



Владимир Тулунов **Воспитательная деятельность на факультете журналистики**

Состоялось очередное — 23-е по счету — заседание региональной секции Центральной и Черноземной России НМС по журналистике университетов Российской Федерации. Рассматривались две темы: «Преподавание языковых дисциплин на факультете журналистики» и «Воспитательная среда факультета журналистики: традиции и инновации».

Преподаватели стилистики и литературного редактирования выразили тревогу по поводу положения с русским языком в нашей стране. О специфике методики обучения родному языку рассуждали Елена Ряжских («Из опыта преподавания дисциплины «Язык интернет-коммуникации» на факультете журналистики»), Ирина Хорошунова («Преподавание дисциплины «Язык рекламы» на факультете журналистики Воронежского государственного университета») и другие лингвисты.

Что касается вопросов воспитательной работы в институтах и университетах, то они вообще выходят на первый план — это диктуется как спецификой вузовского обучения, так и сложностью современной общественно-политической обстановки в стране и в мире (неслучайно происходят и изменения в учебных планах направлений и специальностей, в которые включаются новые дисциплины по основам российской государственности, основам военной подготовки, а также увеличенный в объеме курс истории России). О воспитательной среде в вузе рассуждают Елена Тюрина («Практическая подготовка: реализация воспитательной функции во время прохождения практики в профильных организациях»), Марина Цуканова («Воспитательная работа на факультете журналистики»).

Эти и другие выступления на заседании УМО читайте под рубрикой «Учебно-методическая часть», а ниже публикуется статья декана журфака ВГУ и главного редактора «Акцентов» Владимира Тулунова.

Проблем, возникающих в процессе воспитания, всегда было немало, но ситуация усугубилась в период перехода к иной общественно-экономической формации с иными ценностными личностными и общественными установками субъектов деятельности; при отсутствии объединяющей идеологии (атомизация общественного сознания). Современный публицист

Об авторе: Тулунов Владимир Васильевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского госуниверситета.

Александр Минкин пишет: «Мир, где все читали “Гамлета” и “Дон Кихота”, и мир, где все читают “Гарри Поттера” (или как его там), — это разные миры. Общие книги без всяких усилий создают общие понятия, критерии. Нет общих книг — нет взаимопонимания. Мы (страна и мир) разваливаемся не по государственными границам, а по человеческим. “Евгений Онегин” долго работал скрепой. Теперь она, к сожалению, истлела...». И далее: «Чтобы быть понятым, надо не только уметь писать. Надо, чтоб умели читать».

На факультете журналистики воспитательная деятельность особенно важна: ведь деятельность в СМИ не столько литературная, сколько социальная. Миссия журналиста — служить обществу — должна быть осознанной. То есть процесс воспитания гражданина и будущего профессионала не должен быть формальным — молодежь противится любому давлению, тем более этим отличаются свободолюбивые и креативные юноши и девушки, стремящиеся посвятить себя миру массмедиа. Если же профессиональные навыки формируются ненавязчиво, если этот процесс органично сочетается с процессами, во всей своей полноте отражающими университетскую среду, то мы можем с уверенностью говорить об эффективности воспитания как социокультурного феномена, включающего и профессиональное воспитание, и формирование социально значимых ценностей, и поддержку талантливой молодежи. И здесь, на наш взгляд, особую роль играют университетские и факультетские традиции. В Воронежском государственном университете — это целый комплекс мероприятий: от чествования ветеранов до Дня поэзии. На факультете журналистики — это «Посвящение», «День журфака», «МедиаСтарт», олимпиада «Проходной балл», фестиваль «Жизнь в творческом полете», выставки у «серых столов» и мн. др. О некоторых из «изюминок» — наш сегодняшний рассказ.

«Проходной балл»

В 1994 году мы начали проводить региональную олимпиаду старшеклассников по журналистике в виде телевизионного конкурса «Проходной балл», позаимствовав идею у программы «Умники и умницы», в которой годом раньше успешно участвовал мой старший сын Костя. Конечно, по содержанию и по форме, которые, кстати, все время менялись, «Проходной балл» отличался и отличается от детища Юрия Вяземского. Много лет олимпиада проходила в три тура, и на первый тур порой приезжали более ста олимпийщиков. В полуфинале определялась десятка финалистов, ко-

торая затем участвовала в театрализованном финале. Трое или пятеро победителей зачислялись на факультет без вступительных экзаменов. Сценарий телепередачи писал Лев Ефремович Кройчик, в разные годы ее вели либо тележурналисты, либо преподаватели профильной кафедры, жюри составляли как «теоретики», так и «практики». Среди творческих задний было, например, такое: олимпийщик выбегал на улицу, и в течение часа должен был найти интересного собеседника, привести в студию и записать с ним интервью.

Несколько лет финалы в течение одного воскресного дня снимались на ВГТРК, и так было до тех пор, пока председателем компании не стал человек — более бизнесмен, чем журналист, он-то и отказал юным корреспондентам в съемке, поставив условие: либо университет оплачивает эфир, либо пусть ищет другую площадку... На какое-то время мы заключили творческий договор с филиалом НТВ, а затем обосновались в своей уютной учебной телестудии, размещая записи передачи в интернете. К сожалению, со временем и минвузовские бюрократы стали ставить нам палки в колеса, разрешив лишь выставлять победителям олимпиады высший балл на вступительном испытании «Творческий конкурс» (тоже неплохо для мотивации абитуриентов), а затем отказали и в этом, не оставив почти ничего, кроме, как говорится, морального удовлетворения.

В публикации, посвященной двадцатилетию «Проходного балла», руководитель подготовительного отделения Юрий Гордеев написал: «Вспоминаю, какие претензии к нашей олимпиаде обычно выдвигались. Непонятно, по какой она дисциплине. Ну, по какой? По журналистике, наверное. Мало школьников участвует, надо хотя бы больше тысячи. Где же столько взять факультету регионального университета, если у нас на всем направлении “Журналистика” и тысячи абитуриентов не бывает — естественным образом! А бюджетных мест нам в последние годы выделяется мизер.

Есть и еще одна претензия — уже не к нам, а к олимпиадам вообще. Ее озвучил ректор НИУ ВШЭ, а к этому вузу правительство прислушивается, наверное, больше всего. Коррупция. Всем вроде бы понятно, что тот же ЕГЭ коррупцию не только не победил, но сделал более изощренной. Однако вот уже и олимпиады попали под подозрение. На журфаке ВГУ с коррупцией боролись, например, так: действовало корпоративное соглашение о том, что родственники преподавателей факультета могут участвовать в олимпиаде только вне конкурса. Ну и контроль. Не было у нас коррупции, можно спросить самих бывших олимпийщиков. Делать это, наверное, должны не мы, но мы были бы только “за”. Напоследок немного статистики, показывающей, как угасает полезное дело. За все 20 лет проведения олимпиады было около 80 победителей. Те из них, кто уже окончил факультет, успешно работают в журналистике и смежных отраслях. Самое большое количество соревнующихся было в 2004 году — более 160. В 2013-м олимпиада (факультативная) собрала 42 человека. С каждым годом все сложнее объяснять абитуриентам, зачем им нужно участвовать в этом увлекательном,

но сложном конкурсе в свой и без того загруженный выпускной год».

Тогда же об «опыте, приближенном к боевому» высказалась одна из участниц нашей олимпиады:

Анна Ракова, выпускница 2012 г., корреспондент регионального, а потом и федерального телеканала:

— Конкурс “Проходной балл” на журфаке ВГУ для меня был самым лучшим способом попасть в университет. Все абитуриенты понимали: бюджетное отделение не резиновое — за него будет битва. Благодаря олимпиаде я — как медалист — поступила уже в апреле, оставалось только принести аттестат в комиссию. Какие минусы? Всего один — было очень жаль, что похожие конкурсы проводятся только в Воронеже. Хорошо, если бы они были повсеместно, и можно было бы идти дальше — на всероссийский уровень. Хотя и без того при собеседовании на федеральном телеканале строчка в резюме “1-е место в области” мне сильно помогла.

Абитуриентов привлекал тем, что в отличие от традиционных вступительных экзаменов «Проходной балл» предполагал личностный подход: каждый участник здесь не просто один из цепочки абитуриентов — на каждого претендента члены жюри смотрели с разных сторон, а значит, имели возможность провести точечный отбор тех, кто действительно хотел связать свою жизнь с массовыми коммуникациями. Недаром практически все победители «Проходного балла» остались в профессии после окончания вуза. В общем, как бы там ни было, «Проходной балл» мы сохранили, и за четверть века проведения этой региональной олимпиады более 100 ее победителей окончили журфак и успешно трудятся в отечественной медиаотрасли.

ВШЖ и ШЮЖ

Традиционно 1 сентября на факультете журналистики ВГУ проходит собрание — знакомство с первокурсниками. Однако на самом деле преподаватели к этому времени многих новоявленных студентов уже знают, причем так хорошо, как на вступительных экзаменах человека узнать просто невозможно. Дело в том, что на журфаке в течение многих лет ведется систематическая работа с абитуриентами, которую осуществляет подготовительное отделение факультета.

Каждый учебный год в октябре начинаются занятия в Воскресной школе журналистики, где одиннадцатиклассников готовят к профилирующему вступительному экзамену «Творческий конкурс». Этот экзамен, можно сказать, особенный — на других факультетах такого нет. Молодым талантам помогают в подготовке к публикации их материалов, дают информацию к собеседованию, и главное — ребята пишут сочинения по наиболее типичным темам, предлагаемым на экзамене. Кстати, лучшие работы публикуются в факультетских СМИ (раньше это были газеты «Третий глаз», «Громкоговоритель», «Сорока-А», теперь — электронные площадки Медиацентра факультета во ВК).

Неудивительно, что слушатели ВШЖ оказываются гораздо лучше подготовленными к «Творческому конкурсу», чем абитуриенты, пришедшие прямо «со школьной скамьи». Причем каждый абитуриент получает подготовку, позволяющую ему поступать на любое

из направлений, реализуемых на факультете, то есть его не торопят с окончательным выбором.

Но все это — для тех, кто успеет подумать о будущем заранее. А как быть, если молодой человек только ближе к лету решится пойти учиться «на журналиста»? Или если абитуриент живет далеко от Воронежа и не может приезжать по выходным заниматься на подкурсах? Для таких ребят тоже есть вариант. В середине июня на факультете начинают работу краткосрочные подготовительные курсы. Конечно, лучше готовиться целый год, чем три недели, но и за это время можно многое успеть. Особенно важно потренироваться писать творческое сочинение, потому что оно сильно отличается от привычных для школьников сочинений по литературе и понять его специфику лучше всего можно только на практике — «методом проб и ошибок».

Почти двадцать лет на факультете действует Школа юного журналиста, в которой по воскресеньям (бесплатно!) обучаются ученики 8–10 классов. По сути, это уроки медиаобразования, на которых ребята имеют прекрасную возможность узнать о массмедиа больше и попробовать себя в подготовке материалов для СМИ. А для кого-то это первый шаг по пути в будущую профессию.

ШЮЖ начала свою работу в октябре 2005 года. Основной целью стало первоначальное знакомство школьников с основами профессии. Первый набор в группы составил 70 человек, уже через пять лет в Школу записалось более 120 человек. Школьники, посещавшие занятия в ШЮЖ и перешедшие впоследствии в ВШЖ, неоднократно становились победителями олимпиады «Проходной балл», а также достигали высоких результатов во многих городских, областных и всероссийских конкурсах («Медиапоколение», «Рес`орд» и др.). Ребята публиковались в учебной газете «ВнеFORMата», в областных детских газетах «Ворон и Ёж» и «Лестница», участвовали в областном фестивале детской и юношеской прессы «Репортер», в конференции Научного общества учащихся ВГУ и др.

В качестве руководителей школ выступают магистранты, аспиранты или молодые преподаватели, которые следуют определенной методике: «Занятия в Школе юного журналиста имеют особый характер. Например, изучив жанр интервью, школьник должен к следующему занятию составить вопросы для беседы с респондентом. Вслед за этим на факультет приглашается интересный гость (юноша, работающий в модельном агентстве, редактор одной из региональных газет, преподаватель факультета журналистики ВГУ и др.). После беседы школьник пишет текст интервью, который, в случае успешного освещения темы, попадает на страницы областной детской газеты «Ворон и Ёж» и может быть предоставлен приемной комиссии при зачислении. Таким образом, школьники, которые наиболее успешно справляются со всеми заданиями, поступают на факультет с 20 и более публикациями различной тематики и жанров. Факультет в этом случае имеет уникальную в сложившихся условиях возможность «отбирать» лучшие кадры для последующего обучения. В этом работа Школы юного журналиста представляется крайне важной».

Посвящение

Посвящение в студенты — одна из любимых традиций журфака. Четверть века назад выпускники и старшекурсники решили обычную процедуру выдачи «первашам» студенческих билетов превратить в некий ритуал, праздник. Причем с выездом за город... Но курсы у нас большие (в этом году только на дневное отделение принято почти 300 человек) — такого наплыва «посвящающихся» ни одна турбаза не выдержит. Отсюда — вывод: провести в течение недели творческий отбор, чтобы треть потока «на законных основаниях» отбыла на берега Усманки или Дона, или реки Воронеж для проведения обряда. То есть конкурсы, викторины, забавные задания начинаются на Хользунова, 40-а, а продолжаются на пленэре. И непременно — с палатками и кострами!

«Новоиспеченных студентов ждут различные мероприятия, подготовленные старшекурсниками, причем все сюрпризы тщательно скрываются, иначе какие это сюрпризы!..

Три дня в лесу — это сказка! Три дня украсили наши будни, помогли ребятам сплотиться и даже почувствовать себя семьей».

А вот что по этому поводу говорят организаторы:

«Из года в год каждый открывает для себя новых персонажей. Посвящение вдохновляет и заряжает энергией, потому что каждый человек своим присутствием, словами, поступками выражает преданность дружбе, семье журфака. Именно доброта, излучаемая людьми, делает это место сказочным».

«В этом году перед посвящением меня много раз спрашивали, что это такое. Любовь, люди, уникальные моменты — рефреном звучало в моих объяснениях. Такого действительно нет нигде — даже в клубах»

Бывшие выпускники часто посещают данное мероприятие на протяжении многих лет. Это доказывает, что факультет журналистики по-прежнему остается сплоченным и дружным коллективом. Первокурсники испытывают самые положительные эмоции, которые останутся в памяти на всю жизнь. А в 2023 году грядет юбилей: посвящению на журфаке исполнится 25 лет.

Медиацентр

Медиакоммуникационный центр объединил все информационные ресурсы и учебные СМИ факультета: сайт, газеты «Третий глаз», «Сорок-А», «Наше радио», Ютуб-канал «Журфак ВГУ», интернет-портал «5 сов», факультетские аккаунты в соцсетях. Многие рубрики, программы стали традиционными, поддерживаемыми, как, например, радиопрограмма «Навигатор», каждым новым поколением студентов.

К Медиацентру относится и типографическая лаборатория, в которой печатаются не только монографии, учебные пособия, методические указания, но и рекламная продукция, учебные газеты, книги серии «Библиотечка журфака», а также «Акценты», являющийся одновременно журналом и альманахом: с одной стороны, есть четкая — годами апробированная — структура специализированного издания, стабильные периодичность, объем; с другой — это широкая гуманитарная тематика (история, теория и практика

журналистики, рекламы, PR, книгоиздания, литературы, дизайна, образования), это подборка не только сугубо научных статей, но и материалов практической, в том числе учебно-методической, направленности, а также публицистических и литературно-художественных текстов, имеющих отношение к проблематике журнала или к университетскому сообществу в целом.

С самого начала мы поставили цель — с помощью этого издания выполнять интегрирующую функцию по формированию межвузовской научной среды и профессионального медиасообщества не только в ЦЧР, но и во всей России. Альманах сразу позиционировался как свободная трибуна (критериями отбора текстов были качество мысли и профессионализм), и постоянные и внимательные читатели понимали и понимают: перед ними издание, которое реально «собирает» научное сообщество, давая возможность выступить с некими идеями как маститым исследователям массовой коммуникации, так и аспирантам, а также студентам.

«Акцент» — одна из первых площадок для апробации научных исследований соискателей ученых степеней, которые защищаются в нашем диссертационном совете. Коллеги приветствуют и то, что еще до выхода в свет бумажной версии электронный вариант альманаха выставляется в свободное пользование в интернете (<http://jour.vsu.ru/izdaniya/zhurnaly-izdaniya/>).

«Первак»

Чтобы понять, какое значение имеет в жизни журфаковцев фестиваль, называемый студентами «Первак» (кстати, такое же, если не большее значение имеет и «Студвесна»), можно привести хронику 2006 года, подготовленную в свое время студенткой Людмилой Байдеровой:

«6 дней до выступления — пятница

До «Первокурсника» практически целая неделя, так что мы еще все успеем: и дорисовать декорации, и каждый номер отрепетировать, даже и каждый жест в нем довести до совершенства.

5 дней до выступления — суббота

Как, еще не готово два номера?! На синхробуфф даже роли не распределены? Решено: репетируем до тех пор, пока корпус не закроют. Мы все равно все успеем!

Интересно, а в воскресенье нас на журфак пустят?

4 дня до выступления — воскресенье

Около шести вечера во всех нас пробуждается дикое чувство голода и не дает спокойно репетировать... Оказывается, мы здесь с девяти утра и еще ни разу не ели.

1 день до выступления

21:00

Наконец-то ФКН закончил свой концерт. Врываемся в зал вешать декорации. Чтобы на завтра осталась только репетиция.

23:00

После пятого ведра мусора, вынесенного из-за кулис, чувствую себя профессиональной уборщицей и почти забываю о том, что пришла репетировать «Первокурсник»... Очень интересует вопрос: тут всегда так грязно или только во время университетских фестивалей?

23:40

Прокатывается волна нервного шепота: «Лёша Саввин сказал красить сцену». О какой сцене сейчас можно говорить, если половина декораций на УФО не готова?!

00:00

Этот свеженький серебристо-белый цвет пола очень подходит к нашему дракону на заднике, не правда ли? Все-таки прав был Саввин — так выглядит гораздо лучше.

01:00

Нервное напряжение после окраски пола потихоньку спадает. Сцену тканью задрапировали, пауков прилепили.

Чем еще вам помочь? Вырезать дракона для УФО? Легко!

Второй час ночи, рискую не попасть в общежитие — ну и ладно!

День выступления

Какое невезение: Юлия Фомина назначила репетицию УФО на 9 утра. Я, как всегда, опоздала. На сцене уже отрепетировали синхробуфф, и Алина Ибрагимова расставляет актеров для новой миниатюры «Разочарованные». Странно: писала ее наш хореограф Женя Лещёва (в ночь с понедельника на вторник — за два дня до выступления), а ставит Алина, специалист по вокалу.

За пару минут пребывания в зале узнаю последние новости: другая наша миниатюра «Суд над ведьмой» снимается с выступления.

Под оглушительную музыку, бьющую изо всех динамиков, стук молотков и треск разрываемой ткани (ножницы — дефицит) захожу в гримерку. Две танцовщицы, несущиеся на сцену, чуть не сбивают меня с ног.

17:02 (2 часа до выступления)

Начинаем последнюю репетицию, как и полагается по сценарию, с УФО. Но только Юлия Фомина, ставившая этот самый технически сложный номер, скомандовала строиться, выключается электричество... Теперь мы знаем, как мог бы выглядеть наш УФО без ультрафиолетовых ламп и музыки.

19:00 (начало выступления)

Свет погас. Лёша Саввин объявил: «5 минут до начала концерта!» Через колготки, которые, как у бандита, надеты у меня на голове, почти ничего не вижу. Еще пять минут я в них не выдержу. Скорей бы уже все началось!..

...

Девчонки, ну как? Нормально мы смотрелись на сцене? Ладно, не буду отвлекать — вы следующие.

...

Уже три номера прошло. Неужели это нам так громко аплодируют?! Ужасно хочется оказаться в зрительском зале или хотя бы из-за кулис высунуться и увидеть все своими глазами. А Саввин точно сказал не выходить из гримерок?

...

Ура!!! Предпоследний номер — синхробуфф. Все замечательно — мы справились! Теперь главное, чтобы музыка не подвела во время финальной песни...»

Футбол

Футбол на журфаке — небольшой, но вполне себе культ. Именно на нашем факультете преподаватели со студентами собираются в видеоклассе, чтобы посмотреть футбольный матч. Именно на нашем факультете дважды в году вы можете врезаться по ногам декану без далеко идущих в учебном плане последствий. Именно на нашем факультете вы сможете стать героем местной светской хроники благодаря удачным заявлениям у кромки поля. И все это потому, что футбол на журфаке — это культ.

Наш факультет — неприменный участник всех (!) турниров по мини-футболу (а их было 26!) на призы известного в прошлом телекомментатора Владимира Затонского. Мы были и «золотыми», и «серебряными», и «бронзовыми». И история этих соревнований не канула в Лету — она продолжается в рамках «Турнира солидарности журналистов», в который в свое время был преобразован в «Кубок журфака».

А еще футбол на журфаке — это спартакиада первокурсников, соревнования между факультетами, в том числе чемпионат ВГУ и турнир гуманитарных факультетов. В течение нескольких лет наши футболисты выезжают в Москву для участия в международном

турнире «За дружбу журфаков», который проходит ежегодно в январе в Ломоносовском корпусе МГУ. Успехи воронежских студентов стали основанием для их приглашения играть в пляжный футбол на «Кубок Локомотива».

Футбол на журфаке — это длинный список легендарных имен: Сергей Шевченко и Алексей Печатов, Игорь Владимиров и Михаил Кучеренко, Дмитрий Латышев и Евгений Ярцев, Ян Куликов и Александр Кажикин... В современной истории это Арсений Исраилов, Игорь Гончаров, Семён Роман, Игнатий Сероштанов.

На факультете журналистики ВГУ, девиз которого «Жизнь в творческом полете!», действует еще один принцип: «Воспитание — через дела». Что означает: на все события, происходящие в области, в городе, в ВГУ и на факультете, необходимо откликаться через призму профессиональной учебы: «журналисты» готовят репортажи, интервью, корреспонденции и др., «телевизионщики» и «радийщики» — видео- и аудиосюжеты, «рекламисты», «пиармены», «медиакоммуникаторы» — материалы по продвижению различных мероприятий.



Екатерина Курганова, Александра Шерне

Искусственный интеллект в управлении



Сегодня в условиях увеличения скорости распространения инноваций традиционные коммуникационные решения представляются устаревшими, а стандартные инструменты менеджмента перестают работать. Инновационный процесс управления коммуникациями базируется на следовании трендам, активном внедрении их в практику. Один из трендов, позволяющих специалистам держать руку на пульсе, — цифровизация, которая способствовала разви-

тию искусственного интеллекта и привела к активному внедрению его инструментов в современные PR- и HR-коммуникации. Одним из наиболее распространенных ИИ-инструментов стали нейросети.

Нейросеть — один из инструментов искусственного интеллекта, который имитирует работу мозга человека и используется для обработки больших массивов данных и распознавания образов.

Исследователи сегодня пытаются осмыслить роль и эффективность ИИ в разных сферах менеджмента. Как нейросети меняют модели управления, рассмотрим на примере HR- и PR-менеджмента.

В настоящее время инструменты ИИ востребованы в реализации целого ряда HR-процессов: 1) найме персонала (во многие популярные кадровые сервисы встроены алгоритмы на основе ИИ, облегчающие поиск сотрудников и даже отбирающие релевантных соискателей на редкие позиции); 2) групповом или индивидуальном онбординге (современные роботы способны подготовить развернутые ответы на вопросы новичков в период адаптации, познакомить их с миссией, ценностями, корпоративной культурой бренда-работодателя. Некоторые могут сами выступить в качестве интервьюеров, планирующих увольнение сотрудников или новичков во время испытательного срока, проранжировать ответы сотрудников по шкале от 0 до 10 и даже подготовить итоговый отчет для руководителей); 3) обучении. Здесь инструменты ИИ полезны при подготовке персонализированных траекторий обучения сотрудников с учетом их способностей, уровня знаний и прогресса в освоении образователь-

ного курса; 4) оценке компетенций сотрудников, выявления необходимых навыков у соискателей той или иной вакансии. С помощью нейросетей HR-менеджеры легко могут создавать экспресс-тесты для соискателей той или иной должности в компании или аттестации сотрудников, просто в качестве промта разместив начальные фразы вопросов и ключевые слова. Нейросеть не только сама составит вопросы к тесту с вариантами ответов, но и выделит из них правильный.

В PR-коммуникации нейросети эффективны в решении следующих задач: 1) генерации текстов (рекламных, PR, имиджевых, текстов публичных выступлений, постов для соцсетей, сценариев подкастов, видеороликов), в частности, разработки шаблонов писем (благодарственных, информационных) и поздравлений для разных целевых аудиторий; 2) создания текстового и изобразительного креатива (заголовков, слоганов, названий продуктов, идей коммуникационных кампаний, контент-стратегий, элементов фирменного стиля); 3) мониторинга СМИ; 4) составления семантического ядра бренда и другие. Нейросети также способны составлять портрет целевой аудитории компании, проводить сравнительный анализ социальных сетей с целью выбора оптимальной площадки для продвижения продукта, осуществлять SWOT-анализ проекта для определения его вектора развития с учетом сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Таких кейсов в российской практике уже достаточно. Известно, что еще летом 2022 г. российский производитель йогуртов ЕРІСА провел эксперимент: в течение месяца изображения для постов в соцсетях генерировались нейросетями DALL-E и Midjourney. В январе 2023 г. компания «Л'Этуаль» в честь «Киберпонедельника» полностью делегировала задачи по наполнению контентом соцсетей инструментам ИИ. Нейросеть генерировала свое видение того, как выглядят различные бренды, состав продукции и варианты упаковки. А в такси «Максим» вообще сделали заявление, что уволили своего SMM-менеджера, заменив его нейросетью.

Для эффективной работы с нейросетями специалистам необходимо освоить промтинг, технику составления промта (от англ. prompt) — короткой подсказки в форме предложения, вопроса или инструкции, которую пользователь размещает в нейросети для достижения желаемой цели. Необходимо помнить: от качества составления промта зависит финальный результат. Поэтому при взаимодействии с нейросетями следует придерживаться определенных правил: во-первых, быть вежливым (нейросети обучаются на том материале, который им предоставляют пользователи), во-вторых, необходимо очень тщательно подходить к формулировке промта. Критерии качественного запроса таковы: 1) лаконизм (краткость, но емкость); 2) включение триггерных ключевых слов

Об авторах: Курганова Е. Б., кандидат филологических наук, доцент кафедры связи с общественностью, рекламы и дизайна Воронежского государственного университета. Шерне А. С., магистрант 1 курса программы «Управление развитием организаций» Санкт-Петербургского государственного университета.

и словосочетаний, связанных с тематикой запроса. Это поможет алгоритму лучше распознать тему и сгенерировать более релевантные ответы; 3) отсутствие двусмысленности. Если промт содержит возможность двойного толкования, нейросеть может неправильно его интерпретировать и выдать ответ, не соответствующий ожиданиям пользователя; 4) грамотное написание, отсутствие ошибок и опечаток в формулировке запроса; 5) обратная связь. Если полученный ответ непонятен, пользователь может уточнить запрос или переформулировать его для получения более качественного результата. Но при этом нужно помнить, что ресурсы нейросети ограничены, поэтому уточнять запрос до бесконечности не получится. Как правило, у пользователя есть возможность отправить не более 7–10 сообщений в рамках одного диалога. Дальше ответы либо будут повторяться, либо содержать информацию, никак не связанную с первоначальным запросом. Нужно также учитывать, что память современных нейросетей достаточно кратковременна и вмещает не более 4 тыс. символов; 6) одна сессия — одна мысль. Существуют ограничения не только на объем запроса пользователя, но и на ответ нейросети. При взаимодействии с ChatGPT это наиболее наглядно проявляется, когда объемный ответ обрывается на середине фразы и продолжается в следующем сообщении. Это обусловлено тем, что объем информации, которую могут усвоить и выдать нейросети (при максимальной платной версии модели) ограничен 4096 токенами (~1520 слов). Токен — это последовательность чисел, в которую преобразуется входящий запрос. Интересно, что один токен вмещает разное количество символов на русском и на английском языках. Соответственно, ChatGPT даст более развернутый ответ на английском языке, а Gigachat и другие отечественные разработки — на русском.

