идеи. Они общительны, хорошо информированы и имеют хорошие связи. Эти характеристики позволяют им передавать информацию, которую они узнали

[6] How to use social media to build thought leadership. URL: https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/01/11/how-to-use-social-media-to-build-thought-leadership/ (дата обращения: 30.06.2024).

из средств массовой информации или из других источников, давать советы, когда это необходимо. Согласно исследованию Р. Мерве и Д. Хеердена [7], лидеры мнений могут влиять на людей тремя основными способами: посредством word-of-mouth marketing, выступая в качестве образца для подражания или советчика по покупке или использованию чего-либо.

Цифровые лидеры общественного мнения привлекают большое внимание пользователей интернета и играют ключевую роль в электронном сарафанном радио, генерируя сообщения и контент для использования другими людьми, влияя на отношение людей. Сарафанное радио является рекламной формой, которой люди склонны наиболее доверять, так как человек, который советует какой-либо товар или услугу, не имеет в этом личной выгоды [8].

Усиление роли лидера общественного мнения в условиях выбора онлайн-потребителями проявляется в помощи потребителям принять решение о покупке и восстановить доверие к бренду. Кроме того, открываются некоторые новые роли для онлайн-лидера мнения, такие как:

- поставщик доказательств;
- аналитик доказательств;
- защитник бренда.

Стремительное развитие инфлюэнс-маркетинга связано с несколькими факторами, определяющими популярность данной сферы. Во-первых, происходит смена медиапотребления с традиционных каналов коммуникации на интернет. Объем потребления печатных СМИ и телевидения продолжает снижаться. Во-вторых, потребители положительно настроены в отношении информации, распространяемой в интернете. Многие считают интернет, в особенности новостные и аналитические порталы, а также официальные сайты, основным источником информации, которому можно доверять. Это обусловливает потребность в создании ненавязчивых форм распространения рекламы в интернете для изменения динамики лояльности к контенту. В-третьих, наблюдается постоянный рост медиаактивности в Интернете, в частности использование социальных сетей, точнее, активная адаптация к российским платформам. Все эти факторы, очевидно, способствуют развитию инфлюэнс-маркетинга.

В контексте нарастающей заинтересованности в инфлюэнс-маркетинге, которая отмечается как в коммерческом, так и в некоммерческом секторах, необходимо выделить основные преимущества использования инфлюэнсеров как инструмента рекламы и связей с общественностью:

- повышение узнаваемости продукции нового бренда, недавно появившегося на рынке. Неизвестные бренды вызывают недоверие у потребителей. Инфлюэнсеры способны развеять эти сомнения у своей аудитории;

---

[7] *Merwe R., & Heerden G.* Finding and utilizing opinion leaders: Social networks and the power of relationships // South African Journal of Business Management. 2009. 40 (3). P. 65–76. URL: https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/EJC22374 (дата обращения: 30.06.2024).

[8] *Zhang L., J. Zhao, & K. Xu.* Who creates trends in online social media: the Crowd or Opinion Leaders? // Journal of Computer-Mediated Communication, 2016. URL: https://academic.oup.com/jcmc/article/21/1/1/4067442?login=false (дата обращения: 30.06.2024).

- стимулирование роста продаж продукции сложных категорий. Например, представляется довольно затруднительным продвигать услуги фармацевтических и медицинских брендов. В таком случае лидер мнения, специализирующийся в данной сфере, может донести информацию до аудитории в доступной форме, используя свое экспертное мнение;
- уникальная подача информации. Каждому лидеру мнения свойственен свой стиль коммуникации с аудиторией, который является отличительным для его блога;
- доверительные отношения с подписчиками. Как правило, инфлюэнсер на постоянной основе взаимодействует с аудиторией, что позволяет выстроить дружественную связь между автором и читателями или слушателями;
- возможность отслеживать результаты и измерять рентабельность инвестиций (ROI). Бренды могут использовать различные показатели, такие как количество просмотров, комментариев, лайков, кликов и даже конверсий, чтобы оценить эффективность своих политик и принять обоснованные решения для дальнейшего улучшения [9].

Инфлюэнсеры способны достигать разнообразных целей для своих партнеров, например бизнес-целей, а именно увеличивать уровень продаж. То же относится и к маркетинговым целям, которые могут заключаться в привлечении новых клиентов, изменении стереотипного использования товара у потребителей или повышении лояльности к продуктам или услугам. С помощью инфлюэнс-маркетинга можно добиться коммуникационных целей: формирование потребности в продукции, повышение узнаваемости бренда и стимулирование приобретения продукции. Решать комплексные нетипичные задачи компании, например, помогать людям справляться с конкретными проблемами через транслирование глубоких смыслов и посланий бренда. Благодаря техническим особенностям инфлюэнс-маркетинга лидеры мнений способны достигать медиа- и performance-целей, которые выражаются в формате определенных показателей и метрик, таких как охват, частота показов рекламного сообщения и переходы (клики) на сайт компании или страницу промоакции, вклад канала в продажи напрямую, мониторинг комментариев.

Динамичные социально-экономические изменения привели к большим переменам в деятельности организаций и поведении целевой общественности. Привычки и потребности современных потребителей существенно отличаются от предыдущих периодов, внешняя среда и технологии существенно изменились. Потребители и компании быстро осваивают цифровые технологии, и это создает новые возможности, порождая неизбежно новые вызовы [10].

---

[9] *Воробьев О.* Инфлюенс-маркетинг: плюсы и минусы. URL: https://6weeks.marketing/influencer-marketing-pros-and-cons/#Преимущества_маркетинга_влияния (дата обращения: 18.01.24).

[10] *Долженко И. Б.* Цифровые технологии, искусственный интеллект и поведение потребителей // Modern Science. 2021. № 10-2. С. 60–66.

Развитие лидеров мнения — активный процесс, который не стоит на месте, подстраивается под новые реалии, в нашем случае интернет и социальные сети, и адаптируется специалистами для достижения различных целей. Понимание значимости влияния инфлюэнсеров на формирование общественного мнения является необходимым для выстраивания эффективных, доверительных коммуникаций бренда с целевой аудиторией и продвижения его на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Будожапов В. З., Данилова С. Р.* Специфика продвижения продуктов с помощью influencer-маркетинга // Стратегии бизнеса. 2019. № 5 (61). URL: https://www.strategybusiness.ru/jour/article/view/534 (дата обращения: 30.06.2024).
2. *Воробьев О.* Инфлюэнс-маркетинг: плюсы и минусы. URL: https://6weeks.marketing/influencer-marketing-pros-and-cons/#Преимущества_маркетинга_влияния (дата обращения: 18.01.24).
3. *Долженко И. Б.* Цифровые технологии, искусственный интеллект и поведение потребителей // Modern Science. 2021. № 10-2. С. 60–66.
4. *Моисеева А. А.* Как влияют блогеры на потребителей и почему это происходит // Молодой ученый. 2019. № 48 (286). С. 429–431. URL: https://moluch.ru/archive/286/64535/ (дата обращения: 30.06.2024).
5. How to use social media to build thought leadership. URL: https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/01/11/how-to-use-social-media-to-build-thought-leadership/ (дата обращения: 30.06.2024).
6. *Hoch J. E., Kozlowski S. W. J.* Leading virtual teams: Hierarchical leadership, structural supports, and shared team leadership // Journal of Applied Psychology. 2014. № 99 (3). P. 390–403. URL: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23205494/ (дата обращения: 30.06.2024).
7. *Merwe R. & Heerden G.* Finding and utilizing opinion leaders: Social networks and the power of relationships // South African Journal of Business Management. 2009. № 40 (3). P. 65–76. URL: https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/EJC22374 (дата обращения: 30.06.2024).
8. Why social media is a leadership must // Spencer Smart. May 2014. URL: https://www.spencerstuart.com/research-and-insight/why-social-media-is-a-leadership-must (дата обращения: 30.06.2024).
9. *Zhang L., Zhao J., & Xu K.* Who creates trends in online social media: the crowd or opinion leaders? // Journal of Computer-Mediated Communication. 2016. URL: https://academic.oup.com/jcmc/article/21/1/1/4067442?login=false (дата обращения: 30.06.2024).
10. *Zhang X., & Dong D.* Ways of identifying the opinion leaders in virtual communities // International Journal of Business and Management. 2008. URL: https://ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/1392 (дата обращения: 30.06.2024).

Поступила в редакцию 3 июля 2024 г.

УДК 316.77

П. Р. СТЕПАНОВ,
аспирант кафедры коммуникационных технологий
Института международных отношений и социально-политических наук
Московского государственного лингвистического университета;
Россия, г. Москва.
e-mail: *paw.stepanoff2012@yandex.ru*

ПОНЯТИЕ И ТИПЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ TELEGRAM-КАНАЛОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ РОССИЙСКИМИ СМИ (НА ПРИМЕРЕ TELEGRAM-КАНАЛОВ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА ТАСС)

Аннотация. *В настоящее время одними из наиболее популярных каналов распространения информации для российских СМИ стали telegram-каналы. Газеты, телеканалы и информационные агентства используют и развивают их в связи с популярностью, вызванной удобным форматом и оперативностью донесения информации. Крупные СМИ реализуют проекты дополнительных telegram-каналов, посвященных той или иной тематике. В этой статье определяется понятие дополнительных telegram-каналов и проводится их типовая классификация.*

Ключевые слова: *СМИ, управление социальными сетями, telegram-каналы, информация.*

P. R. STEPANOV,
Postgraduate student of the Department of Communication Technologies
Institute of International Relations and Socio-Political Sciences
Moscow State Linguistic University;
Moscow, Russia.
e-mail: *paw.stepanoff2012@yandex.ru*

THE CONCEPT AND TYPES OF ADDITIONAL TELEGRAM CHANNELS USED BY RUSSIAN MEDIA (USING THE EXAMPLE OF TELEGRAM CHANNELS OF THE TASS NEWS AGENCY SYSTEM)

Abstract. *At present, Telegram channels have become one of the most popular tools of spreading information for the Russian media. Newspapers, TV-channels, and news agencies use and develop them due to their popularity caused by a convenient format and speed of delivering information. Large media are implementing projects of additional Telegram channels dedicated to a particular topic. This article defines the concept of additional Telegram channels and provides their typical classification.*

Keywords: *mass media, social networks management, Telegram channels, information.*

Интернетизация и цифровизация, которыми характеризуется начало XXI века затронули большинство сфер общественной жизни и общественных отношений. Исключением не стала и журналистика: интернет-платформы практически полностью заменили традиционные для XX века средства распространения массовой информации. Особенно явно это можно наблюдать на примере новостной журналистики: меняются не только форматы публикаций, но и способы подачи информации и платформы, которые эту информацию распространяют.

Заметным и в какой-то степени революционным шагом в развитии новостной журналистики стало появление мессенджера Telegram. Формат мессенджера, как отмечают в своих статьях Д. В. Коноплев и Д. Э. Соколова, позволяет мгновенно публиковать любой тип контента и получать фидбэк от аудитории [1]. Telegram постоянно развивается, разработчики добавляют новые функции, которыми пользуются не только рядовые пользователи, но и средства массовой информации.

И. А. Татур и Н. Н. Кознова в своей статье пишут, что Telegram позволил сократить путь материала к читателю до одного шага [2]. Действительно, формат мессенджера предполагает, что пользователь, подписанный на конкретный telegram-канал, получает информацию в виде личного сообщения. В условиях огромного количества информации, производимого различными каналами связи, такой путь предпочтителен для СМИ, поскольку информация попадает напрямую к пользователю, которому не нужно тратить время на ее поиски.

Новостные telegram-каналы можно подразделить на два вида:

1) каналы, использующие Telegram в качестве основного, а зачастую и единственного средства распространения информации;
2) каналы, используемые средствами массовой информации как дополнение к основной платформе распространения новостей.

К первому виду можно отнести новостной telegram-канал Baza, публикующий новости на различную тематику, включая информацию на политическую, спортивную, криминальную тематику, а также расследования журналистов Baza. Еще одним примером СМИ, основной платформой распространения информации которого является Telegram, стоит назвать telegram-канал 112, специализирующийся на новостях о происшествиях. В данной статье будут рассмотрены каналы, которые принадлежат средству массовой информации и изначально не использовались как основная платформа публикации и распространения информации.

Рост популярности Telegram как мессенджера, используемого для общения, пришелся в России на 2021–2022 годы. В этот же период в Telegram

[1] *Коноплев Д. Э.* Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 198–200 ; *Соколова Д. В.* Дистрибуция медиаконтента в Telegram: трансформация стратегий СМИ и особенности площадки // Мировая журналистика: единство многообразия. М., 2018. С. 284–292 ; *Она же.* Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram // Медиаскоп: электрон. науч. журн. 2017. № 4. URL: http://www.mediascope.ru/2380 (дата обращения: 25.04.2024).

[2] *Татур И. А., Кознова Н. Н.* Особенности присутствия СМИ в «Telegram» // E-Scio. 2019. № 11 (38). С. 546–552.

создается множество анонимных каналов, которые публикуют зачастую недостоверную, непроверенную информацию. Приток аудитории в Telegram и потребность пользователей в информации, полученной из верифицированных источников, стали основными катализаторами, повлиявшими на создание российскими СМИ telegram-каналов и смещение фокуса концепции развития своего присутствия в интернете на эту платформу.

По ходу развития своих telegram-каналов СМИ столкнулись с проблемой определения критериев для публикаций в мессенджере. Издания с низким оборотом новостей, безусловно, могут позволить себе делать посты в Telegram почти с каждой заметкой и материалом. Однако число материалов, выпускаемых крупными СМИ, явно превышает возможности: а) сотрудников СМИ, которым необходимо было бы следить за каждой выпущенной новостью и ставить ее в Telegram; б) аудитории, которая не способна воспринимать такие объемы информации, часть из которой прошла бы фоном и осталась незамеченной. Кроме того, большинство крупных СМИ являются тематически многопрофильными: они не фокусируют все свое внимание на конкретной теме, а создают отделы, занимающиеся новостями политики, культуры, экономики, спорта, чрезвычайных происшествий, общественной жизни и проч.

Данная проблема была решена следующим способом: СМИ начали создавать каналы, которые публикуют информацию данного СМИ, посвященную конкретной тематике. Такие telegram-каналы определяются как тематические или дополнительные. К ним относятся все верифицированные telegram-каналы, администраторами которых являются сотрудники данного СМИ, публикующие информацию, которая выходит на основных платформах СМИ и посвящена конкретной тематике. Одним из таких примеров можно назвать канал «РИА Новости Спорт», администраторами которого являются сотрудники агентства «РИА Новости». Материалы, публикуемые в канале, посвящены сугубо спортивной тематике. В то же время в основном канале «РИА Новости» выходят публикации на все темы, которые ведет агентство, включая спорт.

В данной статье рассматриваются тематические telegram-каналы агентства ТАСС, освещаются основные типы таких каналов и на их основе составляется классификация.

Информационное агентство ТАСС является одним из крупнейших не только в России, но и в мире по объему производимой информации. По-прежнему главным каналом публикаций ТАСС являются главные новостные ленты, где информация публикуется для клиентов ТАСС и других новостных агентств. В день число сообщений на лентах может достигать 5 тыс. Безусловно, если бы каждая публикация агентства была представлена в telegram-канале, это вызвало бы затруднения не только у его авторов, но и у пользователей, которые не в состоянии были бы ознакомиться с таким объемом информации. Поэтому основной telegram-канал ТАСС публикует в день в среднем 150–200 сообщений на различные темы, которые могут вызвать интерес у аудитории, составляющей по состоянию на апрель 2024 г.

примерно 411,3 тыс. подписчиков. В то же время агентство ведет несколько каналов, рассчитанных на более узкую аудиторию.

Так, существуют каналы ТАСС/Москва, ТАСС/Урал+, ТАСС/Наука, «Это Кавказ», ТАСС/Главное, ТАСС LIVE и НЬЮМ и ТД. Кроме этого, существуют каналы агентства на английском, французском и испанском языках. Специфика ТАСС/Москва, ТАСС/Урал+ и «Это Кавказ» построена на новостях, интересных для жителей регионов, публикации о которых появляются в указанных каналах. По состоянию на апрель 2024 года аудитория ТАСС/Москва составила 11,9 тыс. подписчиков, ТАСС/Урал+ — 4,5 тыс. подписчиков, «Это Кавказ» — 3,2 тыс. подписчиков. Стоит отметить, что аудитория уральского канала выросла в несколько раз на фоне паводков в регионе — в канале публиковались комментарии и материалы, выходившие на сайте ТАСС, но не всегда публиковавшиеся в основном канале агентства. Аудитория канала ТАСС/Наука составила 2,1 тыс. подписчиков, НЬЮМ и ТД — 3,1 тыс. подписчиков. В telegram-канале ТАСС LIVE состоят 9,3 тыс. подписчиков, в ТАСС/Главное — 5,6 тыс. подписчиков.

Для систематизации данных и классификации направленностей тематических telegram-каналов СМИ рассмотрим характерные особенности указанных каналов ТАСС. В первую очередь речь пойдет о каналах, направленных на аудиторию конкретных регионов. Telegram-каналы ТАСС/Москва, ТАСС/Урал+ и «Это Кавказ» размещают у себя информацию, касающуюся различных сфер жизни данных территорий. В них представлены новости социальной сферы, материалы, затрагивающие деятельность властей регионов, новости спорта и культуры. В отличие от основного канала ТАСС, где публикуются только новости, имеющие в себе потенциал общественного интереса, региональные каналы ТАСС стараются не только размещать свежую информацию о жизни регионов, но и разнообразить ее посредством мультимодального контента. Если основной канал агентства содержит преимущественно короткие текстовые сообщения без визуального сопровождения, то региональные каналы гораздо чаще прибегают к публикации средней длины материалов, сопровождаемых фото, видео или инфографикой. При сохранении формального стиля и нейтрального регистра публикаций в региональных telegram-каналах публикуются материалы, интересные для широкого круга читателей. Так, например, в канале ТАСС/Москва постоянно публикуются данные о погоде в столице. Другим примером может стать освещение в том же канале жизни детеныша панды из Московского зоопарка. Среднее число публикаций в день в региональных telegram-каналах составляет 40–50 сообщений.

Обратимся к тематическим telegram-каналам агентства, в частности ТАСС/Наука и НЬЮМ и ТД. Особенностью канала ТАСС/Наука является специализация на публикации новостей о достижениях, открытиях и прогрессе в естественных и точных науках в России и мире, а также интервью с учеными, руководителями исследовательских лабораторий или институтов. Суммируя сказанное, можно назвать ТАСС/Науку научно-популярным каналом, популяризирующим науку среди нецелевой аудитории.

Telegram-канал НЬЮМ и ТД позиционируется как общеобразовательный и направлен на детскую аудиторию. В нем можно найти элементы «серьезных» материалов ТАСС, например, интервью со известными певцами, спортсменами, политическими деятелями и т. д. В то же время канал публикует развивающий материал на различные темы (включая, например, географию, кулинарию или естествознание). Наконец, главным отличием от всех остальных telegram-каналов, связанных с ТАСС, является публикация развлекательного контента, в частности мемов, которые рассчитаны на школьную аудиторию. Публикации в НЬЮМ и ТД, как и в ТАСС/Наука, появляются не так часто и в среднем составляют от 10 до 30 в день.

Telegram-каналы ТАСС/Главное и ТАСС LIVE можно отнести к альтернативным основному каналу агентства. ТАСС/Главное представляет «сбойку» главных новостей дня или отрезка дня в формате дайджеста. ТАСС LIVE публикует видеоматериалы в подавляющем большинстве на политическую (брифинги, встречи политических деятелей) или военную тематику (брифинги представителей Минобороны, видео из зон боевых действий). Количество постов в день в данных каналах не превышает 10.

Наконец, telegram-каналы ТАСС на английском, французском и испанском языках содержат новостные публикации о России и странах языка каналов. Стоит отметить, что число публикаций в данных каналах может достигать 40–50 в день.

На основе рассмотренных примеров выделим следующие типы дополнительных telegram-каналов, которые может использовать крупное СМИ.

1. Основной telegram-канал — платформа, где публикуются все основные и самые главные новости.
2. Дополняющие telegram-каналы — каналы, не имеющие специфики на конкретной теме, а публикующие информацию в различных форматах, как, например, исключительно формат дайджестов или видео.
3. Региональные.
4. Тематические.
5. Каналы для иностранных подписчиков.

В заключение подчеркнем основные преимущества и недостатки ведения дополнительных telegram-каналов средством массовой информации. К преимуществам относятся следующие.

1. Возможность централизации аудитории. На данные каналы будут подписываться люди, кому действительно интересна вся публикуемая там информация и кто будет отслеживать большую часть постов.
2. Возможность опробовать новые форматы и способы подачи информации.
3. Новости, которые по тем или иным причинам не проходят в основной telegram-канал, могут быть опубликованы в дополнительных.

В то же время ведение нескольких telegram-каналов приводит к появлению определенных трудностей.

1. Значительное снижение аудитории по сравнению с основным каналом.
2. Необходимость задействования дополнительных ресурсов для ведения каналов и отслеживания выходящих публикаций.
3. Необходимость в продвижении каналов.
4. Сравнительно небольшие показатели просмотров и цитируемости.

Краткий обзор нескольких видов тематических telegram-каналов, используемых СМИ для распространения своих материалов, позволяет отнести их к основным или дополнительным каналам средств массовой информации. Дополнительными называются каналы, которые публикуют материалы СМИ, посвященные определенной тематике и нацеленные на специализированную аудиторию. Подобные каналы можно классифицировать по следующим типам: дополняющие, тематические, региональные и каналы для иностранной аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Коноплев Д. Э.* Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 198–200.
2. *Максименко В. В.* Использование мессенджера Telegram в качестве медиа-платформы для распространения информации СМИ и блогерами // Принтмедиа: традиции, инновации, перспективы. М., 2019. С. 187–198.
3. *Соколова Д. В.* Дистрибуция медиаконтента в Telegram: трансформация стратегий СМИ и особенности площадки // Мировая журналистика: единство многообразия. М., 2018. С. 284–292.
4. *Соколова Д. В.* Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram // Медиаскоп: электрон. науч. журн. 2017. № 4. URL: http://www.mediascope.ru/2380 (дата обращения: 25.04.2024).
5. *Татур И. А., Кознова Н. Н.* Особенности присутствия СМИ в «Telegram» // E-Scio. 2019. №11 (38). С. 546–552.

Поступила в редакцию 1 августа 2024 г.

УДК 316.77:339.924; 04.51.54
ББК 76.0

А. Б. МАЛЬСАГОВА,
кандидат филологических наук,
Межгосударственная телерадиокомпания «Мир»;
Россия, г. Москва.
e-mail: *a.malsag@yandex.ru*

ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В МАТЕРИАЛАХ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Аннотация. *Информационное сопровождение интеграционных процессов в международных отношениях оказывает значительное влияние на их динамику, обеспечивает их положительное восприятие населением стран — членов евразийской интеграции, является одним из инструментов мягкой силы и формирования имиджа региональных межгосударственных объединений. В статье на материале ведущих российских интернет-СМИ посредством частотного и содержательного анализа новостного контента определяется, какие ключевые темы, посвященные евразийской интеграции, и в каком объеме наполняют медийное пространство. Результаты исследования подтверждают рост числа материалов, посвященных различным аспектам деятельности ЕАЭС, что объясняется сменой вектора внешней политики России в последние годы, актуализацией интереса общества к геополитической тематике, перестройкой торгово-экономических связей бизнеса в условиях санкций, а также усилением влияния правового регулирования ЕАЭС на социально-экономические отношения в стране. Обращает на себя внимание недостаток материалов, посвященных различным аспектам социально-культурного взаимодействия, реализации совместных молодежных, образовательных, научно-исследовательских и гуманитарных проектов.*

Ключевые слова: *СМИ, информационное сопровождение, ЕАЭС, информационная политика ЕАЭС, евразийская интеграция.*

A. B. MALSAGOVA,
Candidate of Philology,
Interstate television and radio company «Mir»;
Moscow, Russia.
e-mail: *a.malsag@yandex.ru*

EURASIAN INTEGRATION IN MATERIALS OF RUSSIAN INTERNET MEDIA

Abstract. *Information support of integration processes in international relations has a significant impact on their dynamics, ensures their positive perception by*

the population of member countries, and is one of the tools of soft power and the formation of the image of regional interstate associations. In the article, based on the material of leading Russian Internet media, through frequency and content analysis of news content, it is determined which key topics dedicated to Eurasian integration fill the media space and to what extent. The results of the study confirm the growth in the number of materials devoted to various aspects of the EAEU activities. This is explained by a change in the vector of Russian foreign policy in recent years, the actualization of public interest in geopolitical topics, the restructuring of trade and economic relations between businesses in the context of sanctions, as well as the increasing influence of the legal regulation of the EAEU on socio-economic relations in the country. Noteworthy is the lack of materials devoted to various aspects of socio-cultural interaction and the implementation of joint youth, educational, research and humanitarian projects.

Keywords: *media, information support, EAEU, information policy of the EAEU, Eurasian integration.*

Объединение государств в союзы, формируемые с различными, как правило, экономическими целями, является широко используемым в международной практике механизмом развития сотрудничества, торговых отношений, образовательного, культурного и иного взаимодействия, часто в пределах единой территориальной зоны. Примерами таких союзов являются Европейский союз, Совет сотрудничества стран Персидского залива, Центральноамериканский общий рынок и т. п. Экономические союзы способствуют не только активизации взаимной торговли и экономического роста государств, являющихся их членами, устранению между ними торговых барьеров, но и продвижению их совместных интересов на международном рынке товаров и услуг и часто перерастают в интеграционные образования, спектр взаимодействия которых гораздо шире чисто экономических направлений. По мере развития таких объединений спектр решаемых ими задач может расширяться за счет углубления дипломатических и социокультурных связей.

Евразийская интеграция как экономический и политический проект нуждается в стабильном, профессиональном информационном сопровождении. Согласимся с О. Ю. Вихровой в том, что сегодня в ЕАЭС меры по разработке и реализации единой медиаполитики формально не закреплены и реализуются фрагментарно [1]. Информационное взаимодействие, регулируемое ст. 23 Договора о Евразийском экономическом союзе, подразумевает в большей степени технические аспекты организации единой информационной базы данных, межведомственного и межгосударственного обмена информацией с участием государственных органов и структур стран-членов, а также обеспечение информационной безопасности и развитие цифровой инфраструктуры, то есть игнорируют возможности медиасотрудничества [2].

[1] *Вихрова О. Ю.* СМИ как проводник интеграционных процессов в ЕАЭС // Международная жизнь. 2020. 21 февраля. URL: https://interaffairs.ru/news/show/25459.

[2] Договор о Евразийском экономическом союзе подписан в г. Астане 29.05.2014 (ред. от 25.05.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.06.2024).

Поэтому национальные средства массовой информации являются ключевыми компонентами в механизме формирования имиджа интеграционного объединения в рамках как внешнего, так и внутреннего информационных пространств и способны как обеспечить массовую поддержку интеграционных процессов внутри государств-участников, так и, наоборот, спровоцировать социальное неприятие таких процессов и даже сопротивление им [3].

По данным социологических опросов, 76 % россиян знают о Евразийском экономическом союзе и относятся к его развитию положительно. 39 % респондентов хотели бы видеть в этом интеграционном объединении совершенно новый союз с собственной формой и принципами функционирования, 28 % опрошенных склонны усматривать в нем попытку воссоздания СССР в условиях суверенитета государств-членов. 9 % россиян считают, что Евразийский экономический союз должен развиваться по примеру Евросоюза и только 6 % скептически относятся к объединению, считая его ненужным для страны. Каждый второй россиянин считает главной целью ЕАЭС развитие торгово-экономического взаимодействия между государствами-членами, каждый третий — защиту их границ и укрепление обороноспособности, каждый четвертый — совместное противостояние развитым западным странам [4]. Несмотря на то что данное исследование проводилось в 2019 г., когда направления международного сотрудничества, геополитическая ситуация и приоритеты внешней политики России значительно отличались от реалий сегодняшнего дня, его результаты позволяют сделать вывод о положительном отношении российского общества к интеграционным процессам в рамках ЕАЭС, и заслуги отечественных СМИ здесь трудно переоценить.

Роль СМИ в информационном обеспечении процессов интеграции, в том числе в рамках ЕАЭС, активно изучается Е. Л. Вартановой [5], С. В. Венедиктовым [6], О. Ю. Вихровой [7], Д. А. Гальциной [8], А. В. Паламарчук, М. В. Рыбаковой [9], М. А. Савельевой [10] и др. Отдельным направлением современных исследований, представленных в работах С. Х. Барлыбаевой [11],

---

[3] *Trenz H.-J.* Understanding media impact on european integration: enhancing or restricting the scope of legitimacy of the EU? // Journal of European Integration. 2008. № 30 (2). P. 291–309.

[4] Евразийская интеграция: форма, цели и последствия. ВЦИОМ. Новости. 25.01.2019. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/evrazijskaya-integracziya-forma-czeli-i-posledstviya.

[5] Медиасистемы стран БРИКС: исторический генезис, особенности функционирования / под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Аспект Пресс, 2018.

[6] *Венедиктов С. В.* Образ евразийской интеграции в медиасфере // Обозреватель — Observer. 2018. № 3. С. 72–85.

[7] *Вихрова О. Ю.* Информационное сопровождение евразийской интеграции: освещение российскими СМИ // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2020. № 6. С. 136–159 ; *Она же*. Образ ЕАЭС в ведущих новостных СМИ США // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 3. С. 437–449.

[8] *Гальцина Д. А.* Информационная политика стран Таможенного союза: автореф. дис. ... канд. пед. наук. СПб., 2017.

[9] *Рыбакова М. В., Паламарчук А. В.* Евразийская интеграция: контент-анализ электронных ресурсов // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6. № 2. С. 132–144.

[10] *Савельева М. А.* Россия и страны евразийского экономического союза: политико-психологический анализ взаимного восприятия: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2022.

[11] *Барлыбаева С. Х.* Идеи евразийства в историческом и медийном контексте традиционных СМИ / С. Х. Барлыбаева, А. Агыбаева, С. Жаркебаева / Вестник КазНУ. 2022. Т. 64. № 2. С. 68–77.

С. В. Венедиктова, Д. В. Акаева [12], является участие медиа в формировании евразийской идентичности. Необходимость формирования единой информационной политики и единого информационного пространства государств-членов ЕАЭС обосновывается в исследованиях И. М. Левкина [13], К. В. Якушенко [14] и др. Активное внимание ученых к вопросам теории и методологии деятельности СМИ в рамках интеграционных процессов сопровождается дефицитом эмпирических исследований, характеризующих особенности освещения ведущими национальными СМИ евразийской интеграции.

Настоящее исследование посвящено оценке усилий ведущих российских интернет-СМИ по закреплению евразийской повестки в медиапространстве, обеспечению информационной поддержки интеграции в рамках ЕАЭС и формированию положительного общественного восприятия интеграционных процессов в российском обществе на основании анализа количественных и качественных характеристик новостных материалов указанных СМИ. Таким образом, цель настоящего исследования — оценка активности российских СМИ в освещении процессов евразийской интеграции и определение тематических доминант в их новостных материалах. Для достижения поставленной цели определены следующие задачи.

- Определить на основе частотного и тематического анализа новостного контента ведущих интернет-СМИ (из списка Топ-10 по состоянию на май 2024 г. [15]), какие аспекты деятельности ЕАЭС и в каком объеме предлагаются отечественной аудитории.
- Оценить значение русскоязычных интернет-СМИ в формировании и закреплении евразийской повестки в информационном пространстве России.

В качестве эмпирического материала для проведения исследования использовался новостной контент и материалы тематических разделов пяти ведущих интернет-СМИ из Топ-10 интернет-СМИ России по состоянию на май 2024 г., в частности Rbc.ru, Gazeta.ru, Russian.rt.com, Lenta.ru, 360.ru, как наиболее репрезентативных и влияющих на информационную повестку медиаресурсов. Период исследования: 1 января — 30 апреля 2024 г. По результатам анализа выявлялась частота упоминаний ЕАЭС в материалах анализируемых СМИ [16]. По итогам системного анализа материалов определялись ключевые темы, в рамках которых упоминалась евразийская интеграция.

[12] *Венедиктов С. В., Акаев Д. В.* Интеграционный ресурс информационной идеологии в евразийском пространстве // Вестник Поволжского института управления. 2017. Т. 17. № 4. С. 28–34.

[13] *Левкин И. М.* Формирование единой информационной политики — важное направление развития единого информационного пространства Евразийского экономического союза // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2015. № 2. С. 106–111.

[14] *Якушенко К. В.* Единое информационное пространство Евразийского экономического союза: предпосылки создания и измерение развития // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2019. № 4. С. 42–47.

[15] Топ-10 российских СМИ — май 2024. URL: https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/.

[16] Из выборки исключались материалы, где тема ЕАЭС упоминалась косвенно, например при наличии единичной ссылки на документ ЕАЭС в материале, посвященном корпоративным новостям.

Проанализируем полученные результаты. Показатель частоты упоминаний ЕАЭС в материалах рассматриваемых отечественных онлайн-изданий в период с 1 января по 30 апреля 2024 г. варьируется от 71 (Russian.rt.com) до 109 (Rbk.ru) (табл.1).

Таблица 1. **Частота упоминаний ЕАЭС в контенте российских интернет-СМИ в январе–апреле 2024 г.**

Период	Lenta.ru		Gazeta.ru		Rbc.ru		Russian.rt.com		360.ru	
	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
Январь	4	4,7	12	8,1	7	6,4	5	7,0	5	4,6
Февраль	21	24,7	41	27,7	31	28,4	23	32,4	18	16,7
Март	33	38,8	46	31,1	35	32,1	13	18,3	22	20,4
Апрель	27	31,8	49	33,1	36	33,1	30	42,3	24	22,2
Итого	85	100,0	148	100,0	109	100,0	71	100,0	69	100,0

Минимальная наполняемость наблюдается в начале года, и, начиная с февраля, ежемесячно незначительно нарастает. Если не брать первый месяц года в расчет, можно отметить, что наполняемость контента интернет-СМИ материалами с упоминанием ЕАЭС является относительно равномерной. Лидер по числу публикуемых материалов — платформа Gazeta.ru, которая посвятила евразийской интеграции 148 материалов. Такую активность можно объяснить более высокими показателями ежедневного размещения новостного контента данным СМИ по сравнению с конкурентами, а также наличием информационных поводов, связанных с различными аспектами деятельности и перспективами расширения ЕАЭС, среди которых доминирует политический аспект, интересующий широкую аудиторию потребителей. Вторую позицию по числу публикаций о евразийской интеграции занимает Rbc.ru, что можно объяснить переориентацией российского бизнеса в последние годы на экономическое сотрудничество с дружественными странами, в том числе с государствами — членами и партнерами ЕАЭС. Показательна относительно низкая активность Russian.rt.com в создании материалов о евразийской интеграции как основном векторе российской внешней политики несмотря на то, что миссия СМИ включает в себя формирование позитивного имиджа России в международном информационном пространстве [17]. Представляется, что с учетом ориентации канала на зарубежную аудиторию редакции следует уделять большее внимание новостям и сюжетам, связанным с деятельностью ЕАЭС.

В ряде материалов Lenta.ru, Gazeta.ru и Rbc.ru ЕАЭС не определяют основную тематику и упоминается косвенно в контексте, например, развития отраслевого бизнеса, изменения законодательного регулирования сертификации определенного товара, в освещении политических событий, непосредственно не связанных с деятельностью ЕАЭС, и т. п.

[17] *Толоконникова А. В., Будакова Д. О.* Роль телеканала RT в формировании международного имиджа России // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2019. № 5. С. 89–118.

Материалы политического характера доминировали в новостном контенте трех из пяти рассматриваемых российских интернет-СМИ, в частности Gazeta.ru (46,6 % всех публикаций о ЕАЭ), Russian.rt.com (63,4 %) и 360.ru (55,1 %) (табл. 2).

Таблица 2. **Тематическая структура новостного контента российских интернет-СМИ, посвященного ЕАЭС, в январе–апреле 2024 г.**

Тематический раздел	Lenta.ru		Gazeta.ru		Rbk.ru		Russian.rt.com		360.ru	
	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
Политика	33	38,8	69	46,6	19	17,4	45	63,4	38	55,1
Экономика	46	54,1	64	43,2	62	56,9	17	23,9	27	39,1
Общество, культура, спорт, туризм	6	7,1	15	10,2	28	25,7	9	12,7	4	5,8

Так как рассматриваемые интернет-СМИ являются новостными, то частота материалов, связанных с евразийской интеграцией, предопределяется наличием информационных поводов. Основными темами, в связи с которыми упоминался ЕАЭС, стали перспективы участия в объединении Армении и Молдовы. Заинтересованность Армении в сохранении членства в ЕАЭС демонстрировали как с российской, так и с армянской стороны на фоне дискуссии о выходе республики из ОДКБ. Активность СМИ в публикации материалов о политических процессах в Республике Молдова была связана с визитом в Москву главы Гагаузской автономии Е. Гуцул и других молдавских политиков и общественников, поддерживающих вступление страны в ЕАЭС.

Разные ресурсы формировали в информационном пространстве и разные акценты. Если Gazeta.ru посвятила перспективам участия Молдовы в ЕАЭС 36 % всех опубликованных в исследуемый период материалов политического характера, связанных с евразийской интеграцией, то Russian.rt.com — более половины (58 %). Наблюдаемую неравномерность можно объяснить ориентацией данных СМИ на разные целевые аудитории — внутреннюю и внешнюю соответственно. В связи с повышенным запросом аудитории на материалы, посвященные участию в евразийской интеграции государств — бывших союзных республик, Lenta.ru не включает их в состав политических новостей и относит к разделу «Бывший СССР».

В числе прочих тематических направлений, представленных в политических материалах интернет-СМИ в исследуемый период: обсуждение перспектив расширения ЕАЭС, организация юбилейного саммита ЕАЭ в мае 2024 г., вопросы обеспечения безопасности и комментарии политиков относительно различных аспектов деятельности ЕАЭС. Экономические материалы, посвященные евразийской интеграции, доминируют в новостном контенте Lenta.ru (54,1 % всех публикаций о ЕАЭС) и Rbc.ru (56,9 %). В числе информационных поводов, с которыми были связаны новостные материалы экономического блока, следует отметить изменение порядка рас-

чета утилизационного сбора на автомобили, растаможенные в странах ЕАЭС по сниженной стоимости, запрет на применение в государствах ЕАЭС ряда пищевых добавок, новеллы таможенного законодательства и регулирования сертификации отельных видов продукции и товаров, достижения в сфере торговли, применения национальных валют государств Союза во взаимных расчетах и т. п. На платформе Rbc.ru в особое тематическое направление в рамках экономического блока можно выделить освещение особенностей корпоративного, таможенного и предпринимательского права, ведения бизнеса и корпоративных споров в странах — участницах ЕАЭС. Следует отметить, что данное СМИ размещает материалы о евразийской интеграции не только в блоках «Экономика», «Политика» и «Общество», но и в тематических разделах сайта «Финансы», «Бизнес», «Мнение», в региональных новостных лентах и гиде по отраслям российской экономики «РБК Pro». В региональных новостях ЕАЭС в исследуемый период упоминается в лентах для Татарстана, Новосибирска, Башкортостана, Мурманска и Калининграда.

В категорию «Общество» при группировке материалов включались сообщения, связанные с развитием образования, спорта, туризма, трудовой миграции, культуры государств, активно участвующих в евразийской интеграции. В структуре публикаций данное тематическое направление занимает минимальную долю во всех рассматриваемых СМИ, за исключением Rbc.ru. В отличие от ранее рассмотренных тем здесь не наблюдается общности информационных поводов, положенных в основу новостных материалов. Так, Rbc.ru публикует материалы об интеграционных проектах в сфере образования, здравоохранения, трансформациях на рынке труда. Russian.rt.com освещает успехи в сфере образовательного и культурного сотрудничества, совместные общественные проекты и гражданские инициативы, мероприятия для молодежи. Lenta.ru и Rbc.ru публикуют материалы о сотрудничестве в области обеспечения внутренней безопасности стран – участниц ЕАЭС и трансграничных преступлениях.

Сравнивая полученные результаты с результатами исследования О. Ю. Вихровой [18], проведенного в 2019 г., можно сделать вывод о том, что активность ведущих российских интернет-СМИ в освещении процессов евразийской интеграции значительно увеличилась: если в октябре–декабре 2019 г. ежемесячно публиковалось от 4 до 33 материалов, то в январе–апреле 2024 г. — от 4 до 49 материалов (см. табл. 1). Тематические направления сегодня связаны не только со встречами политических лидеров, их высказываниями и назначениями, перспективами развития ЕАЭС и изменениями в законодательном регулировании, но и с целым спектром экономических, политических и в меньшей степени социальных инфоповодов, затрагивающих реальные проблемы и потребности населения и представителей корпоративных и общественных структур. Обострение геополитической ситуации вызвало закономерное повышение интереса к вопросам политической интеграции, а смена ориентиров в международной торговле привела к рас-

[18] *Вихрова О. Ю.* Информационное сопровождение евразийской интеграции: освещение российскими СМИ.

пространению материалов, посвященных экономической интеграции, не только в специализирующихся на потребностях бизнес-аудитории, но и в ориентированных на широкую аудиторию интернет-СМИ. Если в 2019 г. интеграционные процессы на евразийском пространстве освещались в российских СМИ фрагментарно и часто носили характер формальных сводок [19], в 2024 г. они интересуют все большую аудиторию, оказывая влияние на повседневную жизнь населения России.

Очевидный дефицит материалов социальной тематики, в том числе посвященных достижениям в области научного, культурного, образовательного, спортивного и иных направлений сотрудничества, возможностей для развития общественных инициатив, предоставляемых евразийской интеграцией, является недостатком освещения деятельности ЕАЭС в российском информационном пространстве и не позволяет в полной мере использовать инструменты мягкой силы применительно к зарубежной аудитории отечественных интернет-СМИ. Показательно, что максимальную долю (25,7 %) в общей структуре публикации социального характера занимают в контенте Rbc.ru интернет-СМИ изначально ориентированные на информационные потребности бизнес-сообщества, в то время как прогосударственный канал Russian.rt.com посвящает данному направлению интеграции только 12,7 % материалов (см. табл. 2).

Таким образом, даже в условиях отсутствия координации медиаполитики стран ЕАЭС и жестких директив сверху российские интернет-СМИ уделяют различным аспектам евразийской интеграции значительное внимание. Положительным следует признать ориентацию СМИ на информационные потребности аудитории и ее целевых сегментов, а также преимущественно позитивный тон публикаций. Информационные поводы за редким исключением не связаны с политическими событиями ЕАЭС, а посвящены насущным для населения, бизнеса и общественного сектора вопросам торговли, правового регулирования, внешнеполитической повестки. В качестве направлений для оптимизации работы российских интернет-СМИ при освещении евразийской интеграции можно определить повышение числа публикаций, посвященных различным аспектам социально-культурного взаимодействия стран — членов ЕАЭС, возможностям участия в совместных молодежных, образовательных, социальных проектах и программах.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Барлыбаева С. Х.* Идеи евразийства в историческом и медийном контексте традиционных СМИ / С. Х. Барлыбаева, А. Агыбаева, С. Жаркебаева // Вестник КазНУ. 2022. Т. 64. № 2. С. 68–77.
2. *Венедиктов С. В.* Образ евразийской интеграции в медиасфере // Обозреватель — Observer. 2018. № 3. С. 72–85.
3. *Венедиктов С. В., Акаев Д. В.* Интеграционный ресурс информационной идеологии в евразийском пространстве // Вестник Поволжского института управления. 2017. Т. 17. № 4. С. 28–34.

[19] *Вихрова О. Ю.* Указ. соч.

4. *Вихрова О. Ю.* Информационное сопровождение евразийской интеграции: освещение российскими СМИ // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2020. № 6. С. 136–159.
5. *Вихрова О. Ю.* Образ ЕАЭС в ведущих новостных СМИ США // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 3. С. 437–449.
6. *Вихрова О. Ю.* СМИ как проводник интеграционных процессов в ЕАЭС // Международная жизнь. 2020. 21 февраля. URL: https://interaffairs.ru/news/show/25459.
7. *Гальцина Д. А.* Информационная политика стран Таможенного союза: автореф. дис. ... канд. пед. наук. СПб., 2017.
8. Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 25.05.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.06.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/.
9. Евразийская интеграция: форма, цели и последствия. // ВЦИОМ. Новости. 25.01.2019. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/evrazijskaya-integracziya-forma-czeli-i-posledstviya.
10. *Левкин И. М.* Формирование единой информационной политики — важное направление развития единого информационного пространства Евразийского экономического союза // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2015. № 2. С. 106–111.
11. Медиасистемы стран БРИКС: исторический генезис, особенности функционирования / под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Аспект Пресс, 2018.
12. *Рыбакова М. В., Паламарчук А. В.* Евразийская интеграция: контент-анализ электронных ресурсов // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6. № 2. С. 132–144.
13. *Савельева М. А.* Россия и страны евразийского экономического союза: политико-психологический анализ взаимного восприятия: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2022.
14. *Толоконникова А. В., Будакова Д. О.* Роль телеканала RT в формировании международного имиджа России // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2019. № 5. С. 89–118.
15. Топ-10 российских СМИ — май 2024. URL: https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/.
16. *Якушенко К. В.* Единое информационное пространство Евразийского экономического союза: предпосылки создания и измерение развития // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2019. № 4. С. 42–47.
17. *Trenz H.-J.* Understanding media impact on european integration: enhancing or restricting the scope of legitimacy of the EU? // Journal of European Integration. 2008. № 30 (2). P. 291–309.

Поступила в редакцию 4 июля 2024 г.

УДК 04.51.54

Н. В. ТИНГАЕВА,
руководитель проектов Фонда поддержки развития регионов
«Региональная платформа»,
аспирантка кафедры печати и новых медиа
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»;
Россия, г. Москва.
e-mail: *79039614622@ya.ru*

ОБРАЗ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА В НАЦИОНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЯХ СТРАН — ЧЛЕНОВ ЕАЭС

Аннотация. *Статья посвящена анализу национальных изданий в условиях интеграции ЕАЭС. В работе анализируется более 1 300 публикаций в четырех ведущих общественно-политических русскоязычных изданиях: «Новое время» (Армения), «Беларусь сегодня» (Беларусь), «Караван» (Казахстан), «Вечерний Бишкек» (Кыргызстан) с 2016 по 2024 г., отобранных методом случайной выборки. Изучаются наиболее часто упоминаемые источники СМИ в странах ЕАЭС, оценивается их влияние на аудиторию и перспективы развития в рамках евразийского блока. Полученный результат показал, что СМИ достаточно регулярно освещают интеграционные процессы, происходящие в ЕАЭС, однако не наблюдается четкой системности в их подаче, как следствие, образ ЕАЭС в СМИ складывается стихийно.*

Ключевые слова: *средства массовой информации, национальные издания, Евразийский экономический союз (ЕАЭС), интеграция.*

N. V. TINGAEVA,
Postgraduate student of the Department of Print and New Media
«Academy of Media Industry»;
Project Manager of the Regional Development Support Fund
«Regional platform»;
Moscow, Russia.
e-mail: *79039614622@ya.ru*

THE IMAGE OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION IN THE NATIONAL PUBLICATIONS OF THE EAEU MEMBER STATES

Abstract. *The article is devoted to the analysis of national publications in the context of the integration of the EAEU. The paper analyzes more than 1,300 publications in four leading socio-political Russian-language publications «Novoye Vremya» (Armenia), «Belarus Today» (Belarus), «Karavan» (Kazakhstan), «Evening Bishkek» (Kyrgyzstan) from 2016 to 2024, selected by random sampling. The most frequently used media sources in the EAEU countries are studied, their impact on the audience and development prospects within*

the Eurasian bloc are assessed. The result showed that the media regularly cover the integration processes taking place in the EAEU, but there is no clear consistency in their presentation, as a result, the image of the EAEU in the media develops spontaneously.

Keywords: *mass media, national publications, The Eurasian Economic Union (EAEU, information space, integration.*

ВВЕДЕНИЕ

Почти за 10 лет своего существования Евразийский экономический союз, созданный в 2015 г., прошел сложный путь своего развития. Знаковые события, в той или иной степени связанные с его становлением, находили свое отражение в информационном пространстве стран — участниц этого союза.

Национальные средства массовой информации оказались наиболее эффективным инструментом, которые поставили на повестку дня укрепление внутренней стабильности союза и одновременно его положения на мировой арене. Не менее значимой для них задачей стало освещение интеграционных процессов, целью которых является формирование единой идентичности для всех участников объединения.

Безусловно, СМИ каждой из стран, входящих в состав ЕАЭС, решали эту задачу с учетом внутренней политики и понимания для нее значимости присутствия в этом союзе, что находило свое отражение в повестке дня национальных СМИ, формируемой ими для продвижения образа «ЕАЭС с человеческим лицом»[1], что оказывало определенное воздействие на восприятие союза гражданами этих стран.

Для того чтобы понимать, каким образом СМИ освещали интеграционные процессы, было проанализировано более 1 300 публикаций в четырех ведущих общественно-политических изданиях «Новое время» (Армения), «Беларусь сегодня» (Беларусь), «Караван» (Казахстан), «Вечерний Бишкек» (Кыргызстан) с 2016 по 2024 г. Отбор публикаций проходил по методу случайной выборки.

Все публикации структурированы по трем основным блокам: политика, экономика и социальные проблемы, культура. Внутри каждой из групп публикации анализировались по двум направлениям: темы сотрудничества (%) и темы, ориентированные на внутренние интересы своей страны (%). По результатам анализа можно утверждать, что темы сотрудничества в меньшей степени освещаются данными СМИ. Причем это в большей степени инициатива граждан этих стран, сохраняющих традиционные связи между недавними республиками единой страны. В большей степени их интересуют собственные проблемы по всем трем группам публикаций: политика экономика и социальные проблемы, культура.

Особое внимание уделялось публикациям, в которых упоминается аббревиатура ЕАЭС и сообщается о деятельности этого объединения.

[1] *Демченко В.* Как медиапространство ЕАЭС медиаиндексом измерили. URL: https://soyuz.by/postsovetskoe-prostranstvo/kak-mediaprostranstvo-eaes-mediaindeksom-izmerili.

Однако они в ограниченном виде отображают новости о ЕАЭС. Также достаточно редко появляется эта аббревиатура на полосах этих газет. Так, например, «Вечерний Бишкек» (Кыргызстан) предлагает такую информацию: «В ЕАЭС намерены активизировать расчеты в нацвалютах»[2]; «В ЕАЭС из-за коронавируса расширили беспошлинную торговлю»[3]; «6 мая вступят в силу документы об общем рынке фармацевтики ЕАЭС»[4]. «Беларусь сегодня» (Беларусь) сообщает, что «Макей и Мезенцев обсудили актуальные вопросы белорусско-российского взаимодействия в рамках союзного строительства»[5]. «Новое время» (Армения) публикует материал «Евразийский союз»[6].

Подобного типа информационные публикации присутствуют главным образом в газетах «Караван» (Казахстан), «Вечерний Бишкек» (Кыргызстан). В основном это информация о встречах Высшего Евразийского экономического совета на уровне глав государств или Евразийского межправительственного совета на уровне глав правительств. Это также информация о кадровых назначениях, форумах и встречах на уровне ЕАЭС, законодательное регулирование.

ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТ

Публикации, посвященные ЕАЭС, отнесены к блоку «Политика», но политическая повестка союза в данных изданиях обсуждается крайне редко. Это при том что на стадии его создания некоторые эксперты считали союз именно политическим имперским проектом. В определенной степени таким подходом была задана тональность публикаций. Официозность в ее подаче характерна для всех четырех изданий, которые отражают общую тенденцию в освещении этой структуры. Типичные публикации такого плана: Сооронбай Жээнбеков и Владимир Путин сегодня встретятся в Оренбурге»[7] («Вечерний Бишкек», Кыргызстан); «Центральная Азия: между инновациями и уятом»[8], «Назначен начальник ДЧС Восточно-Казахстанской области»[9] («Караван», Казахстан).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕМА В ГАЗЕТАХ ЕАЭС

Как показал анализ тематики экономического блока, эта тематика достаточно активно разрабатывается в ведущих общественно-политических

[2] Вечерний Бишкек. 2021. 17 января. URL:https://www.vb.kg/doc/396244_v_eaes_namereny_aktivizirovat_raschety_v_nacvalutah.html.
[3] Вечерний Бишкек. 2020. 4 апреля. URL: https://www.vb.kg/doc/386835_v_eaes_iz_za_koronavirysa_rasshiri li_besposhlinnyu_torgovlu.html.
[4] Вечерний Бишкек. 2017. 30 апреля. URL:https://www.vb.kg/doc/359145_6_maia_vstypiat_v_sily_dokymenty_ob_obshem_rynke_farmacevtiki_eaes.html.
[5] Беларусь сегодня. 2021. 24 сентября. URL: https://www.sb.by/articles/makey-i-mezentsev-obsudili-aktualnye-voprosy-belorussko-rossiyskogo-vzaimodeystviya-v-ramkakh-soyuzn.htm.
[6] Новое время. 2016. 31 марта. URL: https://nv.am/evrazijskij-soyuz.
[7] Вечерний Бишкек. 2019. 20 сентября. URL: https://www.vb.kg/doc/381695_sooronbay_jeenbekov_i_vladimir_pytin_segodnia_vstretiatsia_v_orenbyrge.html.
[8] Караван. 2018. 19 декабря. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/centralnaya-aziya-mezhdu-innovaciyami-i-uyatom-504885.
[9] Караван. 2024. 14 июня. URL: https://www.caravan.kz/news/genplan-kurortnojj-zony-v-aktau-peresmotryat-po-primeru-dubaya-i-baku-1005262.

изданиях «Новое время» (Армения), «Беларусь сегодня» (Беларусь), «Караван» (Казахстан), «Вечерний Бишкек» (Кыргызстан). В них определились приоритетные темы, к которым следует отнести: укрепление связей с внешними партнерами, в том числе создание зон свободной торговли в ЕАЭС; таможенное регулирование торговли, трудового права и функционирования финансовых рынков; торговые барьеры, таможенное администрирование, отраслевые проблемы экспорта-импорта и др.

Каждое из названных изданий разрабатывает эту тематику с учетом своей редакционной политики, учитывающей интересы его страны. Так, «Беларусь сегодня» публикует следующие материалы: «Андрейченко: рост товарооборота с Кыргызстаном в 1,5 раза — достижение, но потенциал у нас совершенно другой»[10]; «Дьяченко: необходимо по максимуму использовать преимущества белорусско-российской экономической интеграции»[11]; «Представители бизнес-сообществ Беларуси и Кыргызстана намерены совершить ряд взаимных визитов в текущем году»[12].

«Вечерний Бишкек» по данной тематике публикует следующие материалы: «Страны ЕАЭС смогут продавать свое вино в РФ на специальных ярмарках»[13]; «Эксперт: Реализации энергопроектов в КР могут помочь Узбекистан и Казахстан»[14]; «Кыргызстан договаривается о поставке интернет-услуг напрямую из России»[15]; «Кыргызстан включится в создание Института космических исследований СНГ»[16]; «Президент РУз принял меры по либерализации внешнеторговой деятельности»[17]; «Кыргызстан готовится к электронной коммерции с другими странами»[18]; «Кыргызстан стал участником транспортных проектов СНГ и ШОС»[19]; «Кыргызстану предложили сделать «ход конем», создав криптовалюту БРИКС»[20] и др.

С 2016 по 2024 г. только в двух из анализируемых газет материалы показывают, что экономическая составляющая в повестке дня СМИ начинает медленно стабилизироваться. В процессы сотрудничества вовлекается бизнес-сообщество, причем разного уровня. В дискурсе этих изданий, которые отражают общую тенденцию, все в большей степени проявляется интерес

[10] Беларусь сегодня. 2021. 20 сентября. URL: https://www.sb.by/articles/andreychenko-belorussko-kyrgyzskie-otnosheniya-osnovyvayutsya-na-prochnom-fundamente-druzhby-i-vzaim.html.
[11] Беларусь сегодня. 2023. 18 января. URL: https://www.sb.by/articles/dyachenko-neobkhodimo-po-maksimumu-ispolzovat-preimushchestva-belorussko-rossiyskoy-ekonomicheskoy-i.html.
[12] Беларусь сегодня. 2023. 13 января. URL: https://www.sb.by/articles/predstaviteli-biznes-soobshchestv-belarusi-i-kyrgyzstana-namereny-sovershit-ryad-vzaimnykh-vizitov-v.html.
[13] Вечерний Бишкек. 2021. 24 декабря. URL: https://www.vb.kg/doc/411384_strany_eaes_smogyt_prodavat_svoe_vino_v_rf_na_specialnyh_iarmarkah.html.
[14] Вечерний Бишкек. 2016. 6 января. URL: https://www.vb.kg/doc/332092_ekspert:_realizacii_energoproektov_v_kr_mogyt_pomoch_yzbekistan_i_kazahstan.html.
[15] Вечерний Бишкек. 2016. 10 ноября. URL: https://www.vb.kg/doc/350161_kyrgyzstan_dogovarivaetsia_o_postavke_internet_yslyg_napriamyu_iz_rossii.html.
[16] Вечерний Бишкек. 2016. 17 апреля. URL: https://www.vb.kg/doc/338334_kyrgyzstan_vkluchitsia_v_sozdanie_instityta_kosmicheskih_issledovaniy_sng.html.
[17] Вечерний Бишкек. 2017. 7 ноября. URL:https://www.vb.kg/doc/369254_prezident_ryz_prinial_mery_po_liberalizacii_vneshnetorgovoy_deiatelnosti.html.
[18] Вечерний Бишкек. 2020. 14 сентября. URL: https://www.vb.kg/doc/391943_kyrgyzstan_gotovitsia_k_elektronnoy_kommercii_s_drygimi_stranami.html.
[19] Вечерний Бишкек. 2020. 14 ноября. URL: https://www.vb.kg/doc/394383_kyrgyzstan_stal_ychastnikom_transportnyh_proektov_sng_i_shos.html.
[20] Вечерний Бишкек. 2024. 4 июня. URL: https://www.vb.kg/doc/437516_kyrgyzstany_predlojili_sdelat_hod_konem_sozdav_kriptovaluty_briks.html.

массовой аудитории к процессам интеграции стран — участников союза. Именно интерес жителей этих стран к экономической тематике Евразийского экономического союза придает этой информации «человеческое лицо». Информация позволяет широкой читательской аудитории увидеть возможности и барьеры на общем рынке, перспективы углубленной интеграции как с Россией, так и между странами.

Но вполне очевидно, что анализируемые издания отражают политику своих государств по вовлеченности в интеграционные процессы ЕАЭС, что проявляется в большей степени в блоке экономической тематики. Этот подход наиболее ярко демонстрирует газета «Караван» (Казахстан). Представленные в выборке публикации 2016–2024 гг. демонстрируют сосредоточенность издания на собственных экономических проблемах и попытках их разрешения. В исторической ретроспективе газета предлагает достаточно широкий диапазон экономических тематик, освещающих внутренние проблемы Казахстана. Так, «Караван» публикует следующие материалы, в которых речь идет о промышленном потенциале страны и его состоянии: «Капитальный рост»[21], «Общественники поставили вопрос о закрытии добычи на месторождении Кашаган»[22], «Кризис в металлургии: в мае часть предприятий может полностью остановиться»[23].