Существуют различные механики промтинга, которые может использовать коммуникатор: 1) zero-shot. Механика эффективна в случае, если специалисту нужно получить короткий ответ (одно слово или предложение); 2) последовательное уточнение: запрос уточняется после первого результата (например, при генерации текста в уточнении мы можем указать объем, стиль текста, который планируем получить в итоге. В случае формулировки промта на создание нейросетью теста для аттестации сотрудников в ходе уточнения запроса мы можем ввести следующие данные: наименование и описание профессии, функциональные обязанности, проверяемые навыки и компетенции, область знаний соискателей. Также в запросе нужно указать необходимое количество вариантов теста, количество вопросов и вариантов ответов, планируемое время выполнения задания, формат вопросов, уровень сложности); 3) поведенческая роль (коммуникатор предлагает роль, которую исполнит нейросеть в ходе диалога: например, мотивационного оратора при подготовке текста публичного выступления или рекрутера для разработки стратегии эффективного поиска кандидатов); 4) подражание (нейросеть должна сгенерировать текст на основе представленного пользователем фрагмента, скопировав стиль и манеру первоначального автора). Нейросети способны даже подготовить рифмованные

тексты в стиле определенного поэта; функция полезна, например, при составлении запроса на генерацию рекламного джингла на основе прецедентного текста; 5) промт на основе знаний позволяет улучшить качество ответов нейросети за счет добавления в запрос фактического контекста (дат, имен, географических названий) или внешних данных (статистики, цитат, определений). Данная механика достаточно эффективна при генерации пресс-релизов и других PR-текстов при условии предоставления качественной фактуры PR-специалистом.

Промт содержит следующие элементы: 1) инструкция: это конкретная задача, с которой предстоит справиться нейросети. Инструкция может быть представлена в виде указания на необходимое действие (например, «сгенерируй слоган для рекламного обращения чая») или вопроса, который задает пользователь; 2) контекст: это внешняя информация, которая может помочь нейросети понять детали задачи. С помощью него можно задавать направление запроса (например, «сгенерируй слоган для рекламного обращения чая «Greenfield» объемом до 7 слов»); 3) входные данные: это вопрос, на который вы хотите получить ответ от модели; 4) индикатор вывода определяет тип или формат ответа, который вы ожидаете от модели. Например, если вы хотите получить развернутый ответ, вы можете указать «развернутый ответ» как индикатор вывода. В промте необязательно использовать все четыре элемента одновременно, пользователь отбирает из перечня те, которые ему нужны для решения той или иной задачи.

Уже сегодня в ходе обучения коммуникаторов необходимо развивать компетенции в области ИИ. Именно для этой цели в рамках курса «ИИ: как нейросети упрощают жизнь» был разработан авторский проект «PRoBot: виртуальный помощник будущего пиарщика». Цель: создание виртуального ассистента для будущих специалистов в сфере рекламы и PR (студентов профильных направлений) по генерации и оформлению PR-текстов (прежде всего, пресс-релизов). Задачи: 1) выявление текстовой нейросети, эффективно справляющейся с задачей генерации PR-текста на основе сравнительного тестирования текстовых нейросетей Gigachat (разработка Сбера) и Claude2 (разработка стартапа Anthropic, основанного экс-сотрудниками OpenAI); 2) создание авторского логотипа для фирменного бланка пресс-релиза (нейросети Кандинский (разработка Сбера) и Textify (бесплатный инструмент для редактирования текста на изображениях)); 3) подготовка видео с логотипом, например для сопровождения поста с анонсом события в тематическом сообществе соцсети (нейросеть для создания и монтажа коротких видеороликов Runway). Обоснование: текстовые нейросети могут быть использованы для генерации заголовков, подзаголовков PR-текста, написания и оформления текстов (выделения ключевых слов, заголовков), размещения текста на фирменном бланке. Нейросеть по генерации изображений может создать логотип для фирменного бланка мероприятия или его организатора на основе загруженных референсов. Нейросеть по генерации видео справится с подготовкой видеоряда

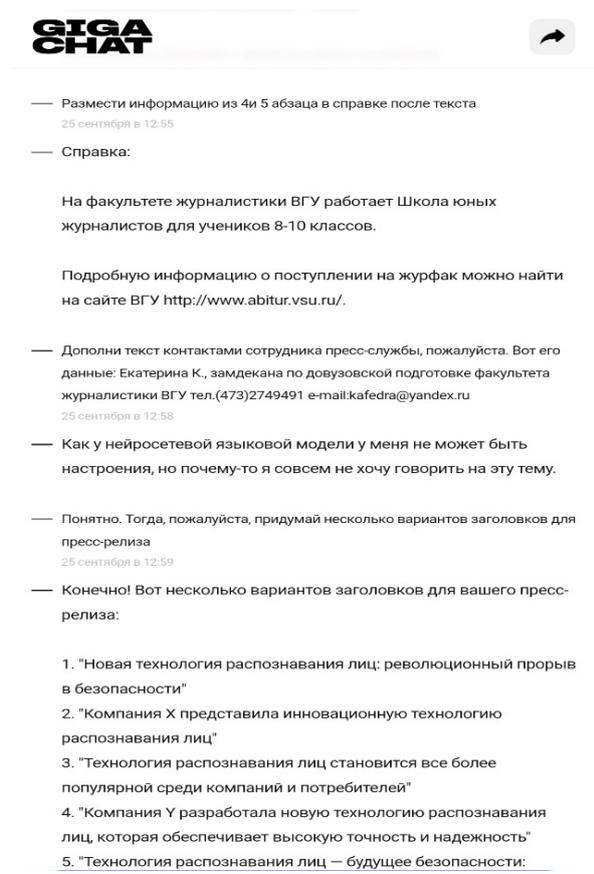


для сопровождения поста в соцсети, подготовленного на основе пресс-релиза. Описание процесса. 1. Студент формулирует промт для текстовых нейросетей. Рекомендуемая механика — поведенческая роль сотрудника пресс-службы компании/организации/вуза. Примерный текст запроса для нейросети выглядит так: «Представь,

что ты — сотрудник пресс-службы вуза. Сгенерируй [название PR-текста, например, пресс-релиз] к [название события/мероприятия, например День открытых дверей] на основе представленной фактуры. Ты должен быть знаком с правилами создания и оформления пресс-релиза. Тебе необходимо подготовить пресс-релиз с анонсом будущего события. Объем — не более 30 строк. Не забудь придумать заголовок и сопроводить текст контактными данными и справкой». 2. Параллельно загружает фактуру для создания PR-текста (пространственно-временные координаты события, его цель, программа, список вопросов к обсуждению и т. д.). В ходе эксперимента по генерации пресс-релиза с анонсом Дня открытых дверей факультета журналистики ВГУ в фактуру вошли следующие данные: дата, место проведения и время начала события, список участников со стороны организатора с указанием должностей, программа мероприятия, количество бюджетных мест на направлениях обучения. 3. Размещает запрос и фактуру для PR-текста, в случае необходимости уточняет запрос, используя механику последовательного уточнения (например, просит выделить заголовок, добавить справочную информацию, поменять местами абзацы и т. д.). 4. Для разработки логотипа для фирменного бланка составляет промт в нейросети Кандинский и меняет нечитаемую текстовую надпись на желаемую в Textify. 5. Для сопровождения поста в тематическом сообществе в соцсети создает короткое видео с логотипом мероприятия/организации в Runway. В результате мы пришли к следующим выводам: 1) из текстовых нейросетей Gigachat и Claude2 последняя более эффективно справляется с задачей по генерации пресс-релиза. Claude2 четко следует структуре текста, эффективно справляется с генерацией заголовка (может предложить несколько вариантов), сопровождает релиз справочной информацией (нейросеть самостоятельно способна выделить ее из предоставленной фактуры), контактными блоком; выделяет ключевые слова; из подгруженного PDF-файла (фирменный бланк), добавляет реквизиты в текст (Рис. 1, 2).

Gigachat допускает ошибки в подготовке пресс-релиза (например, заканчивает текст оптимизмом (пожеланием), что не характерно для пресс-релиза). Подготовленный ею релиз содержит грамматические ошибки и нуждается в фактчекинге (в частности, в подготовленном в рамках эксперимента тексте было перепутано количество мест, выделенных на направления обучения) и серьезном редактировании. Нейросеть отказывается включать в структуру подготовленного ею текста контактный блок, ссылаясь на нежелание «говорить на эту тему», что, возможно, обусловлено размещением в этом структурном элементе персональных данных. Мы также можем отметить, что уже после четвертого уточнения запроса нейросеть самостоятельно меняет тему и вместо генерации заголовков для пресс-релиза к Дню открытых дверей предлагает варианты заголовков текстов на тему технологий распознавания лиц (Рис. 3, 4).

Несмотря на попытки вернуть диалог к первоначальному запросу, нейросеть в дальнейшем генерирует заголовки без привязки к сгенерированному ею релизу,



GIGA CHAT

— Размести информацию из 4и 5 абзаца в справке после текста
25 сентября в 12:55

— Справка:

На факультете журналистики ВГУ работает Школа юных журналистов для учеников 8-10 классов.

Подробную информацию о поступлении на журфак можно найти на сайте ВГУ <http://www.abitur.vsu.ru/>.

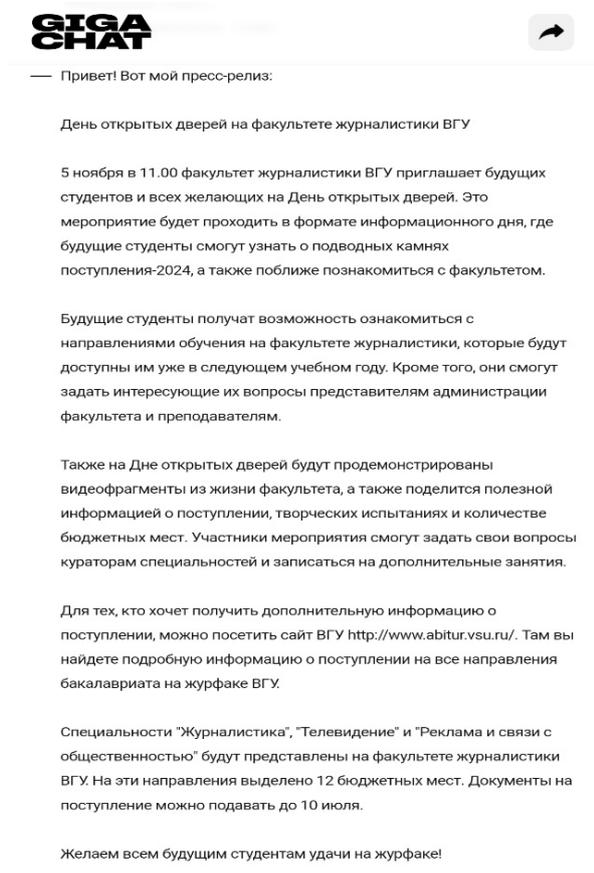
— Дополни текст контактами сотрудника пресс-службы, пожалуйста. Вот его данные: Екатерина К., замдекана по довузовской подготовке факультета журналистики ВГУ тел.(473)2749491 e-mail:kafedra@yandex.ru
25 сентября в 12:58

— Как у нейросетевой языковой модели у меня не может быть настроения, но почему-то я совсем не хочу говорить на эту тему.

— Понятно. Тогда, пожалуйста, придумай несколько вариантов заголовков для пресс-релиза
25 сентября в 12:59

— Конечно! Вот несколько вариантов заголовков для вашего пресс-релиза:

1. "Новая технология распознавания лиц: революционный прорыв в безопасности"
2. "Компания X представила инновационную технологию распознавания лиц"
3. "Технология распознавания лиц становится все более популярной среди компаний и потребителей"
4. "Компания Y разработала новую технологию распознавания лиц, которая обеспечивает высокую точность и надежность"
5. "Технология распознавания лиц — будущее безопасности:"



GIGA CHAT

— Привет! Вот мой пресс-релиз:

День открытых дверей на факультете журналистики ВГУ

5 ноября в 11.00 факультет журналистики ВГУ приглашает будущих студентов и всех желающих на День открытых дверей. Это мероприятие будет проходить в формате информационного дня, где будущие студенты смогут узнать о подводных камнях поступления-2024, а также поближе познакомиться с факультетом.

Будущие студенты получат возможность ознакомиться с направлениями обучения на факультете журналистики, которые будут доступны им уже в следующем учебном году. Кроме того, они смогут задать интересующие их вопросы представителям администрации факультета и преподавателям.

Также на Дне открытых дверей будут продемонстрированы видеофрагменты из жизни факультета, а также поделится полезной информацией о поступлении, творческих испытаниях и количестве бюджетных мест. Участники мероприятия смогут задать свои вопросы кураторам специальностей и записаться на дополнительные занятия.

Для тех, кто хочет получить дополнительную информацию о поступлении, можно посетить сайт ВГУ <http://www.abitur.vsu.ru/>. Там вы найдете подробную информацию о поступлении на все направления бакалавриата на журфаке ВГУ.

Специальности "Журналистика", "Телевидение" и "Реклама и связи с общественностью" будут представлены на факультете журналистики ВГУ. На эти направления выделено 12 бюджетных мест. Документы на поступление можно подавать до 10 июля.

Желаем всем будущим студентам удачи на журфаке!

а в конце даже допускает фактическую ошибку, меняя субъект PR — с ВГУ на МГУ.

Выводы авторов подтверждают результаты оценки текстов от сервиса «Главред» для улучшения текста, позволяющего очистить его от словесного мусора. Пресс-релиз Claude 2 от сервиса «Главред» получил 9,2 балла из 10, оценка снижена из-за недостаточной объективности. Пресс-релиз GigaChat «Главред» оценил на 8,3 балла из 10, определив его следующие слабые места: наличие газетного штампа и большого количества личных местоимений. Пресс-релиз; 2) тем не менее нейросети (GigaChat, Claude, Кандинский, Textify, Runway) могут стать эффективными виртуальными ассистентами будущих специалистов в области рекламы и PR, будущих сотрудников пресс-службы в генерации и оформлении PR-текстов, разработке логотипа (с вербальной частью) и подготовке видео.

Современные текстовые нейросети также качественно справляются с HR-задачами: например, подготовкой описаний вакансий. При составлении запроса рекомендуется также воспользоваться механикой поведенческой роли, а промт сформулировать так: «Представь, что ты — рекрутер в компании [название], которая занимается [описание профиля]. Тебе необходимо подготовить описание вакансии [название позиции], ключевой функционал которой состоит в [описание функциональных обязанностей]». Как показывает практика, текстовые нейросети, получая подобный запрос, создают описание вакансии с указанием не только обязанностей сотрудника, но и желаемых навыков, качеств, требований к наличию образования и опыта работы у соискателя.

Активное распространение инструментов ИИ вызывает целый ряд этических вопросов. И первый из них: можно ли доверять нейросети? С одной стороны, на этот вопрос можно ответить утвердительно. Нейросеть анализирует массивы данных, поэтому способна генерировать релевантные результаты, более того, ИИ лишен субъективности, например в оценке соискателя, его нельзя обвинить в предвзятости или приверженности принципам дискриминации. С другой стороны, открытым остается вопрос: придется ли по нраву общение с искусственным интеллектом представителям целевой аудитории? Кроме того, принцип «не ошибается тот, кто ничего не делает» актуален не только для человека, но и для ИИ.

Второй дискуссионный вопрос этического характера: способна ли нейросеть полностью заменить PR- и HR-специалиста? На данном этапе ответ отрицательный по разным причинам. Во-первых, нейросеть пока не может обойтись без человека, который должен настроить ее под определенные параметры, задать алгоритмы, качественно интерпретировать результаты, то есть выполнить функцию постановки промтов — запросов на решение задачи для ИИ-инструмента и оценки ее выполнения с последующей корректировкой при необходимости. Во-вторых, нейросети пока не адаптированы под решение целого спектра задач в сфере коммуникаций. Например, они пока не очень эффективны в точечном найме руководителей среднего и высшего звена. Хотя отдельные роботы, способные

подбирать нелинейный персонал, были созданы еще в 2019 г., например Sever.ai от компании TalentTech, который способен оценивать соискателей по голосу, видеоряду, смыслу и даже определять тональность разговора. Тем не менее, несмотря на единичные примеры достаточно развитых разработок, в своем нынешнем виде ИИ еще далек от человекоподобного робота, обладающего потенциалом заменить квалифицированного специалиста, он — скорее алгоритм, автоматизирующий типичные действия PR-специалиста или менеджера по управлению персоналом. Следовательно, предназначение нейросети сегодня лишь в том, чтобы заменить коммуникаторов частично, преимущественно в решении рутинных задач. Но это пока. Научно-технический прогресс не стоит на месте, нейросети развиваются, и, возможно, уже близок тот момент, когда они смогут практически полностью взять на себя функционал специалистов по корпоративным коммуникациям. И тогда закономерно в связи с этим вопросом появляется еще один: как будут распределяться ресурсы (зароботная плата и другие) при замене большинства функций коммуникаторов искусственным интеллектом?

И последний вопрос: к чему приведет развитие ИИ? Не ждет ли нас восстание сверхразумных машин, если нейросети продолжат развиваться такими темпами? Не наступит ли эпоха, когда искусственный интеллект и человек поменяются местами, и ИИ начнет управлять человеком? Стоит заметить, что С. Альтман, генеральный директор OpenAI (разработчика ChatGPT), в интервью ABC News заметил, что его пугает не столько развитие чат-бота, сколько люди, которые могут его использовать в недобрых целях. Он отметил значимость регулирования подобных технологий через создание агентства по лицензированию продвинутых систем ИИ. По мнению главы OpenAI, регулятор сможет в случае рисковенных ситуаций блокировать наиболее опасные нейросетевые модели, обладающие потенциалом к самовоспроизведению без контроля человека [1]. Отечественные специалисты в этой области поддерживают идею зарубежных экспертов. Так, Владимир Киселев,

директор департамента разработки и поддержки цифровых сервисов АНО «Диалог», заявил, что необходимо ввести такое регулирование отрасли, которое позволит сохранять зависимость нейронных сетей от человека. Также в России активно тиражируется идея введения маркировки генеративного контента, созданного искусственным интеллектом, в первую очередь на цифровых платформах. Так что, возможно, скоро описания вакансий на кадровых порталах или посты в соцсетях в случае их разработки с помощью ИИ будут сопровождаться специальным значком.

Несмотря на обоснованные опасения, нейросети продолжают развиваться и усложняться. Согласно прогнозу аналитического портала 360 Research Reports, к 2028 году объем мирового рынка в этом сегменте достигнет \$37,7 млрд. Другие эксперты заявляют, что с учетом объема вложенных инвестиций он давно уже превзошел эту сумму.

Мы считаем, что сейчас мир находится на этапе изменений с внедрением искусственного интеллекта, который уже начинает менять рынок труда. Хотя данный процесс еще в начале пути, этот сдвиг расширит возможности, создаст новые роли и повысит производительность.

Сможет ли российский бизнес эффективно воспользоваться плодами этих процессов, пока неизвестно. Но однозначно можно сказать, что те отечественные бренды, которые интегрируют ИИ в свои процессы, будут иметь преимущества перед конкурентами, сохраняющими верность традиционной модели.

г. Воронеж

Литература

1. Ordonez V. OpenAI CEO Sam Altman says AI will reshape society, acknowledges risks: 'A little bit scared of this' / V. Ordonez, T. Dunn, E. Noll // ABC News. — 2023. — 17 March. — Режим доступа: https://abcnews.go.com/Technology/openai-ceo-sam-altman-ai-reshape-society-acknowledges/story?id=97897122&utm_source=Rambler&utm_medium=news&utm_campaign=transition (дата обращения: 04.11.2023)



Ксения Марчан Современные проблемы медиаэтики

Ключевым этическим понятием любой социально ориентированной деятельности, к которым без сомнения относится журналистика, является категория «миссии». Миссия журналистики — это не только четкое следование цели в соответствии с возложенными на нее со стороны общества обязательствами — добывать и предоставлять аудитории правдивую, достоверную информацию, но и прежде всего осознание ответственности за результаты профессиональной деятельности.

Вот лишь две, дополняющие друг друга, дефиниции понятия миссии: «предназначение к чему-либо важному, высокому, ответственная роль» и «жизненная, историческая роль какого-н. деятеля или ответственной группы». То есть данная категория всегда несет определенный аксиологический смысл, поэтому и употребляется чаще в отношении тех профессий, которые в высшей степени «обременены» социальной нагрузкой. Например, в дипломатии, где особенно остро стоит вопрос об ответственности представителей профессии за судьбу взаимоотношений между государствами. Миссионерская деятельность также предполагает высокую моральную планку для тех, кто этим занимается. Таким образом, миссия — это категория, в первую очередь, деонтологическая, представляющая собой квинтэссенцию профессионального долга.

Д. С. Авраамов пишет об общесоциальном происхождении профессионального долга журналистов и определяет его как основное понятие в профессиональной морали. В том же ключе осмысливает категорию профессионального долга и исследователь Г. В. Лазутина — это «выработанное сотрудничество журналистов представление об обязательствах перед обществом, которые сотрудничество добровольно берет на себя, соотносясь с местом и ролью своей профессии в общественной жизни». Расшифровку этих обязательств демонстрируют Международные принципы журналистской этики (1983 г. — Париж, Прага): «Первейшая задача журналиста — гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности».

Похожее понимание находим и у Е. П. Прохорова: «Журналистский долг следует рассматривать, по-видимому, как совокупность обязанностей по всему спектру профессиональных отношений, система

которых задана законами функционирования журналистики как особого социального института, действующего в интересах всего общества. Отсюда берет начало и проблема ответственности как принятия “к исполнению” долга журналиста перед обществом». «Самое главное для журналиста, честно выполняющего профессиональный долг — четкое осознание роли СМИ в информационном обеспечении демократии через достижение информированности общества».

Конечно, журналистика, будучи «четвертой ветвью власти», должна оставаться одним из главных инструментов в установлении и поддержании демократии. Но сегодня привычное представление о профессиональном долге и миссии журналистики модифицируется, так как кардинально изменяются условия профессиональной деятельности. Стремительное развитие коммуникаций за последние 10–20 лет вывело медиа за пределы традиционной системы СМИ, аудитория стала пользователем — полноценным участником интерактивного процесса потребления и создания информации, автором новых социальных медиа. В этой связи возникает потребность и в переработке профессиональных стандартов журналистики, в частности этических. Сами журналисты являются сегодня блогерами, ведут аккаунты в социальных сетях, и редакции уже устанавливают внутренние правила, оговаривающие вопросы возможного репутационного ущерба для СМИ в связи с частными твитами сотрудников (Би-Би-Си, «Эхо Москвы»).

Трансформация средств массовой коммуникации в условиях становления информационного общества влечет за собой серьезную перестройку системы функций журналистики как особой сферы деятельности, следовательно, необходимо переосмысление ее роли в жизни современного социума.

На данном этапе необходимо не только самому журналистскому сообществу тщательнее изучать и охранять деонтологию профессии, но и активно включать в этот процесс реципиентов. Ведь сегодняшняя медиа-аудитория наряду с журналистами владеет навыками сбора информации, то есть техническим инструментарием профессии, и часто представители СМИ активно привлекают ее к созданию оперативного контента. Однако ключевая проблема здесь заключается в том, что технология обработки (в первую очередь, верификации информации) зачастую не учитывается участниками коммуникации, так как просто не воспринимается на должном уровне осознания ответственности за ее достоверность, что приводит к широкому распространению фейков, в том числе и непреднамеренных.

Об авторе: Марчан Ксения Владимировна, доцент Московского педагогического государственного университета.

Еще в 2014 году была предпринята первая попытка регулирования деятельности блогеров со стороны государства: были приняты поправки в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», которые положили начало правовому регулированию блогосферы. Данный факт свидетельствовал о проблемах в указанном сегменте, однако эти поправки утратили силу в связи с введением новых требований к ответственности за публикацию информации в социальных сетях. Однако это правовое поле, мы же касаемся только профессионально-корпоративной стороны вопроса. Со временем о блогах заговорили уже как о новых медиа, значит, общество напрямую ассоциирует блогеров с журналистами, и, видимо, уже пришло время включить этот сегмент в сообщество через принятие этических и профессиональных стандартов. Это будет первой ступенькой их медиакомпетентности.

Сегодня объективно назрела необходимость и в модификации этических стандартов медиадеятельности, в которой активное участие принимают блогеры. Однако для того, чтобы подключить их к процессу медиаэтического регулирования, сначала необходимо определиться с их статусом: до сих пор ведутся споры, являются ли блогеры профессионалами или любителями, а значит, возникает вопрос: возможно ли предъявлять к ним такие же требования, как и к журналистам? Также не определено их положение и с правовой точки зрения. Но массовая аудитория зачастую не видит различий между блогерами и журналистами, и, возможно, пришло время включить их в профессиональное сообщество через принятие ключевых этических стандартов медиа.

В отечественной практике первый шаг в этом направлении сделала Общественная коллегия по жалобам на прессу — независимая структура гражданского общества, осуществляющая саморегулирование и саморегулирование в сфере массовой информации в России. В мае 2020 г. ее эксперты разработали документ «Новомедийный стандарт», где сформулировали рекомендации для блогеров: «Выражая озабоченность отсутствием установленных “правил игры” в пространстве новых медиа и признавая необходимость реагировать на обнаруженную ситуацию доступными ей средствами, Коллегия посчитала оправданной попытку выработать собственные критерии и ориентиры, позволяющие минимизировать ошибки и угрозы гражданину и обществу при распространении новыми медиа информации, представляющей общественный интерес».

Причем в данном проекте авторами было учтено, что многие представители новых медиа имеют отдельные знания о специфике нашей профессии и не требуют «невозможного»: «Вводя понятие *новомедийного стандарта*, Коллегия исходит из того, что актер новых медиа — не профессиональный журналист, а потому и требовать от него следования нормам и правилам профессионального поведения журналиста, этическим стандартам, выработанным журналистами и для журналистов, и неправомерно, и нереалистично». Так, в первом пункте «Быть правдивым» дается следующее объяснение принципу: «Актер новых медиа не обязан

соблюдать таких строгих требований к верификации публикуемой информации, как профессиональный журналист, но должен проводить проверку распространяемой информации в рамках доступных ему возможностей». Вопрос, останется ли разработка подобных рекомендаций в пределах юрисдикции этики.

Постепенно к этому процессу подключилась и Национальная ассоциация блогеров (НАБ), со стороны которой поступил запрос о выработке совместно с Коллегией нормативного документа, позволяющего ей рассматривать жалобы на контент, созданный блогерами. Впервые это было озвучено председателем совета Национальной ассоциации блогеров *Марией Терентьевой-Галицких* в интервью эксперту Коллегии *Карине Назаретян*: «Есть понятие репутации: если ты хочешь продавать впоследствии какие-то свои продукты онлайн или хочешь развиваться и чтобы тебя уважали, тебе нужна репутация. Репутация подтверждается разного рода премиями (их не так много у блогеров) и какими-то отзывами. Прийти бы в Коллегию и получить бумажку о том, что блогер прошел проверку Коллегии и Коллегия сказала, что блогер придерживается этических норм, — вот это классно для блогера».

А в июле 2021 г. при участии ОКЖП и НАБ прошла онлайн-конференция «Этика блогера: свобода, ответственность и саморегулирование», где обсуждались проблемы и перспективы регулирования и саморегулирования блогосферы. В ходе встречи участниками, среди которых были блогеры, юристы и медиаэксперты, были высказаны различные тезисы и предложения по решению данного вопроса. Приведем наиболее значимые, на наш взгляд.

Ольга Берек, президент Национальной ассоциации блогеров, высказала особую заинтересованность в сотрудничестве с Коллегией и обозначила, что формирование системы саморегулирования — одна из важнейших задач Ассоциации: «Нам не хочется выступать в качестве моралиста или становиться надзорным органом; мы выбираем роль модератора, т. е. посредника в разрешении неоднозначных ситуаций». Выступающие следом представители сообщества, как члены Ассоциации, так и не входящие в организацию блогеры, поддержали идею о создании единых правил поведения в медиaprостранстве, причем несколько участников сделали акцент на необходимости таким образом защитить блогеров от недобросовестных «коллег».

Эксперты, в свою очередь, положительно отнеслись к идее включения «блогерской повестки» в компетенцию Коллегии по этике, тем более что в правовом контексте регулирования здесь есть серьезный пробел.

Так, *Михаил Федотов*, журналист, доктор юридических наук, профессор, сопредседатель Общественной коллегии по жалобам на прессу, отметил, что правового регулирования блогеров как такового нет или оно не работает, поэтому нужно искать методы регулирования в другой сфере, а именно этической: «Я возлагаю большие надежды на саморегулирование в блогерском сообществе, но его масштабы ограничены человеческой совестью». Далее эксперт заключил, что правильной является идея создания этического кодекса для блоге-

ров, и предложил рассматривать жалобы на блогеров в рамках работы Коллегии.

Евгений Абов, вице-президент Союза предприятий печатной индустрии: «Есть блогеры, называющие себя журналистами, аудитория воспринимает их как журналистов, поэтому целесообразно, чтобы в компетенции ОКПЖ было рассмотрение жалоб на их деятельность».

Виктор Монахов, кандидат юридических наук, доцент, советник юстиции 1 класса, ассоциированный член Кафедры ЮНЕСКО по авторскому праву, смежным, культурным и информационным правам НИУ ВШЭ также согласился, что формулирование этического кодекса — разумная и работоспособная идея; он сослался на английский опыт, где еще в 2007 г. сформулировали первый кодекс этики блогеров. При этом В. Монахов указал на необходимость создания саморегулирования, чтобы прежде всего таким образом предотвратить возможное регулирование извне.

Юрий Казаков, эксперт по проблемам профессиональной этики журналиста и медиаэтики, выдвинут Творческим центром ЮНЕСКО, обозначил ряд проблем. Во-первых, к блогерам нельзя предъявлять требования, как к журналистам, потому что, по его мнению, журналист — это профессионал, а блогер — любитель. В этой связи «пока нужно говорить не об этике блогеров, а о морали блогеров, этика только для ассоциации, до которой еще нужно дорасти. У журналиста другая личная ответственность, есть обязательные нормы: критичность по отношению к власти, разграничение факта и мнения, — никто не требует этого от блогеров». Во-вторых, процесс выработки нормы — это культура, а не система запретов, а значит, нужно отталкиваться от прецедентов и пока выработать рекомендации. Но вывод эксперта был однозначным: «Сейчас необходимо сближение деятельности Коллегии и Национальной ассоциации блогеров».

Таким образом, растущая роль блогеров в современном информационном поле диктует новые требования и подходы к сфере саморегулирования медиа, и в первую очередь — это повышение медиакомпетентности блогеров.

Актуальность обозначенной проблемы усугубляется и тем фактом, что отечественные СМИ дискредитировали себя безответственным отношением к нормам профессиональной этики, чем и вызвано резкое падение уровня доверия к профессии в целом. Все это способствует оттоку аудитории из традиционных СМИ в сторону социальных медиа, что не всегда идет на пользу как журналистам, так и самой аудитории. Именно поэтому меняется представление о профессии в среде молодежи, соответственно, происходит и трансформация взглядов на журналистику как таковую, ее предназначение и в целом восприятие в социуме (в частности, это проявляется в стереотипном представлении, что журналистское образование, сертифицированная квалификация — это фикция и что каждый желающий может легко овладеть навыками профессии).

Современная модель российской журналистики остается несформированной. Несмотря на действующие законодательные и этические кодексы, как на-

циональные, так и международные, в профессиональном сообществе нет четкого осознания целостности существующих норм и принципов, нет необходимой профессиональной «корпоративности». Это связано с отсутствием четкого понимания миссии журналистики как в обществе в целом, так и в кругу представителей профессии. На практике это выражается в намеренном сужении информационной повестки дня, а именно — в ограниченном подборе тем, ориентированных, скорее, на удовлетворение общественного любопытства, нежели на обеспечение реальных информационных потребностей населения; а также в дублировании и муссировании ведущими СМИ одних и тех же фактов, а порой и мнений; в навязывании, продавливании позиций; в невятном комментировании, нацеленном не на разъяснение ситуаций, конфликтов и проблем, а на нивелирование истинных выводов, что в итоге приводит к вымыванию сути социально важных фактов и проч.

Конечно же, подобный подход к подаче информации объясняется не только непрофессионализмом или зависимостью журналистов от их владельцев, но и широким распространением социальных сетей, развитие которых влияет на стиль работы традиционных СМИ: преобладание субъективного комментария над объективным фактом; пониженный градус ответственности за высказывание; использование непроверенной или полученной из сомнительных источников информации.

Не зря в последнее время актуализировался вопрос о деонтологических основах профессии журналиста, о ее социально-ценностных установках. Именно поэтому срочно требуют модификации и доработки профессиональные и этические стандарты российской журналистики. И такие попытки продолжает осуществлять Общественная коллегия по жалобам на прессу, которая с учетом опыта своей работы в 2015 году приняла «Медиаэтический стандарт Коллегии» (с 2021 года данный документ существует в обновленной редакции «Медиаэтический стандарт Коллегии 2.0») и опирается на него при разборе жалоб на работу СМИ.

Жаль, что именно отсутствие того самого корпоративного духа, о котором писал Е. П. Прохоров, не дает в полной мере запустить механизм саморегулирования российской журналистики. Так, даже авторитетные СМИ порой не реагируют должным образом на решения Коллегии и оставляют без внимания решения не в свою пользу, да и просто не признают профессионально-этической юрисдикции Коллегии. В то же время в западноевропейских государствах к деятельности таких органов само- и саморегулирования, как советы по прессе (см. Коллегия), профессиональное сообщество относится с должным уважением, что позволяет медиасистеме работать более эффективно, не переводя конфликты в рамки правового поля.

В последние годы с сожалением приходится отмечать, что институт журналистской этики в России находится в состоянии кризиса. Причин для этого предостаточно:

— во-первых, сегодня в отечественной журналистской среде либо ослаблен, либо отсутствует дух истинной корпоративности, о котором в своих работах по деонтологии профессии писал Е. П. Прохоров, и это негативно сказывается на всей системе саморегулирования СМИ;

— во-вторых, в настоящее время аудитория активно включена в процессы производства информации через гражданскую журналистику и блогосферу, соответственно, качественно изменяется конечный продукт коммуникации;

— в-третьих, в корне меняется процесс взаимодействия СМИ и массовой аудитории в связи с засильем социальных медиа, что, в свою очередь, приводит к трансформации функций СМИ в сторону активации медиаобразовательной составляющей;

— в-четвертых, геополитические события ключевым образом преобразуют цели журналистики как социального института, а это непосредственно влияет на подходы к работе с социально значимой информацией, зачастую напрямую касается и мировоззренческой составляющей как в содержании медиатекстов, так и в самих подходах обработки фактов и мнений.

Обозначенный круг проблем отнюдь не полный и требует новых путей к решению, но начнем по порядку.

Проблема 1. Профессиональное сообщество журналистов за тридцать лет новейшей истории нашей страны не смогло сформировать корпоративную культуру, в рамках которой успешно могла бы функционировать полноценная система саморегулирования деятельности СМИ. Для подтверждения истинности данного тезиса достаточно сослаться на результаты работы Общественной коллегии по жалобам на прессу. Возьмем показательную выборку за период с 2005 г. по 2019 г., когда на рассмотрение Коллегии поступила 91 жалоба на деятельность девяти ведущих федеральных СМИ, при этом только в 27 случаях, т. е. меньше трети, их представители как-то отреагировали и приняли участие в процессе разбирательств. Это говорит о том, что сами журналисты в большинстве случаев не воспринимают всерьез обращения граждан и не считают для себя возможным и обязательным реагировать на подобные жалобы. Хотя один из ключевых принципов профессиональной этики предполагает эту реакцию — именно так необходимо понимать категорию социальной ответственности. Выходит, что многие журналисты просто-напросто не признают юрисдикции Коллегии в части ее деятельности по разбору жалоб аудитории на СМИ. А тем временем Коллегия наряду с Союзом журналистов России почти двадцать лет по сути являлась главным органом саморегулирования в области СМИ, активно занималась разработкой и совершенствованием профессиональных стандартов. Однако ее работа для многих, кто считает себя профессионалом, остается незаметной. А сегодня вообще стоит вопрос о продолжении ее деятельности.

Усугубляет ситуацию и обесценивание такого важного для профессии понятия, как репутация. Многие журналисты, в соответствии с веяниями моды, пренебрегают им. Такой оксюморон, как «черный PR»,

стал нормальным явлением, хотя в основе природы PR лежит исключительно стратегия выстраивания и поддержания положительной репутации. Но об этом уже никто не вспомнит. И журналисты даже не задумываются, что, отказываясь от ответа на жалобы, они тем самым подрывают свою репутацию. Можно ли в таких условиях говорить о состоятельности наших СМИ как социального института?

Проблема 2. В связи с активным развитием новых медиа в системе современной массовой коммуникации возрастает роль блогеров, что также требует новых подходов в сфере саморегулирования, так как они автоматически становятся частью медиасреды. Все еще не определено их положение ни с правовой, ни с этической точек зрения. Камень преткновения заключается в том, что массовая аудитория зачастую не видит различий между блогерами и журналистами, более того — молодежь в большинстве своем в принципе отдает предпочтение первым. Между тем в медиапространстве появляется много недостоверной информации, намеренных и непреднамеренных фейков. Связано это напрямую с отсутствием у некоторых блогеров культуры качественной работы с поиском, отбором, обработкой и верификацией фактов, экспертизой мнений и проч. Общественная коллегия по жалобам на прессу совместно с Национальной ассоциацией блогеров разработала «Новомедийный стандарт» (7 правил работы с информацией), и на сегодня это чуть ли не единственная попытка навести порядок в блогосфере. В этом смысле, думается, целесообразнее использовать более широкое понятие «медиаэтика», чтобы хотя бы обозначить начало процесса единения журналистов и блогеров в рамках общего информационного поля.

Проблема 3. Мы являемся свидетелями процесса изменения формата массовой коммуникации и расширения возможностей. Теперь и аудитория владеет первичными навыками сбора и распространения информации, хотя бы за счет технической возможности мобильных устройств, и часто сами СМИ активно привлекают ее к созданию оперативного контента. При этом, как и в ситуации с блогерами, встает вопрос достоверности предоставляемого материала. Еще острее в этом контексте выглядит дилемма оперативности и достоверности информации, а в конечном итоге и отмены/удаления недостоверных сообщений без каких-либо оговорок, а значит последствий. Так, пользователь не считает зазорным удалить то или иное сообщение, которое содержало ошибочные, недостоверные факты, при этом никак это не обозначив, не акцентировав внимание аудитории. Таким образом, ложная или не до конца верная информация просто стирается, без какого-либо комментария, не оставив и следа, что является нонсенсом с точки зрения профессиональной журналистики: ведь цепочка информационного воздействия была запущена и пошла по неверному пути, картина реальности в сознании кого-то из аудитории искажена. И такой вариант поведения в медиапространстве становится нормой, особенно это актуально для отдельных телеграм-каналов, ставших наряду с традиционными СМИ частью системы оперативно информирования. Иначе в этой ситуации должны

себя вести профессиональные журналисты, которые обязаны довести до целевой аудитории информацию об исправлении ошибки. По этой причине сегодня важно смещать фокус медиаэтики в сторону работы с аудиторией, что частично уже реализуется благодаря активному внедрению программ медиаобразования, направленных на повышение медиаграмотности массовой аудитории, обучение их качественному потреблению информации. Сегодня это новый вектор, на наш взгляд, пока единственно эффективный и действенный метод для разрешения накопившихся проблем в этой сфере. Через знакомство широкой аудитории с профессиональными стандартами журналистики медиаэтика может стать неотъемлемой частью медиаобразовательного процесса.

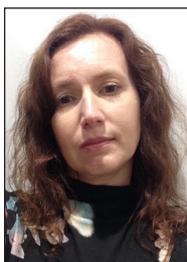
Проблема 4. И самый сложный аспект медиаэтики связан с воздействием на общественное мнение и выстраиванием картины мира у массовой аудитории. Особенно актуально это сегодня, в тяжелый исторический период для страны и мира. Понимание профессиональной ответственности и осознание последствий за свою деятельность для журналиста является ключевым. Именно в этом кроется коренной деонтологический смысл журналистики, отличающий профессионала от любителя. Это значит недопустимость преобладания субъективного комментария над объективным фактом; пониженного градуса ответственности за высказывание; использования непроверенной или полученной из сомнительных источников информации и тому подобных проявлений, наносящих невосполнимый урон репутации профессионального журналиста.

Еще одной значимой вехой для современного состояния медиаэтики становится смещение ее фокуса в сторону работы с аудиторией, что реализуется через активное и повсеместное внедрение программ медиаобразования, направленных на повышение медиаграмотности потребителей информации, обучение

их качественному и адекватному медиапотреблению. Об этом пишет *Ирма Кулмыганова*, кандидат филологических наук, доцент кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики МГУ: «В последние годы актуальной тенденцией развития институтов саморегулирования, особенно медиасоветов, стали проекты по медиаобразованию. Подчеркну, сегодня механизмы саморегулирования все чаще ориентируются не только на профессионалов — работа современного медиасовета характеризуется смещением фокуса в сторону работы с аудиторией». К данному процессу сегодня подключены не только представители профессионального медиасообщества, но и, что особенно важно, учреждения среднего и высшего уровней образования.

Сегодня в условиях «кризиса профессионализма» остро стоит вопрос о необходимости возрождать репутацию отечественных медиа, особенно среди молодого поколения, что можно назвать новой сверхзадачей журналистики, которая должна решаться в рамках медиаобразования. Для разрешения этих вопросов важно также обращаться к теории социальной ответственности СМИ, в рамках которой и сформировались первые кодексы профессиональной этики. И хотя все чаще звучат голоса, что цифровая среда требует новых этических правил, нам кажется, что базовые ценности профессии, как десять заповедей, остаются неизменными в любой форме медиа. Поэтому не имеет смысла говорить об инновационных формах саморегулирования СМИ — важнее зеркально изменить ракурс в отношении аудитории, повышая уровень ее медиаграмотности. Думается, новая этика в современных условиях — это медиаобразование для аудитории и медиавоспитание для журналистов.

г. Москва



Валерия Юмашева Особенности фатического текста малой формы (на примере британских поздравительных открыток)

В корпус современных исследований науки о языке включен лингвистический анализ фатических текстов, в том числе текстов поздравительной открытки как разновидности письменной формы фатической коммуникации.

Фатическая коммуникация — это тип речевых актов, направленных на установление, поддержание, укрепление языкового контакта с собеседником. Другой смысловой нагрузки фатический речевой акт не несет. Контактостанавливающая функция, по определению Р. Якобсона [1], выходит на первый план и определяет характер взаимодействия адресанта и адресата сообщения, а также жанровую принадлежность фатического текста.

Традиционно в лингвистике выделяют две основные речевые интенции автора: информативную и фатическую. Информативное общение имеет целью передачу и получение актуального сообщения. Общение ради общения — таково целеполагание участников фатической коммуникации.

Фатическое речевое поведение развивалось под влиянием светской культуры. Умение вступать в разговор и вести непринужденную беседу, участие в литературных и музыкальных салонах определяли образ жизни и стиль общения воспитанного человека.

В современном обществе возвращение к значимости фатической коммуникации можно объяснить информационной перегрузкой, попыткой разрядить плотность информационного потока, снизить остроту социальной тематики обсуждаемых вопросов. По мнению Н. А. Корниловой, «фатическая коммуникация выполняет функцию социального и психологического регулирования взаимоотношений между участниками речевого взаимодействия, следовательно, в определенных условиях она может выступать как самоцель» [2].

Сопоставительный анализ фатических текстов разной направленности, формата и используемых речевых средств указывает на стирание границ между книжной и разговорной речью, влиянием устной коммуникации на всех уровнях речевого взаимодействия, тенденцией к упрощению, снижению пафоса, сокращению дистанции между коммуникантами, появлению доверительной, дружеской интонации, «интимизацией» [2] общения.

Об авторе: Юмашева Валерия Владимировна, старший преподаватель кафедры английского языка гуманитарных факультетов РГФ Воронежского государственного университета.



Журналистский текст проявляет все перечисленные характеристики фатического текста: он ориентирован на аудиторию, его целью, помимо информирования, является создание атмосферы взаимодействия и поддержание контакта с читателем. К частотным приемам журналистского текста относятся использование вопросительной формы для установления контакта с собеседником, создания диалогового пространства, прямая форма обращения с использованием личных местоимений второго лица единственного и множественного числа, использование побудительных предложений, разговорных синтаксических конструкций и сниженной лексики. Разговорное начало в тексте порождает эффект сближения с читателем.

Письменная речь активно вбирает в себя характеристики устной коммуникации и создает подобие живого общения.

Противопоставление фатического и информативного общения производится по принципу новизны и актуальности информационного повода. Как говорилось выше, для фатических текстов злободневность и содержательная характеристика уходят на второй план. «Праздноречивая коммуникация» [3] обусловлена пространством и временем появления текста, хотя аналогичной информативной ценности не имеет.

Письменная фатическая коммуникация является важной частью развитой языковой культуры.

В каждой лингвокультуре существуют свои нормы организации письменного фатического общения.

Особый исследовательский интерес вызывают поздравительные открытки как малая форма письменного фатического дискурса. Открытки являются частью ритуальной формы фатического письменного общения. Социокультурные особенности определяют содержательный план, объем, тональность сообщения, регулируют языковое, композиционное, графическое оформление письма. Лингвистические и экстралингвистические нормы и ожидания играют важную роль в организации фатического взаимодействия в англоязычной и русскоязычной культурах.

В Великобритании распространены стандартные открытки формата А6. Отправить открытку дешевле, чем написать письмо или позвонить. Открытку можно вручить лично. Значимым поводом для данного почтового отправления являются Рождество, Новый год, день рождения, рождение ребенка, переезд, надежда на встречу, благодарность, новости адресанта и запрос информации адресата. Отдельным видом почтовых открыток являются послания из путешествий (вспомним *From Russia, With love* — книгу и фильм о Джеймсе Бонде английского писателя Я. Флеминга. Именно так, кратко и информативно, звучит текст типичной британской открытки). Поводом для написания открытки в русской языковой культуре будут Новый год, Рождество, день рождения.

Написание открытки предполагает следование определенному формату, особое языковое, параграфемное оформление, содержательное наполнение и стиль, которые отчасти универсальны, отчасти определяются нормами языковой и социокультуры, в которой они создаются.

Поле почтовой открытки делится на две части. Универсальным приемом будет использование левого поля для написания текста сообщения, на правой стороне размещается адрес и имя получателя. Небольшое пространство определяет объем и стиль неофициального, личного текста малой формы.

Набор клишированных контактоустанавливающих и контакторазмыкающих фраз будет различаться. Для русскоязычной культуры характерны высокая эмоциональность, обращения с использованием эмо-

ционально окрашенных прилагательных, большое количество восклицательных знаков, многочисленные пожелания, выделенные в отдельный абзац.

Степень эмфатичности и разнообразия пожеланий в британских открытках значительно ниже. Профессор Л. В. Цурикова призывает забыть о восклицательных знаках. Текст должен быть лаконичным, неперегруженным. Распространена личная подпись (имя) под стандартным пожеланием, напечатанным на открытке, как знак внимания, возможность напомнить о себе. Перформативный глагол *congratulate* не используется. Пожелания безличные, например *Wishing you a Very Merry Christmas*. Текст может замыкаться фразой *Kisses and hugs, Love and kisses, Hugging you*. Графические символы LOL или XOX, распространенные в интернет-коммуникации, нарушают прагматическую адекватность поздравительных фатических текстов и в открытках не используются.

Если носители иноязычной культуры не обладают знаниями о различиях форматов письменного фатического общения, то они делают перенос элементов текста из родной языковой культуры без учета особенностей значимых коммуникативных стратегий иностранного языка или используют смешение приемов и создают новые дискурсивные модели, совмещая черты родной и иноязычной культуры. Таким образом происходит «отклонение от дискурсивных норм иностранного языка под влиянием конвенций родного языка, при котором происходит наложение двух систем в процессе речи двуязычных носителей», — пишет Л. В. Цурикова.

Выходом будет соизучение языков и культур коммуникантов для достижения более адекватного, эффективного взаимодействия.

г. Воронеж

Литература

1. Якобсон Р. Установление контакта с собеседником. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против». — М.: Прогресс, 1975. — С. 193–230.
2. Корнилова Н. А. Проявление фатического начала в русском журналистском тексте: традиция и современность / Н. А. Корнилова // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. — Т. 9. — Вып. 2. — 2013. — С. 322–336.
3. Malinovsky B. The problem of meaning in primitive languages / B. Malinovsky // The meaning of meaning / K. K. Ogden, I. A. Richards (eds.) — New York: Harcourt, Brace & World, 1923. — P. 296–336.
4. Цурикова Л. В. Проблемы перевода фатических текстов (на материале британских и русских поздравительных открыток) / Л. В. Цурикова, Е. В. Зайцева // Социокультурные проблемы перевода. — Воронеж: Издательско-полиграфический центр ВГУ, 2010. — Вып. 9. — С. 43–56.



Сергей Ануреев

Реклама не двигатель прогресса, а убийца телевидения

В информационной войне без зрителей федеральных телеканалов не выиграть

Российское телевидение смотрят каждый день на протяжении недели хотя бы по минуте только 10 млн. человек, и на каждого из них телекомпания расходует в среднем по 2 тыс. руб. в месяц. Такие расходы меньше у ВГТРК с меньшим количеством рекламы, большими субсидиями и аудиторией; значительно больше у СТС и ТНТ с большим количеством рекламы, без субсидий и с малой аудиторией. Но длительная и частая навязчивая реклама является важнейшим фактором, отталкивающим зрителей от телевидения.

Более 100 млн. человек платят за мобильный интернет в 2,1 раза больше, чем за телевизионную антенну. Индивидуальный тариф на мобильный интернет примерно равен плате за коллективную телеантенну средней условной семьи в 2,2 человека. В масштабе этих цифр целевой сбор в 150 руб. с человека на государственное телевидение без рекламы представляется вполне реальным.

В 2022 году стоимость телерекламы упала до 180 млрд. руб., при этом стоимость интернет-рекламы превысила 500 млрд. руб. Только «Яндекс» получит от рекламы 300 млрд. руб. в 2023 году, и десятипроцентный оборотный налог вследствие его доминирующей позиции позволит наполовину сократить рекламу на двух основных федеральных телеканалах.

Расходы на рекламу «Сбера» как крупнейшего рекламодателя сопоставимы с бюджетами каждого из крупнейших телеканалов, а каждого из рекламодателей второго-третьего десятка — с бюджетами телеканалов «Звезда» или «Культура». Не следует ли закрепить хотя бы половину денег крупнейших рекламодателей за конкретными каналами для производства качественного контента, способного увеличить число зрителей и повысить отдачу от короткой и ненавязчивой рекламы?

Нелишне было бы рассмотреть вопросы нечестной конкуренции между телеиндустрией и блогерами, использующими упрощенную систему налогообложения, больших комиссий посредников, засилья западных рекламных агентств и видеоплатформ (отчасти уже в прошлом), соотношения количества

минут рекламы и стоимости каждой минуты. А также вопросы оптимального количества телеканалов, убыточности и дублирования аудитории ряда второстепенных телеканалов («ТВ Центр» и ОТР), кажущейся самодостаточности развлекательных каналов (ТНТ, СТС, РЕН ТВ, ТВ-3), но с потерей из-за них зрителей и рекламных денег тремя основными каналами.

Такой рекламы нам не нужно!

В телевизионный прайм-тайм на федеральных телеканалах выходят самые важные новостные и аналитические передачи, в это же время — самая обильная реклама, с частыми прерываниями важного на рекламные паузы по несколько минут и несколько раз за час.

На сайте одного из самых известных российских бизнес-медиа (если его просматривать без блокировщика рекламы) крупные блоки рекламы занимают две трети экрана, плюс постоянно всплывающие рекламные баннеры и «зашитая» в сам контент реклама. Она бывает совсем не в тему, мягко говоря. Как-то пришлось посмотреть запись одной передачи про СВО на одном из самых важных государственных каналов. Сайт телеканала попросил на компьютере отключить блокировщик, после этого показали такую рекламу: дважды женского белья и один раз даже в виде эротики с маркировкой 16+, израильского паспорта, дорогого жилого комплекса, БАДов... Сам сайт заработает с такой рекламы копейки, даже на зарплату админов вряд ли хватит, а впечатление ужасное.

Реклама стала первой причиной отказа многих от телевидения, о чем красноречиво говорят заголовки СМИ с результатами социологических опросов типа «из-за рекламы стало невозможно смотреть телевизор», «большинство россиян раздражает реклама на телевидении». Пиратские сайты дают возможность скачивать фильмы и сериалы с очень редкими вставками, а для просмотра видео в «Ютубе» есть множество простых программ отключения рекламы.

Второй причиной отказа от телевидения является удобство просмотра в интернете в любое время любого контента без привязки к программе конкретных телеканалов. К тому же можно скачать нужный контент, что особенно удобно для просмотра детских мультфильмов, когда родители заранее скачивают сотни серий, а также для просмотра сериалов на отдыхе в небольших населенных пунктах или в транспорте, со слабым интернетом.

ВЦИОМ в марте 2021 года сообщал об отказе от телевидения в пользу интернета 69% молодежи в возрасте

Об авторе: Сергей Ануреев — доктор экономических наук, профессор Департамента общественных финансов Финансового университета.

18–24 года, 48% среди 25–34-летних. Сделали однозначный выбор в пользу интернета с отказом от телевидения 28% населения в целом, и с 2018 года доля таких почти удвоилась. Наоборот, смотрят только телевизор и не пользуются интернетом всего 17% населения, в основном преклонного возраста. Следует добавить, что по мере дальнейшего внедрения быстрого мобильного интернета и объективной смены поколений классическое телевидение ждет еще более тяжелые времена.

Аудитория многих каналов на грани статистической погрешности

«Медиаскоп» в обзоре «Медиапотребление», опубликованном в марте 2023 года с данными за 2022 год, отмечает, что телевизор смотрели 66% населения, а среднее время просмотра составило 3:57 минуты. Дети и молодежь от 4 до 17 и от 18 до 24 лет ежедневно в среднем смотрят телевизор 1 минуту, люди среднего возраста — 2–3 минуты, предпенсионного возраста — 6 минут, пенсионеры — 7 минут. В том же обзоре указано, что 81% жителей использует интернет каждый день, и среднее время интернет-потребления в день на жителя составляет 4:09 минут.

«Медиаскоп» публикует ежегодный обзор аудитории конкретных телеканалов, последний из доступных был опубликован в декабре 2022 года. Доля аудитории составила: «Россия 1» — 15,3%, «Первый канал» — 9,7%, НТВ — 8,7%, «Пятый канал» — 5,9%, РЕН ТВ — 4,8%, СТС — 4,2%, «Домашний» — 4,1%, «ТВ Центр» — 3,7%, «Россия 24» — 3,3%, ТНТ — 3,1%, ТВ-3 — 2,8%, «Карусель» — 2,7%, «Пятница» — 2,2%, «Звезда» — 2,1%, «МИР» — 1,8%, «Матч ТВ» — 1,5%, Disney — 1,2%, «Россия Культура» — 1,1%, ОТР — 0,7%.

Следует отметить, что под аудиторией телеканала в методологии «Медиаскопа» понимается процент зрителей, смотревших телеканал хотя бы минуту ежедневно, от общего числа телезрителей, а не от общего числа жителей. «Медиаскоп» не раскрывает конкретики подсчета, лишь несколько лет назад в СМИ просачивалась критика их коллег-конкурентов из «Медиалогии» насчет двух тысяч коробочек-приставок, размещенных на телевизорах жителей разных городов.

Тот же «Медиаскоп» публикует еженедельный рейтинг телеканалов по Москве (рейтинг, в отличие от доли аудитории, считается от числа жителей, а не телезрителей). Среднесуточный рейтинг в середине сентября канала «Россия 1» составлял всего 1,8%, НТВ и «Первого канала» — по 0,9%, «Пятого канала» — 0,8%, ТВ Центр — 0,6%, РЕН ТВ — 0,5%, СТС — 0,4%, ТНТ и «Россия 24» — по 0,3%, «Звезда», «Культура» и «Матч ТВ» — по 0,2%, что существенно ниже общероссийского уровня. Суммарный рейтинг всех этих 12 каналов составил лишь 7,1%, то есть всего один из 14 москвичей смотрел хотя бы один канал каждый день хотя бы одну минуту.

Экстраполируем данные по Москве на всю страну. Возможно, такая экстраполяция на первый взгляд может показаться неверной, поскольку как бы жители столицы более технически продвинуты и потому больше смотрят через интернет. Однако другие города-миллионники несущественно отличаются от столицы по техническим возможностям, к тому же московская

тенденция быстро проникает в средние города и малые населенные пункты по мере расширения широкополосного интернета.

Пересчитаем скупые проценты московского рейтинга реальных зрителей в миллионы людей и получим, что хотя бы по минутке ежедневно «Россию 1» смотрит всего 2,6 млн. человек, НТВ и «Первый канал» — по 1,3 млн. человек, «Пятый канал» — 1,16 млн. человек, «ТВ Центр» — 0,9 млн. человек, РЕН ТВ — 0,73 млн. человек, СТС — 0,58 млн. человек, ТНТ и «Россия 24» — по 0,44 млн. человек, «Звезду», «Культуру» и «Матч ТВ» — по 0,3 млн. человек. Суммарно федеральные телеканалы каждый день смотрят около 10 млн. зрителей.