Казахстан — это и сельскохозяйственная страна, поэтому тема сельского хозяйства также присутствует на газетных полосах. К числу этих публикаций относятся следующие: «АО «Аграрная кредитная корпорация»: конечная цель — развитие АПК»[24], «Почему будущего у аулов в Казахстане нет — мнение экономиста»[25], «Вся надежда на природу: рост цен на удобрения, ГСМ может спровоцировать рост цен на продукты питания в будущем году»[26], «„Это издевательство“: металлические юрты в этноаулах потрясли известного ученого»[27].

Тема городов, их строительства и обустройства в том числе представлена в таких публикациях, как: «Цены выше крыши: почему несмотря на кризис рынок недвижимости не обрушился»[28], «Вместо благоустройства города в Талдыкоргане собираются переименовать десятки улиц»[29], «Пока власть в большинстве домов остается в руках председателей КСК, собственники

[21] Караван. 2016. 23 ноября. URL: https: //www.caravan.kz/gazeta/kapitalnyjj-rost-386102.
[22] Караван. 2019. 23 декабря. URL:https://www.caravan.kz/gazeta/obshhestvenniki-postavili-vopros-o-zakrytii-dobychi-na-mestorozhdenii-kashagan-595448.
[23] Караван 2020. 4 мая. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/krizis-v-metallurgii-v-mae-chast-predpriyatijj-mozhet-polnostyu-ostanovitsya-633380.
[24] Караван. 2018. 3 декабря. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/ao-agrarnaya-kreditnaya-korporaciya-konechnaya-cel-razvitie-apk-501440.
[25] Караван. 2021. 28 декабря. URL: https://www.caravan.kz/articles/pochemu-budushhego-u-aulov-v-kazakhstane-net-mnenie-ehkonomista-802840.
[26] Караван. 2021. 29 ноября. URL:https://www.caravan.kz/articles/vsya-nadezhda-na-prirodu-rost-cen-na-udobreniya-gsm-mozhet-sprovocirovat-rost-cen-na-produkty-pitaniya-v-budushhem-godu-794788.
[27] Караван. 2022. 12 сентября. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/ehto-izdevatelstvo-metallicheskie-yurty-v-ehtnoaulakh-potryasli-izvestnogo-uchenogo-869656.
[28] Караван. 2020. 22 сентября. URL:https://www.caravan.kz/articles/ceny-vyshe-kryshi-pochemu-nesmotrya-na-krizis-rynok-nedvizhimosti-ne-obrushilsya-674066.
[29] Караван. 2022. 29 августа. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/vmesto-blagoustrojjstva-goroda-v-taldykorgane-sobirayutsya-pereimenovat-desyatki-ulic-871573.

продолжают платить сверх меры»[30], «В Актау продолжают массово строить дома без документов и разрешений»[31].

Отдельно можно выделить публикации на тему транспорта: «Хотели как лучше, получилось как всегда: в Семее перезапустили работу общественного транспорта»[32], «Министр транспорта РК остался недоволен строительством моста в Павлодаре»[33].

Весьма последовательно газета «Караван» разрабатывает тему ЖКХ в следующих материалах: «Реформа ЖКХ в Казахстане: новые подробности»[34], «Почему притормозила революция ЖКХ в Казахстане»[35], «Кому платить за чужие грехи: и снова о революции в сфере ЖКХ»[36].

Социальный аспект экономических проблем нашел отражения в таких публикациях, как «Социализм не рухнул, или Как мы жили в раю, но не поняли этого»[37], «В Казахстане могут ввести административную ответственность за реализацию немаркированных лекарств и ювелирных украшений»[38], «Казахстанские предприниматели заявили, что будут отказываться от системы оптовых рынков»[39].

Данный анализ издания Казахстана «Караван» показывает, что оно предлагает массовой аудитории такие экономические темы, которые ей не безразличны, так как в этих публикациях речь идет о значимых для жизни каждого человека бытовых проблемах. Темы городов и сельской местности, жилья, транспорта, медицины — это те сферы жизни, которые важны для всего населения страны. Тем самым информационная повестка, которую формирует «Караван», полностью отвечает запросам ее читательской аудитории и рассматривается в интересах граждан страны.

Однако для многих из них газета «Караван» предлагает реальную информацию для создания совместной экономической деятельности в рамках ЕАЭС с учетом тех возможностей, которые предоставляет союз. Именно эти граждане, живущие в Казахстане, равно как и в других странах — участницах союза, придают «человеческое лицо» тем процессам совместной взаимовыгодной экономической деятельности по самому широкому ее спектру.

---

[30] Караван. 2022. 20 июля. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/poka-vlast-v-bolshinstve-domov-ostaetsya-v-rukakh-predsedatelejj-ksk-sobstvenniki-prodolzhayut-platit-sverkh-mery-861237.

[31] Караван. 2022. 31 июля. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/v-aktau-prodolzhayut-massovo-stroit-doma-bez-dokumentov-i-razreshenijj-864752.

[32] Караван. 2019. 17 декабря. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/khoteli-kak-luchshe-poluchilos-kak-vsegda-v-semee-perezapustili-rabotu-obshhestvennogo-transporta-593587.

[33] Караван. 2024. 15 июня. URL: https://www.caravan.kz/news/ministr-transporta-rk-ostalsya-nedovolen-stroitelstvom-mosta-v-pavlodare-1005557.

[34] Караван. 2018. 24 января. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/reforma-zhkkh-v-kazakhstane-novye-podrobnosti-410234.

[35] Караван. 2019. 27 ноября. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/pochemu-pritormozila-revolyuciya-zhkkh-v-kazakhstane-588189.

[36] Караван. 2019. 23 октября. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/komu-platit-za-chuzhie-grekhi-i-snova-o-revolyucii-v-sfere-zhkkh-579054.

[37] Караван. 2017. 27 ноября. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/socializm-ne-rukhnul-ili-kak-my-zhili-v-rayu-no-ne-ponyali-ehtogo-405026.

[38] Караван. 2023. 29 декабря. URL: https://www.caravan.kz/news/v-kazakhstane-mogut-vvesti-administrativnuyu-otvetstvennost-za-realizaciyu-nemarkirovannykh-lekarstv-i-yuvelirnykh-ukrashenijj-976983.

[39] Караван. 2022. 2 августа. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/kazakhstanskie-predprinimateli-zayavili-chto-budut-otkazyvatsya-ot-sistemy-optovykh-rynkov-8651180.

К сожалению, масштабы таких интеграционных процессов на уровне народного экономического сотрудничества достаточны скромны, потому что они не в полной мере отражаются в средствах массовой информации всех стран, входящих в ЕАЭС. Во многом этому мешают уже устоявшиеся стереотипы, такие как отсутствие конкретной тематики ЕАЭС, непосредственно связанной с интеграционными процессами. Сегодня их трудно преодолевать журналистскому сообществу как устоявшиеся в национальных информационных пространствах государств. Тематики ЕАЭС в дискурсе общественно-политических СМИ ими воспринимается как отдельный блок и чаще всего как международная тематика, во многом безразличная массовой аудитории, если не касается их личных проблем.

Результаты анализа газеты «Караван» (Казахстан) аналогичны тем, что получены при исследовании тематик изданий «Новое время» (Армения), «Беларусь сегодня» (Беларусь), «Вечерний Бишкек» (Кыргызстан). Поэтому можно утверждать, что тематические планы, которые формируют эти издания, в своей основе исходят из преимущественно национально значимых интересов в политической, экономической, социальной и культурологической сферах. Но при этом следует видеть в таком подходе не пренебрежение информационным сопровождением евразийской интеграции, а, наоборот, активное включение в дискурс тем ЕАЭС сугубо национальных, прежде всего, экономических тем, связанных с деятельностью каждой из четырех стран.

Следует обратить внимание еще на одну особенность данных изданий, которая выявлена при анализе тематик. Они связывают проблемы информационного поля ЕАЭС с деятельностью западных некоммерческих организаций. Эту точку зрения подтверждает главный редактор аналитического портала «Евразия. Эксперт» В. В. Сутырин, который считает, что «эти организации давно и активно пытаются воздействовать на общественное мнение практически всех стран ЕАЭС, а потому необходимо разработать меры противодействия этому влиянию»[40].

Так как пока такие меры не приняты и программы не разработаны, анализируемые издания действуют исходя из собственных представлений о том, как это делать и надо ли это делать. Открытым для них остается вопрос о своей роли по формированию системы ценностей и взглядов народов этих стран, их объединяющих или разъединяющих. По сути, речь идет о не менее важной для национальных изданий стран ЕАЭС работе по выбору национальной, евразийской или общеевропейской идентичности.

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕМАТИКА

Это особенно видно при анализе третьего блока — культурологической тематики, которая играет немаловажную роль в интеграционных процессах союза и тем самым является базовой для создания представления о его значимости, соответствующей ментальности населения. Но в основном эта

[40] *Демченко В.* Указ. соч.

тематика в анализируемых нами СМИ также сосредоточена на собственных государственных интересах, способствующих национальной идентичности. Достаточно ярко это выражено в газете «Новое время» (Армения).

Изданию трудно определиться, какая идентичность граждан страны является для них доминирующей — общеевропейская, евразийская или национальная. Поэтому на полосах газеты соседствуют такие публикации, как «Задача Армении — сделать уверенный шаг в направлении демократии и европейской модели развития»[41], «Галачян: Происходящее может иметь непредсказуемые последствия для Армении»[42], «Истинная культура не отчуждает, а, напротив, приближает нас к своим собственным национальным непреходящим ценностям»[43].

Однако газета все активнее из года в год делает акцент на национальной идентичности. Это подтверждают такие публикации, как «Чужие грехи и покладистые „дизайнеры“»[44], «Фейковое ограбление Национальной галереи»[45], «Искусственный интеллект во время „чумы“»[46].

Это характерно и для других анализируемых изданий. В газете «Караван» (Казахстан) все больше публикаций, таких как «Четвертый в Казахстане монумент Абаю будет реконструирован»[47], «Обращение к молодым: вышла книга о Батырхане Шукенове»[48].

Журналисты изданий считают, что в формировании духа нации большую роль играют исторические личности, представители творческих профессий: писатели, художники, музыканты, которые формировали и формируют национальную идентичность. Поэтому газеты довольно часто предоставляет им слово на газетной полосе. К числу таких публикаций в издании «Новое время» (Армения) относятся следующие: А. Аслибекян: «Обретение Родины — дорогое удовольствие!»[49], А. Чаушян: «Лучший вид „цензуры“» — возвращение человеку его исконной культуры!»[50], Р. Ишханян: «Издательству „Оракул“ 30 лет и это только начало полета»[51].

При этом газета «Новое время» активно использует прием персонализации как в исторической ретроспективе, так и при знакомстве с ныне здрав-

---

[41] Новое время. 2017. 30 марта. URL:https://nv.am/zadacha-armenii-sdelat-uverennyj-shag-v-napravlenii-demokratii-i-evropejskoj-modeli-razvitiya.

[42] Новое время. Новости дня. 2024. 14 июня. URL: https://nv.am/galachyan-proishodyashhee-mozhet-imet-nepredskazuemye-posledstviya-dlya-armenii.

[43] Новое время. Культура. 2017. 14 декабря. URL: https://nv.am/istinnaya-kultura-ne-otchuzhdaet-a-naprotiv-priblizhaet-nas-k-svoim-sobstvennym-natsionalnym-neprehodyashhim-tsennostyam.

[44] Новое время. Культура. 2018. 29 ноября. URL: https://nv.am/chuzhie-grehi-i-pokladistye-dizajnery.

[45] Новое время. Культура. 2019. 11 апреля. URL: https://nv.am/fejkovoe-ograblenie-natsionalnoj-galerei.

[46] Новое время. Культура. 2020. 2 июля. URL: https://nv.am/iskusstvennyj-intellekt-vo-vremya-chumy-ili-intellektualnoe-iskusstvo-vopreki-pandemii.

[47] Караван. 2019. 1 сентября. URL:https://www.caravan.kz/gazeta/chetvertyjj-v-kazakhstane-monument-abayu-budet-rekonstruirovan-567240.

[48] Караван. 2020. 25 декабря. URL:https://www.caravan.kz/news/obrashhenie-k-molodym-vyshla-kniga-o-batyrkhane-shukenove-702104.

[49] Новое время. Премьеры. 2022. 7 декабря. URL: https://nv.am/anush-aslibekyan-obretenie-rodiny-dorogoe-udovolstvie.

[50] Новое время. Культура. 2022. 16 ноября. URL: https://nv.am/anait-chaushyan-luchshij-vid-czenzury-vozvrashhenie-cheloveku-ego-iskonnoj-kultury.

[51] Новое время. Имена. 2024. 10 апреля. URL: https://nv.am/ruben-ishhanyan-izdatelstvu-orakul-skoro-30-let.

ствующими деятелями культуры. Это такие материалы, как «Бесстрашная Забел»[52], «Вануш Ханамирян — легенда танца»[53], «Цвет и тепло Нами Микоян»[54], «С него и началась „Песня первой любви“»[55], «Объективные пиксели Дениса Григорюка»[56], «Римма Демирчян — страницы памяти»[57], «Лилит Ян — юрист и меццо сопрано»[58], «Дживан Гаспарян: Я столько тренировался играть на дудуке, что надоел соседям»[59], «Оазис Арама Абрамяна»[60].

Судя по публикациям, в странах — участницах ЕАЭС происходят сложные общественно значимые процессы по выработке своей идентичности и пониманию того, какой она должна быть в условиях современного миропорядка. Это находит отражение в таких публикациях газеты «Новое время» (Армения), как «Наша интеллигенция переживает «короткое замыкание...»[61], «Мозаики Арташата, „тендер“ и дилетанты Минкультуры»[62], «Фильм „Спитак“ о боли, не утихающей три десятка 30 лет»[63].

Но к чести журналистов этих изданий следует отметить, что они пытаются сохранить традиционные связи между странами ЕАЭС, которые складывались в течение длительного времени. Газета «Новое время» (Армения) об сложившихся добрососедских отношения рассказывает в публикациях: «Сергей Газаров: „Хочу поднять Театр Армена Джигарханяна на ту высоту, которой он заслуживает“»[64], «В Пушкинском музее представили древнюю Армению»[65].

Подобного рода публикации находят свое место в газете «Караван» (Казахстан). Это следующие тексты: «Александр Розенбаум рассказал о своем детстве в Казахстане»[66]; «Казахстанец стал победителем третьего сезона шоу «Танцы» на ТНТ»[67], «Кинокомпании из Чечни и Казахстана снимут комедию о дружбе двух народов»[68], «Песня казахстанского исполнителя вошла

[52] Новое время. Забытые имена. 2021. 28 декабря. URL: https://nv.am/besstrashnaya-zabel.
[53] Новое время. Культура. 2017. 9 декабря. URL: https://nv.am/vanush-hanamiryan-legenda-tantsa.
[54] Новое время. Культура. 2018. 29 ноября. URL: https://nv.am/tsvet-i-teplo-nami-mikoyan.
[55] Новое время. Культура. 2022. 30 ноября. URL: https://nv.am/s-nego-i-nachalas-pesnya-pervoj-lyubvi-2.
[56] Новое время. Глазами художника. 2024. 27 марта. URL: https://nv.am/obektivnye-pikseli-denisa-grigoryuka.
[57] Новое время. Послесловие. 2021. 24 декабря. URL:https://nv.am/karen-demirchyan.
[58] Новое время. Культура. 2021. 20 декабря. URL:https://nv.am/78870-2.
[59] Новое время. Культура. 2018. 8 ноября. URL: https://nv.am/dzhivan-gasparyan-ya-stolko-trenirovalsya-igrat-na-duduke-chto-nadoel-sosedyam.
[60] Новое время. Вернисаж. 2024. 5 июня. URL: https://nv.am/oazis-arama-abramyana.
[61] Новое время. Послесловие. 2024. 14 февраля. URL: https://nv.am/nasha-intelligenczіya-perezhivaet-korotkoe-zamykanie.
[62] Новое время. Культура. 2019. 18 апреля. URL:https://nv.am/mozaiki-artashata-tender-i-dilettanty-minkultury.
[63] Новое время. Культура. 2018. 5 декабря. URL: https://nv.am/film-spitak-o-boli-ne-utihayushhej-tri-desyatka-30-let.
[64] Новое время. Культура. 2021. 29 декабря. URL: https://nv.am/teatr-armena-dzhigarhanyana-i-teatr-satiry-obedinilis.
[65] Новое время. Самое, Самое... 2023. 1 ноября. URL: https://nv.am/v-pushkinskom-muzee-predstavili-drevnyuyu-armeniyu.
[66] Караван. 2018. 5 декабря. URL: https://www.caravan.kz/news/aleksandr-rozenbaum-rasskazal-o-svoem-detstve-v-kazakhstane-502278.
[67] Караван. 2016. 22 декабря. URL: https://www.caravan.kz/art/kazakhstanec-stal-pobeditelem-tretego-sezona-shou-tancy-na-tnt-387824.
[68] Караван. 2016. 21 декабря. URL:https://www.caravan.kz/art/kinokompanii-iz-chechni-i-kazakhstana-snimut-komediyu-o-druzhbe-dvukh-narodov-387764.

в число самых прослушиваемых в России за 2018 год»[69], «„Щелкунчик“ растопил сердца!»[70], «Казахстанские фильмы покажут в России»[71], «Бекмамбетов выпустит в сеть интерактивный фильм «Игрок»»[72], «Казахстанец принял участие в съемках российского фэнтези»[73], «Балетная группа...»[74].

Публикации об общем историческом, научном, культурном прошлом, которое сохраняется сегодня вопреки современным тенденциям, достаточно часто встречаются в газете «Вечерний Бишкек» (Кыргызстан). Это следующие материалы: «Сохранение памяти о Пржевальском — особая миссия для Кыргызстана!»[75], «Энтузиасты в КР пройдут непройденный маршрут Пржевальского»[76].

Диапазон культурологических тем публикаций, которые дополняют политические, экономические и социальные, широк, достаточны и информационные поводы для журналистов, которые предлагает реальное сотрудничество граждан ЕАЭС на уровне народной дипломатии. Об этом свидетельствуют следующие новостные материалы: «В Москве открылась выставка «Молодые художники стран СНГ»»[77]; «На Иссык-Куле проходит Летняя Школа ГИТИСа»[78], «Писатели Кыргызстана и Санкт-Петербурга издадут совместные сборники»[79], «В Москве кыргызстанцы открыли Музей кочевой цивилизации»[80], «Кинематографисты из СНГ посетят Калининград в поисках съемочных локаций»[81].

Очевидно, что при всей значимости одни лишь информационные материалы не могут способствовать формированию единого информационного пространства стран ЕАЭС. Необходимо публичное осмысление этих процессов в аналитических материалах, которое характерно для таких текстов, как «Через русский язык кыргызы приобщились к мировой культуре и науке»[82],

---

[69] Караван. 2018. 25 декабря. URL: https://www.caravan.kz/news/pesnya-kazakhstanskogo-ispolnitelya-voshla-v-chislo-samykh-proslushivaemykh-v-rossii-za-2018-god-507372.

[70] Караван. 2019. 26 декабря. URL: https://www.caravan.kz/gazeta/shhelkunchik-rastopil-serdca-597096.

[71] Караван. 2019. 10 декабря. URL: https://www.caravan.kz/news/kazakhstanskie-filmy-pokazhut-v-rossii-593141.

[72] Караван. 2020. 29 декабря. URL: https://www.caravan.kz/art/bekmambetov-vypustit-v-set-interaktivnyjj-film-igrok-702772.

[73] Караван. 2021. 24 декабря. URL: https://www.caravan.kz/art/kazakhstanec-prinyal-uchastie-v-semkakh-rossijjskogo-fehntezi-803034.

[74] Караван. 2022. 25 октября. URL: https://www.caravan.kz/news/baletnaya-gruppa-astana-opera-vystupit-v-moskve-887012.

[75] Вечерний Бишкек. 2019. 12 апреля. URL: https://www.vb.kg/doc/377815_sohranenie_pamiati_o_prjevalskom_osobaia_missiia_dlia_kyrgyzstana.html.

[76] Вечерний Бишкек. 2019. 18 июля. URL: https://www.vb.kg/doc/380008_entyziasty_v_kr_proydyt_neproydennyy_marshryt_prjevalskogo.html.

[77] Вечерний Бишкек. 2019. 13 сентября. URL: https://www.vb.kg/doc/381563_v_moskve_otkrylas_vystavka_molodye_hydojniki_stran_sng_foto.html.

[78] Вечерний Бишкек. 2022. 2 июля. URL: https://www.vb.kg/doc/420357_na_issyk_kyle_prohodit_letniaia_shkola_gitisa.html.

[79] Вечерний Бишкек. 2022. 6 ноября. URL: https://www.vb.kg/doc/424226_pisateli_kyrgyzstana_i_sankt_peterbyrga_izdadyt_sovmestnye_sborniki.html.

[80] Вечерний Бишкек. 2023. 20 апреля. URL: https://www.vb.kg/doc/428967_v_moskve_kyrgyzstancy_otkryli_myzey_kochevoy_civilizacii.html.

[81] Вечерний Бишкек. 2023. 29 июня. URL: https://www.vb.kg/doc/430742_kinematografisty_iz_sng_posetiat_kaliningrad_v_poiskah_semochnyh_lokaciy.html.

[82] Вечерний Бишкек. 2020. 26 мая. URL:https://www.vb.kg/doc/388361_cherez_rysskiy_iazyk_kyrgyzy_priobshilis_k_mirovoy_kyltyre_i_nayke.html.

«В Бишкеке ученые обсуждают этнокультурные процессы в Евразии в средние века»[83]. Таких публикаций еще немного, но факт их появления говорит о том, что журналисты данных изданий осознают необходимость обсуждения этих проблем на основе как исторического, так и современного материала в информационном и аналитическом форматах. Такого типа публикации обеспечивают поддержку евразийской интеграции гражданами союзных государств, благодаря которым она приобретает человеческое лицо. В определенной степени деятельность СМИ способствует с учетом национальной идентичности формированию общей евразийской идентичности, обеспечивающей стабильность союза.

Таким образом, анализ публикаций в четырех ведущих общественно-политических русскоязычных изданиях «Новое время» (Армения), «Беларусь сегодня» (Беларусь), «Караван» (Казахстан), «Вечерний Бишкек» (Кыргызстан) с 2016 по 2024 г., отобранных методом случайной выборки, показал, что они достаточно регулярно освещают интеграционные процессы, происходящие в ЕАЭС. Однако четкой системности в их подаче не наблюдается. Как следствие, образ ЕАЭС в СМИ складывается стихийно.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М. : МедиаМир, 2014.
2. *Венедиктов С. В.* Евразийское информационное пространство: унификация или координация // Сетевой журнал «Научный результат». Серия «Социальные и гуманитарные исследования». 2016. Т. 2, № 1(7). С. 60–65.
3. Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2017–2021 годы. Ключевые тенденции мирового и российского рынков. URL: https://roscongress.org>materials.
4. Госзаказ в СМИ победил доход от рекламы. URL: https://informburo.kz/stati/goszakaz-v-smi-pobedil-dohody-ot-reklamy.html.
5. *Дзялошинский И. М.* Медиапространство России: Пробуждение Соляриса. М. : Academia, АПК и ППРО, 2013.
6. *Дугин А. Г.* Евразийская платформа. М., 2002.
7. *Журавская Е. Г.* Региональная интеграция в развивающемся мире: немарксистские теории и реальность (на примере АСЕАН). М., 1990.
8. Минкультуры предлагает увеличить объем обмена новостями между СМИ Кыргызстана и России // ИА АКИpress. 2016. 6 января. URL: http://kg.akipress.org/news:629213.
9. Отчет Роскомнадзора за 2019 год. URL: https://rkn.gov.ru/mass-communications/smi-registation/p885/.
10. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований. ИАЦ, 2018.

[83] Вечерний Бишкек. 2024. 31 мая. URL:https://www.vb.kg/doc/437422_v_bishkeke_ychenye_obsyjdaut_etnokyltyrnye_processy_v_evrazii_v_srednie_veka.html.

11. *Сидорская Н. В.* Вклад связей с общественностью в развитие информационного потенциала общества // Журналистика в 2015 г. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы. М., 2016. С. 289–290.
12. Состояние медиаиндустрии в Армении. URL: https://ypc.am/studies/state-of-the-media-industry-in-armenia.
13. Средства массовой информации России. М., 2001. С.25–27.
14. *Черняк А. В.* Изменились ли функции СМИ в эпоху глобализации? В 2 ч. Ч. I. М. : Академия медиаиндустрии, 2013. С. 55.
15. *Чубарьян А. О.* Российский европеизм. М., 2006.
16. *Эсенбаев А. Э.* Участие СМИ на местных выборах в Кыргызстане // Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2016. Вып. 3. С. 54–66.
17. AKAVITA.BY. Статистический интернет-ресурс. URL: http://akavita.by/ru/top/All/All/30days/visitors/desc/All/All.
18. Open Neighbourhood — Communicating for a stronger partnership: connecting with citizens across the Eastern Neighbourhood. Annual survey report: Belarus. URL: euneighbourseast.eu.

Поступила в редакцию 15 августа 2024 г.

УДК 60.29

В. Н. РУМЯНЦЕВ,
кандидат технических наук,
старший научный сотрудник,
заместитель генерального директора по научной работе
АО НИИполиграфмаш;
Россия, г. Москва.
e-mail: *rum-opm@mail.ru*

ГАЗЕТА. ФОРМАТ, ПРЕСТИЖ И УДОБСТВО ЧТЕНИЯ

Аннотация. *В статье речь идет о зависимости выбора форматов газет от жесткой конкуренции среди поставщиков информации на медиарынок, от аудитории, на которую рассчитано издание, и от возможностей полиграфического оборудования, имеющегося в типографии, где печатается газета. Автор подробно разбирает преимущества распространенного в Европе Берлинского формата газет, указывает и на его минусы. В советский период истории отечественной журналистики формат издания определял гост. Сегодня решение издателей о формате газеты и журнала в немалой степени зависит от современных технологий и финансовых возможностей. Отсюда следует вывод о пересмотре действующего гост. На примере газеты «Красная звезда» автор рассказывает, как смена формата влияет на статус издания.*

Ключевые слова: *формат газеты, гост, статус издания, «Красная звезда», ведомственное издание, типография, рентабельность.*

V. N. RUMYANTSEV,
Candidate of Technical Sciences,
Senior Researcher,
Deputy Director General for Scientific Work
JSC Niipoligrafmash;
Moscow, Russia.
e-mail: *rum-opm@mail.ru*

NEWSPAPER. FORMAT, PRESTIGE AND READABILITY

Abstract. *The article deals with the dependence of the choice of newspaper formats on fierce competition among information providers in the media market, on the audience for which the publication is designed, and on the capabilities of printing equipment available in the printing house where the newspaper is printed. The author examines in detail the advantages of the Berlin newspaper format, which is widespread in Europe, and points out its disadvantages. In the Soviet period of the history of Russian journalism, the format of the publication was*

determined by GOST. Today, publishers' decision on the format of a newspaper and magazine largely depends on modern technology and financial capabilities. This leads to the conclusion about the revision of the current GOST. Using the example of the newspaper Krasnaya Zvezda, the author tells how changing the format affects the status of the publication.

Keywords: *newspaper format, GOST, publication status, «Red Star», departmental publication, printing house, profitability.*

Хотелось вернуться к теме формата одной из некогда центральных газет, а ныне являющейся ведомственной газетой, — газеты «Красная звезда». «Вернуться», поскольку эта тема поднималась достаточно давно [1].

Крупноформатные газеты, к которым можно отнести и «Красную звезду», появились после того, как в Великобритании в 1712 г. был введен налог на газеты в зависимости от количества их страниц [2]. Чем больше было страниц, тем выше налог. Этот налог отменили там только в 1855 г. В силу различных причин производство печатной продукции в XIX веке значительно увеличилось. Газеты по всей Европе начали печататься на манер английских газет, т.е. на широких листах. В свою очередь, рост выпуска газет привел к появлению различных их форматов. Тем не менее, большие форматы сохранились и долгое время считались признаком солидности, высокого статуса газет.

В наше время, в условиях снижения рентабельности газет из-за конкуренции со стороны телевидения, интернета и радиовещания, газеты стремятся стандартизировать размеры [3]. Немалую роль при этом играет и удобство чтения. Газеты небольших форматов (таблоиды) имеют то преимущество перед газетами больших форматов, что с ними легче обращаться.

В некоторых странах, таких как Австралия, Канада, Великобритания и США, широкоформатные газеты обычно воспринимаются как более интеллектуальные по содержанию, чем их аналоги меньших форматов, которые иногда относят к «желтой» прессе и называют «бульварными» из-за материалов, в них публикуемых. В ряде других стран, например в Испании, Швеции, малый формат является универсальным для всех газет. При этом некоторые газеты в Европе отошли от больших форматов, но не дошли до таблоидов. В частности, они перешли на Берлинский формат («Berliner» — 315 х 470 мм), который меньше А2, но больше А3.

Было время, когда формат страниц большинства центральных газет нашей страны, включая страницы газеты «Красная звезда», составлял 420 х 578 мм, где 420 мм — ширина страницы, а 578 мм — ее высота. Такой формат принято обозначать А2. Если подходить строго, то по ГОСТ 9254-77 форматами А2 и А3 (половина формата А2) являются несколько иные форматы, с размерами 420 х 594 мм и 297 х 420 мм соответственно. В странах, в которых применяется дюймовая система измерений, высоты газетной

---

[1] *Масановец В. В.* Мобильная типографская база / В. В. Масановец, В. Н. Румянцев, А. Б. Уладинов // Военно-промышленный курьер (ВПК). 2006. № 32 (148).

[2] URL: https://wiki5.ru/wiki/Broadsheet.

[3] Там же.