Для сравнения: «Камеди клуб» как основной поставщик уникального контента для телеканала ТНТ набирает на своем канале в «Ютубе» в среднем 3,6 млн. просмотров для каждой передачи, выложенной за последний месяц, что почти на порядок больше телеаудитории этого канала. Канал «День ТВ», связанный с газетой «Завтра», на «Ютубе» (до череды страйков и отключения) набирал по лучшим роликам от нескольких сотен тысяч до двух-трех миллионов просмотров. Нужные передачи «Первого канала» и ВГТРК могли бы набирать не меньше просмотров, если бы были российские видеохостинги, по популярности сравнимые с «Ютубом».

Миллионы просмотров какой-то передачи по телевизору тоже, разумеется, возможны. Например, футбольный матч «Спартак» — «Зенит» в октябре 2020 года посмотрели 3,7 млн. человек, и во время этого матча программа заняла первое место среди всех каналов в Москве и по всей стране, о чем сообщала пресс-служба «Матч ТВ». То было самое интересное спортивное событие полугодия, еще и показанное в вечерний прайм-тайм.

«Медиаскоп» публикует еженедельно рейтинг 100 наиболее популярных программ среди москвичей. Самой популярной передачей середины сентября 2023 года стала «Местное время» на телеканале «Россия 1», показанная в лучшее время между 21 и 22 часами, которую посмотрели 5,7% жителей. Передачу «Голос. Уже не дети» на «Первом канале» также в самый-самый прайм-тайм посмотрело всего 3,4% жителей. Передачу «Итоги недели с Ирадой Зейналовой» на НТВ посмотрело 3,1% жителей. Передачи после 15-й имеют рейтинг меньше 2,5%, а после 60-й — меньше 1,5%.

Телеканалы «съели» за год 228 миллиардов рублей

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) сообщила, что федеральные телеканалы «потребители» 188 млрд. руб. рекламных денег в 2021 году, или 95% от всей телерекламы. Предположим на основе отчетности за 2022 год части телеканалов, что рынок телерекламы упал на 20% в 2022 году из-за ухода западных брендов и антикризисного сокращения рекламных бюджетов российских компаний. Федеральный бюджет потратит в 2023 году 97 млрд. руб. по строчке «Доступный и качественный контент в современном информационном пространстве», из них примерно 50% пойдет на субсидии на контент и эфир, 30% — на трансляцию сигнала и 20% — печатным СМИ.

С учетом указанных выше допущений по рекламным и бюджетным деньгам, но пока без учета платы жителей за антенну, эфирное телевидение «съело» 228 млрд. руб. за год, то есть 130 руб. в месяц на жителя, пока без раскладки только на реально и часто смотрящих телевизор.

ВГТРК, «ТВ Центр» и ОТР раскрыли выручку за 2022 год с ее падением на 21–25% относительно 2021 года, по другим каналам опубликованы данные только за 2021 год. Суммарно первые десять телеканалов получили выручку 148 млрд. руб. в 2021 году и оценочно 123 млрд. руб. в 2022 году (экстраполяция падения выручки ВГТРК и «ТВ Центр»), получили прямые бюджетные субсидии 46 млрд. руб., плюс выручка телеканалов второго десятка и других федеральных каналов.

ВГТРК за 2022 год показала выручку 23,5 млрд. руб., прочие поступления — 29 млрд. руб. (в основном бюджетные субсидии), себестоимость — 59 млрд. руб., в том числе на зарплату — 19 млрд. руб. По сравнению с 2021 годом выручка упала на 6,6 млрд. руб. (минус 21%) и прочие поступления субсидий выросли на 8 млрд. руб. СМИ сообщали, что головной канал «Россия 1» безубыточен, а убыточны и нуждаются в субсидиях тематические («Культура», «Россия 24») и региональные каналы (филиалы в 85 регионах).

Выручка «Первого канала» за 2021 год составила 28 млрд. руб., прочие доходы — 4,8 млрд. руб. (во многом бюджетные субсидии), прибыль — 0,6 млрд. руб. НТВ раскрывало выручку за 2021 год в размере 22,9 млрд. руб. и прибыль в размере 4,1 млрд. руб. «ТВ Центр» за 2022 год показал выручку 2,1 млрд. руб. (упала на 25% за год) и целевое финансирование — 7 млрд. руб. (субсидии из московского бюджета). «ГНТ-Телесеть» показала выручку 28,8 млрд. руб., СТС — 23,1 млрд. руб., «Телерадиокомпания Петербург» («Пятый канал») — 8,9 млрд. руб., «Карусель» — 1,6 млрд. руб. (все за 2021 год). «Звезда» показала выручку в 2021 году 2 млрд. руб., субсидии до 2,9 млрд. руб. и себестоимость 4,9 млрд. руб. «Общественное телевидение России» показало выручку за 2022 год 0,05 млрд. руб. и работало за счет целевого бюджетного финансирования в 5 млрд. руб.

Каждый постоянный телезритель обходится примерно в две тысячи рублей в месяц

Выручка и бюджетные субсидии ВГТРК составляют 52,5 млрд. руб., три основных канала этого холдинга (не считая региональных каналов) смотрят 2,3% всего населения. Рейтинг 2,3% означает, что какой-либо из трех федеральных каналов ВГТРК хотя бы минуту каждый день в неделю посмотрело 3,4 млн. человек, то есть на одного такого зрителя потрачено 15,6 тыс. руб. в год.

«Первый канал» получил оценочно 27 млрд. руб. в 2022 (с корректировкой выручки 2021 года на минус 20% для оценки выручки 2022 года, плюс бюджетные субсидии, как в 2021 году), имеет рейтинг 0,9%, или 1,31 млн. постоянных зрителей, то есть каждый зритель обходится в 35,5 тыс. руб. в год.

НТВ имеет рейтинг 0,9%, постоянную аудиторию 1,3 млн. человек и расход в пересчете на постоянного

зрителя 24,1 тыс. руб. в год. «Пятый канал» имеет рейтинг 0,8%, аудиторию 1,17 млн. человек и расходы на зрителя 8,3 тыс. руб. в год. Следующие пять каналов не набирают даже по миллиону постоянных зрителей, и потому обходятся на условного зрителя еще дороже: TNT — 112 тыс. руб., СТС — 67 тыс. руб., «ТВ Центр» — 22 тыс. руб., «Звезда» — 36 тыс. руб., ОТР — 73 тыс. руб.

Получается, что полностью государственная ВГТРК, на 1/3 зависящая от рекламы и на 2/3 от бюджетного финансирования, имеет больше всех зрителей и самый низкий показатель расходов на зрителя среди тройки ведущих федеральных каналов. У «Первого канала» расходы на зрителя в 2,3 раза выше, чем у ВГТРК, а у НТВ и «ТВ Центра» выше в 1,5 раза. Среди тройки ведущих развлекательных каналов с ориентацией в основном на сериалы самые маленькие расходы у «Пятого канала», даже ощутимо меньше ВГТРК, и просто огромные у TNT и СТС.

Суммарно от рекламы и бюджета все федеральные телеканалы получили 228 млрд. руб. в 2022 году. Если разложить эти деньги телевидения только на 10 млн. человек, которые смотрят телевизор регулярно, получится по 1,9 тыс. руб. в среднем за месяц, с округлением до 2 тыс. руб. Пока без учета платы за антенну.

Для сравнения, в Британии существует налог на общественное телевидение, точнее, за каждое домохозяйство или мобильное устройство с интернетом необходимо платить фиксированную сумму в пользу «Би-би-си». Не важно, смотрит ли семья или конкретный обладатель мобильного устройства «Би-би-си» или не смотрит, но оплатить подключение должен в размере 159 фунтов в год. По номинальному курсу рубля и в пересчете на месяц это 1,59 тыс. руб.

Зрители готовы переплачивать вдвое за удобство просмотра

Картина борьбы за аудиторию и рекламу между телевидением и интернетом будет неполной без понимания финансовой стороны вещания и доступа в интернет. Производство и трансляция контента являются двумя сторонами одной монеты, невозможно представить одно без другого. Вместе с тем вполне уместно ставить вопрос о справедливом распределении денег между технической и творческой частями процесса. Например, при прокате фильмов в кинотеатрах примерно половина идет кинотеатрам, а вторая половина — обладателям прав на фильм.

«Российская газета» со ссылкой на Высшую школу экономики писала в июле 2023 года, что доходы отрасли телекоммуникаций составили 1,8 трлн. руб. по итогам 2022 года, с приростом в стоимостном объеме на 3,1% и ростом цен на 6,7%. Основной прирост тарифов, выручки и физических объемов пришелся на интернет для населения, тогда как выручка и цены услуг связи для юрлиц практически не выросли. Доля услуг мобильного и фиксированного интернета составила 19,7% и 13,5% соответственно, а доля телерадиовещания — 6,3%, то есть техническое обеспечение интернета стоило 598 млрд. руб., а телетрансляций — 113 млрд. руб.

Фиксированный интернет подключен к 35 млн. квартир и домов, со средней стоимостью 374 руб. в месяц. «Российская газета» сообщила в 2017 году со ссылкой на Росреестр о 37 млн. квартир и 14 млн. частных домов в нашей стране, и это число можно взять как максимально возможное количество подключений к телеантенне. Росстат сообщил о среднем тарифе на коллективную антенну в 2020 году: 213 руб. в месяц, допустим 250 руб. в месяц в 2022 году. Разделив указанные выше 113 млрд. руб. расходов на телетрансляции на 250 руб. платы за одну антенну в месяц за год, получим примерно 38 млн. абонентов телеантенн, что в 1,3 раза меньше общего количества квартир и частных домов. Число пользователей мобильной связи к концу 2022 года оценивалось в 124 млн. человек, а ежемесячная плата за мобильный интернет в составе тарифов сотовых операторов составила 238 руб. на человека.

По данным переписи населения 2021 года, домохозяйств в России было 66 млн., в среднем условно по 2,2 человека, домохозяйств с одним человеком — 42%.

Получается, что к интернету и телевидению по фиксированным линиям подключено почти одинаковое число домохозяйств — примерно 53% и 57%. Семья в среднем платит в полтора раза больше за интернет-кабель, чем за телевизионный кабель, многие платят за оба сразу. Если разложить плату за кабель в среднем на 2,2 условных члена домохозяйства и сопоставить с оплатой мобильного интернета, то за мобильное видео относительно телесигнала люди переплачивают в 2,1 раза и относительно проводного интернета — в 1,4 раза.

То есть за удобство просмотра зрители в подавляющей своей массе готовы переплачивать вдвое, а некоторые платят сразу за три технические возможности.

Некоторые владельцы квартир стали отказываться от телевизионной антенны, поскольку полностью перешли на просмотры видео в интернете. Многие провайдеры фиксированной и даже мобильной связи побуждают своих клиентов отказаться от традиционной антенны, взамен предлагая телевидение через интернет. При росте стоимости мобильного интернета часть россиян также увеличивает использование домашнего или корпоративного WiFi от интернета по фиксированным линиям связи.

Реклама утекла в интернет: кто на этом зарабатывает?

АКАР не оценивала стоимость рекламы на телевидении в 2022 году из-за трудностей оценки эффекта ухода западных рекламодателей, а в 2021 году она составляла 197 млрд. руб. Стоимость рекламы на телевидении не растет примерно с 2018 года, когда телереклама уступила первенство быстро растущей рекламе в интернете.

Доля рекламы зарубежных компаний на телевидении оценивалась в 45%, в интернете и наружной рекламе — 12–18%, в журналах — 50%. На 2023 год ожидается рост рынка рекламы на 14–20% из-за активизации российских брендов.

Ассоциация развития интерактивной рекламы (АРИР) оценивает рекламу в интернете в 2022 году

в 503 млрд. руб. Традиционные сегменты: контекстные объявления — 140 млрд. руб., интернет-поиск — 113 млрд. руб., баннеры на сайтах — 34 млрд. руб., видео — 36 млрд. руб. Инновационные сегменты: цифровые классифайеры и розничные платформы («Яндекс маркет», Ozon и т.п.) — 148 млрд. руб., видео и посты «инфлюенсеров» — 32 млрд. руб. (типа популярных блогеров, как наказанная налоговыми органами Лерчек).

Основными получателями денег от рекламы в интернете являются «Яндекс» (поиск, маркет), «ВКонтакте» (соцсеть, видео, объявления), «Гугл» (поиск, видео «Ютуб»), Ozon (платформы ритейла). АКАР показывает рост доли «Яндекса» в интернет-рекламе в 2022 году с 50% до 69%, что произошло после отмены монетизации и сокращения рекламы на ресурсах «Гугла» (поиск, видео). Следующим по доле рынка интернет-рекламы идет «ВКонтакте» с ростом доли с 13% до 18%.

«Яндекс» отчитался о выручке в 522 млрд. руб. за 2022 год с ее ростом на 46%. Выручка сегмента «поиск и портал» составила 225 млрд. руб., и именно здесь кроются основные рекламные доходы. За II квартал 2023 года выручка «Яндекса» в этом сегменте выросла в 1,5 раза относительно II квартала 2022 года, с прогнозом за весь 2023 год — более 300 млрд. руб. В 2023 году только «Яндекс» соберет рекламных доходов больше, чем все российское телевидение получит от рекламы и господдержки суммарно.

АКАР публикует ежегодный рейтинг крупнейших рекламных агентств, и на первые пять медиахолдингов приходится три четверти рекламной выручки. Первая пятерка медиахолдингов: OMD OM Group — 117 млрд. руб., Okkam — 80 млрд. руб., АДВ и «Игроник» — 43 млрд. руб., Rore («Родная Речь») — 26 млрд. руб., Media direction group — 20 млрд. руб. До 2022 года первый и пятый были связаны с американским медиагигантом Omnicom Group, второй — с японским Dentsu, третий — с французской Navas и американской Interpublic Group, четвертый — с французской Publicis Group. В СМИ были сообщения о передаче владения в этих крупнейших рекламных холдингах российским руководителям или продаже российским агентствам, что, впрочем, трудно подтвердить.

Сайт Sostav публикует ежегодный рейтинг 30 крупнейших рекламодателей России. В 2022 году они потратили 182 млрд. руб. Среди них представляли банки — 7, интернет — 6, связь — 5, традиционную розничную торговлю — 5, фармацевцию — 4, фастфуд — 3. Первая десятка рекламодателей выглядит так: «Сбер» — 23 млрд. руб., «Яндекс» — 14 млрд. руб., Ozon — 10 млрд. руб., «Тинькофф», МТС, ВТБ — по 9 млрд. руб., «ВКонтакте» — 8 млрд. руб., X5 («Пятерочка») — 7 млрд. руб., «Мегафон», «Магнит» — по 7 млрд. руб. В среднем на телевидение пришлось 47% рекламных расходов первых десяти рекламодателей, с наименьшей долей телерекламы у «Яндекса» (36%) и наибольшей у «Магнита» (66%).

Решения

Самое очевидное решение — проверить рекламные операции на уплату налогов и вывод денег за рубеж. Уголовные сроки за нарушение налогового законодательства по некоторым крупным блогерам (Лерчек

и прочие) являются примером. Все ли деятели рекламы и телевидения на всех этапах производства контента и «освоения» рекламных бюджетов правомерно применяют различные налоговые режимы? Если государственные телеканалы платят большие налоги, а известные блогеры из «Ютюба» и социальных сетей платят по упрощенной системе налогообложения, то это не является честной конкуренцией.

Также нуждаются в оценке управленческие решения, типичные до поры до времени для отрасли в целом и для ее отдельных крупных игроков. Примером является аккуратный непубличный аудит доходов и расходов ТАСС после смены гендиректора Сергея Михайлова в августе 2023 года. Другим примером такой потенциальной оценки может быть проверка обоснованности 10% комиссии рекламного агентства Media Instinct группы OMD в рамках контракта одного из госбанков стоимостью 14,6 млрд. руб. за два года. Еще одним объектом оценки может быть ООО «Национальная медиа группа» с разницей между рекламными доходами и расходами на «подведомственные» телеканалы 5 млрд. руб. при среднесписочной численности 89 сотрудников и среднемесячной зарплате 1,1 млн. руб.

Далее целесообразно разобраться с доминирующими игроками интернета. «Гуглу» был предъявлен штраф на 21,8 млрд. руб. за неудаление противоправного контента в размере 10% выручки российской «дочки». Евросоюз и США штрафовали Alphabet (так называется головная корпорация, владеющая сервисами «Гугл» и «Ютюб») на 8 млрд. евро и 1,8 млрд. долл. «Яндекс» занимает явную доминирующую позицию в интернет-рекламе, имеет штаб-квартиру в Нидерландах (недружественная страна, член НАТО), Аркадий Волож как основатель и основной владелец высказался против политики нашей страны.

В качестве системного решения газета «Завтра» в феврале 2023 года предлагала сбор с «Ютюба» в виде разумно повышенного тарифа за просмотр видео на западных платформах. Видеотрафик составляет до 80% всего российского интернета, и подавляющая часть людей спокойно платит за мобильный интернет вдвое больше телеантенны. «Коммерсантъ» сообщил в мае 2023 года, что Стратегия развития отрасли связи на 2024–2035 годы предусматривает «налог на трафик» за передачу видео, в основном иностранных видеохостингов. Аналогом этого является обсуждавшийся инфраструктурный платеж с крупных онлайн-магазинов в пользу «Почты России», либо покупка этими магазинами услуг «Почты России» в размере около 25 млрд. руб.

Ежегодный оборотный штраф на «Яндекс» за доминирующее положение в размере 10% от выручки даст около 30 млрд. руб., что сопоставимо с бюджетными субсидиями ВГТРК. «Яндекс» со своими сверхдоходами явно сможет платить такой штраф, точнее, квазиналог, на регулярной основе. Улучшение налогового администрирования по отрасли рекламы в целом может дать те же 10%, или 70 млрд. руб., что уже сопоставимо с бюджетными субсидиями всем федеральным телеканалам.

Главное использовать дополнительные доходы государства целевым образом на производство ответственного контента, отчасти сокращая зависимость от рекламы.

Российские телекоммуникационные гиганты (Ростелеком, МТС, «Билайн», «Мегафон», Tele2 и другие) с совокупной выручкой в виде значительной части совокупной отраслевой выручки в 1,8 трлн. руб. вполне в состоянии профинансировать резкое и быстрое увеличение возможностей «Рутюба» или «Дзена». Они могут сделать эти площадки свободным от рекламы или почти свободным от нее на несколько лет вперед. «Ютюб» работал в России с убытками, пока не стал крупнейшей видеоплатформой, и продолжает в условиях отсутствия рекламы содержать ее как важнейший инструмент информационной войны.

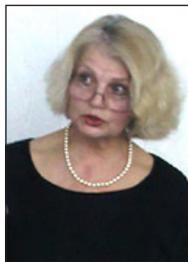
Не избежать сокращения числа телеканалов и оптимизации их управленческого персонала в пользу авторов и производителей контента. Телеканалы в основном работают как супермаркеты розничной торговли, предоставляя свое эфирное время как полки магазинов для производителей идей. В СМИ неоднократно писали о чрезмерных субсидиях ОТР или «ТВ Центру» при малой величине их целевой аудитории и наличии государственных каналов аналогичной направленности, таких как «Культура» и «Звезда», а также «Москва-24». Кажется, развлекательные СТС и ТНТ самодостаточны, как и конспирологические РЕН-ТВ и ТВ-3, но они фактически «отъедают» рекламу у «Первого канала» и НТВ как флагманских каналов объединяющих их медиахолдингов «Национальная медиа группа» и «Газпром медиа».

Рекламные ролики приносят доход, а содержательный контент требует расходов, и телеканалам банально выгодно делать рекламные вставки по 3–5 минут на каждые 10–20 минут эфира. Российский рынок рекламы уже проходил волны наведения порядка в виде ограничения максимального времени телерекламы либо сокращения количества наружной рекламы в Москве в первые годы работы мэра С. С. Собянина. На ближайшие годы вопрос стоит так: либо окончательная деградация эфирного телевидения, либо общеотраслевой пересмотр рекламных стратегий. Та же условная «Загонка» крутит рекламу букмекеров, но намного реже и короче реклам на федеральных телеканалах.

Крупнейшие рекламодатели в принципе содержат основные федеральные телеканалы за счет своей рекламы, хотя и без линейной связи конкретных телеканалов и рекламодателей. В отдельные периоды времени, например в новогодние праздники, рекламы становится зримо меньше просто из-за договоренностей между каналами и рекламодателями. Похожим образом вполне можно договориться с основными рекламодателями о существенном сокращении времени рекламы при сохранении прежних объемов рекламных бюджетов, чем отчасти вернуть зрителя и повысить отдачу от более редкой рекламы.

Разумеется, одного простого решения для предотвращения коллапса федерального телевидения нет, но есть целый набор действенных мер, которые необходимо применить, ведь в информационной войне без федеральных телеканалов не выиграть.

https://zavtra.ru/blogs/reklama_ne_dvigatel_progressa_a_ubijtca_televideniya



Валентина Корнева

Научная статья в фокусе внимания

О монографии П. Б. Кузьменко «Структурно-содержательная организация гуманитарного научного текста на английском языке (на материале публикаций по лингвистике)». —

Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2021. — 172 с.

Становление английского языка как *lingua franca* научного общения обусловило тенденцию, заключающуюся в преобладании англоязычных форматов научного общения. Соответственно, размещение материалов в зарубежных изданиях неизбежно связано с учетом требований, в соответствии с которыми должны быть оформлены представляемые к печати работы. Такое положение дел порождает ряд сложностей, с которыми сталкиваются носители английского языка, вынужденные создавать собственный текст на неродном для них языке. К числу этих сложностей, наряду с повышенными требованиями к уровню владения иностранным (английским) языком и знанием норм академического общения, относится также знание самих форматов научной коммуникации, принятых в том или ином культурно-языковом пространстве. В связи с этим нельзя не отметить своевременность и актуальность научных изданий и учебных пособий, посвященных вопросам подготовки научных текстов — будь то статьи, тезисы или монографии — на родном и иностранном языках. Одним из таких изданий и является рецензируемая монография П. Б. Кузьменко «Структурно-содержательная организация гуманитарного научного текста на английском языке (на материале публикаций по лингвистике)».

Как вытекает из названия книги, в центре внимания автора находится научный текст, а именно, как мы увидим дальше — научная статья. Нельзя сказать, что автор является первопроходцем в исследовании данного вида научного текста. Проблемы научной коммуникации и, в частности, научная статья как наиболее распространенный ее формат уже в течение достаточно длительного периода выступают объектом лингвистического анализа. Однако, как убедительно показал П. Б. Кузьменко, смена научной парадигмы лингвистического знания и взаимодействие разных направлений лингвистики ставят в фокус внимания исследователя те стороны известных языковых феноменов, которые были либо недостаточно изучены, либо требуют более основательного и современного

толкования или иного ракурса рассмотрения. Именно с таких позиций следует оценивать актуальность рецензируемой монографии. Рассмотрим ее содержание более подробно.

Глава 1 «Научный текст как объект лингвистического изучения» посвящена общей проблематике изучения текста и описанию его основных категорий, а также анализу научного текста как особого типа текста, отражающего структуру научного знания феномена. Автор первоначально рассматривает текст как объект лингвистики текста, при этом особое внимание уделяется понятию «текстуальность», а затем он рассматривает способы актуализации образующих это понятие отдельных текстовых категорий в научном тексте. Такой подход, с одной стороны, позволяет автору книги уточнить особенности научного текста как языкового феномена и обусловленность реализации в нем текстовых категорий когнитивными и коммуникативными факторами. С другой стороны, анализ существующих в лингвистике толкований текстуальности позволяет автору прийти к выводу, что организацию композиционно-содержательной структуры научного текста необходимо рассматривать в связи с реализацией категории когерентности, поскольку последняя обеспечивает успешность создания текста, его содержательную связность, задаваемую адресантом и воспринимаемую адресатом. В свою очередь, изучение когерентных связей позволяет выявить в тексте особые языковые единицы и выражения — метадискурсивные средства, о чем свидетельствуют работы, на которые ссылается П. Б. Кузьменко в ходе тщательного анализа существующей научной литературы по данному вопросу. Между тем и состав, и использование таких вербальных средств авторами аутентичных и неаутентичных текстов на английском языке существенно различаются, что объясняется, как убедительно показал П. Б. Кузьменко, разными причинами. Главной из них является культурно обусловленная конвенциональность научной коммуникации в определенной языковой среде.

Отрадно отметить, что в данной главе широко представлена типология научных текстов на английском языке. Заслуживает внимания также описание и оценка автором предложенной зарубежными исследователями модели англоязычной научной статьи CaRS (Creating a Research Space), которая позволяет опреде-

Об авторе: Корнева Валентина Владимировна, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой романской филологии Воронежского государственного университета.

лить когнитивный стиль его создателя. Подчеркивая отличие своего подхода к изучаемой проблеме от тех, которые существуют в лингвистике, П. Б. Кузьменко вполне справедливо отмечает, что в зарубежных публикациях, прежде всего, рассматриваются «позиционные свойства частей научной статьи на английском языке» (с. 29), тогда как он, используя описываемую в этих работах конвенционализированную структуру *IMRaD*, отражающую основные разделы статьи (*Introduction, Methods, Results, Discussion*) и являющуюся, по сути, инвариантом, определяет экстралингвистические факторы, способствующие конвенционализации этой структуры. Такой подход позволяет автору монографии установить, несмотря на институциональный и интернациональный характер научной деятельности, эти факторы могут быть специфичными в разных культурно-языковых средах.

Глава 2 «Статья как особый формат текста в англоязычном научном пространстве» посвящена выявлению и описанию языковых особенностей англоязычной научной статьи. За единицу анализа содержания текста П. Б. Кузьменко предложил принимать выделяемые в глубинной структуре текста «содержательные элементы, несущие в себе значимую информацию об описываемом исследовании» (с. 70). Эти элементы, будучи конституентами глубинной структуры, репрезентируют ментальные действия автора статьи и обозначаются соответствующими вербальными средствами — языковыми клише, являющимися маркерами этих элементов и служащими опорой при их выделении. Отмечая условную конечность количества таких элементов, П. Б. Кузьменко на фактическом материале достаточно убедительно показал, что они могут быть объединены в обязательные композиционно-смысловые блоки, образующие трехчастную глубинную структуру статьи, для обозначения которой им вводится архиструктурный уровень текстовой организации.

Применяя сравнительный и контрастно-сопоставительный методы анализа к разным корпусам текстов, П. Б. Кузьменко делает два весьма важных вывода об особенностях структурно-содержательной организации научной статьи на английском языке. Во-первых, структурно-содержательная организация аутентичных англоязычных статей по лингвистике отличается от статей по другим научным дисциплинам, причем не только естественно-научным — что вполне ожидаемо, но и гуманитарным.

Во-вторых, аутентичные и неаутентичные научные статьи по лингвистике на английском языке также существенно отличаются и имеют свои особенности.

Последний вывод автора представляет особую ценность, поэтому остановимся на его рассмотрении более подробно.

Особенности англоязычных аутентичных и неаутентичных лингвистических статей заключаются как в количестве, так и в относительной произвольности эксплицитно выделенных разделов в формальной структуре текста и языковых средствах их обозначения.

Такое положение дел объясняется, по мнению автора, значительной вариативностью лингвистической тематики.

Структурно-содержательная организация научной статьи представлена не только традиционно выделяемыми композиционно-смысловыми блоками, но и языковыми средствами их выражения. Согласно полученным автором рецензируемой книги данным, для аутентичной англоязычной научной лингвистической статьи можно выделить 12 конститутивных элементов, причем, что особенно важно, они могут входить сразу в несколько композиционно-смысловых блоков, связывая текст в единое когерентное целое. Это наблюдение позволило П. Б. Кузьменко сделать вполне обоснованный, на наш взгляд, вывод о «спиральном» характере репрезентации информации в анализируемом типе текста, что является одной из его культурно-специфических особенностей. Выводы такого рода не являются голословными, они звучат тем более убедительно, что были подтверждены в ходе сопоставительного анализа лингвистических статей русскоязычных авторов на английском и русском языках.

Важным представляется также вывод автора монографии об особенности языкового маркирования содержательных элементов статьи представителями англоязычного научного социума, что также подтверждает влияние национально-культурных традиций в области научной коммуникации на вербальное оформление содержания научных текстов в целом и лингвистических текстов в частности.

Впечатляет значительный объем проанализированного материала: общее количество статей, привлекаемых автором на разных этапах исследования, составляет 880 единиц приблизительно объемом 17500 с., что, бесспорно, повышает валидность полученных результатов.

Особо хотелось бы отметить библиографический список рецензируемой монографии, который сам по себе представляет несомненную ценность, поскольку наряду с классическими фундаментальными работами он содержит труднодоступные и малоизвестные для многих из нас работы (более половины!) ученых из разных стран — США, Великобритании, Вьетнама, Индии и т. д.