страницы составляет обычно 22 ¾ дюйма, или 578 мм, а не 594 мм. Размер 594 мм, широко использовавшийся в нашей стране, в мире распространен меньше. Однако в 70–80-х годах прошлого века печатных машин отечественного производства с высотой страницы газеты 594 мм не хватало. Поэтому специалисты, отвечавшие за газетное производство в стране, пришли к выводу, что можно было бы закупать по импорту и использовать печатные машины с высотой страницы 578 мм, поскольку размеры живописного (запечатываемого) поля могли оставаться такими же, как и при высоте страницы 594 мм. В результате и было принято решение об использовании более популярного размера 578 мм, что нашло отражение в Изменении № 2 от 1989 г. в ГОСТ 9254-77. Верхнее и нижнее чистые поля при этом несколько уменьшились, что позволило шире использовать импортные печатные машины и экономить 2,7 % бумаги. Это также могло позволить расширить возможность продажи отечественных машин в другие страны. Следует отметить, что большое количество газет выпускается в формате 289 х 420 мм (относимом к А3), у которого 289 мм — ширина страницы, а 420 мм — ее высота.

Но это еще не все. В интернете формат «Красной звезды» обозначен как D2[4], т.е. это даже не привычный читателям формат А2 (420 х 578 мм) и меньший, более узкий формат (350 х 578), что уменьшает объем информации. Но издатель газеты на это пошел. Вместо рулонов бумаги шириной 840 мм формат D2 предполагает использование рулонов бумаги шириной 700 мм, хотя ГОСТ 9254-77 такое не предусматривает, несмотря на заметную экономию бумаги. В таком формате газета была представлена на выставке «Армия-2024». Это позволило бы расширить возможности продажи отечественных машин в другие страны. Следует отметить, что большое количество газет выпускается в формате 289 х 420 мм (относимом к А3), у которого 289 мм — ширина страницы, а 420 мм — ее высота.

Посмотрим на все сказанное с разных сторон. Сначала о взгляде со стороны читателя.

В настоящее время в городских условиях газеты формата А2 читать не очень удобно. Попробуйте ее развернуть в часы пик в автобусе, в трамвае или в метро. Газету А2 трудно развернуть и в электричке — в часы пик вплотную друг к другу сидят два или три человека в зависимости от модели электрички. Поэтому газету кто как умеет сворачивает, чтобы придать ей удобный для чтения меньший размер. Кроме того, чтобы почитать то, что находится на внутренних страницах, надо эту газету сначала развернуть. Длина ее в развернутом виде 840 мм, что больше ширины плеч. В этом смысле газету формата А3 читать намного удобнее. Поскольку у нее размеры меньше и не требуется широко разводить руки. Правда, при чтении газеты в домашних условиях эти неудобства не ощущаются.

Газета «Красная звезда» занимает особое место, поскольку предназначена в основном для военных людей, членов их семей и военных пенсионеров. А военные люди периодически могут находиться в сложных полевых

[4] URL: https://www.pressa-rf.ru/cat/1/edition/y_e39900_lg/.

условиях, например в окопе, кузове-фургоне универсального военного автомобиля, когда развернуть большую газету бывает весьма сложно.

Многие годы газета «Красная звезда» относилась к «центральным» газетам, имевшим общесоюзное, общероссийское значение. Ее читателями были не только люди в военной форме, но и гражданские лица, поэтому большой формат газеты придавал ее солидность. Сегодня газета «Красная звезда» относится к ведомственным изданиям, не поступающим в газетные киоски. В таких условиях, кому нужна «солидность, престижность» этой газеты? Правда, почитать ее бумажную версию можно, подписавшись на нее. Но стоимость подписки, с учетом стоимости доставки, весьма приличная. Отметим также, что еще недавно в киосках можно было купить газеты, освещавшие армейскую тематику. К ним относились «Военно-промышленный курьер (ВПК)» и «Независимое военное обозрение (НВО)». Теперь эти газеты прекратили выпуски. А газета «Красная звезда» гражданским читателям оказалась недоступной, поскольку в киосках не продается.

Теперь мнение издательства.

В течение длительного периода времени, согласно ГОСТ 9254-77, газеты, включая «Красную звезду», выходили в трех стандартных форматах А2, А3 и А4, кратных друг другу. Подавляющее большинство центральных, республиканских, краевых, областных газет, многие молодежные и некоторые крупнейшие городские газеты выходили с форматом страницы А2. Считалось, что центральные газеты, будучи «солидными», «интеллектуальными» изданиями, не могут быть маленькими по размерам. И это притом, что некоторые центральные газеты, практически все детские, а также большинство местных газет, издавались с форматом страницы А3. В формате А4 выпускались так называемые многотиражные газеты. Сегодня такой жесткой связи форматов газет и их статуса с упомянутым гостом уже нет. Практически все определяется финансовыми возможностями и решениями издателей. Видимо, с этим и связан переход на печать газет с рулонов меньшей ширины. Поэтому, возможно, текст ГОСТ 9254-77 пришла пора корректировать.

Относительно недавно наблюдались две тенденции, противоположные друг другу. Следуя одной из них, некоторые малоформатные газеты А3 (таблоиды) перешли к большему формату А2, которые называли еще «широкополосным». Такой переход с меньшего формата на больший бывал, но достаточно редко. Этим самым издатели и владельцы газет стремились поднять престиж издания, переведя его в более «солидный» формат. Согласно другой тенденции, ряд газет, прежде всего еженедельных и специализированных изданий, перешли, особенно после 2000 г., на меньший формат. Такой переход встречается чаще, поскольку, мало меняя общую площадь издания, он увеличивает количество газетных страниц, давая редакции газеты дополнительные возможности для более четкой рубрикации полос, размещения различных, часто несовместимых, материалов. Читателям газеты это позволяет просматривать ее в стесненных условиях. Отметим, что субботний номер «Красной звезды» выходит как раз в формате А3 и воспринимается это как должное.

Выбирая формат газеты, издатели стремятся обеспечить, с одной стороны, оптимальные возможности для размещения различных по содержанию материалов и их верстки, с другой стороны, наибольшие удобства для их чтения. На выбор формата влияют и особенности полиграфический производственной базы. Наконец, формат газеты зависит также от его целевой аудитории.

Разность в емкости полос форматов А3 и А2 являлась для ряда издателей одним из важнейших доводов для перехода с меньшего формата на больший, поскольку емкость полосы набора А2, как правило, больше емкости двух полос А3 на несколько процентов. Однако при этом не учитывалось, что на одной полосе формата А2 часто приходится размещать не совсем совместимые по духу и букве материалы. А при формате А3 подобное размещение материалов перестает быть проблемой.

Возникает вопрос: а что там за границей с форматами газет? Оказалось, что вопрос о формате газет интересовал и интересует многие зарубежные издания [5].

В статье Н. Дубины «Основы оформления газеты» отмечается, что чем больше полос в газете, тем больше вариантов размещения материалов — свободного распределения по страницам или закрепления на постоянном месте на одних и тех же полосах. Поэтому, используя взаимозависимость форматов газет, в некоторых редакциях предпочитают увеличивать количество полос в номере за счет уменьшения формата. Это дает дополнительные возможности для планирования и оформления газеты.

Теперь посмотрим на ту же проблему со стороны типографии.

Печатать газету форматов А2 и А3 можно на одной и той же печатной машине, что подтверждается многолетней практикой. Размеры печатных форм остаются прежними, только расположение изображения на них при переходе с А2 на А3 меняется. Что касается бумажной ленты шириной 84 см, то она разрезается на две части и фальцуется так же, как и раньше.

В газетах различных издательств размеры живописного поля (полосы) при одном размере страницы отличаются друг от друга. Заглянув в интернет, можно встретить полосы размером 255 х 380 мм, 260 х 380 мм, 265 х 390 мм и даже размером 271 х 400 мм. У газеты формата А3 при уменьшенных до 10 мм белых полях с каждой стороны площадь двух полос практически такая же, как у газеты формата А2 с полями по 15 мм. Понятно, что для печати газет с полями 10 мм техническое состояние печатной машины должно быть очень хорошим, чтобы прижимные ролики не катились по изображению, а графейки (иголки), отверстия от которых должны лежать в пределах нижнего поля страницы, не рвали бумагу с отпечатанным изображением. Но это вопрос, скорее, технического состояния оборудования.

У проблемы формата газеты есть еще один аспект — доставка газеты читателям, находящимся в полевых условиях. Речь идет о децентрализован-

[5] *Дубина Н.* Основы оформления газеты // КомпьюАрт. 2005. № 12 ; *Назайкин А. Н.* Таблоиды наступают. И не выигрывают? // Медиаскоп. 2007. Вып. № 1; URL: https://wiki5.ru/wiki/Broadsheet.

ной печати газеты. Не секрет, что в свое время военнослужащим, находившимся в Чеченской Республике, газета «Красная звезда» достаточно часто поступала спустя несколько дней после того, как была отпечатана в Москве.

В начале 2000-х годов проводились эксперименты, когда полосы газеты «Красная звезда» красочностью 2+1 передавались по каналам связи и печатались в Ханкале в передвижной типографии. Печатная техника была отечественного производства. Газета там выходила практически одновременно с выпуском ее номера в Москве.

Поскольку использовалась малоформатная печатная техника, четырехстраничную газету приходилось печатать в два приема, по одному листу формата А2 (две страницы того же формата — лицо и оборот) за один прием. Поэтому четырехстраничная газета состояла из двух листов. Времени на печать таким способом уходило в два раза больше. Да и отправлять одну газету приходилось в двух пачках, что было не очень удобно. Но эксперимент был достаточно удачным, и газета все равно поступала людям не спустя дни после ее выхода в Москве, а всего через несколько часов.

Этот эксперимент еще раз показал, что в полевых условиях газета формата А3 удобнее. К сожалению, этот эксперимент по некоторым причинам, главным образом финансового порядка, не получил дальнейшего развития. Некоторые задержки с доставкой газеты, отпечатанной на месте, были связаны в основном со сложностями транспортировки газет в полевых условиях. Понятно, что печать многокрасочных газет в полевых условиях представляет собой сложность по техническим причинам, поскольку требуется многокрасочное печатное оборудование. Печатать газету в ее нынешнем виде в передвижной типографии непросто. В связи с этим возможно выпускать газету в двух исполнениях — стационарном и походном. В первом случае газета выпускается той же страничности и красочности, что и сейчас, но в формате А3. Во втором случае газета выпускается в формате А3, но меньшей страничности и красочностью не более 2+1. При использовании струйной печати красочность газеты может сохраниться. Но попытки разработать свою такую технику натыкались на ведомственные и финансовые проблемы.

Позже пошла речь об использовании в передвижных типографиях техники трафаретной печати, так называемых дупликаторов, которые имеют формат А3. Но это импортная техника, на которой газету формата А2 не напечатать, в связи с чем идея децентрализованной печати «Красной звезды» в полевых условиях неосуществима в принципе. А в формате А3 газету можно было бы печатать. Это касается и других газет, не говоря уже о листовках. К тому же пленки для печатных форм к ним иностранного производства с вытекающими из этого проблемами. Существует и другая проблема, связанная с бумагой, которая может быть из госрезервов. Такая бумага имеет большое количество бумажной пыли, которая может достаточно быстро забить отверстия печатной формы. Когда-то у нас выпускали подобного типа машины трафаретной печати, для которых, правда, печатная форма изготавливалась вне печатной машины. Но изготовление подобных машин давно

прекратилось. Конечно, целесообразно рассмотреть вопрос об использовании техники струйной печати, но техника отечественного производства для этого отсутствует.

Переход на другой формат — не простое дело. Это переделка многих редакционных процессов. Но если другие, не такие крупные издания переходили, если переходили и зарубежные издания, то все сложности преодолимы. Таким образом, технические препятствия к переходу газеты «Красная звезда», да и других газет, на меньший формат особо не просматриваются. Тем более что «Красная звезда» собирается перейти на ежедневную печать. Хотелось бы надеяться, что этот вопрос будет решен, а также вопрос появления газеты в киосках. Тогда читатели газеты «Красная звезда» смогут ее увидеть в другом, меньшем формате, в котором выходят многие газеты.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Масановец В. В.* Мобильная типографская база / В. В. Масановец, В. Н. Румянцев, А. Б. Уладинов // Военно-промышленный курьер. 2006. № 32 (148).
2. *Дубина Н.* Основы оформления газеты. КомпьюАрт. 2005. № 12.
3. *Назайкин А. Н.* Таблоиды наступают. И не выигрывают? // Медиаскоп. 2007. Вып. № 1.
4. URL: https://wiki5.ru/wiki/Broadsheet.
5. URL: https://www.pressa-rf.ru/cat/1/edition/y_e39900_lg/.

Поступила в редакцию 15 августа 2024 г.

К 300-летию Иммануила Канта

УДК 02.91.09; 06.81.23

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

ВЕК РАЗУМА И ТРАКТАТ И. КАНТА «К ВЕЧНОМУ МИРУ»

Аннотация. *В статье анализируются основные идеи и роль философско-политического трактата Иммануила Канта «К вечному миру» в контексте политической атмосферы и основных философских и научных идей эпохи Просвещения. Подробно рассматриваются сочинения Уильяма Пенна «Опыт о настоящем и будущем мире в Европе путем создания европейского Конгресса, Парламента или Палаты государств» (1693) и «Проект вечного мира в Европе» французского аббата Шарля Ирине де Сен-Пьера (1713–1717), идеи Ш. Монтескье и Ж-Ж. Руссо. Показано, что в идейно-политическом отношении трактат Канта был шагом вперед в сравнении с его предшественниками. Но жизнь идей и проектов полна неожиданностями. Проекты Уильяма Пенна и де Сен-Пьера в значительной мере оказались реализованными в политической практике второй половины XX – начале XXI века. А проект Канта ожидала иная судьба: ни одна из ключевых статей Договора «К вечному миру» до сих пор не воплощена в жизнь. Государственные долги продолжают использоваться во внешней политике государств, подстегивая гонку вооружений, государства продолжают вмешиваться во внутренние дела друг друга, используя террористические методы, а «постоянные армии» даже незначительных государств, растут как грибы, стремясь обзавестись ядерным оружием. Поэтому трактат Канта и сегодня остается архиактуальным. Его следует рассматривать как политическое завещание великого философа современным политикам и государственным деятелям.*

Ключевые слова: *война, государство, идеология, мир, просвещение, разум, рационализм.*

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

THE AGE OF REASON AND I. KANT'S TREATISE «TOWARDS PERPETUAL PEACE»

Abstract. *The article analyzes the main ideas and role of Immanuel Kant's philosophical and political treatise «Perpetual Peace» in the context of the political atmosphere and the main philosophical and scientific ideas of the Enlightenment. The article examines in detail the works of William Penn «An Essay Concerning the Present and Future Peace in Europe by Instituting a European Congress, Parliament, or Chamber of States» (1693) and «A Project for Perpetual Peace in Europe» by the French abbot Charles Irene de Saint-Pierre (1713–1717), the ideas of Ch. Montesquieu and J.-J. Rousseau. It is shown that in ideological and political terms, Kant's treatise was a step forward in comparison with its predecessors. But the life of ideas and projects is full of surprises. The projects of William Penn and de Saint-Pierre were largely realized in the political practice of the second half of the 20th — early 21st centuries. But Kant's project awaited a different fate: none of the key articles of the Treaty «Perpetual Peace» have yet been implemented. National debts continue to be used in the foreign policy of states, spurring the arms race, states continue to interfere in each other's internal affairs using terrorist methods, and «standing armies» of even insignificant states are growing like mushrooms, striving to acquire nuclear weapons. Therefore, Kant's treatise remains extremely relevant today. It should be considered as the political testament of the great philosopher to modern politicians and statesmen.*

Keywords: *war, state, ideology, peace, enlightenment, reason, rationalism.*

Обозревая многовековую историю человечества и сравнивая ее с реалиями дня сегодняшнего, почти неизбежно приходишь к неутешительным выводам. И не мудрено. Как подсчитали дотошные историки, за пять тысяч лет более или менее надежно известной нам истории человечества лишь около 300 лет оно провело без значительных войн. Число же последних, по самым скромным подсчетам, превысило 14,5 тысяч, в которых погибло более 3,5 млрд чел. Так что антропоистория — в значительной мере история войн. О чем свидетельствуют и первые письменные источники древних шумеров. А также историческая антропология, данные которой убедительно доказывают, что выживание, распространение и доминирование сообществ Homo sapiens на Земле во многом было связано с ростом созданных ими производственных и боевых технологий.

Человек — самый агрессивный и самый вооруженный биологический вид, регулярно воюющий с себе подобными за территории и сосредоточенные на них (в том числе и человеческие) ресурсы. Почему же в условиях постоянного роста производственных и боевых технологий, разрушительные возможности которых уже в первые тысячелетия эволюции человечества в десятки и сотни раз превосходили возможности других живых существ, люди до сих пор не истребили друг друга и окружающую их природную среду обитания?

Объяснение этого парадокса содержится в гипотезе техно-гуманитарного баланса А. П. Назаретяна [1]. Одна из ее формулировок гласит: «Чем больше мощь производственных и боевых технологий, тем более совершенные средства культурной регуляции необходимы для сохранения социума». Это верное наблюдение, акцентирующее внимание на негативных и плохо контролируемых последствиях интеллектуальной деятельности человека. Оно означает: в ходе социальной эволюции выживали и развивались лишь те социумы, которые смогли противопоставить разрушительной силе технологий, постоянно продуцируемых «инструментальным интеллектом» людей, те или иные культурные противовесы: ценностно-смысловые предписания, сдерживающие, по сути, бесконечные возможности «инструментального интеллекта». К их числу обычно относят моральные и религиозные максимы. Однако наряду с ними в число культурных регуляторов эволюции человечества следует включить мифопоэтические, художественные и собственно когнитивные компоненты культуры: идеи философов, политических мыслителей и ученых, в разные исторические эпохи доказывавших возможность и необходимость всеобщего (вечного) мира между народами и государствами.

В списке этих выдающихся умов человечества Иммануил Кант занимает одно из первых мест. Но прежде чем перейти к анализу его философско-политического творчества, необходимо дать несколько пояснений, свидетельствующих о многогранном таланте этого выдающегося человека.

Конечно, Кант вошел в историю человечества, во-первых, благодаря своим философским работам. Но если бы он не написал ни одного философского произведения, имя его все равно было бы вписано в историю развития научных знаний. Кантом написаны сочинения и прочитаны курсы лекций по логике, математике, механике, физике, географии, антропологии и общей истории природы. Им была создана знаменитая теория происхождения Солнечной системы (теория Канта-Лапласа), он раскрыл сущность приливов/отливов, доказал тормозное действие Луны на вращение Земли вокруг своей оси и многое другое.

Во-вторых, большинству читателей Кант знаком как великий философ: создатель монументальной философской системы, соединившей гносеологическую, этическую и эстетическую ипостаси его философского творчества. Это выразилось в трех фундаментальных работах «кенигсбергского затворника»: «Критика чистого разума» (1781), «Критика практического разума» (1788) и «Критика способности суждения» (1790). Они широко известны. Но вот философско-исторические и политические работы Канта часто остаются в тени его философского творчества. А между тем именно в них оно обретает полноту и завершенность. Наиболее значимые: «Идея всеобщей истории во всемирно-гражданском плане» (1784), «Ответ на вопрос, что такое просвещение» (1784), «Предполагаемое начало человеческой исто-

[1] А. П. Назаретян (1948–2019) — советский и российский философ, специалист по политической психологии, культурной антропологии, Большой истории и методологии междисциплинарного синтеза.

рии» (1786), «О поговорке „Может быть, это и верно в теории, но не годится для практики»» (1793), «К вечному миру» (1795), «Метафизика нравов» (1797) и «Спор факультетов» (1798).

Самой известной и цитируемой, разумеется, является работа «К вечному миру». Но, в-третьих, надо иметь в виду, что и само название работы, и значительная часть аргументации Канта берут начало еще в трудах античных философов, продолжается в работах христианских мыслителей эпохи Средневековья, выходя на новые интеллектуальные высоты в эпохи Возрождения и Нового времени.

Считается, что автором идеи «вечного мира» является знаменитый герцог Максимиллиан Сюлли (1559–1641), министр Генриха IV. В 1634 г. в одном из последних томов своих мемуаров он разработал план создания «христианской республики» — конфедерации христианских народов Европы. Но этот план не преследовал цели установления всеобщего мира, а представлял собой проект создания военно-политического союза западноевропейских государств, направленный, прежде всего, против Турции, которую предполагалось вытеснить с Балканского полуострова. Так что сторонником мира Сюлли можно назвать с большой натяжкой. Но даже если занести его план в список сочинений пацифистов, то и там он займет далеко не первое место в ряду философски и политически аргументированных сочинений.

К числу последних без всяких натяжек можно отнести работу голландского ученого-гуманиста *Эразма Роттердамского* (1469–1536) «Жалоба мира»[2], труды выдающего педагога *Яна Амоса Коменского* (1592–1670) и его работу «Ангел мира» (1667), посвященную участникам международной конференции в Бреде об условиях мирного договора между Англией и Голландией, в которой он предлагал правительствам Европы «запретить оружие» и призывал их к прекращению взаимной вражды, к решению спорных вопросов государств на основе доброй воли, к установлению прочного мира среди христианских народов, сочинение выдающегося пацифиста и проповедника *Уильяма Пенна* (1644–1718) «Опыт о настоящем и будущем мире в Европе путем создания европейского Конгресса, Парламента или Палаты государств» и, разумеется, трехтомный «Проект вечного мира в Европе» французского аббата *Шарля Ирине де Сен-Пьера* (1658–1743), написанный в 1713–1717 годах.

Более подробно об этих и некоторых других работах мыслителей Нового Времени и их значимости для наших дней будет сказано далее. А здесь следует подчеркнуть одно обстоятельство. Как все великие философы-просветители, Иммануил Кант был сыном своего века — века Разума и Просвещения, разделяя его великие интеллектуальные прозрения и не менее великие заблуждения — его мечты и ошибки. Каковы же специфические особенности этого исторического периода?

[2] *Роттердамский Э.* Жалоба мира // Трактаты о вечном мире. М. : Соцэкгиз, 1963. С. 40–60.

ВЕК РАЗУМА И ПРОСВЕЩЕНИЯ

Когда применительно к европейской истории пишут о веке разума, то, как правило, имеют в виду не какое-то особое столетие (XVIII век), а так называемое Новое время — исторический период, не имеющий четких хронологических границ, далеко выходящий за пределы эпохи Просвещения промежуток времени [3]. В экономическом аспекте век Разума (Новое время) хронологически совпадает с движением капитализма от доиндустриальной (мануфактурной) к индустриальной фазе развития (XVII – первая треть XIX в.), а в политическом — с переходом государств Западной Европы от феодальной организации к абсолютистской форме правления и затем к суверенным национальным правовым государствам. Этот переход был осуществлен в череде европейских социальных революций (Нидерланды, Англия, Франция), базовой предпосылкой которых было развитие нового, капиталистического, способа производства с сопутствующим ему ростом городов, внутристрановой, региональной и межконтинентальной торговли, миграции, ростом социальной мобильности населения и появлением новых социальных групп. Помимо этого данный переход был ознаменован революционными изменениями в сфере научной мысли и осуществлен под влиянием европейского рационализма — мировоззрения, под определяющим воздействием которого, в свою очередь, происходило формирование естественных наук и социальных учений Нового времени.

Его специфической чертой был (впоследствии разрушенный) *философский сциентизм: убежденность в рациональном устройстве природы и общества* и, соответственно, всесильности человеческого Разума — *познаваемости Мира с помощью не только чувственно-практического опыта, но и умозрения.* «Все действительное разумно, все разумное действительно» — эта интуиция (позже концептуализированная Гегелем) стимулировала интеллектуалов того времени к поиску рациональных моделей общественного устройства вплоть до середины XIX века. Бурное развитие и колоссальные успехи естественных наук в XVII–XVIII веках (прежде всего математики, физики и механики) провоцировали интеллектуалов того времени на понимание истории человечества и социального развития как подчиненных законам естественного характера, что, в частности, создавало возможность использования математического анализа в сфере изучения социальной и экономической жизни [4].

Эти же методы используются и в современном социальном познании. Однако принципиальное отличие современной постнеклассической науки от классической науки того времени состояло в ином составе ее основоположений, главенствующими из которых были философские максимы, полученные путем умозрения. Тем самым научная картина мира представ-

[3] Этот период еще именуют эпохой модерна.

[4] Напомним, что методология познания классической науки была основана на сочетании эмпирических методов и математического анализа. Разрабатываются также и используются в единстве индуктивный и дедуктивный методы познания, применяется моделирование изучаемых явлений. Подробнее см.: *Гранин Ю. Д.* Эволюция науки и ее философские осмысления. М. : Академия медиаиндустрии, 2017.

ляла собой причудливое сочетание науки и метафизики (философии) при доминирующей роли последней. С течением времени удельный вес этого сочетания в практике государственного управления социальной реальностью менялся отнюдь не в пользу философии: *рационализация государства чем дальше, тем больше двигалась в сторону «сциентизации» познания и управления обществом*.

Этому, в частности, способствовало появление первых версий «политической экономии», акцентировавшей внимание на ведущей роли государства в экономической жизни европейских стран, и «политической арифметики». По крайней мере «Трактат по политической экономии» (1615) представителя развитого меркантилизма Антуана де Мокретьена, «Политическая арифметика» физиократа Уильяма Петти и Джона Граунта, открывших эру математической и демографической статистики, работы известного швейцарского ученого-математика Якоба Бернулли (1654–1705), предложившего использовать теорию вероятности при исследовании общественных явлений, «Философский опыт о вероятностях» знаменитого астронома Пьера Симона Лапласа (1749–1827), применившего теорию вероятности для определения и прогнозирования смертности и средней продолжительности жизни населения Франции, свидетельствуют именно об этой тенденции. Ее характерной чертой был переход от простого описания общественных явлений к наблюдению их порядка и последовательности, а затем — к теоретическим обобщениям посредством разного рода таблиц.

Наиболее известна знаменитая Экономическая таблица Франсуа Кенэ, последователи которого получили название физиократов [5]. Последние использовали составленные числовые и табличные выражения социальных явлений, прежде всего экономических, для прогнозирования возможных последствий общественного развития и предвидения еще неизвестных общественных фактов.

Так что уже в XVIII столетии под влиянием «политической арифметики» и «политической экономии» *пересборка социального производилась государством рациональным образом*: путем классификации, категоризации и систематизации населения, подобным систематизациям и классификациям минералов и живых существ в минералогии и биологии. «Ботанические сады и зоопарки, отмечает Сокулер, превращались в материальные пространственные классификации живых существ. Наблюдение, контроль и регулирование обращения денег и товаров осуществлялись с помощью построения экономических таблиц. Военный лагерь становился таблицей видов и родов вооруженных сил, находящихся в этом лагере. Пространство госпиталя отражало систематическую классификацию болезней. Таблицы

[5] Вопреки расхожему мнению о том, что богатство осязаемо, поскольку составляется из золота и серебра, Кенэ, будучи придворным врачом, настаивал: богатство создается в процессе производства и течет по экономике, словно приводящая общественный организм в движение кровь, текущая от одной руки к другой. На современников таблица произвела сильное впечатление: ее расценили как изобретение одного ранга с письмом и деньгами. Она ставила во главу угла принцип laissez-faire и одним этим радикально отличалась от всех остальных теорий. Но она упускала из виду тот факт, что труд производил богатство везде, а не только на земле.

и размещения были средствами и наблюдения-контроля, и изучения. Таблицы в XVIII в. были одновременно техникой власти и процедурой познания»[6].

Этот феномен Мишель Фуко в своих работах называл и «волей к знанию» (в первом томе своей «Истории сексуальности»), и «властью — знанием». Но так или иначе повсеместное и расширяющееся использование научного знания сначала абсолютистским, а затем и правовым демократическим государством было обусловлено объективными причинами: обострением экономических, социальных и политических проблем в Европе 16–18 столетий, которые пытались решить власть предержащие, используя когнитивный капитал образованных слоев населения, из состава которых постепенно формировалась «протоинтеллигенция»: социальный слой юристов, экономистов, ученых (механиков, математиков, врачей, географов и др.), литераторов и философов. К тому времени их, и чем дальше, тем больше, уже массово готовили европейские университеты, число которых также неуклонно росло.

Возникнув в результате эрозии сословной организации общества, формально (юридически) интеллигенция того времени состояла не только из представителей третьего сословия, но и парадоксальным образом включала в свой состав многочисленных представителей образованного дворянства и даже аристократии[7]. Их самоидентификация и оценка внешнего мира базировалась на так называемых общечеловеческих ценностях, представляющих политические, экономические, национальные и иные рационализированные идеалы социального бытия. Последнее всегда оценивается и анализируется не только с точки зрения сущего, но и с позиций должного. И поскольку разрыв между сущим и должным всегда явен и не устраним, перманентным состоянием интеллигентского сознания являются критика существующего и выработка политических, экономических, национальных и других программ и проектов общественного переустройства. Можно сказать, что в эпохи позднего феодализма и раннего Нового времени протоинтеллигенция персонифицирует собой критико-рефлексивный потенциал общества, его функциональную и критическую рациональность, во многом обусловившую и предопределившую пути дальнейшего экономического и социально-политического развития западноевропейских стран[8]. Начиная с XVI века характерной чертой такого рационального понимания социальной жизни было представление о государстве *«как едином рационально устроенном механизме, обслуживаемом лояльными и квалифицированными чиновниками*. Абстрактная идея „государства“ внедрялась в умы подданных и правителей, формировалось представление о чиновнике как служащем этому *государству* — не из вассального подчинения сюзерену и не ради корыстного злоупотребления должностью („кормления“), а с целью внести

---

[6] *Сокулер З.* Структура субъективности, рисунки на песке и волны времени // *Фуко М.* История безумия в классическую эпоху. СПб., 1997. С. 15.