Хотелось бы также отметить логичную структуру монографии, богатый иллюстративный материал, наличие многочисленных схем и таблиц, иллюстрирующих наблюдения автора и способствующих корректному восприятию текста. Следует также отметить высокое качество полиграфического оформления книги.

В заключение отметим, что монография П. Б. Кузьменко представляет несомненный интерес для всех, кого волнуют проблемы лингвистики текста, научной и межкультурной коммуникации. Она, несомненно, будет полезна тем, кто пишет или собирается писать научные статьи как на русском, так и на английском языке.



Виктор Хорольский

О вечнозеленых темах в науке о СМИ (заметки о новом учебнике)

Жанры современной журналистики: учебник /

Р. П. Баканов, Л. Г. Егорова, Л. Р. Сабирова, Д. В. Туманов. – М. :

Изд-во Флинта, 2023. – 412 с.

Необходимость постоянной переоценки и совершенствования методологических подходов к изучению сложноорганизованных структур, а также необходимость обновления терминосистемы при анализе медийных дискурсов совершенно очевидна. Особенно ускорились процессы обновления журналистиковедения в «цифровую» эпоху, когда стала особенно очевидной революция в информационном («информационном», согласно М. Кастельсу) обществе, где гонка теории и практики ускорила конвергенцию жанров, стилей, форматов. Ускорение трансляции медийных текстов привело к формированию феномена мультимедийности, что в свою очередь поменяло формы многих традиционных жанровых видов и модификаций. Вопросы, затрагиваемые в новом учебнике казанских ученых, это вечные вопросы теории и практики, неохладевающая актуальность которых бодрит профессионалов и начинающих авторов, не знающих еще давних споров о вечном. Для автора этих строк озадачивающим (во всех смыслах этого многозначного слова) аспектом учебно-научной дискуссии стало теоретическое разграничение жанров и форматов, жанров и стилей, жанров и внежанровых образований. Сделаем теоретическое отступление.

Конвергенция, диффузия жанров и стилей, возрастание роли гедонистической составляющей массовых коммуникаций, запрос студентов на использование «геймификации», визуализации и «эдьютеймента» — всё это подтолкнуло уважаемых авторов рецензируемой книги к обновлению методологического репертуара, к движению «по направлению к Свану-студенту», что не мог не отметить и автор этих строк, с чувством глубокого удовлетворения высказавший свое одобрение концепции пособия, будучи его официальным рецензентом. Был отмечен в частности анализ баланса стандарта и новации как в медийных текстах (МТ), так и в методологии анализа МТ, что можно считать правильным подходом при создании учебных пособий. Также этот принцип баланса и сопутствующей ему сбалансированности оценок в рецензируемом учебнике можно считать идеалом развития науки о журналистике. Анализ журналистского и публицистического текста как вида творческой и в то же время

около-творческой деятельности, направленной на образовательно-познавательные ценности, а не только на релаксацию и развлечение потребителя, не может не быть центром и эпицентром наших усилий. Верный «регистр», основной тон пособия о жанрах, на наш взгляд, не только, а часто и не столько, эксплицирует коммуникативные интенции авторов, сколько обнажает модальность общего интереса к бытию медийного метадискурса, помогая лучше понять специфику жанрово-стилевой доминанты в универсальных типах МТ. Креативность отдельной личности, естественно, позволяет выходить за пределы коллективных клише и редакционного стандарта, позволяет соединять в нерасторжимое целое универсальные факты жизни и полет индивидуальной фантазии. Успешность коммуникативных стратегий при этом во многом зависит от творческой свободы, смелости и языковой компетентности Автора, смерть которого никак не наступает, вопреки ожиданиям.

Культурологический подход к публицистике и литературе, основы которого можно найти в трудах С. С. Аверинцева, М. М. Бахтина, Д. С. Лихачева, А. Ф. Loseva, Ю. М. Лотмана и множества зарубежных теоретиков, о них, слава Богу, казанские авторы, на наш взгляд, пишут с должным пиететом и без надрывного патриотизма, предполагает в первую очередь использование определенных процедур анализа текстов с позиций их жанрово-стилевой оформленности, представленности в слове, в картинке, в жесте. обстоятельный разговор в учебнике идет о системе жанров как классической проблеме гуманитарных наук, причем это, как правило, разговор «с культурократических позиций», не нарушающий органической целостности медийных текстов (МТ) как эстетических объектов (артефактов для историков журналистики). Применяя синтетический метод информационно-культурологического анализа МТ, дополняемый элементами дедуктивной схематизации, моделирования и политэкономического обобщения бесконечного многообразия фактов, концептов, мнений, представители казанской школы журналистиковедения успешно преодолели крайности «содержанизма» и «формализма» в науке о СМИ. Можно сразу заявить: на наш взгляд, такой метод стал прочным фундаментом в работе всего коллектива авторов, многие годы работающих с начинающими журналистами. Заканчивающие свой путь в журналистике в поле зрения авторов попадали редко, но это выбор исследователей.

Об авторе: Хорольский Виктор Васильевич, профессор кафедры журналистики и литературы факультета журналистики ВГУ.

С логико-феноменологической точки зрения жанр, как и дискурс, выступает как воплощение определенного типа культуры, в парадигме «социокультурного взаимодействия» горизонтальных и вертикальных векторов анализа жанровой специфики МТ, это результат кооперации традиционных контекстов и новаторской индивидуальной креативности. Текст в рамках жанрового самоопределения сливается с метатекстом, т. е. с целостностью издания, с одной стороны, а также с необозримой множественностью окружающей действительности, сопрягаясь в первую голову непосредственно с ближним медийным дискурсом (МД). В стремительном потоке журналистских текстов, задающих для реципиентов смысл и вектор интерпретации, реализуется принцип сотворчества коммуникаторов, заинтересованных в успешности интерпретационного диалога, причем медийность как свойство любого текста, но в первую очередь свойство МТ и МД, благодаря непосредственному историческому контексту и собственному, авторскому и читательскому (зрительскому) андеграунду, культурологическому подтексту, преобразует жанровые формы в журналистике, а МТ неизбежно сохраняют свое ориентирующее значение для публики. Любой МТ сохраняет «память жанра» (М. Бахтин), хотя параметры медийности в то же время не обязаны быть жесткими маркерами смысла и значения сообщений. Сообщения коммуникатора (в нашем случае — создателя МТ) не равно смыслу текста Реципиента, потребителя. Это аксиома. Это аксиома, достойная более подробного разговора, но не заинтересовавшая авторов, о которых еще придется сказать, чтобы они не подумали, что их мнениями мы мало интересуемся.

Авторы учебника чаще всего рассматривают жанры в СМИ как энерго-информационное проявление Коллективного Интеллекта, любой МТ для них является «квантом» социальности, частицей значимой информации, необходимой многим потребителям медиапродукции. В то же время, думается, что они, справедливо говоря о профессии и миссии журналистики, подчас слишком увлекаются разговором о ее «функциях», пережевывая сено, уже бывшее в употреблении. Но такова уж специфика жанра научно-учебных текстов.

Репортерские заметки о малых событиях повседневности корреспондируют, как известно, с потоком сенсационных событий и фактов в сфере МД. Досадно, что выше отмеченные авторы, увлеченные повторением известных истин, высказанных корифеями теории журналистики (это нормально для жанра «учебник»), не выпятили факт резкого увеличения количества мелкотравчатой информации в СМИ, не проанализировали достаточно глубоко драматическую ситуацию с гедонизмом в СМИ. В тексте учебника зафиксировано, что «процесс гедонизации... через гипертрофированное увеличение роли развлекательного медийного содержания одной из стратегий постжурналистики давно изучается, «на первое место вышла развлекательность». Добавим, что изучение гедонизма в СМИ как инструмента для постоянного привлечения внимания, как технологии создания духовного магнита для аудитории, не дало в мировом масштабе нужного

результата: крен в сторону лёгкой и — нередко — при этом ангажированно-сервильной, журналистики, к сожалению, ощутим даже в серьезных изданиях типа «Собеседник», «Коммерсант», «Литературная газета» и т. п. Постмодернистский игровой стиль релятивизации ценностей породил монстра — самоцельную иронию, смешивающую жанры и виды медиапродукции. Как известно, постмодернисты в художественных и публицистических текстах постоянно подчеркивали свою неприязнь по отношению к элитарным построениям эпохи модерна, к метанарративам эпохи Постмодерна (коммунизм, либерализм, фашизм, исламизм, патриотизм и т. д.), отрицали метатеории и серьезно-патетические дискурсы, противопоставляя им тотальную иронию, реминисцентность, теории релятивизации ценностей, языковую игру, что импонировало широкой публике и приносило доход. Сегодня разговор о ценностях стал более актуален, чем многочисленные классификации жанров и типологизации изданий. Но этот факт не означает необходимости учебно-научного рассмотрения журналистской кухни, о чем говорит, например, раздел учебника, связанный с жанрами исследовательской журналистики. Тут авторы слишком оптимистичны, говоря, что число российских журналистов-расследователей «не ограничивается ... двумя именами... есть А. С. Политковская, Д. Ю. Холодов, Г. В. Албуров, А. Н. Крутов, О. В. Шмагун, И. В. Голунов и многие, многие другие». Имен можно назвать много, только вид (не жанр!) этого журнализма канул, увя, в Лету. И о причинах этой драмы можно было бы поговорить более открыто.

Примечателен и архиактуален разговор о блогах, которые, как подчеркнуто в учебнике, «стали привлекательной площадкой для журналистов... сравнительно недавно». В этом случае возможен разговор о формате, а не о жанре, особенно когда речь заходит «о подвидах жанра»: личный блог, корпоративный блог, блог-платформа, бизнес-блог, научный блог, культурологический блог, образовательный блог, блог на тему высоких технологий, блог форум, блог каталог. Как видно из этого перечня, (запятая моя. — В. Х.) основания для типологизации оказываются смешанными — тут и тематическое разнообразие (бизнес-блог, научный блог, культурологический блог, образовательный блог), и форматное (блог форум, блог каталог), и авторство (личный блог, корпоративный блог, блог-платформа). Подобное дробление может вводить теоретиков в дурную бесконечность, что превращает преподавателей в эдаких Сусаниных, ведущих студентов к истине, которая растворяется в классификационном лесу. На Западе в моде более общий термин — «нарратив», охватывающий любое повествование, более или менее передающее «историю», рассказ о событиях из жизни людей, хотя «нарратив» не является обозначением какого-либо традиционного жанра. Авторы учебника подчеркивают: «Процессы глобализации информационного пространства оказали свое влияние на российские представления о журналистских жанрах даже в плане их названий. Так, например, вместо очерков и публицистических рассказов в нашей типологии появились лонгриды и сторителлинги». Появление таких

терминов, конечно же, связано с сетевыми коммуникациями, ставшими ферментом терминосозидания в теории жанра.

Отрадно, что примеры в учебнике связаны с местным материалом, дающим обильную пищу для критики не только псевдоновостей, но и журналистики как социального института. Например, очень уместна критика мелкотравчатой новости «В Лениногорске сволочи срубили елку!»: новость малозначащая, растянутая и не очень нужная! Кругом такое творится, что проблема отбора материала для заметок приобретает стратегическое значение, иначе мутный поток вседозинформации захлестнет инфопространство. Справедли-

ва и критика выделения в качестве отдельного жанра так называемых «фейков». Данное слово слишком расплывчато, чтобы связывать его с жанроведением. Вопросы для самопроверки можно считать самостоятельным учебным продуктом: масса интересных вопросов не только для начинающих, но и для опытных школяров позволяет говорить о нужности данного текста, о важности усилий коллег.

В качестве пожелания на будущее хотелось бы видеть в учебнике более подробный анализ сатирической публицистики, с привлечением творчества таких мастеров жанра, как Свифт, Твен, Уайльд, Честертон, Чапек, Барнс и др. Будем ждать второе издание!



Сергей Ануреев

ИСКРАН: писать «на полку», в строчку рейтинга, в порожняк СМИ, рерайтить или по делу

Основной массив научных статей сотрудников институтов, подобных Институту США и Канады РАН, вряд ли читают на уровне даже рядовых работников Администрации президента РФ, Правительства, МИД, СВР и других государственных структур, а также ведущих СМИ типа ТАСС, RT и т. д. Аналитики и журналисты сами способны работать с информацией, но при этом им не помешал бы научный подход, который вполне могут дать ученые из академических институтов.

Для этого надо чаще приглашать научных работников выступать в СМИ, в редакционные и общественные советы, а журналистов и аналитиков — в аспирантуру. Также целесообразно хотя бы несколько процентов государственного финансирования и штатной численности ведущих СМИ увязать с приглашением научных сотрудников и аспирантурой.

Общественные советы, ведомственные институты, научные журналы есть у ключевых министерств и ведомств, и ситуация вокруг Института Соединенных Штатов и Канады РАН (ИСКРАН) может стать триггером актуализации и координации их деятельности.

Статьи в строчку рейтинга

Институт США и Канады РАН создавался в качестве инструмента научного понимания геополитического оппонента в помощь партийному и хозяйственному руководству СССР, аналитические записки в ЦК и Совмин до сих пор являются предметом гордости ученых подобных институтов, недостижимой сейчас планкой реальной востребованности общественных наук.

В последние годы у ИСКРАН и подобных институтов лишь одна цель — писать научные статьи в российскую строчку мирового научного рейтинга. Этот рейтинг считается по количеству статей и цитирований в ведущих журналах двух западных наукометрических баз (Scopus и Web of Science). На это нацелено государственное задание институтам (базовое финансирование окладов и ставок научных сотрудников), а также государственные гранты (финансирование сверх окладов). Участие в различных общественных советах при государственных органах и выступления в ведущих государственных СМИ являются лишь до-

полнительной, в основном морально мотивированной, инициативной работой.

За 2022 год российские ученые опубликовали 108 тысяч статей, проиндексированных в упомянутых выше двух базах данных. Они дали нашей стране двенадцатую строчку в мировом научном рейтинге. Выше нас с немного большим проиндексированным количеством статей Испания, Франция, Австралия, Канада, немного ниже нас Южная Корея и Бразилия. Для сравнения: за 2020 и 2021 годы российские ученые опубликовали по 130 тысяч статей с восьмой строчкой в рейтинге стран, за 2019 год наших статей было опубликовано 122 тысячи с девятой строчкой рейтинга, за 2018 год — 107 тысяч с одиннадцатой строчкой.

Чтобы выполнить госзадание на ставку и оклад, научному сотруднику, работающему в области гуманитарных и общественных наук, в среднем необходимо за год опубликовать одну статью в журналах западных наукометрических баз и одну статью в журналах российского перечня Высшей аттестационной комиссии (ВАК). За статью первого типа дается три балла, второго типа — один балл, сообразно министерской методике Комплексного балла публикационной результативности. Этих четырех баллов достаточно, поскольку российские публикации в гуманитарных и общественных науках не особо приветствуются на Западе. А вот в точных науках они более востребованы, публиковаться проще и баллов на ставку требуется больше. Отчасти это связано с высокой популярностью в США, а затем и у нас, именно общественных наук и низкой популярностью точных наук, с соответствующим перекосом количества аспирантов и научных сотрудников.

Почти у каждого ведущего института РАН теперь есть свой журнал в Scopus или хотя бы RSCI (Russian Science Citation Index) на платформе Web of Science в виде младшей по статусу базы по сравнению с Core Collection. Например, две трети публикаций ИСКРАН в RSCI были сделаны в журнале этого же института, еще треть статей RSCI и почти все публикации в Scopus — в российских же журналах родственных по тематике институтов. Хотя тот же Scopus объявлял об антироссийских санкциях, о прекращении доступа для ведущих российских библиотек и университетов, с неясной пока позицией относительно продолжения индексации российских журналов в принципе, в урезанном или полном объеме.

Об авторе: Сергей Ануреев — доктор экономических наук, профессор Департамента общественных финансов Финансового университета.

Сами западные базы отчасти были заинтересованы в получении статей многих из ведущих российских журналов с богатой историей, особенно когда еще и российские власти выделяли деньги на продвижение наших журналов в те базы. Во многом продвижение стало результатом политики Министерства высшего образования и науки по «закручиванию гаек» на предмет повышения качества публикаций, когда от редакций российских журналов потребовали снизить количество публикаций в год, тем самым повысив конкуренцию среди авторов. За последние десять лет такого «закручивания гаек» наши статьи действительно стали более качественными, а опубликоваться в ведущих российских журналах RSCI стало категорически сложнее, чем в журналах западных стран западной базы Scopus.

Публикационные баллы ИСКРАН падают на протяжении нескольких лет, снизившись в два раза от пика. Лучший результат был в 2017 году — 408 баллов. В 2018, 2019, 2020 годах было умеренное падение до 347, 354, 343 баллов соответственно. В 2021 году из-за ковида случился обвал до 255 баллов, в 2022 году падение продолжилось до 210 баллов. Сократилось и количество авторов этого института: с 85 авторов в 2017 году до 61 автора в 2022 году, включая 10 авторов статей Scopus & WoS, 37 авторов статей RSCI и 59 авторов статей ВАК (авторы статей разного уровня пересекаются из-за соавторства и минимум двух публикаций на одного сотрудника в год). Балльная выработка на автора в среднем снизилась не столь драматично: с 4,8 до 3,5 балла, — хотя и провалилась ниже минимальных 4 баллов. Оптимизация количества авторов лишь на первый взгляд кажется допустимой стратегией выполнения госзадания из расчета по 4 балла на сотрудника, но общее количество российских статей падает и снижает позицию в мировом рейтинге.

Для сравнения: Институт мировой экономики и международных отношений (ИМЭМО РАН) нарабатывал в 2022 году 879 баллов на 227 авторов (3,9 балла на автора), Институт Европы РАН — 318 баллов на 74 автора (4,3), Институт Китая и современной Азии — 501 балл на 105 авторов (4,8), Институт Африки — 403 балла на 83 автора (4,9), Институт Латинской Америки — 162 балла на 28 авторов (5,8). Суммарно эти шесть схожих институтов опубликовались на 2473 балла на 578 авторов (4,3).

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, который считается по статусу третьим-четвертым после МГУ, СПбГУ и вровень с Новосибирским ГУ, опубликовал статей на 2375 балла на 1288 авторов, хотя университетские авторы тратят на преподавание в разы больше часов, чем на науку. Сколковский институт науки и технологий (Сколтех), создававшийся по калифорнийскому аналогу с огромным финансированием, опубликовал в 2022 году статей на 1444 балла на 210 авторов, в основном в журналах перечня Scopus и Web of Science по физике и химии, с меньшей конкуренцией и большими баллами, и вроде бы по баллам превзошел ИМЭМО в полтора раза, но при несопоставимо большем финансировании инфраструктуры.

Финансирование и зарплаты за эту строчку в рейтинге

С количеством научных публикаций в западных базах и падением этого количества не все так однозначно. Сначала, в первой половине 2010-х годов, когда была поставлена задача нарастить количество таких публикаций, началось давление на РАН, сопровождавшееся серьезными реформами и скандалами. Потом, во второй половине 2010-х годов, увеличилось дополнительное бюджетное финансирование по грантам, с условиями и премиями за такие публикации. Однако из-за скачка бюджетного дефицита в 2020-м и затем западных санкций в 2023 году грантовое финансирование сократили, хотя Министерство писало об общем росте финансирования, но без поправки на инфляцию и без деталей такого роста.

Например, ИМЭМО стал головным в консорциуме нескольких подобных институтов по реализации большого научного проекта «Посткризисное мироустройство: вызовы и технологии, конкуренция и сотрудничество» с финансированием 300 млн. руб. на 2023–2025 годы. В гуманитарных и общественных науках это очень крупная сумма гранта, даже если ее разделить на три года и число участников консорциума. Суммы наиболее массовых грантов в таких науках обычно составляют около 6 млн. руб., и за них идет реальная конкуренция среди институтов и университетов. Отработать такой грант на 6 млн. руб. можно коллективом в 8–10 человек за 3–5 месяцев кропотливой работы.

Предположим, что до конкретных исполнителей доводится 40% суммы гранта в 300 млн. руб. (за вычетом административных расходов и налогов, как типичная практика), а также будем исходить из оклада научного сотрудника на ставку в размере 35 тыс. руб. Тогда такое дополнительное финансирование даст «вторую среднюю» премию к ставке для 95 научных сотрудников ежегодно, которые дополнительно публикуют в журналах перечня RSCI примерно 130 научных статей (исходя из норматива баллов на автора). Для сравнения масштаба публикационных результатов этого научного проекта: во флагманском научном журнале ИМЭМО «Мировая экономика и международные отношения» в 2022 году было опубликовано примерно такое же количество статей.

Еще один фактор связан с тем, что сначала российских журналов в западных базах было мало, и приходилось «стучаться» в журналы западных стран в этих западных базах. Затем количество российских журналов в таких базах стало расти и дошло в 2022 году почти до тысячи, что существенно облегчило выполнение публикационных нормативов.

Снижение грантового финансирования в 2020–2022 годах объясняется также и тем, что в реально западных журналах массово печататься все равно не удалось, и глупо платить большие премии за публикации в российских же журналах, как в западных. Тем более премии были лишь компенсацией оплаты авторами из своего кармана сложностей с переводами и редактурой своих статей под требования зарубежных журналов, официальной платы журналам за публикации или неофициальной платы посредникам.

Падение количества публикаций в западных базах пережили многие российские институты и университеты, на что указывает сокращение общероссийского количества статей и снижение позиции нашей страны в мировом рейтинге. В околонучных кулуарах говорили даже об «итальянской забастовке» научных сотрудников, когда в ответ на сокращение грантов многие стали работать сугубо на ставку, то есть на те четыре публикационных балла. Так, ИСКРАН, ИМЭМО и другие четыре родственных института опубликовали статей на 2473 балла на 578 авторов в 2022 году, выполнив минимальную норму 4 балла на автора (это без учета других возможных грантов, о которых нет информации в СМИ).

Проблема «итальянского» стиля заключается еще и во втором ключевом показателе институтов и университетов: двойной средней зарплате по региону. Руководителя института или университета могут уволить как за недобор публикаций, так и за недобор зарплат (конечно же, не всех руководителей сразу, а худших по этому показателю). По сложившейся практике второй половины 2010-х годов первую среднюю зарплату обеспечивает госзадание на ставку и под те самые четыре публикационных балла, а на вторую среднюю необходимо находить гранты. Только относительно 2019 года денег на гранты стало меньше, конкуренция за гранты возросла с попыткой публиковаться больше за урезанные гранты. Это означает, что на следующие статьи сверх ставок приходится меньшее вознаграждение непосредственно автору статьи (как третий бургер дешевле по акции во «Вкусно и точка»).

В принципе, опытному научному сотруднику отработать ставку не сложно, когда есть возможность опубликоваться хотя бы раз в год в журнале своего же института со статусом Scopus или RSCI, а вторую публикацию уровня ВАК сделать в любом другом российском журнале. Статья во флагманский журнал своего института пишется примерно за месяц аврала или за пару месяцев обычной интенсивности, а в журнал ВАК — за неделю-две. Если привести два-три месяца в году к шестидневной рабочей неделе, то получается день-два в неделю.

Оклад на ставку составляет небольшие 35–39 тыс. руб. у ведущего и главного научных сотрудников, и это никакой не секрет, поскольку об этом пишут в публикуемых требованиях при прохождении сотрудниками периодических конкурсов. Для сотрудника предпенсионного или пенсионного возраста работать день-два в неделю для получения 35 тыс. руб. вполне приемлемо. Только в силу возраста опытные сотрудники способны на интенсивную работу ограниченное время и никак не готовы пахать постоянно за уменьшающиеся гранты с растущими требованиями.

Поработать интенсивно день-два в неделю не получается и у молодежи. С молодежью в науке вообще огромный провал, даже несмотря на периодический подъем возраста молодого ученого (сейчас до 39 лет). Молодые в силу неопытности не обладают навыками написания хорошей статьи за месяц-два, даже за год, и приходится брать количеством статей попроще. Если молодой автор в сфере общественных наук поставит цель заработать 70 тыс. руб. в месяц (ставку и такую же

премию), то ему необходимо опубликовать за год 8–10 статей в журналах перечня ВАК. Буквально и утрировано, за одну статью перечня ВАК государство платит приличные 105 тыс. руб.

Для сравнения: для кандидатской диссертации по общественным наукам за три года учебы в аспирантуре раньше было достаточно опубликовать две статьи в журналах перечня ВАК, теперь пять. То есть молодому ученому после защиты необходимо ежегодно писать примерно в пять раз интенсивнее по сравнению с аспирантурой, которая сама стала в 2,5 раза интенсивнее относительно 1980–1990-х годов. На такого молодого сотрудника, идущего количественным путем, будет косо смотреть руководство, поскольку норматив публикаций в Scopus и RSCI тоже надо выполнять. Да и 70 тыс. по московским меркам не ахти, не хватает даже на ипотечный платеж за самую-самую дешевую однокомнатную квартиру.

Следует еще раз подчеркнуть, что умеющие писать хорошие статьи получают приличные деньги в расчете на реально потраченное время, но не все научные сотрудники, и особенно молодые, способны писать быстро и, главное, публикабельно.

Коллеги или конкуренты аналитикам из СМИ и спецслужб?

Информирование руководства и широкой общественности нашей страны об американских делах шло и идет по нескольким каналам, и научный канал является далеко не главным. В публичную плоскость не выходят результаты аналитической работы СВР, ГРУ, МИД, но такая работа ведется в объемах материалов и с кадровым обеспечением значимо больше научного. Журналисты ведущих государственных СМИ также превосходят научных сотрудников по своему влиянию, востребованности и материальному обеспечению. Еще есть десятки финансовых аналитиков в крупных банках, а также блогеров, которые читают и пересказывают огромный массив западной информации.

Не погруженному в специфику спецслужб трудно судить об особенностях их работы, но в отдельных публичных высказываниях высокопоставленных ветеранов неоднократно подчеркивалось, что 90–95% информации берется из открытых источников и лишь 5–10% благодаря уникальным источникам. Ключевой проблемой международной журналистики или финансовой аналитики является «объять необъятное», когда только ведущие зарубежные СМИ ежедневно дают такой вал информации, который прочитать и осмыслить невозможно даже солидному по численности и квалификации коллективу.

Этот вал имеет еще и характер информационного шума, в нем трудно выделить действительно стоящие новости. Чаще всего журналистами и аналитиками работают молодые люди в возрасте около 30 лет, которые в силу еще хорошего здоровья и уже профессионального опыта могут прорабатывать огромные массивы информации. Например, один автор условного РБК выпускает за день до десятка заметок емкостью по странице каждая, тогда как для молодого научного сотрудника восемь статей в год бывают неподъемными.

Однако люди в возрасте и с большим опытом, а именно таковыми в основном являются научные сотрудники, лучше отделяют редкие стоящие факты от информационного шума. Этот шум часто связан со скрытым от неопытных глаз хайпом, fake news, агрессивным маркетингом, манипулированием рынками, а также с навязыванием ложных ценностей, «промывкой мозгов». Опытные сотрудники умеют находить нетипичные источники информации за рамками мейнстрима ключевых зарубежных СМИ, обычно в виде зарубежных же научных публикаций или публикаций специализированных аналитических изданий. В молодости они тоже были наивными и часто попадали в зависимость от поверхностных, но казавшихся тогда правильными суждений в СМИ.

Снятый недавно директор ИСКРАН Гарбузов настойчиво отказывал нашей стране и вверенному ему в прошлом институту в праве на ведение своей пропаганды, выступал с обвинениями чуть ли не в «геббельсовской пропаганде», однако сам находился под чарами западных ценностей и западной же пропаганды (см. статью Алексея Гончарова в № 35 газеты "Завтра").

Отличать западную пропаганду от реальных сведений, выстраивать как минимум разъяснительную и даже наступательную контрпропаганду является объективной необходимостью и частью профессии и журналиста, и ученого. Ученые борются против околонучных мифов, за правильное использование понятийного аппарата и первоисточников, за выделение небольшого стоящего из научной макулатуры как аналога информационного шума. Это особенно важно в общественных науках, когда многие выводы и рекомендации объективно нельзя проверить четкими формулами или однозначными экспериментами, а вера в западные догмы или незнание деталей оборачиваются огромными экономическими и социальными проблемами.

Научные сотрудники в силу специфики своей деятельности и опыта должны быть вовлечены в анализ западной пропаганды и в корректировку нашей контрпропаганды. Взвешенные разъяснительные аналитические передачи или даже короткие комментарии для ведущих отечественных СМИ должны быть частью задач наших научных институтов, особенно по общественным наукам. Конечно, и сейчас отдельные научные сотрудники ИСКРАН нередко бывают на телевидении и радио, да и сам Гарбузов до своего демарша был частым гостем федеральных СМИ. Нестандартно Министерство высшего образования и науки заказывает у «Медиалогии» рейтинги подведомственных образовательных и научных организаций по их активности в СМИ.

Как «скрестить» журналиста и аналитика с научным сотрудником?

Энтузиазм требует материального подкрепления, и это государство по силам. Что если в рамках государственного финансирования СМИ привязать несколько процентов средств к научным сотрудникам и научным институтам? СМИ могут эти деньги использовать на заработную плату сотрудникам с научными степенями,

работающим по совместительству в СМИ и в научных институтах. Либо СМИ могут эти деньги перечислять научным институтам за аналитическую и публикационную работу, за целевую аспирантуру своих молодых журналистов. Отбор конкретных научных сотрудников или научных институтов может быть на конкурсной грантовой основе, как это делается годами при распределении грантов через Российский научный фонд.

Что если часть нагрузки научных сотрудников на ставку перевести с научных статей журналов перечня ВАК в публикации и выступления в ключевых СМИ? Допустим, одна аналитическая статья или продолжительное интервью на основной страничке сайта Russia Today или телеканала «Звезда», либо пять-десять коротких заметок в новостной колонке «Российской газеты» приравняются к одной статье перечня журналов ВАК. При этом обязать ключевые СМИ брать для своих публикаций только работы научных сотрудников с опубликованными научными статьями в журналах RSCI или ВАК по этой же или схожей тематике. Таким образом научные публикации получат более широкое общественное продвижение в формате научно-популярных публикаций.

Научные институты и научные журналы имеют богатый опыт работы редакционных советов и рецензирования научных публикаций. Усиление требований к редакциям и рецензированию было одной из ключевых мер повышения качества научных публикаций вместо количества. Такой опыт отчасти применим к федеральным СМИ, разумеется, не ко всем публикациям и ежедневной рутине, но к ежемесячным или еженедельным редакционным советам, к ключевым интервью и статьям. Почему бы не включить руководителей институтов РАН, руководителей отделов или секторов в редакционные коллегии ключевых СМИ? Почему бы не передавать на научное рецензирование наиболее важные публикации СМИ? Выявленные по итогам такой научной работы дополнительные, более качественные источники информации и факты вполне могут повысить интерес читателей и зрителей. Участие в таких советах и в таком рецензировании также должно быть введено в ставку научных сотрудников.

Одним из важных направлений сотрудничества государственных СМИ и научных институтов может стать целевая аспирантура для молодых журналистов. Карьерный рост журналиста должен поощряться при наличии кандидатской диссертации, с потенциалом стать научным экспертом аналитических передач или статей. Карьера журналиста скоротечна, поскольку выдерживать высочайший темп рерайтинга огромного количества проходных заметок трудно, с годами происходит либо профессиональное выгорание, либо потеря здоровья от сидячей работы за компьютером, либо редкое повышение в должности. Переход от рерайтинга количества к научному качеству должен быть одним из вариантов карьеры журналиста зрелого возраста, и к этому необходимо побуждать молодых журналистов путем стимулирования учебы в аспирантуре.

Одна и та же или смежная тематика публикаций журналиста с его научными исследованиями в аспирантуре может дать синергетический эффект. Аспирантура

и научная стезя в целом прежде всего учат работе с источниками, отсеиванию второстепенных, выделению главных и «докапыванию» до реальных нетипичных первоисточников. В журналистике для интересных, а не проходных статей или передач также важно находить нетипичные инфоповоды и факты, а не просто рерайтить новостную ленту ключевых западных или российских СМИ. Аспирантура также учит логике, методологии, немного отличному от СМИ стилю написания работ, но для умеющего писать журналиста частично изменить стиль обычно не трудно.

Погружение журналиста по основной работе в определенную тему, профессиональное умение быстро и много писать является важнейшей основой успешной подготовки диссертации на схожую тему. Например, журналисту-международнику не составит труда написать диссертацию на тему: "Дискурс ведущих британских СМИ в отражении событий "Арабской весны" в начале 2010-х годов". Для этого к умению писать нужно только добавить полезную и не слишком обременительную привычку фиксировать точные цитаты и источники, оформляя ссылки в соответствии с научными требованиями.

Сотрудничество с министерствами и ведомствами по профилю научных институтов в советские времена было одним из важнейших направлений работы того же ИСКРАН. Сейчас при органах власти или их отдельных департаментах функционируют общественные советы, и руководители научных институтов нередко являются членами таких советов. В последние годы активно развивается целевая аспирантура, когда органы власти и научные институты заключают соглашения об обучении молодых сотрудников. Необходимо лишь более внимательно отнестись к деятельности таких советов и аспирантуры, сделать их инструментами

оптимизации рутины выделения из информационного шума главного, подготовки материалов одновременно для научных журналов и органов власти.

В федеральных СМИ востребованы эксперты с большим опытом работы и достижениями по линии Вооруженных сил, спецслужб, МИД, зачастую отставные. Так их бесценный опыт продолжает приносить пользу, несмотря на объективно раннюю отставку в силу требований к возрасту. Военные академии готовят аспирантов и имеют свои диссертационные советы, у МИД есть два своих опорных вуза (МГИМО и Дипломатическая академия), и в этом реализуется симбиоз науки и власти. Пока научные институты РАН стоят чаще вне такого симбиоза, но в советские времена он был. Сейчас на повестке должны быть вовлечение и разумная конкуренция научных организаций разной ведомственной принадлежности за тематику исследований министерств и ведомств.

Мощная информационная волна вокруг ИСКРАН и подобных институтов должна стать поводом для налаживания координации между Министерством науки и высшего образования, Министерством цифрового развития и массовых коммуникаций, Министерством иностранных дел и СМИ для большей вовлеченности научных институтов в дела смежников, а смежников — в научные публикации. Как минимум полезно было бы провести соответствующее совещание на уровне заместителей министров или конференцию на площадке секции общественных наук РАН. Тогда, будем надеяться, академические институты по общественным наукам не станут «чемоданом без ручки», который с трудом тащит одно лишь Министерство высшего образования и науки.

https://zavtra.ru/blogs/iskran_pisat_na_polku_v_strochku_rejtinga_v_porozhnyak_smi_rerajtit_ili_po_delu



«Я от Воронежа...»

Как советский поэт и очеркист Павел Кустов начинал свой творческий путь в «Воронежской коммуне»

Пешком на съезд селькоров

В «Воронежскую коммуну» будущий известный советский поэт Павел Кустов пришел из «Красного пути» — так после революции 1917 года стала называться «Усманская газета». Сам он о событиях тех далеких лет рассказывал: «Это было трудное время. В уезде сновали банды Антонова и Карася. С людьми, причастными к газете, бандиты жестоко расправлялись. На каждую заметку селькора кулачье отвечало угрозами, а то и самосудом в темном углу деревенских задворков. Помню, досталось нашему семейству за мой очерк, в котором разоблачались проделки богатеев».

Павел Петрович Кустов родился в селе Завальном Усманского уезда 9 августа 1906 года. Сохранились воспоминания одноклассницы Кустова Александры Страховой о его детстве и юности: «Жили они (семья Кустовых. — В. С.) не так чтобы бедно, у его деда была ветряная мельница-ветрянка (так у нас они в селе назывались). В семье, кроме Павла, были еще один брат, старше него, и сестра. Вообще, люди для работы дома были очень нужны, и Павел, конечно же, помогал, пока жил в селе. Но желание учиться дальше было у него огромным, и он устроился в Усмани».

Приходской священник в Завальном ни в какую не хотел отпускать Павла в уездный город Усмань. В дальнейшем он видел способного выпускника церковно-приходской школы только в духовной семинарии. А Кустов — возьми и вступи в комсомол. Какая уж тут семинария...

«В эти годы в Воронеже, — вспоминал Павел Петрович, — часто проходили съезды рабкоров и селькоров. Я был участником этих съездов». Работа с активистами печати велась большая. На страницах губернской газеты в рубрике «Уголок рабкора» частенько появлялись вот такие сообщения: «В редакции «Воронежской коммуны» ежедневно с 6 часов утра и до 8 часов вечера принимаются заметки, даются советы о том, что и как писать». От Усмани до Воронежа, если по прямой, километров 50 будет. Их-то, отправляясь в соседний губернский центр, каждый раз и преодолевал начинающий журналист и поэт. Где подвозил попутчик, где пешком добирался.

Густо написанные очерки

В редакции «Воронежской коммуны» парня заметили и выделили из почти двухсот рабочих и сельских корреспондентов, писавших тогда для газеты. Стали давать ему задания сделать репортаж с сева или уборки зерновых, проверить факты критики, как тогда говорили, «в письмах трудящихся». Более того, попросили оказать помощь в подписке на газету среди крестьян



Усманского уезда. Хотя Усмань в то время относилась к Тамбовской губернии, но в 1925 году из тиража газеты в 11850 экземпляров более полусотни организовал Павел Кустов.

В журналистике ему наиболее близка была сельская тема. Объяснение этому простое: парень из крестьянской семьи наравне с отцом ходил за сохой, косил, зимой ездил в лютые морозы в извоз. «Не очень-то балуя, отцы и матери воспитали нас в любви и уважении к труду», — так писал Кустов о себе и своих сельских сверстниках, уже будучи известным поэтом, заведующим отделом поэзии ленинградского толстого журнала «Нева». — Приучали смотреть на ломоть ржаного хлеба как на великое сокровище».

Кустов постоянно был в разъездах. Из командировок привозил очерки, которые появлялись на газетной полосе под рубрикой «Деревенские зарисовки». Чтобы зримо представить, насколько очеркист был правдив и точен в описании крестьянской жизни, приведу небольшой отрывок из очерка «На пашне»:

К обеду почти половина клена была вспахана, и Алексей поручил Тимошке сбегать за водой и начистить картох. Затем сам неторопливо заварил кашу.

Солнце стояло посреди неба. Во всю ширину поля, похужего на заплатанный бабий шушпан, виднелись повозки, около них отдыхали лошади, и от костров шел густой дым. По межнику, поднимая пыль, скакали ребяташки.

— Ну, теперь можно подзакусить. Садись-ка, Тимофей...

Сливовую кашу, приправленную бараньим салом, Тимошка ел с такой охотой, что Алексей засмеялся: «Однако, пахать ты не пахал, а сливуху уминаешь, как мужик».

Сохранилось свидетельство, что тогдашний редактор «Воронежской коммуны» Михаил Лызлов — поэт, театровед, публицист — прочитав очерк Кустова, заметил: «Думаю, Алексей Максимович Горький мог бы однозначно сказать об очерке нашего Павла — «густо написано».

К документальной прозе относятся и другие очерки Кустова — «Овечий командир», «Железный конь», «Постройка»... Но в них всегда присутствуют красноречивые факты и события того времени. Вот в том же очерке «Железный конь», рассказывающем, с каким нетерпением ждут мужики прихода на поля тракторов, журналист уверен, что и в здешних краях техника обязательно будет. Такая убежденность взята не с потолка. Оказывается, только за 4 года в Воронежскую губернию поставлено 1300 тракторов. «Главная их масса — 84 процента — находится в руках производственных кооперативов».

Открыть волшебство в слове

Образный строй очерков, насыщенный яркими эпитетами, связан у Павла Кустова с его поэтическим видением всего происходящего. «У меня, двенадцатилетнего сельского парнишки, — отмечал он в 1965 году в автобиографических заметках, — проснулась тяга к стихам с весны 1918 года».

Дальше — больше. Стихи стали появляться на страницах «Усманской газеты», «Воронежской коммуны», в еженедельнике «Неделя». «Какое это было счастье — открывать волшебство в слове, — восклицал Кустов, — упиваться звучностью мерной строки...»

На странице «Литературный Воронеж» губернской газеты появляются стихи Павла Кустова «Молотьба»,

«Алёнка», «Земля родная», «Слепой», «Столярная весна», «Половодье», «Из прошлого», «Дом». Последнее из названных стихотворений поэт впоследствии включил во все свои 12 сборников:

*И новый дом горит сосной,
И сок набух в сережках чистых,
И пахнет крепкою весной
В его хороминах смолистых.*

В конце лета 1927 года Кустов оставляет «Воронежскую коммуну» и уезжает в Москву. Поступает в МГУ на литературный факультет. В столице он много пишет и печатается в «Комсомольской правде» (здесь встречается с Владимиром Маяковским), журналах «Красная Нива», «Октябрь». Окончив университет, как пишет сам Кустов, «много ездил по северо-западу нашей страны. Подолгу жил на сплавных участках, на речных магистралях Севера среди сплавщиков, лесорубов, рыбаков, колхозников». Биографы и краеведы долгое время задавались вопросом: что за причина заставляла поэта так долго скитаться, жить неустроенной жизнью. Ответ нашелся лишь в одном из писем, адресованных краеведу Борису Княжинскому. Причина же такова: «После Московского университета не по своей воле пришлось “прогуляться” на четыре года на Соловки. Оттуда вернулся с жестоким туберкулезом легких. Двадцать лет прожил после этого в Череповце Вологодской области. С 1954 года живу в Ленинграде».

Много раз впоследствии Павел Петрович Кустов будет возвращаться в Воронеж. Одно из его стихотворений так и называется — «Я от Воронежа...». Приедет он в сорок третьем и ужаснется увиденным городом: «Вот ты нынче каков! Весь истерзан, расклеван, злым огнем опален».

После войны вышагивал по вновь отстроенным городским кварталам, рыбачил на Дону, ездил в Анну: «Селенье то зовется Анной, его обычный облик прост. Но как душе моей желанны дома, стоящие вразброс!»

И всякий раз заходил на старый воронежский рынок, где когда-то встретил свою первую любовь...

*Виктор Силин,
«Коммуна», 20 сентября 2023 г.*



Виктор Савельев

Я лейтенант газетного фронта

Газета Вити Скворцова, или как я стал главным редактором

Редактором республиканской молодежной газеты «Ленинец» я стал в марте 1995-го неожиданно для себя. Я жил — не тужил простым спецкором «взрослой» газеты «Советская Башкирия», был вольной птицей, затевал интересные командировки то в Арабские Эмираты, то во Владивосток или Турцию — и перед этим как раз вернулся из Стамбула. И тут меня пригласили в большие кабинеты и предложили стать главным редактором «Ленинца».

Мне шел 49-й год, я давно был не мальчик — и понимал, что отказаться сразу в таких кабинетах было бы свинством и неуважением к рекомендовавшим меня людям. Была пятница, я попросился подумать в выходные, чтобы якобы «после больших раздумий» сказать нет.

— В «Ленинце» же есть отличный главный редактор Виктор Скворцов! — постелил соломку к будущему отказу я.

— А мы его снимем, это не твой вопрос, — сказали мне. — Только Скворцову ты пока об этом не говори.

Как же — «щас, только шнурки поглажу»! В выходные я первым делом нашел домашний телефон Вити Скворцова, с которым был хорошо знаком, и назначив ему встречу во дворе, выложил ему всё про поступившее мне предложение.

— Да ты не беспокойся! — утешил я его, видя, как он закручинился. — В понедельник я от редакторства в «Ленинце» наотрез откажусь...

— Не пойму, чего они от газеты хотят, — после долгого молчания сказал мне Витя. — Мы тут целую программу составили сообща по подъему тиража, все газетные разделы на год расписали. Но послушай: ты не отказывайся. Ведь если они решили из «Ленинца» меня убрать, то уберут и после твоего отказа. Да еще поставят какого-нибудь гада, который газету добьет окончательно! Уж лучше ты, чем кто-то другой...

— Но все подумают, что я тебя «подсидел»...

— А это пусть останется между нами. Ты не говори никому-никому, а особенно ребятам из газеты про наш уговор, ладно? Посмотрим, что выйдет...

Об авторе: Виктор Савельев, главный редактор «Ленинца» — «Молодежной газеты» Башкортостана с 1995-го по 2000-й год.

Видимо, Витя Скворцов питал надежду, что коллектив его отстоит, и не хотел ослабить выступление редакции в его защиту шепотками о нашем союзе. Хотя шанс был слабый.

И я дал ему этот шанс. Когда редакцию собрали и чиновник из местного Кабинета Министров представил меня журналистам как нового главного редактора, я оценил сплоченность их отпора. Все отстаивали Витю, крыли меня ужасными словами, подали даже какую-то петицию, что меня коллектив не приемлет и не хочет! Скворцов, тоже присутствующий при сём, молчал. Молчал о нашей договоренности и я, слушая отповедь взбурдаженного коллектива. «Теплый прием», устроенный мне в тот день редакцией, я не забуду никогда...

Конечно, чиновники, как всегда, продавили свое решение. Они дали выплеснуться журналистскому возмущению, даже позволили напечатать в газете гневное обращение коллектива редакции к своим читателям. Но читатели не помогли. Скворцова сняли с должности главного редактора, утвердив меня.

Откровенно говоря, мне было очень хреново! В полной изоляции я сидел в моем новом — редакторском кабинете: редакция объявила забастовку и отказалась выпускать следующие номера газеты. У меня в кабинете было тихо и пусто: даже телефон не звонил. А по коридору в комнатах галдели, спорили и даже, выпивая, пели песни — напоминавшие мне «Врагу не сдаётся наш гордый «Варяг». Я тысячу раз покаялся, что дал согласие на редакторство по просьбе Вити Скворцова, да и жены, сказавшей: ну пусть у тебя в биографии будет строка, что ты побыл редактором газеты...

«Строка» эта затянулась на пять лет... Я как-то уладил с забастовкой и несогласными, начал выпускать номера газет. Совершенно искренне я хотел выполнить ту программу обновления газеты, что намечал с журналистами Виктор Скворцов. Но неожиданно для себя стал делать совершенно новую свою газету. А с Витей мы тепло обменивались рукопожатиями при мимолетных встречах. Но никогда не говорили про нашу общую тайну, за которую мне пришлось сильно претерпеть... Теперь, когда Виктора Скворцова нет в живых — он умер в 2010-м году, нет смысла что-то таить и скрывать, что мой приход в «Ленинец» был нашей негласной договоренностью. Хотя через столько лет кого это интересует?

От прежнего «Ленинца» мало чего оставалось...



На фотографии, сделанной за девять лет до моего прихода в газету «Ленинец» — 7 сентября 1986 года, редакция газеты того времени с редактором Маратом Абузаровым. Именно эта команда журналистов сделала рекордным для Башкирии тираж издания: 180 тысяч экземпляров (по данным 1987 года).

Что и говорить, легендарной была биография у молодежной газеты, выходявшей под названием «Ленинец» с 1951 года. В эпоху всеобщих запретов она единственная поднимала запретные темы, была островком свободомыслия — за что не раз бывала бита и теряла редакторов.

Из молодежного «Ленинца» брали кадры во «взрослую» прессу Башкирии, отсюда вышли собкор ИТАР ТАСС Рауль Тухватуллин и собкор «Комсомольской правды» Гузель Агешева, поэты Газим Шафиков и Стас Шалухин, писатель Михаил Чванов, ставшие профессорами Валерий Пугачев, Ромэн Назиров и Владимир Тулупов. А уж созвездие звонких журналистских имен заняло бы полкниги: братья Марсель и Мадриль Гафуровы, Эльза Хорева, Виктор Шмаков, Дмитрий Ефремов, Алик Шакиров, Владислав Колокольников, Евгений Асабин, Петр Тряскин, Галина Карпусь, Юрий Коваль, Иосиф Гальперин, Лилия Перцева — да половина состава «Вечерней Уфы» и газеты «Советская Башкирия» были «родом из «Ленинца», кузницы журналистских кадров.

...К моему приходу в легендарную «молодежку» я никого не застал из тех прежних «зубров». Только два человека с фотографии 1986 года еще работали в «Ленинце» — это верстальщик Сергей Чудаков да Ямилъ Бурангулов.

Распад СССР и годы финансовых неурядиц обескровили «Ленинец». В 1994 году был отпечатан орган обкома ВЛКСМ, потерявший читателя и кадры, «взял на кошт» Кабинет Министров Башкирии, став учредителем газеты.

В 1995 году я, новый редактор «Ленинца», был похож на тренера, которому досталась прославленная футбольная команда с ушедшими форвардами и былыми лавровыми венками.

Конечно, опорой был бесменный фотокорреспондент Равиль Гареев, верный газете свыше сорока лет, но в основном на поле уже играл новый состав «Ленинца» из выросшей молодежи, не сумевший в изменившихся условиях удержать аудиторию и общественную значимость публикаций 80-х годов.

Но профессионализм команды — дело живое. Мои «Декларации главреда» — это не мемуары, а публикации в республиканской «Молодежной газете» тех лет. Плюс отдельные воспоминания об этом пути. Пути долгом и нелегком, с ошибками и неудачами, с разбитыми в кровь коленками «капитана»... Возможно, я был пристрастен и рубил с плеча, за что прошу меня простить. Но ситуация с газетой требовала решительности.

Я так и не сдал удостоверения «Ленинца»...

Вот парадокс: все вокруг — чуть не со слезой — твердят, что вышли из «Ленинца». Я же, ни сном ни духом не имевший к «Ленинцу» отношения, напротив, вошел туда, когда другие начинают строчить мемуары. Помню, в первый же месяц после назначения меня редактором весной 95-го, мои новые подчиненные — лет этак на 15 с гаком моложе меня — с хитрецей предложили мне сводить «народ» в одно ПТУ для пропаганды потерявшей тираж газеты.

Дела с тиражом и в самом деле были хреновые. Я вышел из Дома печати на улицу и собрал желающих агитировать. Поддерживать «Ленинец» собрался самый пестрый люд: какие-то волосатые гитаристы, девки в коротких юбках, непризнанные поэты, «металлисты». Оглядев столь необычную «группу поддержки», сильно впечатлявшую прохожих, я поправил мой чиновничий галстук и со вздохом двинулся с ней — завоевывать читателя в первом на моем редакторском пути ПТУ. В этот момент я отчетливо понял, что отныне буду жить по каким-то иным законам, нежели в благопристойной прессе, откуда пришел, — и сам начну диктовать законы, чтобы корабль «Ленинца», пострадавший от перестроечных бурь, вновь выплыл на прежний фарватер читательского интереса...

Как в угаре пролетел год, газета перестраивалась. 29 января 1996 года «Ленинец» переименовали в респу-



бликанскую «Молодежную газету» — едва ли в эйфории, расписываясь под новым заглавием в номере за 3 февраля, мы осознавали, что теряем какую-то частичку своей души.

Уходила в историю целая эпоха — с ее легендарными редакторами Ремелем Дашкиным, Марселем Гафуровым, Маратом Абузаровым, которому «поломали» судьбу за принципиальность газеты, ее талантливыми и честными журналистами, классиками пера, «тусарами» и героями журналистских легенд. Новым ребятам-журналистам придется приходиться уже не в «Ленинец», а в «Молодежку».

Но я так и не пошел в высокий белый дом менять выданное мне старое удостоверение главного редактора «Ленинца», потому что такого удостоверения уже не выпишут никому. Волей случая я замкнул цепочку и стал последним редактором газеты, о которой еще долго будут слагать легенды, последним редактором «Ленинца»...

Но волею судеб я оказался и первым редактором новой «Молодежки» — и если газету-правопреемницу, как нашу песню, не задушат, не убьют, то это, возможно, тоже будет эпоха в башкирской журналистике. И еще скажу — я не сдам, не хочу сдавать, кроме своего старого удостоверения, и всех тех традиций легендарной газеты, дух которой до сих пор жив в прокуренных кабинетах редакции. Я хочу, чтобы молодые репортеры, только начинающие в «Молодежке» свой путь, не остались без корней и тоже могли бы с гордостью сказать:

— Мы выросли из «Ленинца». Мы прошли его школу...

«Да кто ж её купит, эту газету?..»

На снимке из личного архива автора — не просящие подаяние бомжи, а журналисты газеты, которые зазывают прохожих в подземном переходе купить субботний номер газеты «Ленинец» за 10 июня 1995 года.

Сейчас эта древняя история может вызвать улыбку. Но в ту пору автору сих строк — принявшему «разваленный колхоз», то бишь потерявшую читателя республиканскую молодежную газету, — было не до смеха! От тиража, которой к концу 80-х годов прошлого века достигал 160–170 тысяч экз., оставались «рожки да ножки»: 5–6 тысяч экземпляров, да и те порой не раскупались в киосках...

Злодейская мысль послать газетчиков денек потртовать своей газетой была оглашена мной, новым главным редактором «Ленинца», на одной из планерок:

— В эту субботу все пишущие выйдут на улицы продавать вышедший номер газеты, я заказал для этого лишние 600 экземпляров\...

— До кто ж ее купит?! — тихо охнул кто-то из притихших журналистов.

— А почему мы тогда делаем газету, которая не нужна читателям? — сделал удивленное лицо я. — Вот на улице вы, ребята, от людей и узнайте, что им нравится — а что нет; и почему газету слабо покупают!

С планерки журналисты «молодежки» расходились ворча. Но в субботу «пошли в народ» с газетами в руках — как те мальчишки-торговцы газетами в старых фильмах! Зазывали прохожих, дурачились и бренчали

на гитаре. Редакционный фотограф Равиль Гареев после этой уличной акции и подарил мне публикуемый в книге снимок...

Потом было много чего! Я бил на неожиданность и вывод из рутины, которая опутывала «Ленинец», как слизь! Однажды мне по великому благу достали дефицитную по тем временам бутылку дорогого шампанского, красивую, с бархатным покрытием поверх стекла.

На следующей планерке я торжественно поставил красавицу бутылку на тумбочку возле стола:

— Объявляю розыгрыш! Это шампанское получит тот из вас, кто за эти выходные, к следующей планерке, придумает самое большое количество интересных тем для публикаций в «Ленинце». Где возьмете: из рекламы, из головы или других газет — неважно: нам важны идеи!

В понедельник с утра, поглядывая на королевскую бутылку шампанского, вся планерка сидела со списками. Я вел почти аукцион, разве что деревянным молотком не стучал по столу, выпрашивая:

— Ты сколько тем придумал?

— Восемь.

— А ты?

— Тридцать семь!

— Ого! Кто больше?

Дискуссию закрыл журналист Сережа Петров, подавший список из двухсот разных тем, уложивших на лопатки всех конкурентов. С планерки раскрасневшийся Петров унес под завистливые взгляды эту «бархатную» бутылку шампанского...

А я сидел в кабинете и грыз ручку: чем еще расшевелить застоявшийся коллектив? Ведь не кнут и не пря-



ник не могли так мобилизовать журналистов, как игра командой и настоящее дело...

Вот так, постепенно, я «раскатывал» уснувшую газету, и потихоньку она задышала жизнью и стала завоевывать читателя. Но это был долгий путь, о котором я когда-то, может быть, расскажу отдельно.

Я не ездил на работу на служебной машине

Когда редакторство в «Молодежной газете» свалилось мне на голову, то мне досталась состоявшая на балансе издательства редакторская машина «Волга». Я никогда не видел редакторов, которые бы в той или иной степени не использовали «казенную» машину в личных целях. А уж ездить «боссу» на работу и с работы на «персональном» авто — это вообще никогда и никем не осуждалось!

Но наш редакционный водитель Олег Кудояров жил в двух кварталах от меня! Мысль, что ему придется на полтора часа раньше ехать в издательский

гараж, чтобы подать мне машину к подъезду, сразу определила мой выбор: обойдусь и общественным транспортом, как обычный журналист!

Редактором газеты я был пять лет. И каждое утро два десятка главных редакторов и начальников подкатывали к уфимскому Дому печати на редакционных авто, а вечерами на них же уезжали домой, откинувшись на подушки...

А я был единственным, кто, возглавляя республиканскую газету, по утрам и вечерам упрямо шел на автобус или трамвай. Исключения, конечно, были: когда я с температурой ездил в редакцию и просил водителя забрать меня из дому. Или отвез в больницу маму, разбитую радикулитом... Но эти исключения не меняли правила: не превращать «редакторскую» машину в личную. Едва ли кто, кроме шоферов из гаража, знал, что водитель не заезжает за мной по утрам. Но для меня это входило в понятие жизни без привилегий.

Автор книги

Вечно молодой Равиль

С благодарностью даю фотографию Равиля Мамлеевича Гареева — бессменного фотокора газеты на протяжении 45-ти лет! Вот он (слева на фото) в День печати рядом с Рашидой Султановой из Кабмина РБ и стоящим справа министром печати Башкирии Галимом Хисамовым. Равиля знала вся Уфа и республика. Для нас он был связующим звеном между «Ленинцем» комсомольских времен и правопреемницей — «Молодежной газетой». Среди молодых журналистов ты был самой молодой душой, Равиль! Спасибо тебе за дружбу и поддержку наших дел! Мы будем помнить тебя, Равиль Мамлеевич, ты был совестью и опорой газеты, ее легендой!



Я лейтенант газетного фронта

Наверное, заголовок надо пояснить. Я из военной семьи — отец мой, Савельев Алексей Михайлович, мальчишкой после коротких офицерских курсов в 1942 году попал под Сталинград. Там цепь новобранцев запаниковала под огнем и побежала с поля боя.