[7] Вольтер, Монтескье, Кондильяк, Дидро, Гольбах, Гельвеций, Ламетри, Руссо и десятки других дворянских имен составили цвет Просвещения.

[8] Подробнее см.: *Гранин Ю. Д.* Интеллигенция как фактор национализма // Журналист. Социальные коммуникации. 2016. № 1-2. С. 3–21.

вклад в общественное благо»[9]. На этой идейной основе из числа интеллигенции того времени формировался слой просвещенной бюрократии. Поэтому, когда монархия лишилась реальной власти или была смещена, именно этот слой унаследовал традиции и концепции накопленного веками искусства рационального управления государством, а также государственную машину для осуществления политики камерализма не только в своих интересах, но и для решения многих социальных и политических проблем и противоречий, которые раздирали Западную Европу.

К числу наиболее острых социально-экономических вопросов относились массовая безработица и пауперизация крестьянства, растущая бедность и обнищание значительной части населения западноевропейских стран вследствие периодических экономических кризисов, сопровождавших становление и развитие капитализма в Европе. До сих пор бытует мнение, что возникновение капитализма способствовало росту благосостояния трудящихся. Но это не так. Становление капитализма в западноевропейских странах не только не поднимало уровень и качество жизни подавляющего большинства населения, но, наоборот, сопровождалось ростом нищеты и массовой безработицы по всей Европе Вот лишь несколько из многих примеров.

Уже в конце XVI века, эпохи постоянного расширения английского могущества, английская королева Елизавета после триумфального путешествия по своим владениям с удивлением и разочарованием воскликнула: «Повсюду нищие!». Ибо на смену коллективному владению землей свободными английскими йоменами пришла (за счет огораживания общинной земли лендлордами, где раньше каждый мог пасти скот и добывать торф) частная собственность на землю, ставшая для английских крестьян настоящей трагедией. Лишенные права использовать некогда общую землю, они больше не могли зарабатывать на прокорм семьи фермерством. Стать фабричными рабочими им пока также было не суждено — фабрик тогда еще не было. В результате эти люди сформировали самый несчастный и угнетенный из всех классов — аграрный пролетариат, а в тех местностях, где рабочих мест в сельском хозяйстве недоставало, они становились бродягами, попрошайками и ворами. Потрясенные повсеместным распространением нищеты Елизавета и английский парламент приняли законодательные меры: в 1601 г. был принят Закон о бедных. Он был рассчитан на оседлых бедняков, временно лишившихся работы, — предполагалось, что страх бедности заставит людей работать. Однако это не решило проблему пауперизма: количество профессиональных бедных и бродяг не уменьшилось. Поэтому в 1607 г. в каждом графстве был создан Исправительный дом, но это лишь локализовало проблему. Хотя церковным приходам было вменено в обязанность выплачивать беднякам скудные пособия, а в отношении бродяг предписывалось применять телесные наказания и клеймения, это не помогало. Тогда бедных было предписано «отправлять в изгнание и препровождать

[9] *Глебов С.* Долгий XVIII век и становление модернизационной империи. Ч. I / С. Глебов, М. Могильнер, А. Семенов // Ab Imperio. 2015. № 1. С. 329.

под конвоем во вновь открытые земли в Восточной и Западной Индиях». Но и при Кромвеле, отмечает Хайлбронер, проблема все еще не решена: лорд-мэр сетует на «весь тот сброд, что стекается в город, нарушает общественный порядок, осаждает кареты и громогласно требует подаяния у церковных врат и у дверей частных домов»[10]. И то же самое происходит в Германии, Нидерландах, Франции. Так, парижские нищие подлежат публичной порке на площади; затем им выжигают клеймо на плече, обривают голову и изгоняют из города. А чтобы они не вернулись назад, ордонанс 1607 г. предписывает «размещать у городских ворот отряды лучников, чтобы они не пускали в город голытьбу». И везде, как показал Мишель Фуко, «*церковь и камералистское государство использует дисциплинарные методы власти — изоляцию бедности*». По всей Западной Европе создаются «госпитали» и «работные дома», в которых насильно помещают душевнобольных, бродяг, бездомных и нищих, заставляя их работать по строго регламентированным планам [11].

Свою роль в деле социальной регламентации, профилактики и «изоляции бедности» сыграла и так называемая протестантская этика, в пределах которой произошла реинтерпретация милосердия: если в католицизме призрение нищих — «людей Божьих» — богоугодно, то протестантизм видит милосердие в предоставлении возможности обучиться ремеслу и работать. Уже со времен Лютера и Кальвина бедность и нищета несли на себе печать вечного проклятия и кары. Теперь же, отмечает Фуко, «в мире государственного милосердия», нищета «превратится в попустительство человека к самому себе, в прегрешение, нарушающее размеренный ход государственного механизма. Из сферы религиозного опыта, ее освящавшего, она соскальзывает в область моральных категорий, где подлежит осуждению. В конечной точке этой эволюции и возникают крупные изоляторы и смирительные дома — безусловно, как результат обмирщения милосердия, но и, подспудно, как нравственное возмездие нищете»[12].

Не случайно во многих протестантских странах с XVI века действовало жесткое законодательство против бродяг, нормы которого в ряде случаев экстраполировались и на представителей «второго сословия» — разорившихся и праздношатающихся отпрысков дворянских родов также помещали в «работные дома». Государство чем дальше, тем больше для решения социальных проблем создавало зоны изоляции и дисциплинарные пространства, постепенно охватывающие многие социальные институты: армию, школу, медицинские учреждения, мануфактуры, пенитенциарные учреждения и работные дома. Эта практика, повторим, основывалась на а) *переоценке возможностей разумного переустройства социального мира посредством рационально устроенной государственной власти* и б) *убежденности в возможности проектирования истории на основе свободно избранных представлений о желаемом будущем*.

---

[10] Подробнее см.: *Хайлбронер Р. Л.* Философы от мира сего. Великие экономические мыслители: их жизнь, эпоха и идеи / пер. с англ. И. Файбисовича. М. : Колибри, 2008. С. 36–38.

[11] Подробнее см. раздел «Великое заточение» в работе: *Фуко М.* История безумия в классическую эпоху. СПб., 1997. С. 63–93.

[12] *Фуко М.* История безумия в классическую эпоху. С. 75.

Идея «свободы», «свободной человеческой деятельности», как верно отмечают исследователи, является общим местом в сочинениях мыслителей эпохи Просвещения 18-го столетия (Вольтера, Дидро, Руссо) и «своеобразным замковым камнем», скрепляющим воедино кантовскую философско-историческую конструкцию, в пространстве которой история предстает как последовательное обретение человеком все больших степеней свободы в моральном, правовом и политическом аспектах. Будучи разумными, вменяемыми и моральными существами, люди сами творят свое будущее, которое может быть построено на основе принципов Разума, Добра и Красоты. Однако из этой (деятельностно-конструктивистской) онтологии истории не следует вывод о том, что люди способны конструировать социальную реальность, исходя из *любых свободно избранных* представлений о должном устройстве общества. Эта свобода ограничена, с одной стороны, научно и культурно обусловленным, конкретно-историческим составом и степенью истинности имеющегося знания о социальной действительности и доминирующих в обществе ценностных предпочтений, а с другой, — естественно-историческим характером осуществления антропоистории. Последнее обстоятельство является принципиальным.

Проектные возможности персонального сознания, его способность влиять на индивидуальный образ жизни не вызывают сомнений. Иное дело — способность научных, правовых, моральных и иных доктрин, получивших массовое распространение в элитах и массах, *влиять на ход общественной жизни, изменяя надындивидуальные реалии человеческого существования*. Здесь мы видим кардинальное различие между огромной способностью людей проектировать объектную среду своего существования и их ограниченной способностью создавать и контролировать социальные условия собственной жизни, меняя основы и формы человеческого общежития. «Неудивительно, что блестящие достижения научной и инженерной мысли, создавшей эффективную *техносферу* человеческой жизни, контрастируют с провалами в организации *социосферы*, о причинах которых мучительно размышляли и размышляют теоретики»[13]. «Почему мы, спрашивает Э. Гидденс, живем в вышедшем из-под контроля мире, так отличающемся от того, которого ожидали мыслители Просвещения? Почему всеобщее употребление „милосердного разума“ не создало мир, подвластный нашему предсказанию и контролю?»[14].

Это произошло (и происходит) не только в силу ограниченности наших знаний о социальной действительности (недостаточной меры ее познанности), но и вследствие объективного характера формирования надындивидуальных социальных структур, создающих матрицы социальных взаимодействий между людьми, — общественных отношений, по необходимости имеющих безличный ролевой характер, возникающих независимо от воли и желаний индивидов, имеющих собственную логику развития

[13] *Момджян К. Х.* К вопросу о конструировании социальной реальности // Философский журнал — Philosophy Journal. 2021. Т. 14. № 4. С. 41.
[14] *Гидденс Э.* Последствия современности. М., 2011. С. 294.

и осознаваемых ими, как показал Маркс, в превращенных формах кажимости. Так возникает реальное противоречие между осознанной деятельностью людей и объективно формирующимися социальными структурами, которые каждое поколение людей застает уже готовыми и живет в них. Это противоречие решается осознанно-практически путем проб и ошибок. Люди сами творят свое настоящее и будущее, в том числе на основе представлений о должном состоянии человеческого общежития. Но последствия их коллективных деяний (в силу невозможности знать весь объем социальных, перманентно изменяющихся связей и тем более волений, составляющих общество индивидов, принимающих решения во многом спонтанно и интуитивно) оказываются совсем не теми, на которые рассчитывали строители будущего (справедливого, свободного, демократического) общества. Поэтому одного знания о справедливом нравственном и свободном устройстве общественной жизни, о котором мечтали просветители и которым полагали необходимым «осветить» (через систему образования) умы властителей и их подданных, оказывалось недостаточным.

Требовалась еще система перевоспитания современников. И здесь ведущая роль отводилась построенному на принципах «общественного мнения» новому парламентскому государству. Всевидящее око общественного мнения и построенное в соответствии с ним государство, от взгляда которого не должно ускользнуть девиантное поведение никого из его граждан, казались главными средствами достижения рационально управляемого общественного устройства. Концентрированным выражением этой мировоззренческой установки (позиции) стал изданный в 1787 г. технократический проект одного из теоретиков политического либерализма и родоначальника английского утилитаризма Иеремия Бентама [15].

Руководствуясь заботой об общественном благе, юрист Бентам изобрел тюрьму нового типа, основанную на принципе «видеть все» (от др.-греч. πᾶν — все + ὀπτικός — зрительный). Он вывернул наизнанку принцип темницы, выведя заключенных на свет из тьмы казематов — все камеры кольцеобразной тюрьмы были освещены так, что просматривались из центральной башни, в которой сидит один надзиратель, от взгляда которого не должны были ускользнуть ни заключенные, ни охранники. Здесь важен был сам принцип всевидящего ока, который, по мысли Бентама, гарантировал не только утрату возможностей творить зло, но и «почти полную утрату мысли желать его». И это было не только удобно, но и экономически, и политически выгодно. Так как принцип Паноптикума предлагалось использовать не только для строительства новых пенитенциарных учреждений, но и для промышленных мануфактур и работных домов. Спустя несколько лет после написания «Паноптикона», в 1794 г., Бентам составил план широкого привлечения неимущих для обслуживания дерево- и метал-

[15] Этот проект был изложен Бентамом в труде «Паноптикон, или инспекционное учреждение: описание идеи нового принципа строительства, применимого к предназначенным для содержания под надзором любых категорий граждан учреждениям любого типа». Сочинение представляет собой серию писем, отправленных выпускником линкольновского университета господином Иеремией Бентамом своему другу в Англию из города Кричев в 1787 г.

лообрабатывающих машин, придуманных его братом Сэмюэлем. По этому поводу К. Поланьи, назвавший Бентама самым плодовитым из социальных прожектеров, написал: «Бентаму и его брату, организовавшим общее дело, нужен был паровой двигатель. И вот им пришло в голову использовать вместо пара заключенных»[16]. А затем и бедных, размещенных в работных домах. Таких работных домов, спроектированных по типу Паноптикума и общей численностью не менее полумиллиона человек, предполагалась построить около 250 по всей Южной Англии. И этот же принцип организации предлагалось использовать для строительства домов призрения, лазаретов, фабрик, больниц, домов умалишенных, учебных заведений, где «каждый товарищ становится наблюдающим».

Фактически перед нами тоталитарная утопия. Не случайно М. Фуко в работе «Надзирать и наказывать» и позже называл Бентама «дополнением к Руссо», Паноптикон — «оком власти», а самого великого моралиста — «Фурье полицейского государства». Однако его идеи опирались на дискурс французских философов-просветителей — так называемых идеологов (Кабаниса, Антуана Дестюта де Траси, Вольнэ и др.), которые стали основателями учения об идеологии как науки о всеобщих и неизменных законах образования идей. В своих исследованиях формирования общих идей и связей между ними идеологи, с одной стороны, опирались на идеи предшествующих французских материалистов, считавших мысли продуктом человеческого мозга, а с другой — отводили важное место анализу языка, грамматике и логике. В сущности, этот дискурс давал своего рода общий рецепт управления людьми посредством невидимого им — идеологического — контроля власти над страстями и мыслями сограждан. Вот хорошая иллюстрация этой идеи, высказанная в 1767 г. французским прокурором, а затем публицистом Ж. М. А. Серваном: «Сформировав в сознании граждан цепочку мыслей, вы сможете гордиться тем, что исполняете роль их вождей и хозяев. Глупый деспот приковывает рабов железными цепями; истинный политик связывает их еще крепче цепью их собственных мыслей; первое ее звено он закрепляет в надежной точке — в разуме. Связь эта тем крепче, что мы не знаем, чем она держится, и считаем ее делом собственных рук. Отчаяние и время разъедают скрепы из железа и стали, но бессильны против привычного соединения мыслей, разве лишь укрепляя его. На мягких волокнах мозга возводится прочный фундамент мощнейших империй»[17].

Практическое воплощение этой идеи было осуществлено в тоталитарных государствах XX столетия: XVIII век до этого все же не додумался. Его завершение прошло под знаком Великой Французской революции, начало которой было ознаменовано апофеозом и легитимизацией Разума в общественной жизни. И сделано это было в неслыханной и неожиданной для многих форме массовой театрализации слома многовековой цивилизационной европейской парадигмы. Вот как это происходило.

[16] *Поланьи К.* Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. СПб., 2002. С. 122.

[17] Цит. по: *Фуко М.* Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М. : Ад Маргинем Пресс, 2015. С. 67.

24 ноября 1793 г. был ознаменован потрясающим событием: коммуна Парижа, находившаяся тогда во власти «левых якобинцев», издала Декрет о запрете католического богослужения и ввела новый революционный культ — Культ Разума (Culte de la Raison). Речь шла ни много ни мало, как о замене «религии» «философией» (!), о фактическом выходе революционной Франции из пространства христианской Европы и начале новой эры с собственным летоисчислением (5 октября 1793 г. григорианский календарь был заменен «республиканским»).

Надо заметить, что Париж в этом отношении был не оригинален. Первые опыты введения Культа Разума имели место во французской провинции. Одним из первых их организовал в нескольких департаментах якобинский комиссар, назвавший себя «профессором философии» и «атеистом», небезызвестный Жозеф Фуше, впоследствии ставший начальником тайной полиции при Баррасе, а затем и при Наполеоне Бонапарте. Его примеру последовали и другие. Церемонии Культа Разума сопровождались карнавалами, парадами, принуждением священников отрекаться от сана, разграблением церквей, уничтожением икон и статуй святых. На этом фоне шли действа почитания «мучеников Революции».

«Своего апогея новый культ достиг в Париже во время проведения „Фестиваля свободы“ (Fête de la Liberté) 10 ноября (20 Брюмера) 1793 г. — в Соборе Парижской Богоматери, украшенном по случаю революционной символикой и огромным транспарантом с надписью: „Philosophie“». В ходе торжеств, срежиссированных прокурором-синдиком Парижской Коммуны Пьером-Гаспаром Шометтом (новое революционное имя — Анаксагор), юная артистка Оперы m-lle Obri короновалась, как Богиня Разума...

Революционный фестиваль в столичном Нотр-Дам был затем многократно тиражирован по всей стране — с показательными покаяниями католических священников, публичными казнями упорствующих и т. п. Известно, что массовый террор, сопровождавший насаждение „Культа Разума“ и с воодушевлением поддержанный городскими низами (санкюлотами), вызвал неприятие более зажиточной части общества. В целях „укрепления революции“, новый диктатор, Максимилиан Робеспьер, при опоре на взявшую верх партию монтаньяров, показательно гильотинировал крайних левых (март 1794 г.) и официально заменил „Культ Разума“ более умеренным, квази-религиозным „Культом Верховного Существа“ (Culte de l’Être suprême).

7 мая 1794 г. Национальный конвент принял декларацию, согласно которой французский народ «признавал существование Верховного Существа и бессмертие души». Новое грандиозное празднование на парижском Марсовом поле (8 июня 1794 г.) стало очередным примером для провинции. После ареста и казни Робеспьера (28 июля 1794 г.) „Культ Верховного Существа“ быстро сошел на нет, и католическая доминанта французского варианта христианской цивилизации вновь возобладала»[18].

[18] *Кара-Мурза А. А.* История цивилизации в России: органическое развитие versus социальный конструктивизм // Вопросы философии. 2021. № 7. С. 23–24.

Насколько известно, И. Кант скептически относился к театрализации Разума. Кроме того, будучи верующим человеком, моралистом и гуманистом он не был сторонником радикальных идей и тем более практики Французской Революции. Хотя в области политической философии в целом поддерживал либеральную традицию, связанную с именами Ш. Л. Монтескье, Вольтера и Ж.-Ж. Руссо. Но вместе с тем не разделял их скепсис в отношении возможности заключения всеобщего мира между европейскими державами, которую теоретически обосновывали Уильям Пенн (1644–1718) и аббат де Сен-Пьер (1658–1743). Эти мыслители заслуживают того, чтобы внимательно отнестись к их идеям.

ЕВРОПЕЙСКИЕ ВОЙНЫ И ТРАКТАТЫ О ВЕЧНОМ МИРЕ

Начиная со второй половины 16-го столетия количество войн в Европе и за ее пределами стремительно увеличивается. Это связано не только с формированием колониальных империй (Испании, Англии, Португалии, Нидерландов), обострением между ними геополитических противоречий в Новом Свете и на европейском субконтиненте, но и с религиозным противостоянием: процессами Реформации и Контрреформации, придавшими перманентным военным конфликтам европейских держав религиозный характер. В XVII–XVIII веках произошло как минимум семь крупных и долговременных международных военных конфликтов, в которых приняли участие все значительные европейские государства[19]. Наиболее долгой и разрушительной была длившаяся с 1618 по 1648 год Тридцатилетняя война. Тогда в результате сражений, голода и болезней в Центральной Европе погибло, по разным оценкам, от 4,5 до 8 млн солдат и мирных жителей, а в некоторых частях современной Германии население сократилось более чем на 50 %. Во многом это было связано с усовершенствованием оружия, созданием массовых регулярных армий и военных коалиций, профессионализацией войны. Происходит рождение армии нового типа, отличающейся беспрецедентной дисциплиной. «Солдат, напишет М. Фуко, стал чем-то, что можно изготовить. Из бесформенной массы, непригодной плоти можно сделать требуемую машину»[20]. В руках государства концентрируется не только военная сила. Оно устанавливает монопольное право на войну (jus ad bellum). Так, помимо уже отмеченного упорядочения и рационализации мирной жизни государством, *происходит рационализация пространства войны*.

Это выразилось в военной реформе нидерландского штатгальтера, принца Мориса Оранского (1585–1625), который, систематизировав историю войн Римской Империи и введя новые дисциплинарные и технические стандарты, создает первую в Европе профессиональную армию, одержавшую в начале XVIII века впечатляющие победы. В дальнейшем его опыт

[19] Тридцатилетняя война (1618–1648), Северная война (1700–1721), Война за испанское наследство (1701–1714), Война за польское наследство (1733–1735), Война за австрийское наследство (1740–1748), Семилетняя Война (1756–1763).

[20] *Фуко М.* Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. С. 198.

рационализации войны был заимствован и расширен шведским полководцем и королем Густавом II Адольфом Великим (1594–1632) и Оливером Кромвелем, а в XVIII в. — знаменитым прусским королем Фридрихом II, сделавшим свою армию образцом для Европы [21]. Но одновременно с рационализацией войны, многократно увеличившей степень кровопролития, несущей огромные экономические потери и стимулировавшей иммиграцию в земли Нового Света, *рационализируется и антивоенная публицистика*. От утопических сочинений Томаса Мора, Т. Кампанеллы «Город солнца» (1602) и И. В. Андреэ «Крепость Христа, или Описание республики Христианополь» (1619) она эволюционирует к научным трактатам, опирающимся на теоретические аргументы.

Одним из самых значительных был трактат сына адмирала английского флота Уильяма Пенна (1644–1718), квакера-пацифиста и основателя (в качестве «убежища для свободомыслящих европейцев») североамериканской колонии «Пенсильвания» («Лесная страна Пенна»), *«Опыт о настоящем и будущем мире в Европе путем создания европейского Конгресса, Парламента или Палаты государств»* (1693).

Основная идея У. Пенна — создание всеобщего союза государств, основанного на принципах суверенитета и независимости. Причем этот союз, полагал автор, мог бы включить в себя не только европейские государства, но и Россию и Турцию. Кроме того, он выдвинул также идею создания Европейского парламента, предусмотрев цели, принципы его деятельности, оговорив членство, бюджет и председательствование. «Основной целью создания подобного парламента должно было стать, во-первых, поддержание всеобщего мира и безопасности, а во-вторых, устранение любых угроз подобному устройству. Предусматривалась даже система штрафов, с помощью которой представители государств-членов принуждались к присутствию на заседании Европейского парламента до разрешения спорных вопросов»[22]. Таким образом, Пенн первым предложил надгосударственный административно-политический механизм предотвращения войн, основанный на принципе равной для всех справедливости в лице беспристрастной законности. Однако его сочинение тогда оказалось не замеченным большинством современников.

Значительно больше в этом смысле повезло трехтомному *«Проекту вечного мира в Европе»* французского аббата Шарля Ирине де Сен-Пьера (1658–1743), написанному в 1713–1717 годах. В этом сочинении единственным средством для устранения войн уважаемый аббат считает «лишь форму конфедеративного правления, которое, объединяя народы узами, подобными тем, что сплачивают отдельных индивидов, подчиняет равным образом и тех и других авторитету законов»[23]. Возможность и прочность такого рода

[21] *Соколов Е. С.* Рождение современной войны // Вопросы философии. 2015. № 12. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1308.

[22] *Гуторович О. В., Машукова Е. Ю.* Этатизация войны и проекты вечного мира. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/etatizatsiya-voyny-i-proekty-vechnogo-mira/viewer.

[23] *Сен-Пьер Ш. И.* Избранные места из проекта вечного мира (в изложении Ж.-Ж. Руссо) // Трактаты о вечном мире. М. : Соцэкгиз, 1963. С. 109.

правления, по его мнению, гарантировались, выражаясь современным языком, «цивилизационным единством Европы»: общей торговлей, единой (христианской) религией, близостью языков, общим (римским) правом и другими близкими культурными характеристиками европейских народов. То, что Европа в этот период вступила в эпоху формирования европейских наций и национальных государств с характерными для них национальными интересами и суверенитетом, аббат не учитывал. Хотя в одну из пяти статей проекта конфедеративного договора включил гарантию каждому члену конфедерации право на правление в своих государствах, а также их территориальную целостность. В других статьях этого документа устанавливался «вечный и нерасторжимый союз» между государями, предлагалось назначение их полномочных представителей в постоянный Совет (или конгресс). Каждый из них имел бы свой голос в Совете, так же оговаривались порядок, время и способ передачи через равные промежутки времени председательствования и даже доля взносов членов конфедерации для покрытия общих расходов и способ их получения. Предусматривались принятие временных и окончательных решений в виде законов, а также санкции в случае нарушения договора членами конфедерации.

Кроме того, Сен-Пьер предлагал связать всех ее членов «такой тесной взаимной зависимостью, чтобы ни один из них не был в состоянии противостоять всем остальным», и создать «один большой вооруженный союз, всегда готовый упредить тех, кто пожелал бы разрушить его или оказать ему сопротивление... и способный принудить честолюбцев держаться в рамках общего договора [о конфедерации]»[24].

Как отмечали современники, трактат был написан тяжеловесным юридическим языком и произвел бы гораздо большее впечатление, если бы автор не размахнулся на три тома, а ограничился несколькими десятками страниц для изложения своих безусловно прогрессивных мыслей. Последние, разумеется, понравились отнюдь не всем, особенно европейским монархам. По мнению язвительного Вольтера, например, «план аббата Сен-Пьера — чистейшая химера, столь же неприемлемая для государей, сколь для слонов и носорогов»[25]. И тем не менее в 1761 г. Жан-Жак Руссо переиздал трактат в кратком изложении с сохранением авторской аргументации. Позже, в 1782 г., Руссо публикует работу *«Суждение о вечном мире»*, в которой критикует проект Сен-Пьера, признавая его разумным, но бесполезным сочинением, «ибо зло и злоупотребления, выгодные стольким людям, входят в жизнь сами собой, то же, что полезно обществу, внедряется только силой, так как частные интересы тому почти всегда противостоят»[26].

Иммануил Кант был знаком со скептическим отношением Руссо к трактатам о вечном мире. Но тем не менее написал собственное сочинение на эту же тему. Возможно, таким образом он хотел предотвратить надвигающуюся общеевропейскую войну между революционной Францией

[24] *Сен-Пьер Ш. И.* Указ. соч. С. 119.
[25] *Чубарьян А. О.* Европейская идея в истории. Проблемы войны и мира. М. : Международные отношения, 1987. С. 113.
[26] Цит. по: *Новиков Г. Н.* Теория международных отношений. Иркутск, 1996. С. 25.

и антифранцузской коалицией монархических европейских держав. Коалиция начала создаваться в 1791 г. И, постепенно расширяясь, к 1795 г. оформилась в мощный военный блок (в составе Великобритании, Пруссии, Австрии, России, Испании, Неаполя, Нидерландов и Тосканы), который, не довольствуясь морской и континентальной экономической блокадой Франции, готов был вторгнуться в пределы молодой Республики. Но было еще одно обстоятельство, заставившее Канта взяться за перо: уже упоминаемая нами практика Французской Революции и Республиканской Франции, которая шла вразрез с идеалами Просвещения. Дело в том, что Французская Республика, вопреки ожиданиям многих просветителей, оказалась совсем не миролюбивым государством. И это противоречило тезису Ш. Монтескье о миролюбивом (в отличие от монархий) характере республик. Кант осознавал эту проблему, но не хотел делать из нее те же выводы, что и Эдмунд Берк. Последний уже в 1790 г. утверждал, что во Французской революции, которая считалась воплощением учения просветителей, «что-то пошло не так». И это ставило под вопрос весь проект Просвещения. В этой ситуации трактат Канта «К вечному миру» можно рассматривать как попытку уберечь главные идеи Просвещения о мире, вскользь критикуя некоторые аспекты французской политики.

Думаю, Кант не переоценивал роль знания в истории. Но полагал, что рациональные аргументы в пользу преимуществ всеобщего мира по меньшей мере окажут некоторое влияние на практикующих политиков, которые свысока смотрят на теоретиков.

Об этом свидетельствует ироническое Вступление к трактату, где Кант напоминает читателям, что надпись «К вечному миру» можно прочесть на вывеске одного голландского трактирщика, где изображено кладбище и название заведения «К вечному миру», которое можно истолковать как мысль о том, что «вечный мир» возможен только на кладбище [27].

ТРАКТАТ КАНТА «К ВЕЧНОМУ МИРУ»

К кому же обращена эта надпись, спрашивает Кант? «Вообще ли к людям или в частности к главам государств, которые никогда не могут пресытиться войной, или, быть может, только к философам, которым снится этот сладкий сон (о вечном мире — *Ю. Г.*)?»[28]. Вопрос остается открытым. Возможно, в споре с «теоретиком в области политики» окажется прав «политик-практик, более осведомленный в действенности принципов, основанных на опыте», и не без оснований подозревающий философов в том, что их идеи нанесут ущерб государству. Однако, продолжает Кант, политик в случае спора с теоретиком должен поступать последовательно и не «усматривать опасности для государства в мнениях теоретика, высказанных им публично и без задней мысли». Более того: «государственный муж, знающий свет, может не обращать внимания на исход игры, как бы удачны ни были

[27] По мнению исследователей, Кант заимствовал это наблюдение у Готфрида Вильгельма Лейбница.

[28] *Кант И.* К вечному миру. URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Kant.K_vechnomu_miru.pdf.

ходы его партнера. Автор хочет надеяться, что эта спасительная оговорка (clausula salvatoria) в достаточной мере оградит его от любого злонамеренного истолкования данного сочинения»[29].

Далее идет основной текст трактата, оформленный как типичный для тех времен международный договор: он содержит *шесть прелиминарных (предварительных) статей*, *три дефинитивных (окончательных) статьи* и *два добавления*, в том числе *тайную статью*, и *приложение*. Основой трактата стали наблюдения Канта за современной ему исторической ситуацией, которые так или иначе упоминаются в тексте. Уникальными являются как некоторые отдельные требования статей, так и вся форма систематизации этих требований в форме единого договора. Прокомментируем кратко этот текст, начав с предварительных статей, которые, по мнению Канта, следует принять немедленно.

Предварительные статьи:

1. *«Ни один мирный договор не должен считаться таковым, если при его заключении тайно сохраняется основание для будущей войны»*. В самом деле, иначе это было бы только перемирие, временное прекращение военных действий, а не мир, который, пишет Кант, «означает конец всякой вражды и прибавлять к которому прилагательное «вечный» есть уже подозрительный плеоназм. Мирный договор уничтожает все имеющиеся причины будущей войны, которые, быть может, в данный момент даже неизвестны самим договаривающимся сторонам или впоследствии могут быть отысканы в архивных документах»[30]. По мнению некоторых исследователей, формулировка этой статьи «отражает озабоченность Канта тем, что недавно заключенный в Базеле в апреле 1795 г. мир между Пруссией и Францией долго не продержится. Это было мудрое наблюдение, и совет диктовался благими намерениями. Но в последующие годы республиканская Франция оказалась намного агрессивней, чем монархии того времени, а французы стремились к контролю над чужими территориями иногда даже с большим рвением, чем феодальные властители»[31].
2. *«Ни одно самостоятельное государство (большое или малое — это безразлично) не должно быть приобретено другим государством ни по наследству, ни в обмен, ни куплей, ни в виде дара»*. Иными словами — государства, интерпретируемые в контексте международного права как суверенные образования народов, не продаются, не покупаются, не наследуются и не могут быть подарены другому государству. Потому что «государство (в отличие, скажем, от земли, на которой оно находится) не есть имущество (patrimoiiium). Государство — это сообщество людей, повелевать и распоряжаться

[29] *Кант И.* Указ. соч.
[30] *Кант И.* Указ. соч.
[31] *Краузе И.* Кант и его время: трактат «К Вечному Миру» на фоне французской революции и последующих войн / пер. с нем. И. Д. Копцева и А. С. Зильбера // Кантовский сборник. 2013. № 1 (43). С. 37.

которыми не должен никто, кроме него самого». В этом качестве оно представляет собой «моральное лицо», уничтожение которого и превращение морального лица в вещь «противоречило бы идее первоначального договора, без которой нельзя мыслить никакое право на управление народом»[32].

Тем самым Кант, вслед за аббатом де Сен-Пьером, выступает против весьма распространенной в XVII–XVIII веках практики произвольного раздела территорий крупных и мелких государственных образований в результате так называемых войн за чье-либо «наследство». В данном случае, очевидно, Кант имел в виду разделы территории польско-литовского государства (Речи Посполитой) между Пруссией, Австрией и Россией 1772, 1793 и 1795 годов, а также, возможно, и Базельский мирный договор, согласно которому Франция получила всю левобережную территорию Рейна, не спросив мнения коренного населения этой области.

3. *«Постоянные армии (miles perpetuus) должны со временем полностью исчезнуть»*. И Кант объясняет почему. И его объяснение может быть интерпретировано как первая формулировка проблемы, которая сегодня называется «дилеммой безопасности». Гонка за безопасностью, увеличение и перевооружение государством своих вооруженных сил неизбежно будут восприняты соседями как возрастание угрозы, на которую они не смогут не откликнуться. А это неизбежно приведет сначала к эскалации гонки вооружений, которая, в свою очередь, станет соблазном для их применения. Иными словам, меры одного государства по обеспечению собственной безопасности воспринимаются другим как угрозы: если ружье заряжено, оно когда-нибудь непременно выстрелит.
4. *«Государственные долги не должны использоваться для внешнеполитических дел»*. А только для внутрихозяйственных нужд. Поскольку использование займов для реализации внешней политики, как правило, приводит к раздуванию военных расходов. А это ведет к эскалации в области вооружений: срабатывает дилемма безопасности. Это была действительно новая идея. В Великобритании и других европейских странах стало нормой финансировать войны путем выпуска займов. Чем дольше длились войны, тем больше росли долги и тем сильнее великие державы стремились к тому, чтобы с целью погашения долгов аннексировать меньшие страны, что с необходимостью приводило к новой войне.
5. *«Ни одно государство не должно насильственно вмешиваться в политическое устройство и правление других государств»*. Эта статья фактически повторяла требование трактата Сен-Пьера и содержала критику политики республиканской Франции. «В то время, когда Национальное собрание Франции открыто призывало к свержению правительств других стран — будь то с помощью революции

[32] *Кант И.* К вечному миру.

или с помощью интервенции, — это требование было смелым заявлением, которое разделялось не всеми современниками Канта. Но и это требование осталось в последующие годы без внимания. Во время правления Наполеона в континентальной Европе был только один центр власти, и он вмешивался в дела каждой отдельной взятой страны»[33].

6. *«Ни одно государство во время войны с другим не должно прибегать к таким враждебным действиям, которые сделали бы невозможным взаимное доверие в будущем состоянии мира, как, например, засылка убийц из-за угла (percussores), отравителей (venefici), нарушение условий капитуляции, подстрекательство к измене (perduellio) в государстве неприятеля и т. д.»*[34].

По мнению Канта, это «бесчестные военные хитрости». Ведь и во время войны должно оставаться хоть какое-нибудь доверие к образу мыслей врага. Потому что иначе нельзя заключить мир и враждебные действия превратятся в истребительную войну (bellum infcernecinum). А «истребительная война, в которой могут быть уничтожены обе стороны, а вместе с ними и всякое право, привела бы к вечному миру лишь на гигантском кладбище человечества. Следовательно, подобная война, а стало быть, и применение средств, ведущих к ней, должны быть безусловно запрещены»[35].

Таковы предварительные статьи, которые Кант считает вполне реальным заключить прямо сейчас: особенно первая, пятая и шестая. С остальными (упразднением постоянных армий, вмешательством в дела других государств и использованием долгов) можно пока подождать, так как их немедленное введение может ослабить многие государства.

Далее Кант формулирует основные (дефинитивные) статьи Договора, исполнение которых должно обеспечить достигнутый мир на долгие времена:

«Гражданское устройство в каждом государстве должно быть республиканским».

«Международное право должно быть основано на федерализме свободных государств».

«Право всемирного гражданства должно быть ограничено условиями всеобщего гостеприимства».

К сожалению, я не имею возможности подробно комментировать содержание этих, крайне интересных, статей классика немецкой философии. Зафиксируем лишь самое главное.

По мнению Канта, мирное сосуществование государств в масштабах планеты, которое он считал возможным только в случае перехода человечества в «цивилизованное (т. е. правовое) состояние», может быть обеспечено, во-первых, лишь в случае утверждения в большинстве стран мира «республиканской формы правления». И эта форма правления не подразумевает

[33] *Краузе И.* Указ. соч. С. 38.
[34] *Кант И.* К вечному миру.
[35] *Кант И.* Указ. соч.

обязательного установления «демократии», а может быть реализована и в монархических государствах, если монарх правит сообразно желанию народа. А чтобы это желание могло быть услышанным, в государстве необходима «свобода слова».

Во-вторых, всеобщий мир может быть обеспечен только в условиях наличия международного права, на основе которого должно быть создано не «мировое правительство», а «федерация свободных государств», каждое из которых обладает национальным суверенитетом.

В-третьих, «всемирное гражданство», о котором много писали, должно быть ограничено правом на гостеприимство в чужой стране. Комментируя право на гостеприимство, И. Кант отмечает, что каждый человек должен иметь возможность посетить любой уголок земли и не подвергаться при этом нападениям и враждебным действиям.

Таким образом, трактат Канта в идейно-политическом отношении был шагом вперед в сравнении с его предшественниками. Ни Уильям Пенн, ни аббат де Сен-Пьер не ратовали за союз народов, обеспечивающий мир в планетарном масштабе. Свой союз У. Пенн ограничивал западноевропейскими державами, а де Сен-Пьер обосновывал необходимость создания европейского союза государств в виде конфедерации. В проекте И. Канта поставлена иная задача: установление мира на планете путем создания федерации всех народов Земли с сохранением национального суверенитета каждого государства.

Эта и другие идеи Просвещения намного опередили свое время. В 1799 г. закончился «французский демократический эксперимент». Власть перешла к Наполеону Бонапарту, превратившему страну из колониальной в континентальную европейскую империю и развязавшему серию войн, которые унесли около 4,5 млн жизней и разорили многие страны Европы. Наступила эпоха национализма и национальных государств, которые беспрерывно воевали друг с другом в течение всего 19-го столетия. Потребовались две мировые войны, чтобы идеи, высказанные мыслителями XVIII века, были отчасти воплощены уже в веке двадцатом. После Первой мировой на Парижской мирной конференции 1919 г. по предложению Вудро Вильсона, ссылавшегося в том числе и на «просветителей», была создана Лига Наций (1919–1946), а после Второй мировой — Организация Объединенных Наций, существующая до сего дня. Позже был сформирован и Европейский союз, который в значительной мере оказался реинкарнацией проектов Уильяма Пенна и де Сен-Пьера [36]. У проекта Канта оказалась иная судьба. За исключением, пожалуй, статьи второй и требования «всеобщего гостеприимства», *ни одна из статей Договора «К вечному миру» так и не была реализована*. Государственные долги продолжают использоваться во внешней политике государств, подстегивая гонку вооружений, государства продолжают вмешиваться во внутренние дела друга, используя террористические

[36] См.: Как французский аббат 18 века все еще управляет ЕС // The Economist. 2021. 21 августа. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.c3fbd1f0-667c22bf-29cf6911-74722d776562/https/www.economist.com/europe/2021/08/19/how-an-18th-century-french-abbot-still-sways-the-eu.

методы, а постоянные армии даже незначительных государств растут, как грибы, стремясь обзавестись ядерным оружием. Поэтому трактат Канта и сегодня остается архиактуальным. Его следует рассматривать как политическое завещание великого философа современным политикам и государственным деятелям.

Последние, писал Кант в «тайной статье» своего Договора, *«должны принять во внимание максимы философов об условиях возможности общего мира»*. Конечно, продолжал он, «нельзя ожидать, чтобы короли философствовали или философы стали королями; да этого и не следует желать, так как обладание властью неизбежно извращает свободное суждение разума. Но короли или самодержавные (самоуправляющиеся по законам равенства) народы не должны допустить, чтобы исчез или умолк класс философов, а должны дать ему возможность выступать публично; это необходимо и тем, и другим для внесения ясности в их деятельность»[37]. Но именно ясности мышления, освещенной светом «чистого» и «практического разума», не хватает теперь тем интеллектуалам и политикам, которые в угоду личным амбициям и национальным интересам готовы сжечь Мир в костре ядерной катастрофы.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гидденс Э.* Последствия современности / пер. с англ. Г. К. Ольховикова, Д. А. Кибальчича. М. : Праксис, 2011.
2. *Глебов С.* Долгий XVIII век и становление модернизационной империи. Ч. I / С. Глебов, М. Могильнер, А. Семенов // Ab Imperio. 2015. № 1.
3. *Гранин Ю. Д.* Интеллигенция как фактор национализма // Журналист. Социальные коммуникации. 2016. № 1-2. С. 3–21.
4. *Гранин Ю. Д.* Эволюция науки и ее философские осмысления. М. : Академия медиаиндустрии, 2017.
5. *Гуторович О. В., Машукова Е. Ю.* Этатизация войны и проекты вечного мира. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/etatizatsiya-voyny-i-proekty-vechnogo-mira/viewer.
6. Как французский аббат 18 века все еще управляет ЕС // The Economist. 2021. 21 августа. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.c3fbd1f0-667c22bf-29cf6911-74722d776562/https/www.economist.com/europe/2021/08/19/how-an-18th-century-french-abbot-still-sways-the-eu.
7. *Кант И.* К вечному миру. URL: http://www. civisbook.ru/files/File/Kant.K_vechnomu_miru.pdf.
8. *Кара-Мурза А. А.* История цивилизации в России: органическое развитие versus социальный конструктивизм // Вопросы философии. 2021. № 7. С. 17–26.
9. *Краузе И.* Кант и его время: трактат «К Вечному миру» на фоне французской революции и последующих войн / пер. с нем.

[37] *Кант И.* К вечному миру.

И. Д. Копцева, А. С. Зильбера // Кантовский сборник. 2013. № 1 (43). С. 33–45.
10. *Момджян К. Х.* К вопросу о конструировании социальной реальности // Философский журнал — Philosophy Journal. 2021. Т. 14. № 4. С. 38–52.
11. *Новиков Г. Н.* Теория международных отношений. Иркутск : Изд-во Иркутского университета, 1996.
12. *Поланьи К.* Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. СПб. : Алетейя, 2002.
13. *Соколов Е. С.* Рождение современной войны // Вопросы философии. 2015. № 12. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1308.
14. *Фуко М.* История безумия в классическую эпоху. СПб. : Университетская книга, 1997.
15. *Фуко М.* Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М. : Ад Маргинем Пресс, 2015.
16. *Хайлбронер Р. Л.* Философы от мира сего. Великие экономические мыслители: их жизнь, эпоха и идеи / пер. с англ. И. Файбисовича. М. : Колибри, 2008.
17. *Чубарьян А. О.* Европейская идея в истории. Проблемы войны и мира. М. : Международные отношения, 1987.

Поступила в редакцию 25 июля 2024 г.

УДК 070 (091)

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

АНТИВОЕННАЯ ПУБЛИЦИСТИКА ЛЬВА ТОЛСТОГО И МИХАИЛА БУЛГАКОВА

Аннотация. *Еще с петровских «Ведомостей» военная тема постоянно присутствует в российской прессе. На страницах «Ведомостей» регулярно размещались материалы по военному делу, производству артиллерийских орудий, строительству флота. Большая доля публикаций посвящалась победам русской армии.*

Военная журналистика — активная форма установления прямой связи армии и общества. Читатели нуждаются в информации о службе соотечественников, о новинках военной техники, об уровне подготовки воинов к защите Отечества и их моральном духе.

Историки отечественной журналистики называют местом рождения военной журналистики в России Крымскую войну 1853–1856 гг. Здесь впервые появились профессиональные военные корреспонденты. Одним из них и был Лев Николаевич Толстой. Крымская баталия способствовала его переходу от литературного творчества к публицистике, к стремлению осмыслить происходящие на Крымском полуострове события.

Ключевые слова: *военный журнал, «Русский инвалид», тема патриотизма, тема войны, миропорядок, человеческая жизнь.*

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

ANTI-WAR JOURNALISM LEV TOLSTOY AND MIKHAIL BULGAKOV

Abstract. *Since Peter's Vedomosti, the military theme has been constantly present in the Russian press. Materials on military affairs, the production of artillery pieces, and the construction of the fleet were regularly posted on the pages of Vedomosti. A large proportion of publications were devoted to the victories of the Russian army.*

Military journalism is an active form of communication between the army and society. Readers need information about the service of compatriots, about new military equipment, about the level of training of soldiers for the defense of the Fatherland and their morale.

Historians of Russian journalism call the Crimean War of 1853–1856 the birthplace of military journalism in Russia. Professional war correspondents appeared here for the first time. One of them was Leo Nikolaevich Tolstoy. The Crimean battle contributed to his transition from literary creativity to journalism, to the desire to comprehend the events taking place on the Crimean peninsula.

Keywords: *military magazine, «Russian invalid», theme of patriotism, theme of war, world order, human life.*

ВВЕДЕНИЕ

В 1853 г. Российская империя вступила в очередную войну, которая вошла в историю как Крымская или Восточная война (1853–1856). Боевые столкновения развернулись на Кавказе, в Дунайских княжествах, на Балтийском, Черном, Азовском, Белом и Баренцевом морях, а также в низовьях Амура, на Камчатке и Курилах. Наиболее ожесточенные и драматичные бои шли в Крыму, отсюда и название войны в России «Крымская».

Развязанный конфликт стал глобальным конфликтом, борьбой за передел мира и установление нового мирового порядка. Война показала сильное сопротивление стран — лидеров Западной Европы (Франции и Великобритании) усилению роли России в Восточной Европе, в частности на Балканах.

Каждая сторона конфликта преследовала собственные стратегические цели. Так, Лондон совместно с союзниками по коалиции хотел разгромить своего основного геополитического соперника — Россию, отторгнув у нее Закавказье, Польшу, Финляндию, вытеснив из акваторий Балтийского и Черного морей, лишив основных торговых портов на других морях. Главная цель — низвести Россию из мощной державы в разряд второстепенной страны.

Париж вступил в войну под значительным воздействием Лондона. Кроме того, Наполеон III намеревался укрепить режим личной власти, поднять престиж Франции после сокрушительного поражения в войне 1812 г. Эти обстоятельства усугублялись и тем, что Николай I демонстративно подчеркивал факт непризнания Наполеона III в качестве французского императора.

Сардиния, не имея никаких противоречий с Россией, вступила в войну в ответ на обещание Франции содействовать объединению Италии под Савойской короной.

К середине XIX в. Великобритания и Франция вытеснили Россию с ближневосточных рынков и подчинили своему влиянию Турцию. В то время Россия проводила активную политику, направленную на освобождение православных славянских народов из-под власти Турции. Чтобы

ослабить ее влияние, Великобритания и Франция подталкивали Турцию на конфликт с Россией, обещая ей военную поддержку. Не без участия правительства Франции в 1850 г. возник спор между католическим и православным духовенством об обладании христианскими святынями в Святой Земле, которая находилась во владениях Турции. Провокацией, приведшей к началу войны, стала передача ключей от Вифлеемского храма Рождества Христова в руки католического духовенства. Этот акт был воспринят в России как оскорбление русского Императора [1].

Крымская война началась как русско-турецкая война. Турция стремилась вернуть утраченные в предшествующих войнах с Россией земли на Кавказе [2]. Несмотря на победы на первоначальном этапе (1853–1854) и захват ключевой турецкой крепости Карса в 1855 г., Россия проиграла важнейшие битвы на территории Крымского полуострова.

Крымская война завершилась Парижским мирным договором, подписанным 18 (30) марта 1856 г. [3] Война показала кризис внутренней и внешней политики Николая I, который и привел страну к катастрофе. Поражение России, обусловленное ее военной и экономической отсталостью, подтолкнуло правительство к началу преобразований, осуществленных в ходе реформ 1860–1870 гг.

Л. Н. ТОЛСТОЙ — ВОИН И ЖУРНАЛИСТ

Свой путь в большую литературу и к признанию Толстой начинал журналистом, когда служил в армии в звании прапорщика. Молодой Толстой был непосредственным участником событий в Крыму в годы войны, что отразилось на его литературной деятельности, способствовало творческому расцвету. Свои знаменитые «Севастопольские рассказы» он напечатал в журнале «Современник». Н. А. Некрасов, тогдашний редактор этого журнала, называл материалы, присланные Толстым, статьями. Тургенев считал их очерками. Это уже потом, после небольшой доработки, в основном восстановления, выброшенных цензорами мест, они получили общее признание как рассказы. Но дело не в названии и не в жанре. В содержании.

Лев Николаевич мучительно думал о тогдашнем бытии соотечественников, о войне, о будущем человечества. Что такое война, кто развязал, за что проливается кровь? Какой миропорядок утвердит? Эти вопросы встали перед писателем в самом начале его журналистско-литературного поприща и занимали на протяжении всей жизни.

В конце 1854 г. Толстой получает возможность присоединиться к стороне, обороняющей Севастополь. Все время, что он находится там, ведет дневниковые записи, довольно подробно фиксируя происходящее, свои личные впечатления. Лев Николаевич загорелся желанием донести ужасы увиденного до широких масс и даже принял участие в попытке издания

[1] Крымская война (1853–1856). URL: https://www.prlib.ru/history/619634 (дата обращения: 15.02.2024).
[2] Крымская (Восточная) война 1853–1856 гг. URL: https://runivers.ru/conflicts/conflict/c2/krymskaya_vostochnaya_voyna_1853_1856_gg/ (дата обращения: 15.02. 2024).
[3] Крымская война (1853–1856).

первого в России военного журнала. Идея возникла в компании молодых офицеров, в которую помимо Толстого входили Комстадиус (убит в битве при Инкермане 24 октября 1854 г.), капитаны Фриде и Столыпин (отец будущего премьера), штабс-капитан Баллюзек, поручики Шубин и Боборыкин. Журнал называли «Солдатским вестником», но позже название изменили на «Военный листок».

В архиве Толстого сохранился его подробнейший план. «Программа журнала делилась на официальную и неофициальную части. В официальной предполагалось помещать реляции (сообщения) с различных театров войны о действиях военных, приказы о награждениях и сентенции (приговоры) военного суда за постыдные поступки. В неофициальной части — рассказы о быте офицеров и солдат, о подвигах отдельных отрядов и лиц, описания края, жителей, характера и образа действия неприятеля. Кроме того, предполагалось помещать популярные статьи о правильном обращении с лошадьми и оружием, о нововведениях в военном искусстве. В каждом номере, кроме всего прочего, должны были печататься религиозные поучения воинам, а также публиковаться солдатские песни»[4].

Льва Николаевича избрали главным редактором. Деньги на издание предполагали собрать по подписке, а также вложить личные средства. Подписка на журнал предполагалась самая дешевая.

В октябре 1854 г. будущие издатели представили свой проект главнокомандующему Горчакову и получили полное одобрение. Был подготовлен пробный номер с редакционной статьей Толстого. Горчаков отправил его военному министру для доклада Николаю I. Ответ, полученный 21 ноября, гласил: «Его величество, отдавая полную справедливость благонамеренной цели, с каковою предположено было издавать сказанный журнал, изволил признать неудобным разрешить издание оного, так как все статьи, касающиеся военных действий наших войск, предварительно помещения оных в журналах и газетах, первоначально печатаются в газете «Русский инвалид» и из оной уже заимствуются в другие периодические издания».

Ответ царя огорошил инициаторов, но не остудил желания писать об армии, войне. 11 января 1855 г. Толстой обращается к Некрасову с просьбой выделить в «Современнике» постоянное место для статей на военную тему. Он обещал ежемесячно присылать от 2 до 5 листов текстов. В сущности, предполагалось создать внештатный военный отдел «Современника», возглавляемый Толстым.

Некрасов согласие дал, но Лев Николаевич не смог выполнить свои обещания. Товарищи-офицеры, на которых он рассчитывал как на постоянных авторов, эти ожидания не оправдали. Того же Аркадия Столыпина хватило лишь на один очерк. И Толстой записал в дневнике 20 марта 1855 г.: «Приходится писать мне одному — напишу Севастополь в различных фазах и идиллию офицерского быта».

[4] *Мясников В.* Лев Николаевич — самый первый русский фронтовой корреспондент // Независимая газета. Военное обозрение. 2010. 10 февраля.

Первый очерк «Севастополь в декабре месяце» появился в «Современнике» в июне 1855 г. Второй — «Севастополь в мае» вышел под названием «Ночь весною 1855 г. в Севастополе» в № 9 (сентябрь) за 1855 г. без подписи автора, поскольку текст чудовищно искромсал цензор. В основу очерка положен ночной бой с 10 на 11 мая, свидетелем которого был Толстой. Третий очерк «Севастополь в августе 1855 г.» напечатан в первом номере «Современника» за 1856 г. Август оказался последним месяцем героической обороны, так что цикл корреспонденций Толстого неизбежно должен был закончиться.

Очерк «Севастополь в декабре месяце» читающая публика приняла с восторгом. Некрасов писал Толстому 15 июня 1855 г.: «Статья эта написана мастерски, интерес ее для русского общества не подлежит сомнению, — успех она имела огромный... Пожалуйста, давайте нам побольше таких статей!» Иван Тургенев в письме к Ивану Панаеву сообщал: «Статья Толстого произвела здесь фурор всеобщий...». Царица, к примеру, расплакалась, когда прочла первый очерк, а только, что взошедший на престол Александр II повелел беречь автора, перевести его из Севастопольского пекла войны в более спокойное место.

Позже автор, как отмечалось выше, использует эти записи как основу для создания цикла «Севастопольские рассказы». Именно на этом основании часто Льву Николаевичу присваивают звание первого военного корреспондента.

Тема публикаций — ужасная, калечащая судьбы и, по сути, бессмысленная, война. Он ее бескомпромиссно осуждает. Неужели тесно жить людям на этом прекрасном свете, под этим неизмеримым звездным небом? — задается вопросом Толстой. И сетует, что к ней, как ни удивительно, люди довольно быстро привыкают, и это безразличие хуже настоящей смерти.

Эти строки вышли из-под пера Толстого почти 200 лет назад, а будто сегодня написаны, если вспомнить палестино-израильский конфликт, Украину и Донбасс, спецоперацию СВО.

Но вернемся к Толстому. Он тогда, в Севастополе, видел весь ужас войны, подробно описывает ход ее, горы убитых и поведение горожан, для которых мертвые тела и вражеские снаряды на улицах становятся обычным явлением. Показывает временную больницу, в которой много раненых солдат, с ампутированными конечностями, «одних на койках, большей частью на полу». Там автор ведет переговоры с ранеными, испытывает страдания и муки войны. Затем он посещает место, где офицеры и солдаты на обеде слушают фантастические истории о четвертом бастионе. Толстой приводит читателя к этому бастиону, где он беседует с тогдашним командиром в нескольких метрах от позиций противника. анизма в перемирии (поскольку страны постоянно воюют друг с другом, несмотря на прошлые перемирия). Толстой делает вывод, что у его рассказа есть только один герой — правда. «Севастополь в мае» был первым художественным произведением Толстого, в котором столь отчетливо проявилось обличительное начало.

В третьем очерке прапорщик рисует патриотизм, оптимизм, молодость добровольца Володи, который вызвался отправиться в Севастополь, тогда как старые бойцы не понимают, как можно было покинуть мир ради этой войны. Нужен офицер на Малахов курган, и Володя соглашается туда; в конце во время французской атаки он погибает. Описание этой смерти перекликается с эпизодом из романа «Война и мир», когда погибает так же младший брат Наташи Ростовой Петя. Толстой, прежде всего, хочет передать иллюзорность патриотических представлений на фоне жестокой и бессмысленной смерти, которую несет война.

Звучит и тема патриотизма на примере всего русского народа и, в частности героев книги. Конечно, они могут испытывать страх перед неизбежной кончиной, но все же возможность обеспечить будущим поколениям счастливое, мирное существование толкает их на настоящие подвиги. Раскрывая перечисленные темы, автор затрагивает следующие проблемы.

Жестокость и ненужность войны — она уносит жизни невинных, разлучает семьи и заставляет людей страдать. Да, в этот сложный период можно узнать, каков на самом деле человек (трус он или храбрец, есть у него понятие чести или нет и прочее), но все же для большинства война является настоящей трагедией. Подобные события не проходят бесследно, и возвратиться к привычному образу существования после них совсем не просто. Рассуждая о возможности сокращения потерь, Толстой предлагает неожиданный компромисс: пускай от каждой противоборствующей стороны вызовется по одному солдату, столкновение которых и решит исход войны. По мнению писателя, подобный способ позволит избежать массового кровопролития.

Героизм здесь он показывает с разных сторон. Например, без труда можно различить героизм истинный и ложный. В очерке «Севастополе в мае» описываются аристократы, цель которых — не защитить родной город, а прославиться и получить высокую награду. Таков штабс-капитан Михайлов, мечтающий о признании. А при обстреле его действия далеки от возвышенных. Горячо молясь Богу, Михайлов вспоминает родных и просит лишь об одном — уцелеть. Совсем иными предстают перед читателями братья Козельцовы из «Севастополя в августе 1855 года». Они храбры, готовы к активным действиям и стремятся на поле боя не ради медалей. Их гибель действительно геройская, хотя и напрасна — французы все равно захватывают Севастополь.

Изображая происходившее без прикрас, крайне реалистично, Лев Николаевич показывает, к чему может привести ненависть, и призывает отказаться от нее. Политические распри и амбиции власть имущих, по его мнению, не должны губить людей. Война противоестественна и лишь обнажает худшие качества личности. Она неразумна, нелепа и всем вредна — таков смысл «Севастопольских рассказов» и такова позиция журналиста Льва Толстого.

Тему войны, настоящего и будущего нашего бытия Лев Николаевич более ярко и объемно развернет в «Войне и мире». Существует даже точка

зрения, что без работы над корреспонденциями о войне из Севастополя роман-эпопея мог просто не появиться на свет [5].

Журналистика Льва Толстого — это взгляд из сегодня в завтра, набат; она заставляет читателей задуматься о ценности жизни, взаимоотношениях с окружающими, любви к Отечеству и человечеству в целом, о миропорядке сегодня и в будущем. Возможно, если бы люди стали более сострадательными, то подобных трагедий больше никогда бы не случилось. Одно из двух: или война есть сумасшествие, или, ежели люди совершают это сумасшествие, то они совсем не разумные создания, как у нас почему-то принято думать, — выражает свою позицию Толстой. И делает это талантливо, люди зачитывались его публикациями, плакали над ними.

Хотя вопрос есть. Практически все писатели начинали с журналистики. Пушкин, Герцен, Чернышевский, Некрасов, Достоевский, Горький... С одной стороны, она им помогала познать жизнь, давала материал для будущих повестей, романов. С другой стороны, заставляя заниматься всякой повседневной мелочевкой, мешала сосредоточиться на глобальных проблемах. Журналистику исследователи делят на качественную (правда, я не согласен с таким определением, точнее — достоверную) и пустопорожнюю, или желтую.

Тут в пору сказать несколько слов о понятии «качественная журналистика». Некоторые исследователи не признают этого определения. Оно пришло к нам из США. Рекламодатели так оценивали рекламу в СМИ, которая приносила им прибыль. Если прибыли от рекламы не получали, стало быть СМИ не качественные. Переняв понятие американских рекламщиков «качественная журналистика», некоторые наши исследователи используют его для оценки всей отечественной журналистики. Что же, если подходить с позиции Толстого, то это правомочно. Но, думается, точнее будет разделить работу отечественных СМИ на созидательную, и разрушающую, отвлекающую людей от решения актуальных проблем. Люди видят это и всячески пытаются призвать журналистов к серьезной работе. Глава Башкирии Радий Хабиров объявил в 2023 г. об учреждении новой премии для журналистов республики. Эта награда, по словам руководителя, будет вручаться тем, кто создает правдивый контент, пользующийся признанием общественности.

Премия получила название «Достоверность. Ответственность. Мужество» и будет присуждаться 20 журналистам ежегодно. Каждый лауреат сможет рассчитывать на денежное вознаграждение в размере 300 тыс. руб. По замыслу Хабирова, награда должна мотивировать представителей СМИ к созданию актуальных материалов высокого качества. Он выразил уверенность, что награда поможет журналистам найти свое место и избавит медиасферу региона от непрофессионалов [6].