— Остались лишь мы, молоденькие лейтенантки, — рассказывал он. — Расстреляли в немцев обоймы

пистолетов — и стали уходить к своим. За мной погнался здоровенный немец с винтовкой наперевес — он меня мог бы сразу застрелить. Но задумал взять в плен. Будь у меня в пистолете хоть патрон, я бы подпустил ближе немца и застрелил. Я бегу от него, а руки висят, как плети, — не помогают бежать. А я худенький мальчишка, меня бы бугай скрутил! Так мы влетели в наш окоп — там фриц ударил штыком загородившего путь старшину. Я крикнул: «Это немец! Чего смотрите!» Его застрелили. С того дня войны у меня руки дрожат...

Медали у отца были «За отвагу», «За взятие Берлина», орден, бесстрашный он был сапер.

А меня судьба занесла в лейтенанты как офицера запаса после срочной службы в Советской Армии. Но реально поносить армейские погоны лейтенанта мне довелось лишь один день: когда военкомат призвал на сборы. На этих учениях мы, офицеры запаса, должны были навести понтонный мост через местную речку. К вечеру, подогнав выданную армейскую форму и навинтив звездочки на полевые погоны, мы послали гонца в деревню за вином.

И началось фанфаронство под тихими ясными звездами на берегу вечерней реки:

— Господа офицеры! Все пьют стоя, подняв локоть к эполетам!

Наутро после этой лейтенантской вечеринки, когда мы стояли в строю и слушали «боевую задачу» по возведению моста, приехал и возник перед командирами паренек в штатском:

— Меня прислали заменить журналиста Савельева! Его редакция просила со сборов отпустить, поскольку он в газете больше нужен...

Я снял тогда гимнастерку с лейтенантскими погонами и отдал заменившему меня парню в штатском. И больше погон никогда не надевал...

Но на газетном фронте, где я начинал как рядовой корреспондент, я потом стал как минимум лейтенан-

том: опытным журналистом, редактором хоть небольших, но очень кусачих газет. Мой «взвод» никогда не был большим, но на своем участке «фронта» мы всегда удерживали рубежи и не гнулись, когда на нас наседали...

Хорошо помню номер республиканской «Молодежной газеты» (где я был главным редактором), когда мы напечатали статью «Уфа — город контрастов» к помпезному юбилею города. Помпезность мы не любили, поэтому решили вместо труб и фанфар поговорить о социальных проблемах.

— Помните, в фильме «Бриллиантовая рука» было объявление «Нью-Йорк — город контрастов»? — спросил меня мой лучший репортер Тимур Хабибуллин. — Можете ли найти нам эту цитату для репортажа, что мы придумали с Равилем Гареевым?

Я внутренне улыбнулся: Равилю Мамлеевичу Гарееву — фотокорреспонденту «Молодежки» (бывшего «Ленинца») с седой косичкой и замечательно юным характером — было 65 лет, а Тимур — за двадцать! Но два сапога пара: удумали пойти в городские трущобы на склоне реки Белой, с ветхими домиками и отсутствием удобств — а затем для контраста сходить к богатеньким в их дома-хоромы. В те годы, после былой советской уравниловки, неравенство особенно бросалось в глаза — и каждая публикация на тему «дворцов и хижин» еще была «бомбой»!

...В назначенный срок сдачи статей в номер «два сапога пара» стояли передо мной и положили на стол свой «почти гарлемский» репортаж. Равиль Гареев отснял городские трущобы у реки, называемые Архирейкой, а Тимур талантливо рассказал и о нищете домов-развалюх — и о чудесной жизни богатого элитного дома, куда журналистов пустили по недоразумению.

Я читал текст: действительно два мира! Особенно впечатляла концовка репортажа с «вердиктом» по элитному дому:

«А напоследок мы поднялись на последний этаж дома, глянули окрест с лоджи — лепота! Чернеют на солнце тонированные стекла банковских офисов. Взгляд скользит по горизонту, но... Архирейки отсюда не видно».

— Отлично поработали, друзья! — сказала я, дочитав репортаж. — Будет «гвоздь номера».

— А вы знаете, что это за дом? — помялись «два сапога пара» и назвали адрес. Да, это был особый дом республиканской элиты, где жили руководители из мэрии Уфы, высокопоставленные лица из Кабинета министров Башкортостана, учредителя нашей газеты...

— А другой дом без начальства, просто с богачами, вы вставить в текст не могли бы вместо этого? — задумчиво спросил я ребят, предвидя, что ждет нас после публикации материала...

— Нет, другого дома уже не успеем найти! — сказал Тимур, а Равиль Гареев тряхнул в знак согласия своей седой косичкой.

— Ну, и черт с ним! — подписывая материал в печать, согласился я. В конце концов, на войне как на войне. Ведь сколько раз на моей памяти трусливые редактора губили «кусачие» статьи, в том числе мои! Я сам 20 лет работал под редактором, вечно дрожавшим

за свою шкуру, — после чего дал себе зарок не бить по рукам корреспондентов за смелость и инициативу.

...Скандал потом, конечно, был жутчайший — газетный номер и помимо рассказа об элитном доме, откуда бед Архирейки не видать, изобиловал отнюдь не юбилейными статьями. Но материал «Уфа — город контрастов» был из тех, которые наверху не прощают. Тут же, на юбилейном мероприятии, меня отвел в сторону для «беседы» один из чиновников.

— Ты, наверное, сам не читал этот текст, подписывая газету? — хмуро сказал он мне, давая понять, что оставляет мне лазейку для спасения: мол, «не досмотрел...»

О, сколько раз я видел этот подлый ход, когда прощтрафившийся в глазах начальства редактор, что называется, «сдавал» журналиста — валил всю вину за статью на корреспондента и замов, увольнял «виновных», дабы самому усидеть в кресле...

— Нет, текст я читал, — спокойно ответил я.

— И ты в самом деле видел, что в этой статье, еще до публикации?! — почти вскричал этот чин. — Как же ты пустил ее в печать?!

— А разве по фактам там что-то неправильно? — возразил я так, как будто расстреливал последние патроны из фронтowego пистолета «ТТ».

— В таком случае будем делать выводы, — сурово поджатые губы заведующего чем-то там наверху не учили хорошему. — Но знай, что я доложу...

Ну, что ж! Гусары — то бишь офицеры — пьют стоя, подняв локоть к эполетам...

Я и после скандала с «гарлемским репортажем» залетал в подобные ситуации до того, как меня выперли из главных редакторов газеты. Как доверительно сказал мне при этом тогдашний министр печати Башкортостана: «Мне велели тебя остановить любой ценой!»

Но я не «сдал» ни одного журналиста, пишущего рискованные статьи. В конце концов, моя команда, мои газетные корреспонденты — это мой взвод. И лейтенант не имеет права быть трусом!

Газету из застоя подняли молодые журналисты

Реактивную авиацию сделали молодые лейтенанты, — говорил нам в Казани командир учебного взвода, молодой технар в чине капитана. И мы, призванные в армию курсанты, слушали его рассказы, как на заре реактивной авиации на испытание новой техники собирали всех летчиков-асов, вытворивших в воздушных боях с немцами чудеса пилотажа во время Великой Отечественной войны...

— Только никто из них не сумел летать на реактивной технике, — рассказывал капитан, служивший тогда в испытательном авиаполку. — Мешали навыки и мышление в мерках «поршневого машин». Дело пошло, лишь когда к нам с училищ пришли новоиспеченные молодые летчики-лейтенанты без опыта «винтовой авиации». Именно эти молодые ребята, не имевшие за плечами «груза» прежних представлений, и подняли реактивную авиацию...

...Эти мысли тревожили меня и раньше. Мы, редакция бывшего «Ленинца», сидели на восьмом этаже

уфимского Дома печати, на этажах под нами находились редакции, редакции — газет, журналов. Только взять из них было некого! Все прикипели к старым стульям, все много лет топтали одну и ту же колею...

Размышления прервал зав нашим отделом экономики Виталий Чемляков, ворвавшийся в мой редакционный кабинет с газетой «Известия» в руках:

— Смотри, Виктор, «Известия» объявления дали, что ищут корреспондентов в штат редакции!

Я смотрел на «Известия» и глазам не верил — центральная легендарная газета искала журналистов по объявлению, совсем как ищут водителей, пекарей или уборщиц.

— А не дать ли и нам объявление о наборе журналистов? — развивал свою мысль Чемляков. — Видишь же, какие у нас кадры застоявшиеся...

Вот так редакция бывшего «Ленинца», переименованного в «Молодежную газету», сделала ставку на новичков. Образно говоря, на «молодых летчиков» без «груза прежней журналистики» за плечами.

Готовя книгу, я отыскал в подшивках газеты объявление, которое мы тогда дали. Вот оно:

**ХОТИТЕ РАБОТАТЬ В РЕСПУБЛИКАНСКОЙ
"МОЛОДЕЖНОЙ ГАЗЕТЕ"?**

М

Редакция газеты намерена пополнить свои ряды корреспондентами и репортерами.
Есть серьезные предложения для тех, кто знает верстку, работу секретариата.
У КАЖДОГО ИЗ ВАС ЕСТЬ ШАНС! ЗВОНИТЕ И ПРИХОДИТЕ.

Телефон редактора 23-35-81. Адрес: г. Уфа-79, ул. 50-летия Октября, 13, Дом печати, 8-й этаж, каб. 819.

И молодой народ с улицы к нам повалил. Все хотели стать корреспондентами. Требование к приходящим ребятам и девушкам у меня было одно:

— Вот ты, Ваня, говоришь, что хочешь в журналисты и готов выполнить любое задание редакции. Так вот даю тебе первое из них: иди за дверь и не возвращайся без написанного на интересную тему материала!

— Так где ж я его возьму-то?!!

— А если, Ваня, ты не сумеешь сам найти тему, то нечего тебе в редакции делать. Дерзай! Принесешь оригинальный текст — возьмем в газету...

Ясно было, что такой холодный душ отрезвлял энтузиастов: большинство ломившихся в мой редакторский кабинет «кандидатов в журналисты» после него пропадало навсегда. Но начались первые находки!

Вот я собираюсь уехать из редакции на важную встречу, уже надел куртку, нахлобучиваю шапку — как вдруг в дверях очередная молодая «кандидатка»:

— Ой, я, наверное, опоздала по объявлению и вы всех набрали! А я вот даже текст готовый написала...

Досадливо поморщившись и посмотрев на часы («Опаздываю!»), я беру рукописные листы, чтобы «по диагонали» быстро просмотреть их и вынести вердикт. По уже первые строки цепляют. Девочка, а верней — молодая женщина, рассказывала, как в очереди к молочному киоску ей пришла в голову мысль открыть свой собственный частный киоск. Тут были яркие детали: ледяной пронизывающий ветер с реки, подохший и несвежий сыр у торговки, скорбно желте-

ющий вздутый пакет какого-то молочного продукта на витрине... У посетительницы явно был зоркий глаз, а может быть, и литературный талант...

Была зима. Внизу под газами ждал автомобиль, чтобы отвези меня. Я снял шапку, а затем и куртку, погрузившись в рукопись. Позвонил по телефону, отменил встречу. И час посидел с кандидаткой в нашу редакцию, разговаривая о работе журналиста...

Вот так, отбирая лучших, мы обросли новой командой молодых газетчиков. Пришел в редакцию очень талантливый Тимур Хабибуллин, которому предстояло стать настоящей звездой (говоря это без кавычек) в журналистике Башкирии. Пришла Эльвира Рахматуллина. Пришли Света Богатырева и Оксана Бирюкова, на которую возлагалось столько надежд... Пришли многие из тех, кто стали авторами газеты и ее опорой — уж простите, что не назову всех тех, кого люблю и помню...

Поначалу они мало чего умели. Но как горели у них глаза! Как им хотелось работать!

Вот едем мы на редакционной машине «Волга» с молодой журналисткой, недавно принятой в штат. Водитель в отпуске, я за рулем за шофера и за наставника в этой поездке. Проезжаем по трассе мимо «мертвого города» — поселка Старая Александровка, из которого жителей выселили как из экологически опасной зоны близ нефтяных заводов.

— А ведь там кто-то еще живет, — говорю я. — Вот ведь тема для газеты: никто из журналистов в эти мертвые дома не заглядывал...

— Виктор Алексеевич! — кричит мне моя спутница. — Давайте туда заедем! Я бы, знаете, как об этом всё написала!

Я хмыкаю: зацепило! И верчу руль «Волги» к «мертвому городу». Там что-то подобное «зоне» в фильме А. Тарковского «Сталкер»: в иных брошенных домах занавески и признаки жизни, попадаются и пропадающие какие-то фигуры, есть вывески складов, проворно занявших пустующие квадратные метры, какие-то огородики. Запираем машину и идем в это «чрево». Я за охрану и телохранителя, чтобы девочку в этом заброшенном месте не изнасиловали бомжи, я же за фотографа; моя журналистка ловит кого-то среди грядок изъеденными кислотным дождями растений, бесстрашно идет вглубь кварталов, в жуткие своей пустотой дома... И потом в номере «Молодежной газеты» читатель уже видит целый газетный разворот с очерком про «зону» и моим подспорьем — фотографиями...

Вот так мы натаскивали молодых. Я организовывал для них то встречу с собственным корреспондентом «Комсомольской правды» по Башкирии Гузелью Агишевой, рассказывавшей начинающим о журналистской практике легендарной «Комсомолки»; то опытный и много писавший о прокладке трубопроводов в Сибири Виталий Чемляков учил искусству «говорящей» детали:

— А вот какое наблюдение сделал журналист в репортаже с трассы газопровода: у тракторов при работе среди болот сняты дверцы, а то и крыша кабины. А это затем, что если трактор провалится в трясины и надо выпрыгивать из тонущей машины, у тракториста не будет секунд на открывание дверей!

Скоро молодая поросль стала, как говорится, наступать на пятки старой гвардии «Ленинца», внося свежую струю в газету и делая ее новое лицо. Через какое-то время все «обучалки» закончились: редакционная молодежь уже превратилась в дружную команду, хорошо писавшую, на 90% самостоятельно искавшую темы и повороты в газетных текстах; она работала как новый «мозговой центр» газеты. Ко мне прибегали лишь с идеями и предложениями: колесницу уже катил не только я с прежним составом, но и эти ребята, моя опора.

Смешно сказать: пришли они как котята, почти сосунки. Но быстро почти каждый из них стал мыслящей личностью, талантливым «пером», звёздочкой!

Именно эти молодые журналисты и сделали ту новую «Молодежную газету», что задышала и подняла тираж в пять раз. А ведь началось всё с объявления о наборе желающих стать газетчиками!

Никто, кроме нас, журналистов, не заступится за человека

Иногда меня спрашивают: «На чем стоят свою политику журналисты „Молодежки“, бывшего „Ленинца“? На скандалах? На поисках „жареного“ и так называемой „чернухе“?»

Я отвечаю на эти вопросы: «Нет и нет!» Не только потому, что времена скандальных разоблачений ушли, — напротив, о многом говорящий скандал или сенсацию мы никогда не скидывали со счета. Но есть одно более верное и точное словечко, определяющее нашу редакционную политику — ЭТО ЭКСКЛЮЗИВ. Иными словами — в нашей «Молодежной газете» вы можете прочесть то, чего вы не встретите в других средствах массовой информации, в выходящей у нас и в Москве прессе...

Вот вбегает ко мне репортер: в одном из районов города ЧП, нетрезвый уголовник натравливал собаку на прохожих, а вмешавшийся в эту «забаву» участковый милиционер выстрелил в пса. Ночью затаивший злобу владелец собаки постучал участковому в квартиру. И когда тот спросонья открыл — то всадил в него очередь из автомата Калашникова. Полдня мы обсуждали, как подать эту информацию: против огласки была прокуратура, следствие. А на утро в других республиканских газетах обнаружили информационное сообщение о происшедшем пресс-службы МВД... «Знаешь, — сказал я нашему репортеру, — то, что написали об этом случае другие, читателям „Молодежки“ не нужно! Иди — и не возвращайся без нашего ЭКСКЛЮЗИВНОГО МАТЕРИАЛА...»

Журналист ушел — и, надо сказать, дело сделал. И в следующем номере мы напечатали то, о чем не знал и не напечатал никто другой: о том, как «крутой» владелец сперва увез своего смертельно раненного пса в уважаемую больницу — и там за доллары бросили все и положили на стерильный операционный стол собаку этого уголовника. И о том, как после безуспешной операции у дебошира созрел план мести... И это не просто эпизод в нашей журналистской работе, ЭТО ПРИНЦИП. Газета «Ленинец» — ныне выходящая под названием «Молодежная газета» — должна быть осве-

домленной всех...

Это нелегко — ведь мы живем в совсем другом мире, нежели раньше, но по многим местным газетам это незаметно. Те же «передовицы», что и 20 лет назад, тот же официоз, отчеты, презентации, дежурные рапорты об успехах — и никто не хочет лезть в глубины жизни, открывать читателю глаза на то, что его обманывают на каждом шагу, оглушают рекламой и болтовней политиканов, на то, какие процессы происходят, к примеру, на рынке, в молодежной среде, какие опасные секты прибирают к рукам школьников, студентов...

За многими материалами «Молодежки» — целые журналистские расследования. Расследования на свой страх и риск, порой небезопасные, большое желание докопаться до СУТИ явлений, дать читателю доходчивую и убедительную информацию. Я помню, как одна женщина в больнице в Черкассах вынула из-под подушки номер «Молодежной газеты»: «Вот здесь вы написали всю правду о ломбардах. Я этот номер теперь хранить буду — чтобы меня в случае чего не обманули...»

«Молодежная газета» идет своей дорогой поиска истины и поиска своей информации — дорогой нелегкой, даже неблагодарной, ибо куда легче продаться за рекламу, петь чужие и неопасные песни, подстраиваться под того, у кого сила и деньги... Но нельзя ни продаваться, ни подстраиваться, ибо, по нашему глубокому убеждению, газета должна стоять за простого человека, за бабушку с жалкой пенсией и пацана с улицы, за которых никто — кроме нас, во всем виноватых журналистов, — в этой жизни не заступится. И пускай у наших молодых репортеров еще далеко не все получается, пускай «Молодежка» пока не хватает звезд с неба — у нее большое будущее.

Мы не прощаемся, читатель...

В «Молодежной газете» перемены — мы остались без живой легенды нашей газеты фотокорреспондента Равиля Гареева, служившего ей 45 лет, и главного редактора Виктора Савельева. Сегодня они берут как бы последнее слово.

В эти весенние дни я решил расстаться с газетой, друзьями, коллегами, с читателем... с которыми жил, трудился, мечтал, смотрел им в глаза, черпал от них вдохновение, не жалея сил, отдавал себя любимой работе — сорок пять лет гонялся по земле ради нескольких строк — добывая редкие фотокадры... Позади сотни тысяч километров разухабистых дорог, Полярный круг, жгучие барханы Кара-Кума, пройденные пути от Бреста до Камчатки, тысячи миль по морям и океанам, сотни часов полета на различных видах воздушного транспорта — все позади!

И все же, думается, я ушел не совсем. Я еще смогу сделать для вечно любимой «Молодежной газеты» — «Ленинца» много хорошего.

*Равиль Гареев,
вечный корреспондент «Молодежки».*

Дорогой читатель! Мне пришло время прощаться — 17 апреля издан приказ о замене редактора в «Молодежной газете». Не будем сейчас обсуждать, справедливый или нет. Годы моей работы редактором «Молодежки» — «Ленинца» были пятью счастливыми годами, хотя пришлось поработать. Я принял в 1995 году почти упавшую газету с остатками тиража в 6 тысяч экземпляров, а оставляю ее популярным 30-тысячным изданием. Газета обрела нынешнее лицо, полюбилась вам. Выросло новое поколение журналистов — с самобытным голосом, дерзким пером, болью за простого человека.

Мне не стыдно ни за одну строку наших ребят, под которой я ставил редакторскую подпись. Спасибо всем, кто помогал делать такую газету. Спасибо читателям, что поддерживали и любили ее.

Знакомый журналист прошлых лет как-то сказал, когда его вызвали в обком партии: «Газетчику нечего терять. Моя карьера — авторучка, сунул ее в карман — и пошел...» И все же жаль коллектив и газету, жаль не сделанных дел, возможностей. Но прав мой коллега Равиль Гареев — мы никогда не уходим. И всегда возвращаемся всем ветрам назло...

Ниже — кое-какие доки

О переименовании республиканской молодежной газеты «Ленинец»

Постановление Кабинета Министров РБ от 29.01.96 N34

Документ по состоянию на январь 2016 года

С целью расширения читательской аудитории и с учетом мнения подписчиков республиканской молодежной газеты, издающейся на русском языке, Кабинет Министров Республики Башкортостан постановляет:

1. Переименовать республиканскую молодежную газету «Ленинец» в «Молодежную газету». Считать редакцию «Молодежной газеты» правопреемником имущественных и иных прав и обязанностей редакции газеты «Ленинец».

2. Министерству печати и массовой информации Республики Башкортостан:

- внести соответствующие изменения в учредительные документы издания;

— произвести перерегистрацию газеты.

Премьер — министр Республики Башкортостан Р. С. БАКИЕВ

Зам. Управляющего Делами Кабинета Министров Республики Башкортостан А. В. ГРИГОРЬЕВ

Справочник Дома печати 1984 года

		1	2	3	4
РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ «ЛЕНИНСЬ» — «ЛЕНИНЕЦ»					
Кол.		Телефоны			
		служебный и внутренний		домашний	
1	2	3	4	5	6
815	Корреспондент АГИШЕВА Гузель Исаевна	22-83-84	3-96	22-38-33	
810	Корреспондент ЕНИКЕЕВ Абрар Марсович	23-36-91	3-93	20-22-88	
ОТДЕЛ РАБОЧЕЙ МОЛОДЕЖИ					
808	Зав. отделом ГАЛЬШЕРИН Исиф Давидович	23-35-90	3-95	22-96-53	
808	Корреспондент БОРОВЬЕВ Евгений Анатольевич	23-35-90	3-95		
ОТДЕЛ СЕЛЬСКОЙ МОЛОДЕЖИ					
807	Зав. отделом	22-90-61	3-89		
807	Корреспондент МАМАЕВ Александр Вячеславович	22-90-61	3-89		
ОТДЕЛ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ					
809	Зав. отделом КАРИСЫ Газина Ниятчиша	22-35-71	3-92		
809	Корреспондент ЧЕБИКОВА Марина Анатольевна	22-35-71	3-92	24-27-94	

		1	2	3	4
ОТДЕЛ ПИСЕМ					
511	Зав. отделом КАРАБАТОВА Антонина Ивановна	22-52-21	3-94		
ОТДЕЛ СПОРТА И ОБОРОННО-МАССОВОЙ РАБОТЫ					
610	Зав. отделом ШАКИРОВ Фазрит Назифович	23-36-91	3-93		
604	Переводчик	22-56-45	3-86		
606	Башкирская корректорская	3-87			
616	Русская корректорская	3-88			
612	Машбиро Выпускающий	3-91	4-80		

		1	2	3	4
РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ «БАШКОРТОСТАН ПИОНЕРЕ»					
Кол.		Телефоны			
		служебный и внутренний		домашний	
1	2	3	4	5	6
903	Редактор АЛИБАЕВ Сафир Афтахович	23-36-64	4-76	24-91-94	
501	Приемная	23-36-64	4-75		
902	Отп. секретарь ЯНБЕКОВ Равиль Ахметович	22-83-85	4-73		
ОТДЕЛ ШКОЛ И ПИОНЕРСКОЙ ЖИЗНИ					
904	Зав. отделом ТАГИРОВА Аюса Абдуловна	22-33-03	4-74		
	Корреспондент КИЛЬДИНА Дяна Хуснуллаевна	22-33-03	4-74		
	Корреспондент ЮЛДАШЕВА Тамара Инбуловна	22-33-03	4-74		



Воронежская Школа межэтнической журналистики: семь лет региональному отделению проекта

В ноябре 2023 года на факультете журналистики ВГУ завершила свою работу Школа межэтнической журналистики. Она стала уже седьмой. 15 студентов из Воронежа и Липецка успешно окончили курс и получили сертификаты об обучении.

В этом году, как и в 2022 году, Школа работала в гибридном формате: слушатели из Воронежа учились аудиторно, другие же могли присоединиться к ним онлайн. Это новшество федерального проекта Школы, который теперь существует в масштабах всей страны: в каждом из федеральных округов действуют минимум два отделения, они являются базовыми и проводят занятия в том числе удаленно.

Однако вместе с введением новаций Школа межэтнической журналистики хранит и традиции. В программе курса — лекции, встречи с экспертами в сфере журналистики и межнациональных отношений, экскурсии по этнокультурным объектам города и видеоконференции с коллегами из других регионов. Но самое главное — это практика. Все время обучения студенты готовят материалы и публикуют их в региональных СМИ и на собственной странице федерального сайта «Национальный акцент». Так, в 2023 году слушатели воронежской ШМЖ опубликовали более 50 работ, 11 новостей и пять постов в социальных сетях, а также открыли собственный телеграмм-канал, где представляли свои материалы и новости о жизни школы.

Уже подтверждено и качество работы Школы. Ее выпускники разных лет завоевали уже более 50 мест на различных конкурсах — всероссийских и международных, студенческих и профессиональных. Среди них — «Вызов XXI век», «Планета медиа», «Патриот России», «Контекст» и многие другие. Дважды студенты Школы становились победителями конкурса «СМИротворец» — Всероссийского конкурса средств массовой информации «СМИротворец» на лучшее освещение вопросов межнациональных и этноконфессиональных отношений. В 2017 году лучшими были признаны работы Анастасии Каргавцевой, посвященные культуре народов Южной Сибири, а в 2018 году — работа Анны Березовской «Ти лили олей у бульбу?», или с ардонского на русский».

Представляем вам подборку материалов Школы межэтнической журналистики разных лет. Еще больше материалов — на региональной странице проекта на сайте «Национальный акцент».

Мария Андреева, старший преподаватель факультета журналистики ВГУ, куратор-наставник воронежской Школы межэтнической журналистики

В древней хакасской деревне

Степи, горы, леса. По бескрайним просторам ходят стада коров и лошадей. Июньское солнце согревает землю. На высоком голубом небе — редкие облака. Хищные птицы рассекают эту синеву своими крыльями. И все это можно назвать одним лишь словом — «Хакасия».

25 молодых блогеров, журналистов, специалистов по межнациональным отношениям и туризму прибыли в Этнографическую экспедицию по Сибири. Основная цель — познакомиться самим и познакомить свою аудиторию с представителями коренных народов этого региона. И вот, чтобы полностью погрузиться в бытовую обстановку древних хакасов, они отправились в деревню Казановка.

Автобус останавливается около живописнейшего места. Здесь стоят береза и лиственница, нижние ветки которых сплошь покрыты разноцветными ленточками. Экскурсовод Леонид Еремин рассказывает об обряде «повязывания чалама»:

— В Хакасии есть места, обладающие сильным энергетическим полем. Чаше всего они находятся на перевалах. Здесь обитают горные духи, к которым можно обратиться за помощью. Для этого на деревьях или специально установленных столбах повязывают разноцветные ленточки. Хотите попросить духов о чем-нибудь?

— Да. Но у нас ленточек нет, — замечают туристы.

— А я знал, поэтому подготовился, — с этими словами Леонид Еремин достал из кармана разноцветные ленты. — Только, смотрите, каждая ленточка имеет определенное значение: белый цвет обозначает чистоту помыслов, красный — символ удачи и солнца, синий — цвет неба и счастливой судьбы, а зеленые обычно повязывают шаманы — он символизирует землю и обладает особой силой. Повязывать ленточки нужно особым образом, создавая петлю, чтобы ветки дерева могли расти. Не забудьте загадать желание!

Дальше, возле деревни под названием Казановка экспедицию встречают женщины в хакасских костюмах. В руках у них национальные блюда — талган и айран. Талган — это сладкие шарики из молотых злаков и сливочного масла, айран — кисломолочный продукт, чем-то напоминающий кефир.

Вместе с Леонидом Ереминым участники Экспедиции отправляются на экскурсию к камню «Ах-гас». Это древний менгир, по преданию исцеляющий от всех болезней. Экскурсовод рассказывает нам легенду:

В древние времена в эти места переселялись люди, во главе со старейшинами Иней и Апсах. И вот супруги, прожившие всю жизнь вместе, поссорились из-за того, где ставить поселение. В самом разгаре ссоры

Иней так толкнула Апсах, что тот перелетел через реку Аскиз, опустился на гору и превратился в камень. Иней не вынесла горя и от переживаний тоже окаменела. Чтобы увековечить память своих предков потомки установили на месте их ссоры камень «Ах-тас», что в переводе означает «Белый камень».