Инициатива главы Башкирии вызвала неоднозначную реакцию в обществе. Многие опасаются, что новая премия будет использоваться для поощ-

[5] URL: https://kakoy-smysl.ru/history-of-creation/kratkaya-istoriya-sozdaniya-sevastopolskix-rasskazov (дата обращения: 10.01.2023).
[6] См. URL: https://news-bash.ru/news/glava-bashkirii-uchredil-premiyu-dlya-pravil.

рения лояльных власти журналистов и оказания давления на независимых авторов. В частности, в социальных сетях появились комментарии о том, что отсутствие объективных критериев оценки может привести к произвольному присуждению награды. Тем не менее, есть и те, кто считает, что премия может реально способствовать повышению качества журналистики в регионе. По их мнению, стимулирование лучших представителей профессии — разумная идея. Важно, чтобы процедура отбора лауреатов была максимально прозрачной и не допускала предвзятости. А это сделать очень непросто.

Но если на региональном и, возможно, даже на федеральном уровне подобная инициатива, особенно если ввести и штрафы за фейки и лживую информацию, может повысить достоверность журналистских материалов, то на международном вряд ли. Во-первых, кто и как это будет осуществлять, а во-вторых, есть еще один важный аспект этой проблемы — далеко не всякий журналист, который может увидеть, донести до аудитории реальность сегодняшнего дня, сможет предсказать будущее.

СО ДНА ЯМЫ ВИДИМОСТЬ МАЛАЯ

Наш соотечественник, журналист, литератор, на глазах которого вершилась Первая мировая война и социалистическая революция в России, участник Гражданской войны Михаил Афанасьевич Булгаков также был охвачен ужасами войны и мыслью о том, что же будет с нами? Какой миропорядок грядет? Он рассуждал об этом на страницах газеты «Грозный» в публикации «Грядущие перспективы», продолжил на страницах «Кавказа» («В кафе»), «Гудка». (В «Гудке» напечатано более 120 статей, очерков и фельетонов Булгакова. А еще он сотрудничал с журналами «Россия», «Возрождение», «Красный журнал», «Медицинский работник» и др.)

«Теперь, когда наша несчастная родина находится на самом дне ямы позора и бедствия, в которую ее загнала «великая социальная революция», — писал Булгаков в «Грядущих перспективах», — у многих из нас все чаще и чаще начинает являться одна и та же мысль.

> Эта мысль настойчивая.
>
> Она — темная, мрачная, встает в сознании и властно требует ответа.
>
> Она проста: а что же будет с нами дальше?
>
> Появление ее естественно.
>
> Мы проанализировали свое недавнее прошлое. О, мы очень хорошо изучили почти каждый момент за последние два года. Многие же не только изучили, но и прокляли.
>
> Настоящее перед нашими глазами. Оно таково, что глаза эти хочется закрыть.
>
> Не видеть!
>
> Остается будущее. Загадочное, неизвестное будущее.
>
> В самом деле: что же будет с нами?..
>
> Недавно мне пришлось просмотреть несколько экземпляров английского иллюстрированного журнала.

Я долго, как зачарованный, глядел на чудно исполненные снимки.
И долго, долго думал потом...
Да, картина ясна!
Колоссальные машины на колоссальных заводах лихорадочно день за днем, пожирая каменный уголь, гремят, стучат, льют струи расплавленного металла, куют, чинят, строят...
Они куют могущество мира, сменив те машины, которые еще недавно, сея смерть и разрушая, ковали могущество победы.
На Западе кончилась великая война великих народов. Теперь они зализывают свои раны.
< ... >
А мы... Мы будем драться.
< ... >
Негодяи и безумцы будут изгнаны, рассеяны, уничтожены.
И война кончится.
Тогда страна, окровавленная, разрушенная начнет вставать. Медленно, тяжело вставать.
< ... >
Нужно будет платить за прошлое неимоверным трудом, суровой бедностью жизни. Платить и в переносном, и в буквальном смысле слова»[7].

Да, Булгаков прав, за все надо платить. И мы заплатили. Дорого. Но построили новое государство, в котором не было ни угнетателей, ни угнетенных. К сожаленью, не уберегли его. Предупреждая о том, что нам придется трудно после смены одной формации на другую, после революции в России, Булгаков правдиво, честно описал реальность бытия во время войны, но со дна ямы не увидел будущего страны, не предсказал, что с нами будет в будущем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Публикация Булгакова актуальна и сегодня. В 1917-м мы разрушили все до основания и взялись строить новый мир, поменяли капитализм на социализм, потом затеяли перестройку и в 1991-м в ходе ее снова поломали все... и вернулись к капитализму. СМИК шли на полшага впереди всех этих процессов, агитируя нас, воодушевляя, организуя...И вот мы снова оказались в яме, из которой не видно, куда идем, и что будет завтра, никто не знает. Касаясь этого вопроса, стоит оглянуться назад, осмыслить, а, собственно, откуда мы взялись? Вопрос о происхождении жизни, о прошлом и будущем человечества — самый сложный и спорный. Для каждого человека, будь он ученым или простым обывателем, он важен еще и потому, что тесно связан с вопросом о смысле жизни, задачах и целях человека в этом мире. Есть ли вообще смысл в человеческой жизни? Зачем мы приходим на эту землю? Почему воюем друг с другом?

[7] *Булгаков М.* Грядущие перспективы // Грозный. 1919. 13 ноября.

Эти вопросы мучили и мучают мыслителей всего мира. Ответы на них пытается дать журналистика. Полистайте газеты и журналы сегодняшних и давно минувших дней, зайдите на сайты, и вы найдете там самые разные ответы. Тот же Толстой посвятил этому трактат «О жизни», который признавал одним из главных своих произведений.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Булгаков М.* Грядущие перспективы // Грозный. 1919. 13 ноября.
2. Крымская (Восточная) война 1853–1856 гг. URL: https://runivers.ru/conflicts/conflict/c2/krymskaya_vostochnaya_voyna_1853_1856_gg.
3. Крымская война 1853–1856. URL: https://www.prlib.ru/history/619634.
4. *Мясников В.* Лев Николаевич — самый первый русский фронтовой корреспондент // Независимая газета. Военное обозрение. 2010. 10 февраля.
5. *Толстой Л. Н.* О жизни // Собр. соч. в 22 т. М. : Худож. лит-ра, 1984. Т. 17. С. 7–135.
6. *Толстой Л. Н.* Севастополь в августе 1855 года // Собр. соч. в 22 т. М. : Худож. лит-ра, 1984. Т. 2. С. 145–207.
7. *Толстой Л. Н.* Севастополь в декабре месяце // Собр. соч. в 22 т. М. : Худож. лит-ра, 1984. Т. 2. С. 87–101.
8. *Толстой Л. Н.* Севастополь в мае // Собр. соч. в 22 т. М. : Худож. лит-ра, 1984. Т. 2. С. 102–145.

Поступила в редакцию 15 мая 2024 г.

УДК 654.191

Б. А. ИГРАЕВ,
кандидат филологических наук, доцент;
Россия, г. Тула.
e-mail: *borisigraev@yandex.ru*

ЗАРОЖДЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАДИОВЕЩАНИЯ В РОССИИ

Статья третья [1]
ГОДЫ ТВОРЧЕСКОЙ СТАГНАЦИИ, ИЛИ РАБОТА ПО ИНЕРЦИИ

Аннотация. *В статье исследуется работа Тульского радио в 70-е годы XX века, ставшие для журналистов годами творческой стагнации. По мнению автора, цель структурных изменений, проходивших во всесоюзном радиовещании и телевидении, — усиление аудиовизуальной пропаганды и партийного контроля за деятельностью одного из основных институтов государственной идеологии. Этот вывод иллюстрируется публикацией квартальных планов Тульского областного комитета по телевидению и радиовещанию в период подготовки к празднованию 100-летия В. И. Ленина и 50-летия образования СССР. Бюрократизация и надзор в значительной степени сковывали творческую инициативу журналистов.*

Ключевые слова: *идеология, пропаганда, эфирный план, радиопрограмма, районная редакция радио, институт повышения квалификации.*

B. A. IGRAEV,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Head of the Journalism Department
Tula State University;
Tula, Russia.
e-mail: *borisigraev@yandex.ru*

THE ORIGIN AND DEVELOPMENT OF REGIONAL RADIO BROADCASTING IN RUSSIA

Article three
YEARS OF CREATIVE STAGNATION, OR WORK BY INERTIA

Abstract. *The article examines the work of Tula Radio in the 70s of the XX century, which became years of creative stagnation for journalists. According to the author, the purpose of the structural changes that took place in the All-Union Radio and Television Broadcasting and in regional committees is to strengthen audiovisual propaganda and party control over the activities of one of the main institutions*

[1] Статьи первую и вторую см: «Журналист. Социальные коммуникации, 2024, № 1, 2.

of state ideology. This conclusion is illustrated by the publication of quarterly plans of the Tula Regional Committee on Television and Radio Broadcasting in preparation for the celebration of the 100th anniversary of V. I. Lenin and the 50th anniversary of the formation of the USSR. Bureaucratization and supervision have largely hampered the creative initiative of journalists.

Keywords: *ideology, propaganda, broadcast plan, radio program, regional radio editorial office, institute of advanced training.*

Семидесятые годы, вошедшие в отечественную историю как годы застоя, начались с подготовки к празднованию 100-летнего юбилея со дня рождения В. И. Ленина — основателя Советского государства.

В июле 1968 г. было опубликовано постановление ЦК КПСС «О подготовке к 100-летию со дня рождения Владимира Ильича Ленина», в декабре 1969 г. — юбилейные партийные тезисы, в которых освещалась жизнь и революционная деятельность вождя, его вклад в марксистскую теорию и деятельность по созданию большевистской партии и первого в мире социалистического государства рабочих и крестьян.

На основе этих партийных документов в стране развернулась широкая идейно-политическая кампания, в которую так или иначе были вовлечены все слои населения. На каждом предприятии, в учреждениях и организациях активизировались занятия в системе политическая учебы. Слушатели всевозможных курсов, лекториев, семинаров изучали идейное наследие В. И. Ленина, его концептуальные работы «Империализм, как высшая стадия капитализма», «Государство и революция», «Детская болезнь „левизны“ в коммунизме» и др., штудировали документы КПСС и международного коммунистического движения.

Какими передачами радовало тульских радиослушателей местное радио в преддверии юбилея?

Из плана работы Тульского областного комитета по телевидению и радиовещанию на первый квартал 1970 г. мы выбрали только те передачи, в которых звучало ленинское слово.

Редакция общественно-политических передач

1. «Годы великой жизни» — звуковые документальные страницы биографии В. И. Ленина.
2. Радиосборник «Ленин с нами». Материалы и публикации о том, как туляки воплощают в жизнь заветы вождя. Документы «Ленин и Тула».
3. «Высшей награды Родины удостоен» — радиорассказы, очерки, композиции и зарисовки о людях и коллективах, награжденных орденом Ленина.
4. «Ленинский календарь», «Сто ударных дней» — информационные материалы, интервью, репортажи, краткие выступления, зарисовки о соцсоревновании в честь ленинского юбилея, авангардной роли коммунистов-тружеников города и села.

5. «Ленинские страницы» в программах радиостанций «Молодость» и радиогазеты «Юные ленинцы».
6. «К 100-летию со дня рождения В. И. Ленина» — цикл передач в помощь обучающимся в сети партийного просвещения.

Радиостанция «Молодость»

1. «Юбилею Ленина — подарки молодых» — материалы о трудовой вахте молодых рабочих, колхозников, учащихся, о наиболее важных делах молодежи, посвященных ленинскому юбилею, о ходе выполнения юбилейных обязательств.

Радиогазета «Юные ленинцы»

1. «Заветам Ленина верны» — репортажи, выступления, рапорты о ходе Всесоюзной пионерской экспедиции.
2. «Как завещал Ильич» — материалы, посвященные выполнению ленинских заветов.
3. «Изучай жизнь Ильича» — рассказы о ленинских комнатах, залах, музеях в школах.
4. «Детям о Ленине» — рассказы, стихи, воспоминания старых большевиков.

Помимо перечисленных эфиров редакция общественно-политических передач ежемесячно готовила выпуски радиожурналов «Спортивная Тула», «На страже порядка», «Свет Октября», «Радиоклуб Боевой славы», радиожурнала для молодежи «Факел», а также тематические циклы передач, посвященные историко-революционным и знаменательным датам (три передачи в месяц), партийной жизни (14 передач), рубрике «Местные Советы за работой» (девять передач).

Редакция промышленных передач

1. «Ленинским курсом» — цикл передач к 100-летию со дня рождения вождя.
2. «Ленин учит, советует, требует» — радиокомпозиции, очерки, показывающие торжество ленинских идей, рассказывающие о том, как выполняются заветы В. И. Ленина.
3. «Радиодневник народной инициативы» — статьи, репортажи, корреспонденции, интервью о социалистическом соревновании в честь столетия со дня рождения В. И. Ленина за досрочное выполнение пятилетки, за право быть удостоенными Ленинских юбилейных знамен, почетных грамот и медалей.

Передачи для работников сельского хозяйства

1. «Главное направление передач — это показ борьбы земледельцев за достойную встречу 100-летия со дня рождения В. И. Ленина, за претворение в жизнь решений Третьего Всесоюзного съезда колхозников», — сообщалось в плане работы. Называлась тематика выступлений: полеводство (семь тем), животноводство (семь тем), экономика (три темы).

Художественное вещание

1. Литературно-драматические передачи в честь знаменательной даты.
2. Литературно-музыкальные композиции: «Вашим, товарищ, именем думаем, боремся и живем», «Имя Ленина в сердцах миллионов».

Всего в первом квартале редакция художественного вещания выпустила 14 передач [2].

Подготовленного и уже реализуемого плана передач кому-то из штатных обкомовских пропагандистов показалось недостаточно. И уже с 8 апреля 1970 г. на тульском радио дополнительно к циклам передач «Юные ленинцы», «Годы великой жизни», «Ленин и Тула», «Ордена Ленина удостоен» появилась новая рубрика «Товарищ Ленин! Мы вам докладываем».

Почему столь подробно рассказываем о ленинском юбилее? Во-первых, чтобы зафиксировать данное событие в истории тульского радио, во-вторых, показать роль журналистов в освещении данного события. Думаем, что и сотрудники радио не были в восторге от ежедневной обязанности писать тексты с упоминанием Ленина, «привязывать» его имя к любой трудовой победе и рядовому событию. Очевидно, запущенные в массовое сознание статьи о Ленине, ежедневно звучавшие по радио песни и стихи о нем все это несколько утомляло, а то и раздражало общественность, о чем свидетельствует множество анекдотов.

Советская идеология как профессионально сконструированная, многомерная система нарративов, отражающая основные ценностные ориентиры советского общества и пронизывающая быт каждого советского человека, к семидесятым годам начала пробуксовывать. И юбилей вождя советские идеологи использовали по полной программе.

После празднования 100-летнего юбилея вождя в очередном постановлении ЦК КПСС были сформулированы главные задачи ведомства: «Пропаганда марксизма-ленинизма, постановлений и решений ЦК КПСС и Советского правительства, мобилизация трудящихся на решение задач коммунистического строительства, оперативная информация о событиях в Советском Союзе и за рубежом».

Вопросы профессионального мастерства журналистов, поиск новых форм вещания, острых интересных журналистских решений в разработке той или иной темы отходили на второй план.

СТАНДАРТЫ ВЗАМЕН ТВОРЧЕСТВА И ИНИЦИАТИВЫ

23 декабря 1970 г. Совет министров РСФСР принял постанов ление о преобразовании подведомственных областных и республиканских комитетов по радиовещанию и телевидению в комитеты по телевидению и радиовещанию. Перестановка слов в названии структуры означала смену приоритетов в идеологии вещания: телевидение выходило на первый план. 27 января

[2] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 6, д. 62, л. 80–91.

1971 г. соответствующее решение принял и исполком Тульского областного совета (№ 2-41). Отныне областной комитет стал именоваться Комитетом по телевидению и радиовещанию исполнительного комитета об ластного Совета депутатов трудящихся [3].

Еще одно изменение в наименовании комитета произошло в октябре 1978 г., когда по постановлению Верховного Совета СССР Государственный комитет Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию стал именоваться Государственным комитетом СССР по телевидению и радиовещанию.

В 1970 г. Всесоюзное радио начинало свою работу в 5 часов утра с трансляции боя часов на Спасской башне Кремля. Затем передавались «Последние известия», с 5:15 — гимнастика и утренний концерт. В 6.00 вновь звучал бой курантов, шел обзор центральных газет «Правда» или «Сельская жизнь» и передача «Гимнастика для детей». Завершался эфир в 23:50 выпуском «Последних известий». С 24:00 до 1:00 передавалась программа радиостанции «Юность» «Для тех, кто не спит».

Сетку Всесоюзного радио дополняли местные передачи.

Новое штатное расписание, введенное 1 октября 1976 г. (приказ № 86 от 21 сентября), предусматривало состав областного комитета в количестве 40 сотрудников: 4 человека — административно-управленческий персонал, 30 сотрудников — редакторский и художественно-производственный персонал, 6 человек входили в киносъемочную группу.

Помимо подготовки передач для тульского радио сотрудники областного комитета обязаны были выполнять план передач для Всесоюзного радио. Каждый квартал областные и республиканские комитеты получали объемные, по 80–100 страниц, тематические планы передач Всесоюзного радио, в которых прописывались задания местным редакциям. Например, в июле 1971 г. тульские журналисты должны были подготовить 15-минутный сюжет «Наш курс». В тексте заявки значилось: «Передача расскажет о том, как туляки выполняют решения XXIV съезда КПСС об увеличении производства товаров народного потребления (самоваров, чайников)». К 20 ноября туляки должны были предоставить редакции Всесоюзного радио 15-минутный сюжет «Ударная стройка» — рассказ о строителях Узловского завода пластмассовых изделий, где будет производиться пластик для Волжского и Камского автомобильных заводов, репортаж с завода «Красный Октябрь» «По почину москвичей и ленинградцев» продолжительностью звучания шесть минут и репортаж из Щекинского строительного управления «Новинку — на стройку» продолжительностью восемь минут [4].

Иногда тульские журналисты по своей инициативе предлагали московским коллегам незаявленные в тематическом плане материалы. Например, в июле 1977 г. из предложенных туляками для Главной редакции пропаганды новых сюжетов для эфира Всесоюзного радио были отобраны четыре.

[3] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 7, д. 2, л. 199–200.
[4] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 7, д. 4, л. 107.

Существовавшая в структуре Госкомитета редакция обменных передач также планировала ежегодный обмен лучшими радиопрограммами между республиканскими и областными комитетами. В 1970 г. для Тулы был установлен план обмена такими передачами в объеме 3 часа 35 минут.

Помимо подготовки обязательных обменных передач для редакций системы Госкомитета, тульские журналисты нередко выполняли и прямые заказы коллег. Так, по просьбе радиокомитета Молдавской ССР 15 марта 1977 г. была подготовлена 15-минутная передача об опыте работы тульских животноводов по росту производства молока и других продуктов питания, высоко оцененном в постановлении ЦК КПСС, Совмина СССР. По письму радиокомитета Херсонской области 1 апреля 1977 г. была подготовлена и выслана адресату передача о дружбе и соревновании тружеников Плавского района с тружениками Генического района Херсонской области. 20-минутная передача прозвучала в эфире радиолектория «Октябрь и дружба народов»[5].

В 1970 г. в истории советской журналистики произошло важное событие — сотрудники радио и телевидения получили возможность с отрывом от производства повышать свое профессиональное мастерство. В соответствии с постановлением Совмина СССР от 1 сентября 1970 г. (№ 709) «О системе повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» 28 сентября последовал приказ по Госкомитету (№ 333) об открытии в Москве Всесоюзного института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, где могли проходить обучение с отрывом от производства и заочно сотрудники радио и телевидения. Кроме изучения теоретических дисциплин слушатели обменивались творческим и производственным опытом. К проведению занятий привлекали ученых, видных деятелей литературы и искусства, известных мастеров эфира.

Перед слушателями выступали обозреватели Главной редакции пропаганды Всесоюзного радиовещания, главные редакторы главных редакций радио. Лекции читали профессор, заведующий кафедрой стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова Д. Э. Розенталь, режиссер театра им. Ленинского комсомола, заслуженный артист республики В. В. Соловьев-Всеволодов, ведущий диктор Всесоюзного радио, заслуженная артистка РСФСР О. С. Высоцкая, диктор радио, заслуженный артист республики Б. Б. Герцик и другие.

Обучение в ИПК, творческие семинары в Союзе журналистов СССР, занятия в системе экономического образования помогали журналистам лучше ориентироваться в проблемах народного хозяйства: страна переживала научно-техническую революцию, вступила на путь интенсификации и повышения эффективности производства, комплексного технического перевооружения предприятий. Важнейшие задачи по выполнению планов развития сельского хозяйства Нечерноземной зоны РСФСР стояли и перед аграриями. Одним словом, сама жизнь предъявляла новые, более высокие требования к работе журналистов, и особенно к тем, кто трудился в редак-

[5] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 8, д. 102, л. 103, 244.

циях общественно-политических, промышленных и сельскохозяйственных передач, для которых необходимо было не только знать экономическую теорию и практику хозяйствования, разбираться в деталях производственных процессов, но и уметь доходчиво и грамотно рассказать об этом слушателям. От журналистов требовалось постоянное повышение уровня образования, приобретение новых знаний и профессиональных практик.

Руководство Тульского телерадиокомитета в меру своих возможностей стремилось пополнять багаж знаний сотрудников: отправляло на учебу, приобретало необходимую литературу для самообразования. В материалах областного архива сохранилась датируемая 1970 г. копия заявки в редакционно-издательский отдел союзного Госкомитета с просьбой выслать для тульского радио специальную профессиональную литературу.

Безусловно, знакомство с научной и учебной литературой, изучение опыта московских коллег помогало тульским радиожурналистам расширять тематику передач, вводить новые рубрики, осваивать практики нестандартных жанрово-стилистических подходов в освещении событий.

РУБРИКИ НА ЗЛОБУ ДНЯ И ПО УКАЗАНИЮ ОБКОМА КПСС

Историю возникновения в программах радиопередач юбилейных рубрик можно проследить по плану освещения подготовки к 50-летию образования СССР, составленному сотрудниками радио 1 февраля 1972 г. Предполагалось введение нового ежемесячного радиоальманаха «Союз нерушимый» (о дружбе народов СССР на примерах области), создание цикла промышленных передач «Союзу крепнуть год от года» и «50-летию образования СССР — наш труд и вдохновение» (об областном социалистическом соревновании в честь юбилейной даты), цикла теоретических передач «Создание СССР — торжество ленинской национальной политики».

В еженедельных передачах «Время. События. Люди» ввели рубрику «Я — гражданин Советского Союза» (очерки и зарисовки о передовиках производства — представителях многонациональной семьи народов). В ежедневных выпусках областных известий открыли рубрику «В братской семье народов» (о трудовом содружестве туляков с коллективами предприятий союзных республик). В радиожурнале «Край наш тульский» состоялась премьера рубрик «Им помогали туляки» и «Нерушимые узы братства» (о братской помощи трудящихся области народам других республик).

В 1977 г. в связи с опубликованием 4 июня проекта очередной советской Конституции тульское радио ввело в сетку вещания новые передачи: «Одобряем проект новой Конституции СССР», «За строкой проекта», «Государство — это мы», «Прошу слова».

В деятельности КПСС уделялось повышенное внимание вопросам воспитания социалистической дисциплины труда. В начале 1971 г. вышло постановление ЦК КПСС «О работе партийных организаций Тульской области по воспитанию социалистической дисциплины труда в коллективах промышленных предприятий и строек». Естественно, что постановление определяло программу деятельности областного радио, которому поручили

освещение важного вопроса. 17 февраля 1971 г. план мероприятий был сверстан и представлен в обком партии.

В 1978 г., когда на декабрьском пленуме ЦК КПСС прозвучало указание бороться за повышение эффективности производства и качество работы, на тульском радио озаботились открытием новых рубрик и серий передач. В сетку вещания вошли: еженедельная передача «Передовики пятилетки» (рассказы и очерки о передовиках и новаторах производства, занесенных на областную Доску почета), «Третьему году пятилетки — ударный труд» (репортажи, информации, интервью о трудовых достижениях участников соревнования за успешное выполнение плана трех лет пятилетки), «Трибуна передовика» (выступления лучших рабочих, колхозников, инженерно-технических работников, специалистов с рассказами о передовых методах труда, об опыте работы), «Долг коммуниста — быть впереди!» (материалы об авангардной роли коммунистов в социалистическом соревновании) [6].

Заботилась партия и о своих идеологических помощниках. 3 марта 1969 г. с этой целью было принято постановления бюро Тульского обкома КПСС «О повышении ответственности руководителей печати, радио, телевидения за идейно-политический уровень публикуемых материалов». Через два года потребовалось выяснить и проверить, как обстоят дела с «ответственностью» руководителей СМИ и что изменилось в идейно-политическом уровне публикаций после принятого постановления?

14 января 1971 г. в отдел пропаганды обкома партии поступила очередная справка, в которой сообщалось: «Партийная организация постоянно заботится о повышении идейно-политической подготовки кадров. В минувшем учебном году среди сотрудников радио, студии телевидения и РТЦ было организовано три формы учебы: теоретический семинар «Современная идеологическая борьба», которым были охвачены все творческие сотрудники; для комсомольцев — кружок по изучению биографии В. И. Ленина; для технического персонала и работников бухгалтерии — «Ленинская народная школа». Кроме этого, девять членов коллектива обучаются заочно в вузах.

Справки-отчеты о работе радио составлялись не только для мест ного обкома, но и для Гостелерадио СССР. Так, после приня тия постановления ЦК КПСС, Совмина СССР «О мерах по дальнейшему развитию сельского хозяйства Нечерноземной зоны РСФСР» председатель комитета С. Г. Лапин в своем постановлении № 20 от 18 сентября 1975 г. поручил областным комитетам «обсудить данное постановление, наметить меры по улучшению освещения вопросов, связанных с развитием сельского хозяйства Нечерноземной зоны, по оказанию конкретной помощи партийным организациям». Тульское руководство отчиталось: введены новые рубрики и циклы «По методу Бочкарева», «Жатва — ударный фронт», «Советы специалиста». Два раза в неделю выходят 20-минутные выпуски про граммы «Земля родная», составленные из оперативных материалов, репортажей из передовых хозяйств области [7].

[6] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 8, д. 131, л. 158.
[7] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 8, д. 68, л. 32.

Перечисленные рубрики и передачи, рожденные в ходе творческих поисков журналистов или созданные в ответ на событийные партийные решения, дают тем не менее довольно полное представление об истории тульского радио.

Следует отметить, что содержательно-тематическая политика радио формировалась и с учетом принятых постановлений местных органов власти. 50–90-страничные документы постановлений и решений исполнительного комитета областного Совета депутатов трудящихся заканчивались или указанием, или обращением к редакциям газет и областному комитету по телевидению и радиовещанию систематически освещать:

- ход подготовки техники и механизаторов к полевым работам;
- ход социалистического соревнования между работниками животноводства, фермами, хозяйствами и районами. Шире раскрывать опыт работы передовиков животноводства лучших ферм, бригад, колхозов и совхозов. Остро критиковать на страницах газет и по радиовещанию нерадивых и беспечных работников;
- вопросы, связанные с обеспечением безопасной работы транспорта;
- вопросы безопасности эксплуатации маломерных судов и предупреждения несчастных случаев на водоемах области [8].

И хотя подобные постановления и решения не требовали обязательного исполнения как директивные документы КПСС, на них обращали внимание всех творческих сотрудников радио для дальнейшего использования в работе.

«ПОЧТА РАДИО» — АКТИВНАЯ ФОРМА КОММУНИКАЦИИ С АУДИТОРИЕЙ

Отдельная тема деятельности радио и одна из самых действенных передач того времени — «Почта радио». Настойчиво и упрямо добивались сотрудники правдивых ответов на жалобы, запросы и вопросы аудитории. Радиослушатели верили в справедливость, силу и могущество радио, поэтому писем с каждым годом приходило все больше.

Большинство писем содержали информацию и корреспонденции, написанные внештатными авторами и активными радиослушателями: рассказы о произошедших событиях в их коллективах и поселках, об успехах и проблемах, о лучших людях. На все письма давали ответы, организовывали консультации, в частности в цикле передач «Закон и жизнь» существовала специальная страничка «Наши консультации».

Ответы на письма радиослушателей звучали в рубриках «В исполком пришло письмо», «Почта депутата». Критические письма направлялись в соответствующие организации для принятия мер. Комитет контролировал сроки прохождение писем и при необходимости напоминал адресатам о задержках с ответами. Нередко журналисты выезжали к авторам писем для проверки и дальнейшей работы с материалом.

[8] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 7, д. 2, л. 84, 193; д. 34, л. 8.

По данным 1971 г., около 90 % поступивших в комитет писем использовались в передачах, 59 % носили оперативно-информационный характер и передавались в «Областных известиях» или в тематических программах. В табл. 1 приведены показатели работы с письмами в редакциях Тульского областного комитета по телевидению и радиовещанию [9].

Таблица 1. **Показатели работы с письмами в редакциях комитета**

Год	Кол-во писем — всего	От внештатных авторов	Выступившие у микрофона, чел.	Количество письменных ответов авторам	Количество писем, использованых в передачах
Телевидение					
1974	3011	—	—	208	2737
1976	2091	1935	393	67	1862
1977	2619	2295	433	75	2221
Радиовещание					
1974	4601	720	—	312	3978
1976	4574	3344	2519	187	4099
1977	4771	3376	2723	154	4170

В 1970-е годы на тульское радио начали приходить письма из-за рубежа, точнее из Среднесловацкой области тогдашней Чехословакии. Руководство страны после событий в Чехословакии 1968 г. стремилось укреплять с ней дружественные отношения. Тула стала городом-побратимом с административным центром Среднесловацкой области городом Банска-Бистрица. Уже в конце 1960-х годов регулярно проходил обмен делегациями партийных функционеров, затем поехали налаживать деловые связи представители заводов и фабрик, деятели культуры. За ними потянулись и туристические группы, формировавшиеся по линии профсоюзов и комсомола. Понятно, что укрепление дружеских связей туляков с трудящимися Среднесловацкой области не обошло и редакцию радио: уже в 1970 г. тульские слушатели благодаря рубрикам «Гости туляков», «Дружеские встречи», «Дружбе крепнуть» могли узнавать новости в ЧССР, следить за развитием отношений в области промышленности, науки, сельского хозяйства и культуры. Интервью с руководителями делегаций, репортажи с вечеров дружбы и митингов, обмен информационными передачами сразу же вошли в практику журналистов двух стран.

В начале 1971 г. тульское радио отправило в ЧССР две передачи: интервью председателя правления областного отделения Общества советско-чехословацкой дружбы, заведующей отделом обкома партии Т. С. Ионовой и зарисовку о Туле. Тексты передач переводили в Москве на словацкий язык и отправляли через Главное управление внешних сношений Госкомитета СССР на чешское радио. После пришла разнарядка: подготовить для радио

[9] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 8. д. 133, л. 311; д. 38, л. 268.

Банска-Бистрицы еще шесть передач. Все аудиоматериалы, направляемые за рубеж, проходили рецензирование в Главной редакции радиовещания на социалистические страны. Архивы сохранили датированное 6 мая 1971 г. заключение рецензента на 30-минутную передачу Тульского автора.

«Засылка за рубеж наших радиопередач любого жанра для их использования в местном вещании является весьма ответственным политическим делом, писал рецензент. Автор пытался рассказать в передаче о высоком трудовом энтузиазме туляков, вызванном решениями XXIV съезда КПСС. Но этот замысел не удался. Автор передачи сделал материал сугубо производственным. Получилось так, что Тула и ее славный рабочий класс только и занят работой, выполнением и перевыполнением различных планов. Для чехословацкого слушателя интересно знать (а мы должны подсказать) об отношении советского рабочего к труду, социалистической собственности, ради чего он трудится, почему он что-то изобретает, творчески мыслит, о других интересах, т. е. дать классово-социальный портрет. И, конечно, его интернационализм... И нельзя строить передачу без молодежи. Одним словом, передача должна делаться на высоком идейно-художественном и пропагандистском уровне, в противном случае она будет служить другим целям, не тем, которых мы добиваемся»[10].

Со временем обмен передачами наладился. Идейно-художественный и пропагандистский уровень материалов отвечал партийным интересам. Все более частым стал обмен журналистами двух стран.

О РАБОТЕ РАЙОННЫХ РЕДАКЦИЙ РАДИО

В структуру тульского комитета по-прежнему входили две городские редакции радиовещания Новомосковска и Узловой, финансируемые из бюджета. На балансе Тульского управления Министерства связи СССР находились 28 районных радиоузлов, 17 автоматизированных сельских и 35 просто сельских радиоузлов. Всего в зону ответственности местного управления Минсвязи входило 222 ведомственных радиоузла; 86 узлов, по данным на май 1972 г., имели проводное радио [11]. Радиоузлы Минсвязи работали с 6:00 до 24:00 часов или до часа ночи (с перерывами с 14:00 до 15:00 часов) и транслировали в эфир программы Всесоюзного и областного радио на частотах 71,93 Мгц (4,17 метра) и 71,4 Мгц (4,2 метра) [12].

В районах области были организованы 20 редакций радиовещания, еще две (Донской, Щекино) работали на общественных началах. Все они выходили в эфир со своими новостями в период, когда на областном радио транслировались реклама и объявления. Время для вещания отводилось с 7:25 до 7:40 часов или с 18:40 до 19:00 часов по понедельникам, средам и пятницам. Остальное время районные радиоузлы транслировали первую программу союзного вещания [13].

[10] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 7, д. 7, л. 157–159.
[11] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 8, д. 39, л. 134.
[12] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 7, д. 42, л. 27.
[13] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 8, д. 7, л. 254–256.

Главной проблемой районного радиовещания оставались низкий технический уровень вещания и старое оборудование. Вот что говорилось в справке 1972 г. о работе районных радиоузлов: «В Кимовске и Веневе усилительное оборудование не проверяется, качественные показатели годами не снимаются, имеют место шумы, фон, искажения. К работе на данных технических средствах эксплуатационный персонал не подготовлен... Имеются случаи несвоевременного включения станций, ухода частот, занижение мощности станций».

В 1973 г. в Дубне и Плавске запустили в эксплуатацию маломощные ретрансляторы, и качество передач значительно улучшилось.

Новомосковская и Узловская городские редакции радиовещания выходили в эфир со своими передачами ежедневно, кроме субботы и воскресенья с 7:25 до 7:40, а по пятницам с 16:15 до 17:00 часов.

В заключение приведем основные показатели выполнения производственно-финансовых планов Тульского радиокомитета в 1970-е годы (табл. 2) [14].

Таблица 2. **Тульский радиокомитет в цифрах**

Показатели	1972	1975	1978
Областное радио			
Среднесуточный объем радиовещания по местной программе, ч, мин.	1–30	1–30	1–30
Годовой объем местного вещания, ч	549,3	547, 5	547,5
Численность персонала всего, в том числе: - административно-управленческий - редакционный и художественно-производственный	28 6 22	30 4 26	28 5 23
Фонд заработной платы штатного персонала, тыс. руб.	38,9	39,1	82,0
Гонорарный фонд. тыс. руб.	31,6	32,0	32,0
Доходы от передачи информации и объявлений, тыс. руб.	4,4	4,32	6,2
Расходы на радиовещание	689,54	1 215,69	1 169,6
Районное радио			
Число районных редакций	2	2	2
Среднесуточный объем вещания, ч, мин.	0–30	0–30	0–30
Годовой объем вещания, ч	182,5	182,5	182,5
Численность персонала всего, в том числе: - административно-управленческий - редакционно-производственный	7 2 5	6 2 4	6 2 4
Фонд зарплаты штатного персонала, тыс. руб.	6,44	6,44	9,7
Гонорарный фонд, тыс. руб.	2,4	2,4	2,6

[14] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 8. д. 132-а, л. 6,7, 27; д. 37, л. 4–6.

В среднем по годам сетка программирования передач на тульском радио оставалась стабильной. В структуре годового объема вещания, например, в 1974 г. на областные известия отводилось 79,1 ч, на общественно-политические передачи — 336,2 ч, спортивное вещание занимало 3,7 ч, учебное — 1,6 ч, художественное — 46,2 ч, на передачи для детей, юношества и молодежи отводилось 80,7 ч. [15]

ЛИТЕРАТУРА

1. Архив ГТРК «Тула», 1980 г.
2. *Дубровин В. Б.* К истории советского радиовещания. Л. : Изд-во ЛГУ, 1972.
3. История советской радиожурналистики // Документы. Тексты. Воспоминания. М. : Изд-во Моск. ун-та. 1991.
4. Народное хозяйство Тульской области за 70 лет: стат. сб. Тула, 1987.
5. Очерки истории Тульской организации КПСС. Кн. 2. 1937–1983. 2-е изд. Тула : Приокское книжное изд-во, 1984.
6. Постановление СНК от 04.07.1923 г. «О радиостанциях специального назначения» // «Великая книга дня...» Радио в СССР / под. ред. Т. М. Горяевой. М., 2007.
7. Радиожурналистика: учебник. 2-е изд. / под ред. А. А. Шереля. М. : Изд-во Моск. ун-та: Высшая школа, 2002.
8. Товарищ «Коммунар». Тула : Приокское книжное издательство, 1978.
9. *Шамшур В. И.* Ленин и развитие радио. М. : Государственное издательство литературы по вопросам связи и радио, 1960.
10. *Щеглов В. В.* Говорит Тула. Тула : ИПО «Лев Толстой, 2012.

Поступила в редакцию 20 июня 2024 г.

[15] ГАТО, ф. Р-1867, оп. 8, д. 4-а, л. 20.

УДК 316.77:001.12/.18

МЕДИАОТРАСЛЬ НА ПОРОГЕ КАРДИНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Аннотация. *В различных научных центрах страны, связанных с медиасферой, постоянно проходят мероприятия, на которых участники обсуждают вклад науки в развитие медиаиндустрии. Представители высшей школы, средств массовой информации и коммуникации, известные журналисты, медиаменеджеры, медиаэксперты обсуждают актуальные проблемы развития отрасли, обмениваются опытом и новыми идеями по совершенствованию системы медиакоммуникаций. На круглых столах, на панельных дискуссиях вырабатывают общие подходы к обучению будущих журналистов и медиаспециалистов.*

Ключевые слова: *медиафорум, цифровое пространство, медиаиндустрия, научное издание, журналисты, социальные сети, медиаграмотность.*

MEDIA INDUSTRY IS ON THE VERGE OF FUNDAMENTAL CHANGES

Abstract. *Events are constantly held in various scientific centers of the country related to the media sphere, where participants discuss the contribution of science to the development of the media industry. Representatives of higher education, mass media and communication, well-known journalists, media managers, media experts discuss current problems of industry development, exchange experience and new ideas on improving the media communication system. At round tables and panel discussions, they develop common approaches to training future journalists and media specialists.*

Keywords: *media forum, digital space, media industry, scientific publication, journalists, social networks, media literacy.*

КОНФЕРЕНЦИЯ «ВМЕСТЕ МЕДИА. РОСТ» В МОСКВЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ИТОГИ ВТОРОГО И ТРЕТЬЕГО ДНЕЙ

С 26 по 28 июня 2024 г. в Москве проходила конференция «ВМЕСТЕ МЕДИА. РОСТ». Конференция собрала ведущих экспертов в области медиа, журналистики и коммуникаций. Мероприятие стало площадкой для обсуждения актуальных тенденций и вызовов, с которыми сталкивается современная медиасфера. Во второй и третий дни конференции прозвучало множество значимых выступлений, прошли тренинги и мастер-классы, которые оказали глубокое влияние на участников.

День второй. **Мастерство самопрезентации и конфликты в сообществе**

Второй день конференции открылся сессией, посвященной самопрезентации в медиапространстве. **Т. Карташева**, медиаконсультант и бизнес-тренер, провела мастер-класс на тему «Мастерство самопрезентации. Как говорить о себе так, чтобы хотели слушать?», где акцентировала внимание на том, как важно правильно доносить свою экспертность и создавать устойчивое положительное впечатление.

Тема построения успешной карьеры в медиа и за его пределами также нашла отклик среди участников. **Н. Храмова**, ведущая новостей телеканала «Мир», поделилась секретами работы с молодыми сотрудниками, а **Н. Власова**, генеральный директор АНО «Новые русские медиа», подчеркнула важность умения передавать опыт и развиваться в смежных сферах.

Е. Акимова, главный редактор «Мел», и **Е. Шанович**, директор по управлению брендами НМГ, высказали свое мнение о создании успешного контент-плана и взаимодействии с дизайнерами медиа. Особое внимание было уделено управлению конфликтами в сообществах — **Д. Акулов** из АНО «Ямал Медиа» подчеркнул, что в некоторых случаях авторитаризм в управлении конфликтами может быть оправдан.

Второй день также был насыщен обсуждением современных инструментов ведения соцсетей. **Я. Харина**, основатель коммуникационного сообщества #prspb, рассказала о применении искусственного интеллекта для управления соцсетями, а **А. Березовой**, главный редактор Делобанка, поделился мыслями о том, кто должен стать амбассадором медиа.

День третий. **Перспективы медиаобразования и инновации в SMM**

Заключительный день конференции, 28 июня, начался с визионерской сессии о перспективах развития медиаобразования и совершенствования подготовки медиаспециалистов и журналистов в области образования и просвещения. Модератор сессии **В. В. Умановский** — секретарь Совета журналистов России, кандидат педагогических наук, профессор кафедры телевидения и радиовещания ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» — вместе со спикерами, включая **Е. Л. Вартанову** — декана факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова — и **И. Мясникова** — декана Высшей школы журналистики ТГУ — обсудили, как факультеты журналистики могут способствовать карьерам своих выпускников.

Среди других интересных выступлений следует отметить выступление медиаменеджера и политического консультанта **О. Чуйко** «Как быть убедительным в медиапространстве». Она дала практические рекомендации для спикеров и блогеров, как правильно позиционировать себя и избегать ошибок в публичной сфере.

Особое внимание было уделено роли личного бренда в профессиональной деятельности. **Д. Ярыгина**, директор продюсерского агентства Brand Aesthetic, на примере реальных кейсов показала, как стиль и внешний вид могут стать частью личного бренда, а **Е. Кононова**, специалист по личному брендингу, обсудила с участниками конференции режиссуру собственного имиджа.

Подводя итоги конференции, стоит отметить, что «ВМЕСТЕ МЕДИА. РОСТ» 2024 г. не только продемон-

стрировала высокий уровень профессиональных дискуссий, но и позволила участникам обменяться опытом, обрести новые знания и контакты, которые будут способствовать развитию российской медиасферы в будущем.

ФОРУМ «МЕДИАДВИЖ 2024» ЗАВЕРШИЛСЯ В МОСКВЕ: МОЛОДЫЕ МЕДИЙЩИКИ СДЕЛАЛИ ШАГ В БУДУЩЕЕ

С 8 по 11 августа 2024 г. в Москве, одной из молодежных столиц России-2024, прошел окружной форум «МедиаДвиж», который объединил более тысячи представителей студенческих СМИ и молодежных медиа со всей страны. Этот масштабный форум, организованный Федеральным агентством по делам молодежи (Росмолодежь) и Комитетом общественных связей и молодежной политики города Москвы, стал важной вехой в развитии молодежной медиаиндустрии.

Форум «МедиаДвиж 2024» предложил участникам уникальную образовательную программу, которая охватывала такие темы, как медиаграмотность, создание контента, личный бренд, а также изучение медиатрендов будущего. Специальные площадки позволили как новичкам, так и опытным специалистам расширить свои знания и приобрести новые навыки.

Форум «МедиаДвиж» стал платформой для обмена опытом с ведущими экспертами медиаиндустрии. Среди спикеров форума были известные журналисты, медиаменеджеры и digital-специалисты, которые поделились своими профессиональными секретами и помогли участникам форума в создании собственных медийных проектов. Как отмечали участники, общение с такими признанными профессионалами стало одним из ключевых моментов форума. Возможность задать вопросы и получить обратную связь от экспертов вдохновила многих молодых медийщиков на создание новых проектов и развитие уже существующих идей.

Одним из центральных событий форума стал медиаквест по Москве, который не только продемонстрировал возможности столицы как медиацентра, но и позволил молодым журналистам и блогерам создать уникальный контент на фоне столичных достопримечательностей. Этот квест стал настоящей проверкой на профессионализм для участников, ведь они должны были оперативно реагировать на события и воплощать свои идеи в реальности.

Кроме образовательных сессий, участники форума могли принять участие в разнообразных внеучебных мероприятиях. Это и зарядки с известными спортсменами, и творческие мастер-классы по кастомизации и созданию уникальных вещей, и нетворкинг-сессии, на которых участники смогли наладить профессиональные связи. За время форума они не только получили новые знания, но и почувствовали себя частью большой медиасемьи.

По мнению организаторов и участников, форум «МедиаДвиж 2024» стал важным событием для молодежной медиаиндустрии России. Он не только объединил талантливых молодых специалистов, но и стал площадкой для обсуждения и создания новых медийных проектов, которые будут развиваться в будущем.

Как отметила председатель Комитета общественных связей и молодежной

политики города Москвы **Е. В. Драгунова**, форум в очередной раз подтвердил, что государственная поддержка талантливой молодежи остается на высоком уровне и подобные мероприятия играют ключевую роль в развитии профессиональных компетенций молодых специалистов.

ФОРУМ «МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. 63-И ПЕТЕРБУРГСКИЕ ЧТЕНИЯ»: ОБЗОР КЛЮЧЕВЫХ СОБЫТИЙ И ИТОГОВ

С 18 по 20 апреля в Санкт-Петербурге состоялось одно из наиболее значимых событий в мире медиакоммуникаций и журналистики — форум «Медиа в современном мире. 63-и Петербургские чтения». Мероприятие, прошедшее в стенах Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ), собрало ведущих экспертов, ученых, журналистов и представителей медиаиндустрии из России и других стран для обсуждения наиболее актуальных вопросов, связанных с развитием медиа, информационной безопасности и интеллектуальной жизни общества в современных условиях.

Традиционно форум начался с пленарного заседания, на котором ведущим выступил **А. С. Пую**, доктор социологических наук, профессор и директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ. В своем вступительном слове Пую отметил важность форума как площадки для обмена опытом и новыми идеями в условиях стремительных изменений в медиаиндустрии и глобальных вызовов, стоящих перед обществом.

Центральным событием пленарного заседания стала церемония вручения международной Невской премии СПбГУ, которая была присуждена за выдающиеся достижения в области журналистики и медиакоммуникаций. Это высокое признание подчеркивает вклад лауреатов в развитие медиасферы и их значимость для профессионального сообщества.

В течение трех дней форума прошло множество панельных дискуссий, круглых столов и семинаров, охвативших широкий спектр тем, актуальных для современного медиапространства. Основное внимание было уделено вопросам информационной безопасности, роли журналистики в интеллектуальной жизни общества, этическим аспектам медиакоммуникаций, а также влиянию цифровых технологий и искусственного интеллекта на медиаиндустрию.

Роль медиа в информационной безопасности общества. Эта панельная дискуссия, возглавляемая **Е. Л. Вартановой**, доктором филологических наук, профессором, деканом факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, и **А. С. Пую**, стала одной из центральных тем форума. Участники обсуждали гуманитарные аспекты информационной безопасности, необходимость защиты традиционных ценностей и прав человека в условиях цифровой среды, а также противодействие манипулированию сознанием и пропаганде ненависти. **Е. Л. Вартанова** подчеркнула важность устойчивости общества к негативным информационным воздействиям, отметив, что журналисты и медиаменеджеры играют ключевую роль в обеспечении этой безопасности.

Журналистика и интеллектуальная жизнь общества. С. Г. Корконосенко и **М. А. Воскресенская**, профессора СПбГУ, рассмотрели связь между

журналистикой и интеллектуальной жизнью общества. Участники обсудили, каким образом журналистика может способствовать развитию интеллектуального потенциала общества и как готовить кадры для такой журналистики.

Публицистика и система национальной безопасности. Под руководством **Б. Я. Мисонжникова** из СПбГУ и **О. Н. Савиновой** из НГУ имени Н. И. Лобачевского, обсуждалась роль публицистики в решении задач воспитания, просвещения и предупреждения межнациональных конфликтов. Спикеры подчеркнули значимость публицистики как инструмента противодействия экстремизму и терроризму. Круглые столы, прошедшие в рамках форума, позволили участникам обсудить более узкие и специализированные темы.

Актуальные вопросы историко-журналистских исследований. В ходе этого круглого стола, который вели **Л. П. Громова** (СПбГУ) и **Е. И. Орлова** (МГУ имени М. В. Ломоносова), обсуждались проблемы исторической памяти и ревизионизма, а также методология изучения истории журналистики. Спикеры обратили внимание на трансформации СМИ в контексте современных медиапроцессов и важность сохранения исторической правды.

СМИ в контексте межкультурной коммуникации современного мира. Участники круглого стола, руководимого **Линчжи Лай** и **Л. П. Марьиной** (СПбГУ), сосредоточились на роли СМИ в межкультурной коммуникации. Обсуждались проблемы туризма в контексте медиатизации и цифровизации, а также роль СМИ как конструктивной силы в гармонизации международных отношений.

Газетно-журнальная иллюстрация: на стыке слова и изображения. Ведущие **Е. С. Сонина** и **А. Н. Каск** вместе с участниками круглого стола обсудили корреляцию вербального и визуального в периодической печати, а также методологию изучения иллюстраций в СМИ. Спикеры рассмотрели взаимодействие графического искусства и визуальной информации в создании качественного медиаконтента.

Форум «Медиа в современном мире. 63-и Петербургские чтения» стал важной площадкой для обсуждения ключевых вызовов, стоящих перед современной медиасферой. Основные темы, такие как информационная безопасность, влияние цифровизации на журналистику, этические аспекты медиакоммуникаций и роль журналистики в интеллектуальной жизни общества, получили всестороннее обсуждение.

КОНФЕРЕНЦИЯ «НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО УРОВНЯ — 2024: ТРАНСФОРМАЦИЯ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ». МЕДИА. НАУКА. БАЛТИКА.

21–24 мая 2024 г. в Балтийском федеральном университете имени И. Канта в Калининграде прошла конференция «Научное издание международного уровня — 2024: трансформация и устойчивое развитие». Мероприятие собрало ведущих экспертов в области научной коммуникации, издательского дела и наукометрии из России и зарубежных стран. Главной темой конференции стали изменения и вызовы, стоящие перед научными журналами в современных условиях, а также вопросы устойчивого развития научных изданий.

Торжественное открытие конференции состоялось 21 мая. С привет-

ственными словами к участникам обратились президент БФУ им. И. Канта **А. П. Клемешев**, ректор университета **А. А. Федоров**, а также представители Министерства науки и высшего образования РФ и Российской академии наук. Все они отметили важность таких мероприятий для формирования нового подхода к научным публикациям и подчеркнули, что российская наука нуждается в трансформации своих издательских процессов для достижения международного уровня.

Первой пленарной сессией руководила президент Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ) **О. В. Кириллова**. **А. П. Шашкин**, временно исполняющий обязанности директора Департамента государственной политики в сфере научно-технологического развития Минобрнауки, открыл сессию докладом о развитии российской научной периодики и роли наукометрии в реализации государственной научно-технической политики. Особое внимание участников привлекли выступления, касающиеся геополитических аспектов научных публикаций и их стратегического значения. **О. В. Москалева** и **М. А. Акоев**, представители Санкт-Петербургского государственного и Уральского федерального университетов, в своем докладе обсудили связь между геополитикой и публикационной стратегией.

Во второй день конференции акцент был сделан на редакционно-издательских процессах и политике научных журналов. Сессия, модерированная **Е. В. Тихоновой** из НИУ ВШЭ, затронула вопросы регистрации сериальных изданий, использования цифровых инструментов в издательской деятельности и новых вызовов для редакторов в условиях массового использования искусственного интеллекта. Один из самых обсуждаемых докладов был представлен **М. А. Косычевой**, которая рассказала о проблеме «фабрик рецензий» — массового производства псевдорецензий и их влиянии на качество научных публикаций.

Важной частью программы стала секция, посвященная роли искусственного интеллекта в научной коммуникации. Спикеры отметили как возможности, так и риски, связанные с внедрением ИИ в редакционно-издательские процессы. Докладчики, среди которых были **Е. В. Тихонова** и **И. М. Зашихина**, представили практические кейсы использования искусственного интеллекта для анализа рецензий и оптимизации работы редакций. Кроме того, на конференции обсудили компетенции авторов, редакторов и рецензентов, необходимые для создания качественного научного контента. Были предложены идеи по совершенствованию академической грамотности и методов улучшения текстов научных статей.

Конференция «Научное издание международного уровня — 2024» стала значимым событием, объединившим представителей научного сообщества для обсуждения и решения насущных вопросов в области научной коммуникации. Она задала вектор дальнейшего развития для многих научных журналов и укрепила сотрудничество между научными учреждениями России и зарубежья.

ФОРУМ «МЕДИАИНДУСТРИЯ В РОССИИ: НОВЫЙ ВИТОК В РАЗВИТИИ РЫНКА» В РАМКАХ ПМЭФ 2024. МИНУТА СЛАВЫ МЕДИАИНДУСТРИИ

8 июня 2024 г. в Санкт-Петербурге в рамках Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) прошел форум «Медиаиндустрия в России: новый виток в развитии рынка». На форуме были обсуждены ключевые тенденции и вызовы, с которыми сталкивается российская медиаотрасль, а также перспективы ее развития в условиях современных реалий. Модератором дискуссии выступил известный писатель и сценарист **А. Е. Цыпкин**.

Главные редакторы ведущих медиаизданий, руководители медиахолдингов и эксперты обсудили ряд актуальных вопросов, включая цифровую трансформацию медиа, рост популярности видеоконтента, изменение предпочтений аудитории и необходимость адаптации к новым технологиям и платформам.

К. Аносова, главный редактор PEOPLETALK, выделила рост влияния социальных сетей на контент и подчеркнула важность гибкости редакционных стратегий. Она отметила, что в условиях изменяющегося медийного ландшафта редакции должны постоянно адаптироваться, чтобы оставаться актуальными для своей аудитории. Главный редактор издания «Правила жизни» **Т. Бебутов** обратил внимание на тенденцию к большей персонализации контента и важность создания уникальных материалов, которые могут выделяться среди обилия информации. По его словам, качество и эксклюзивность становятся важнейшими факторами успешной конкуренции.

Особое внимание на форуме было уделено роли крупных медиахолдингов в формировании информационного пространства России. **Н. Веснина**, генеральный директор Independent Media, рассказала о значении интеграции между традиционными и цифровыми медиа и перспективах сотрудничества с независимыми изданиями. Она отметила, что успех в условиях новой реальности требует создания синергии между различными каналами дистрибуции контента.

Ю. Голубева, заместитель генерального директора АО «Газпром-Медиа Холдинг», подчеркнула важность создания качественного видеоконтента и внедрения современных технологий в медиа. По ее мнению, видеоформат становится ключевым средством донесения информации до широкой аудитории, а новые форматы видео позволяют охватывать более молодую и динамичную аудиторию.

Генеральный директор Группы компаний «МЕДИА1» **М. Комарова** поделилась опытом управления кроссплатформенными медиапроектами и подчеркнула значение разработки единой стратегии для всех каналов распространения контента. Она отметила, что успех в современной медиаиндустрии зависит от способности быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и предпочтениям потребителей.

Международному аспекту развития российской медиаиндустрии было посвящено выступление **Е. Толстогузовой**, руководителя международных проектов TV BRICS. Она отметила, что интерес к российским медиапродуктам на международной арене растет

и это открывает новые возможности для сотрудничества и экспансии.

На важность локальных медиа и их роль в формировании культурной идентичности обратила внимание **Д. Халфина**, шеф-редактор The Symbol. Она подчеркнула, что российские регионы обладают огромным потенциалом для развития уникальных медийных проектов, способных привлекать внимание как локальных, так и глобальных аудиторий.

Директор по стратегии АО «Национальная медиа группа» **Д. Пашутин** акцентировал внимание на необходимости стратегического подхода к развитию медиахолдингов в условиях быстроменяющейся цифровой среды. Он отметил, что ключом к успешному будущему является умение прогнозировать тренды и быть готовым к оперативным изменениям в стратегии компании.

Форум стал площадкой для обмена мнениями и идеями между ведущими представителями российской медиаиндустрии. Участники пришли к выводу, что будущее медиа в России связано с цифровыми инновациями, развитием видеоконтента и международной экспансией. В условиях глобальных изменений в информационном пространстве, успешными станут те компании, которые смогут оперативно адаптироваться к новым реалиям, сохраняя при этом высокое качество и уникальность своего контента.

VIII ЕЖЕГОДНЫЙ «TELEMULTIMEDIA FORUM 2024: ЛИДЕРЫ ЦИФРОВОЙ МЕДИАСФЕРЫ». КАК ЭТО БЫЛО?

29 мая 2024 г. в Москве прошел VIII ежегодный «TeleMultiMedia Forum 2024: лидеры цифровой медиасферы», ставший важным событием для профессионалов в области медиа и телекоммуникаций. Форум объединил ключевых игроков рынка для обсуждения новейших тенденций и вызовов в сфере цифровых медиа, интернета и технологий.

Основные темы форума

На повестке дня форума стояли ключевые вопросы, такие как цифровая трансформация, развитие OTT-сервисов, монетизация контента, регулирование цифровой среды и влияние новых технологий на медиаиндустрию. Участники обсудили значимость внедрения искусственного интеллекта и машинного обучения в медиапроцессы, а также необходимость создания экосистемы, объединяющей медиаплатформы, технологические компании и регуляторов.

На форуме выступили видные представители отрасли. Среди них:

- **М. Осеевский**, генеральный директор «Ростелекома», который акцентировал внимание на важности внедрения новых технологий для развития цифровой инфраструктуры;
- **Т. Худавердян**, управляющий директор Яндекса, поделился опытом компании в области интеграции ИИ в медиасервисы и подчеркнул значимость персонализации контента;
- **К. Каграманян**, генеральный директор «Газпром-Медиа», рассказала о стратегиях управления медиахолдингом в условиях цифровой трансформации;
- **К. Носков**, экс-министр цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, подчеркнул важность регулирования цифрового пространства для обеспечения безопасности и устойчивого развития медиа.

«TeleMultiMedia Forum 2024» продемонстрировал, что российский медиарынок готов к дальнейшему развитию в условиях цифровизации и глобальных изменений. Участники согласились, что для успешного будущего необходимы гибкость, инновации и тесное сотрудничество между технологическими компаниями, СМИ и государственными органами.

Форум показал, что российская медиасфера находится на пороге значительных изменений и ключевые игроки рынка осознают важность внедрения передовых технологий и инноваций. Событие укрепило позиции России как одного из лидеров в цифровом пространстве и наглядно продемонстрировало, что будущее медиа тесно связано с технологиями и новыми форматами взаимодействия с аудиторией.

Артем СОЛОДКИЙ,
студент факультета журналистики
МГУ имени М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 31 июля 2024 г.

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,
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», офис 1105.
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 03.10.2024
Формат 70 х 108/16
10,3 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