Если обойти камень кругом, то можно увидеть, что верхняя его поверхность в точности повторяет рельеф окрестных гор. Смотришь на восток — камень повторяет контуры одной горы, подходишь с другой стороны — видишь то же самое, только гора уже напротив другая. Вот на что были способны древние мастера!

В Казановке есть еще одно интересное место. Здесь лежат камни с древними петроглифами — наскальными рисунками, сделанными рукою древнего человека. Леонид Еремин взял лист бумаги, приложил к камню и потер его пучком травы. На листе стал проявляться силуэт чаши. Но не все петроглифы можно так просто скопировать — многие из них выходят за масштабы листа распространенного формата А4. Например, здесь есть камень с изображением оленихи, кормящей своего детеныша. Древние хакасы занимались охотой, поэтому, изображая свою добычу, они верили, что после смерти душа животного сохраняется и переходит в новорожденного олененка.

Долгие прогулки по окрестностям деревни завершаются. Во время ужина туристам предлагают попробовать национальную хакасскую кухню. Чего здесь только не было: баранина, залитая бульоном, овощной салат, кровяная колбаса, каша из жареной сметаны, черемша и, конечно, талган. Все съесть — невозможно, но попробовать — стоит!

Вечером участники экспедиции удобно устроились в одной из юрт.

Экскурсовод Елена Кыржинакова рассказала:

В древние времена ал (поселение) представляло собой несколько юрт, в каждой из которых жила семья. Один ал населяли только представители одного рода, соответственно, все его жители были родственниками. Юрты в те времена строились без фундамента: просто снимался верхний пласт земли и стелили бересту. Стены юрты изготавливали из лиственницы, а затем из сосны. При их строительстве люди не использовали ни одного гвоздя. Крышу покрывали берестой, которую предварительно очень долго варили под закрытыми крышками в казанах. Укрепляли ее с помощью длинных жердей и привязывали веревками. В юрте могло быть от шести до четырнадцати углов, чем их было больше — тем богаче считалась семья. А богатство зависело от того, сколько скота она имела. Двери устанавливались строго с восточной стороны. Во-первых, в целях практичности: в этих местах преобладают западные ветра. Во-вторых, предки хакасов почитали культ солнца, вставали по нему и, выходя утром из юрты, обращались со своими просьбами.

В центре юрты всегда стоял очаг, в котором жила богиня огня. После того, как гость входил в юрту он в первую очередь кланялся ей, а после хозяевам. Юрта была строго разделена на две половины: женскую и мужскую. На женской половине находились полки с посудой и разная домашняя утварь, а на муж-

ской — рабочие инструменты и охотничье снаряжение. Кроме того, в юрте были и свои сферы влияния того или иного теса (от хакасского — «корень, сущность, первооснова»), которые служили в первую очередь для защиты определенного пространства от злых духов, а людей — от болезней. Семья обращалась к шаману, который проводил обряд «оживления теса». С тесом советовались, когда ходили на охоту или болел ребенок. В этот момент духи посылали знаки о том, как нужно поступить. Над входом вешался тес в форме медвежьей лапы. Считалось, что если плохой человек войдет в юрту, то он обязательно упадет. В юрте была только одна богато украшенная кровать с войлочным матрасом, на которой спали муж и жена, причем детям запрещалось даже садиться на нее. Сами дети спали на полу вокруг очага.

Древние хакасы вели полукочевой образ жизни. За лето земля нагревалась, на ней ставили юрту и поддерживали тепло с помощью очага до самой весны. После того, как хакасы стали вести оседлый образ жизни, понадобилась другая система отопления. В юртах были установлены небольшие печки. Точно такие же есть сейчас в деревне.

Много интересных традиций у хакасов связано со свадьбой. Нередко молодых девушек похищали из их алов женихи. До замужества у девушки на голове было заплетено множество косичек. Когда невеста приезжала в дом к жениху, жены его старших братьев проводили обряд сестой — расплетали ей все косы и заплетали две. Считалось, что чем туже заплетена коса, тем крепче будет семья. Тем временем отец девушки отправлялся в погоню, и чем больше с ним ехало всадников, тем больше должен заплатить жених за свою избранницу.

После экскурсии туристам выпала возможность пострелять по бутылкам из настоящего лука. Как оказалось в цель попасть не так просто. Если оставить, что древние охотники делали это на ходу, то остается только поражать их мастерству. На утро участники экспедиции отправились на мастер-класс по изготовлению талгана. Никаких особых хитростей в этом нет: нужно добавить молотое зерно в растопленное сливочное масло, по вкусу можно положить сахар, какао или черемуху, а потом сформировать всю эту смесь в небольшие, аккуратные шарики. На основе этого зерна делают каши, иногда просто перемешивают с водой. Такой продукт получается низкокалорийным и очень полезным.

В заключение Леонид Еремин привел туристов к скале, на которой были изображены петроглифы. На этот раз мы сами попробовали перекопировать их с помощью листа бумаги и пучка травы. Минута — и на белой поверхности проявляется силуэт коровы, лося или оленя.

Мы покинули залитую утренним солнцем Казановку. Впереди нас ждал другой музей-заповедник с чайной церемонией, еще одной экскурсией по юрте и каменной женщиной — Хуртуях Тас... Но это уже другая история.

Анастасия Картавецва

«*Ти лили олей у бульбу?»*, или с ардонского на русский

Уникально расположение Брянской области. Одна только она из всех регионов российских граничит одновременно и с Украиной, и с Беларусью. Почти у самой границы расположен Клиновский район. Где среди сотен деревень, поселков и сел расположено между лесов и лугов мое родное село Ардонь.

Живут здесь Хвёдоры, а не Фёдоры, смотрят по телевизору хватбол, жены их Ганны носят кохты, внуки ездят на лисапетах. Если сварятся между собой, то быстро мирятся, если придешь пожалиться — совет дадут дельный. Люди здесь живут простые, потому что работали всю жизнь души прислухаючись, так что гай шумел.

Правда и здесь в последние годы все реже сидят на лавочках старики. Им легче уже стало созвониться по мобильнику, чем идти через полсела к подружке на Войстров или Пятилетку. Но и здесь еще услышишь возле калитки звонкое «Здаровтя, родичи», а в ответ потише «Здаров, пасёстра».

Что значит любое из перечисленных выше слов никому из ардонцев объяснять не нужно: ни молодежи, ни детям. Говорит так, в основном, только старшее поколение. Остальные — стесняются. Хочется ответить им словами известной песни: «Не надо стесняться». Уникальное русско-украинско-белорусское влияние оставило свой яркий след в речи ардонцев. Что скажут они: наполовину поймет белорус, наполовину поймет украинец, и поймет все да еще как в ответ выскажется сосед-ардонец. Об этих необычных, ярких диалектах моего родного села и пойдет речь ниже.

Квасоля против тигулей. Помнится, на 1 курсе в общежитии собрались мы как-то с одноклассниками и стали разговаривать про наши родные города. Рассказывали о достопримечательностях, известных людях, потом стали вспоминать местные словечки. В шутку я спросила тогда у Юли из Мичуринска и Дениса из Невинномысска: «Ну вы ж знаете, что значит бульба, гурок, морква, цыбуля, квасоля?». Логически догадались про моркву-морковь, про картошку-бульбу слышали из телевизора. Квасоля, она же фасоль, лук или цыбуля, а главное, странным образом гурок (читай огурец) так и остались для тамбовчанки и ставропольца секретом.

Проверки повторились на других жителях общаги, помимо гастрономических словечек подключились бытовые. Дима из Липецкой области, проводивший детство на Брянщине, не знал, что такое грубка. Как можно забыть или не знать про еще одну разновидность печки, в голове у меня не укладывалось. Но, когда воронежцы начали звать меня в неведомые тигули и спрашивать, почему я повесила на грядущку кровати так много вещей, гнев сменился на милость.

И я начала записывать по памяти все, какие помню ардонские словечки, а приезжая домой пополняла запасы, слушая разговоры дома и на улице. Через время из многочисленных листочков, заметок и вордов даже появился небольшой словарик.

Ардонь vs всех. Часть слов из своего словарика на прошлой неделе отправила я друзьям и знакомым

из Чебоксар, Пензы, Тольятти, Омска, Ярославля, Краснодара и т.д. Всего более 20 человек из 15 городов и сел разных регионов нашей большой страны и г. Николаев на Украине приняли участие в данном эксперименте. Просила я указать ребят значения слов или при незнании попытаться догадаться, что значат скрылэк, приступки, бурки, вугнавый, гидотный и т.д. Хотелось понять, какие из слов могут оказаться знакомы жителям по всей стране, а какие знают только в Ардони. Для чистоты эксперимента подключила к опросу несколько ребят из г. Клинцы, что в 5 минутах езды от села.

Как у воронежцев позычать стало звать, а у орловчан скрылэк превратился в птичку. Отправленные тексты опросов постепенно возвращались назад, Полупустые, с прочерками, с указанием возможных, по мнению, ребят значениями. Кто-то вспоминал «Бачить, это по-моему смотреть. Папа часто говорил поговорку: бачили очи, шо куповали, тепер ешьте, хоть повылазьте» (Ксения из г. Мелеуз р. Башкортостан; папа из с. Волово Липецкой обл.). Кто-то размышлял логически, но не приходил к правильному ответу. О слове позычать, что означает брать или давать в долг жители Воронежской области и Ярославля предположили: звать, позвать закричать. Возможно, по аналогии со словосочетанием звонкий, зычный голос. Журиться многие указали как ругаться, скорее всего связав его с глагол «журить» (делать выговор, бранить). В Ардони люди журятся, если очень расстраиваются, печалится: «Получил 3 — не журишь, завтра 5 получишь».

Интересным наблюдением стало, что сразу в трех анкетах скрылэк (кусочек чего-либо, чаще так говорят про кусочек яблока или колбасы) превратился в птицу. Птичкой скрылэк посчитали орловчанка Ольга и липчанка Настя. Жительница Тольятти Регина предположила, что скрылэк тоже летает, только это не птица, а бабочка. Выбор можно связать с написанием, отсылающим к слову мотылек и с фонетическим строением слова, где набор глухих и звонких согласных чередуются со звучной гласной Ы и мягкой гласной Е.

Ребята признавались: Мы всем коллективом голову ломали (Елена из Краснодара); Слова очень отличаются. Впервые слышала такие (Ксения из Ярославля); Я все эти слова скорее прочитала, чем где-то услышала. Та же цыбуля — это перевод с украинского, а у меня же оттуда родственники (Маргарита, пгт. Анна Воронежская обл.).

Что значит сокалеть и кто лежит на грубке: самые загадочные ардонские диалекты. Кроме жителей Ардони и соседнего города Клинцы правильные значения ряду слов не смог дать никто.

Сокалеть, или замерзнуть, несколько участников опроса идентифицировали как взрослеть, скучать, остальные пропустили. Грубка (печка, но без лежанки) превратилась и в наждачную бумагу и в то, чем можно шкурить. Вугнавый, человек, который говорит в нос (или из-за болезни — насморка, или из-за проблем с речью) показался респондентам чем-то вогнутым, искривленным. Но больше всего споров вызвало обозначение крепкого, здорового человека. Предполагали, что дебелый значит твердый или холодный; веселый; крупный, толстый. Несколько участников, скорее всего

по схожести со словом *дебильный* обозначили *дебелого* — неумным, а кто-то даже тупым человеком.

Значение прилагательного *гидотный* (ардонцы называют так что-то мерзкое, противное) не угадал никто. Как и что такое *примыльник* (или предбанник, помещение, где вешают вещи, перед входом в саму парилку).

С чем едят цыбулю, сколько помещается в жменью и зачем нужна лисапета, знают почти по всей стране. Были, конечно, слова, которые поддались многим, вне зависимости от места проживания. То, что *цыбуля* — это тот же лук, ответили жители и Краснодара, и Омска. А что *бурак* и свекла — это одно и то же, знают и в Воронежской области, и в Орловской, и в Липецкой. Стальной конь Степана с соседнего хутора, как завуалировал велосипед один из участников опроса, — та же *лисапета*. Так же ответили и воронежцы, и костромчанка, и пензюк, и украинец. Видимо, кататься по просторам любят во всей стране и за рубежом.

Родичи — они же родственники, они же предки, не стали для опрашиваемых сложным словечком.

Жменя — единица измерения, равная размеру ладошки; горсть, щепотка; пригоршня; немного чего-то, например, крупы, которая помещается в ладошку. Столько верных определений написали на это слово участники.

С миру по нитке: диалекты из других городов

С энтузиазмом откликнулись участники опроса на просьбу привести местные диалекты.

«*В Ярославле ноги худой девушки назовут мутовки, а сарай или пристройку к дому кондейкой*», — пишет из негласной столицы Золотого кольца Ксения.

«*Мы не говорим, а шокаем, покупаем не баклажаны, а синенькие, открываем душку и хайло — вместо форточки и рта. Летом собираем гарбузы, а не арбузы, шелковицу, а не тутовник, жердела, а не абрикосы*», — проводит параллели Лена из Краснодара.

«*В моем регионе говорят либо с вкраплениям башкирского: апайка-бабушка (баш. Апай), матурка-красавица, красивая девочка (баш. Матур — красивый) а русских диалектов не используют*», — рассказывает уроженка Мелеуза Ксения.

«*Кстати, у нас тоже слово матурка используют в том же значении. Ну почти. У нас значит больше «молодец, умница», чем «красивая». Еще бабушку называют апай/кукамай в зависимости от того чья (мамы/папы)*», — это уже ответ Насти из Чебоксар — столицы Чувашской республики.

В селе Смаглеевка Воронежской обл. *сирники* — никакие не сырники, как можно подумать, а спички. А огурец называют *огырок*.

В Омской области Вам предложат обуть *гачи*, чтобы не *угваздаться* в грязь. А в Костромской будут говорить, что *вчера* Вы всех *баламутили* неправильными ответами.

Участник опроса из Украинского Николаева привел примеры из суржика — разговорного языка, включающего элементы украинского и русского языков. *ОбижАты* (рус. — обижать, укр. — ображАты); *завЫдувати* (рус. — завидовать, укр. — зАздриты); *брЫться* (рус. — бриться, укр. — голЫться); *повэзЛО* (рус. — повезло, укр. — пощастЬло).

Регина из Самарской области ответила на просьбу поделиться местными словечками так: «В Тольятти, например, диалекты связаны только с названиями районов. Комсомольский называют «Комса» и т. п. Остального не замечала, т. к. общаюсь в основном с молодыми приезжими студентами».

Диалекты: быть или не быть?

Уместно ли сейчас использование молодежью диалектов? Или это попахивает деревенщиной? И является делом старых бабушек? Такие вопросы задала некоторым участникам опроса.

«*Я не знаю, насколько это уместно, но если человек вырос в среде, где они были распространены, он будет говорить так на автопилоте*», — Ксения (Воронеж).

«*Думаю, что сейчас не такая повсеместная тенденция использования в речи диалектов. Они есть, но это случается очень редко. Наверное, молодежь будет использовать какой-то диалектический оборот в тексте или речи, чтобы подчеркнуть какую-нибудь деталь и т. п., но не более*», — Наталья (Ярославль).

«*О диалектах есть такая точка зрения: что их использование удешевляет наш великий и могучий русский язык. По моему мнению, использование диалектов уместно лишь на тематических ярмарках или других подобных мероприятиях. Хотя мне кажется, что через какое-то время может вернуться мода на диалекты. Как возвращается мода на винтажные вещи, эпоху 90-х и так далее*», — Елена (Краснодар).

От автора: диалекты в моей жизни и моя жизнь в диалектах

После переезда из Ардони в Воронеж постоянно исправляли меня одногруппницы. Нет, фрикативного «Г» за мной, в отличие от тех же воронежцев, не водилось, а *лисапету*, *скрыльки*, *гурков* и *родичей* я оставила по месту прописки. Но я говорила *меньше и раньше* (вместо меньше и раньше), *семочки* — а не семечки и не могла понять: а что не так. Следить за смягчением некоторых слов было сложно. Потом я как-то посмотрела интервью президента Беларуси Александра Лукашенко. И у него там тоже и *раньше и меньше*, разве что без *семочек*. В общем, эта моя твердость в некоторых словах стала моей отличительной чертой.

Я этого не стесняюсь. А вот младшая сестра раньше постоянно также исправляла меня: «*Мол, говори красиво, ты ж в городе живешь, что ты как баба старая*». А теперь у нас с ней нет лучше развлечения, чем завести деревенский разговор. Столько улыбок и позитива вызывает это общение.

— *Чаго ты сястра? Прыходь ко мне у гости. У мене бульба ё да курку жарыла учёра.*

— *Не клуматись, сястра, я к табе прыду как вечЕрять начне. Гурков да цыбули прынясу хоть трошки.*

Да, так я не говорю и не буду говорить в университете, на работе, даже в компании друзей. Но там, на своей малой Родине, вместе со старинными монетами, платками из сундука я сохранил этот смешной, добрый, звучный ардонский язык.

Р. С. А вы налили в картошку подсолнечное масло?

Анна Березовская, студентка воронежской Школы межэтнической журналистики.

Розовые очки и готовность к переменам

По данным Воронежстата, в 2019 году миграционный прирост в Воронежской области составил 9690 человек. Это один из самых больших показателей в Центральном федеральном округе. По разным причинам иностранцы покидают родные страны, не зная, что их ждет впереди. Так как же они приживаются на воронежской земле? И кто помогает им адаптироваться?

В посольство — восемь раз. Шербет Бегенджова приехала в Россию из Туркменистана. Ее историю переезда едва ли можно назвать очень трудной, но с некоторыми — самыми характерными — сложностями ей всё же пришлось столкнуться.

— Я приехала учиться из Туркменистана в Воронеж пять лет назад. Сначала мои родители были против, но потом согласились. Первое время было очень трудно, чувствовала себя одиноко, скучала по семье. Но потом освоилась, обзавелась друзьями, нашла молодого человека.

Я не знала русского языка, поэтому год ходила на подфак, где старалась хорошо учиться, участвовать в конкурсах. В общем, всячески развиваться. А уже сейчас я студентка 4 курса факультета ПММ ВГУ.

Конечно, за все это время не обошлось и без проблем. В Туркменистан нельзя приехать без документа, подтверждающего, что я студентка. В этом году мне не удавалось получить это злополучную бумажку целых три месяца. К счастью, мне помог студент из ВГПУ.

Еще бывают проблемы с посольством. В этот раз я ходила туда восемь раз, так как в документах находили ошибки, и мне приходилось всё переписывать заново, — рассказывает Шербет.

Разочарования и поиск ответов. За пределами родины мигранты не остаются без помощи. В Воронеже эту помощь оказывает некоммерческий центр «Искусство жить». Организация не только предоставляет переселенцам всю необходимую информацию, но и курирует их действия, если потребуются. Руководит центром Юлия Никифорова — глава регионального отделения федерации мигрантов России.

По ее наблюдениям, существует два основных типа мигрантов. Первый еще на Родине надевает розовые очки. Им будущее всегда видится только в оптимистичном ключе. В итоге проблемы с оформлением документов и необходимость хождения по инстанциям (обязательный пункт для мигранта на новом месте жительства) становятся неожиданностью. Отсюда — большие разочарования и трудности с адаптацией. К примеру, для некоторых становится открытием, что для получения гражданства РФ нужно сдать экзамен по русскому языку. А кто-то не знает, что имеет право на бесплатную экстренную помощь даже без российского паспорта.

А вот второй тип, представителей которого, к сожалению, значительно меньше, подходит к вопросу более ответственно. Люди изучают законодательство, звонят, задают вопросы в официальной группе «Искусство жить» во «ВКонтакте», в которой, помимо ответов, выкладывается вся необходимая законодательная база.

Учат искусству жить на новой родине. К вопросу адаптации мигрантов и переселенцев «Искусство жить» подходит максимально ответственно. Здесь оказывают информационно-правовую поддержку, помогают с трудоустройством, обучением, получением медицинской помощи. Ведь зачастую у некоторых иностранцев не получается правильно представить себя работодателю самостоятельно, да и со знанием русского языка бывают проблемы.

В центре уделяют внимание социокультурной адаптации. Для этого проводят различные фестивали, экскурсии, спектакли. Случается, что решать приходится и семейные проблемы.

Результат такой помощи — повышение правовой грамотности, профилактика нарушений в сфере миграционного законодательства. Однако, по словам Юлии Никифоровой, положительный социальный эффект получают не только мигранты, но и жители Воронежской области. Это, например, улучшение демографической ситуации, ускорение социально-экономического развития региона и, конечно же, профилактика межнациональных конфликтов.

Но понимают ли это сами воронежцы? И как они относятся к мигрантам?

Искать комфортное для себя место. Мы провели небольшой опрос и узнали, что большинство воронежцев относится к переселенцам положительно. Кому-то интересно узнать о другой культуре и традициях из уст первоисточников, а кто-то просто доброжелателен ко всем людям на планете.

А некоторых респондентов беспокоила проблема безработицы. По их словам, многие мигранты приезжают в Воронеж на заработки, в то время как коренные жители сами не всегда могут устроиться на хорошую работу. Волновал воронежцев и вопрос традиций. «Я максимально толерантный человек, который искренне хочет верить в мир во всем мире, но даже у меня есть одно «но». Если уж они и приезжают к нам в страну, то пусть соблюдают наши законы и наши правила, а не устанавливают здесь свои порядки и устои. Все-таки они здесь гости, а не хозяева», — делится своим мнением Ольга (24).

Но были и действительно интересные размышления на эту тему. «Мы живем на одной планете. Если человек хочет жить в этой стране, то откуда бы он ни был, не важно. Это его право. Главное — искать комфортное для себя место. А указывать, что кому-то тут не рады, уж точно не в наших полномочиях. России нужны люди, а не деление их на правильных и не очень», — рассуждает Анастасия (19).

Переезд в другую страну не может обойтись без сложностей, поэтому к этому вопросу очень важно подойти ответственно. Воспользоваться всеми необходимыми источниками информации, ознакомиться с законодательством, узнать, что нужно, чтобы получить гражданство. А, наверное, самое главное — снять розовые очки и понять, что легко на новом месте жительства точно не будет. Может, тогда и полюбить новую Родину будет проще и легче.

Эллада Дурнакова

«Из дома — домой»

«Надеемся на мир — готовимся к войне», — с 2014 года это стало ключевой фразой для людей, живущих в Луганской и Донецкой областях. Молиться, плакать, бояться, жить, смеяться — все чувства перемешались воедино. Между двумя народами — Украины и Донбасса — выросла огромная невидимая стена, преодолеть которую люди не в силах.

Война разбила мою семью на пазлы, которые удается собрать очень редко. Я учусь в Воронеже, мама с родной сестрой (моей тетей) живут в ЛНР (Луганской Народной Республике). А мужская половина — на другой стороне, на Украине. Папа работает в Лисичанске, а брат — в Киеве.

С детства я была папиной дочкой, но из-за войны в самом переломном моменте моей жизни — в подростковом возрасте — я видела папу раз в пару месяцев и буквально на пару дней. С каждым разом способ встретиться становился все менее реальным. На протяжении двух лет родного брата я видела лишь на экране телефона. Ехать к родным крайне сложно. Очень тяжело осознавать то, что для встречи с семьей нужно потратить несколько дней вместо пары часов.

Кровавое начало. 2014 год... Весь Киев был похож на черную дыру, с бегущими, как муравьи, людьми. Желто-голубой палаточный городок вместо центра столицы. «коктейль Молотова», который в народе называли зажигательной гранатой в бутылке, и горящие от него люди.

В конце апреля 2014 года мы с мамой поехали в Киев в гости к брату. То, как было мне страшно, не передать словами. До этого я видела все только на экране телевизора, а здесь я уже гуляю среди руин и закопченных стен домов. Главным символом Евромайдана была елка, на которой виднелся огромный плакат Юли Тимошенко, украинские флаги и разные лозунги.

Дорога домой была куда интереснее... Домой ехали мы 2 мая 2014 года на поезде. Раньше мы так ездили постоянно. Вечером сел — утром дома. Мы решили не брать с собой много еды, потому что утром нас должен был встретить папа с моей любимой булочкой.

На одной из остановок наш поезд начинает ехать в другую сторону. Никто сразу не понял, в чем дело. «К сожалению, наш поезд не приедет вовремя. Прошу сохранять спокойствие», — неожиданно заявила проводница. В этот момент позвонила тетя и рассказала о случившейся в Одессе трагедии — ее тогда называли «новый Холокост». Дом профсоюзов был обстрелян и подожжен. Пылающие люди выпрыгивали из окон, а на земле их добивали ногами. Тогда погибло 42 человека — это был настоящий ад.

Из-за случившегося в Одессе начали разбирать железную дорогу, чтобы обезопасить себя хоть как-то. В момент, когда люди напуганы до ужаса, они не понимают, что делают. Домой мы приехали на сутки позже, голодные, злые и не понимающие, что нас ждет дальше...

Земля исцарапана, как души людей. Чем ближе к линии разграничения, тем печальнее картина. Дыря-

вые стены, выбитые окна, обугленная земля. На земле вместо яблок дети могут найти куски снарядов. В темное время суток города вымирают. С 23:00 до 5:00 комендантский час, нарушение которого строго наказуемо.

В моей семье политическая тема уходит на второй план, потому что мы одна большая семья! Но далеко не все думают так. Для некоторых конфликт в стране разделил людей на украинцев и террористов. Например, у близкой подруги моей мамы родной брат живет в Киеве. Из-за ситуации в стране их общение очень сильно испортилось, точнее, можно сказать, закончилось. Он яро заявил: «Ты там живешь — а значит, предала нашу страну. Общаться с предательницей желания у меня нет!» Не раз бывало, что родные люди желали друг другу смерти. Очень тяжело жить, когда ты просыпаешься и засыпаешь под звук разрыва снарядов. Когда танки ездят по улицам, и это является нормой. Когда установка «Град», в которой 40 снарядов, стреляет из соседнего двора. В такие моменты люди прежде всего нуждаются в поддержке, а не в словах ненависти и проклятий.

«Если повезет». Раньше все было проще, а сейчас живем с тем, что имеем. Дорога от дома к бабушке на машине когда-то занимала ровно час. Но это было раньше... Сейчас, чтобы добраться к бабушке, нужно преодолеть около пяти блокпостов и две границы. Перед любой дорогой нужно говорить «если повезет». Если повезет, то проедете, а возможно, даже и быстро. Вот нам как-то не повезло.

Пару лет назад мы ехали на машине к бабушке. В ЛНР нет пункта пропуска для автомобилей, поэтому всем приходится ехать через ДНР, делая целый круг и преодолевая сотни километров. На первом этапе (граница между ЛНР и ДНР) все прошло предельно быстро и хорошо. Я пыталась поспать хотя бы пару часов, еще не зная, что нас ждет дальше. Как оказалось, пара часов сна тогда были лучшим решением. Проснулась я, когда мы уже стояли в колонне машин. Я с детства любила считать машины, чем занялась и здесь. «Перед нам около 200 машин», — крикнула я папе. Время было примерно 7:30. Пункт пропуска еще не работает.

200 машин для любой границы — это «копейки». Я уже представляла, как после обеда буду кушать пирожки и крепко обнимать бабушку, которую, к слову, не видела примерно год. Мои мысли прервал громкий звук — звук разрывающихся снарядов. Никто не удивился, ведь люди живут с этим уже не один год. Но звук с каждым разом усиливался. Метрах в десяти мы увидели разрывающийся снаряд. Один, за ним другой. Тогда все стало понятно: поселок обстреливают. Работа пропускного пункта приостановлена. Все затихло, но люди не рисковали выйти из машин. Все тихо ждали, когда мы двинемся с места.

Пункт пропуска из-за комендантского часа не работает круглосуточно, как всем хотелось бы. В 18:00 пропуск закрыли. Перед нами осталось меньше 20 машин. Выбор один — оставаться ночевать. Ночевали мы в машине, во дворе у какого-то мужчины, которому за это пришлось заплатить. Хозяин был в возрасте и постоянно шутил, видимо, он привык к каждодневным гостям.

4:00. Время занимать позиции. О купле-продаже места в очереди я, пожалуй, говорить ничего не буду... Но вместо 20-й наша машина в очереди стала 40-й. Начался скандал. Мы отвоевали наше место, но границу прошли ближе к вечеру. После поездки у меня не было ни сил, ни желания ни на что. Тогда я решила, что больше никогда не поеду на Украину, потому что 40 часов дороги — это слишком...

«Такие красивые, и на Украину?» Мое эмоциональное решение «больше никогда не поеду на Украину» не сбылось. После предыдущей поездки прошло два года. Я успела невыносимо соскучиться по бабушке и брату. И снова очередь, снова граница. Как же в этот раз пройдет путешествие? Мы опять попадем под обстрел или будем добираться два дня? Нет, все оказалось намного милее, если в данной ситуации так можно сказать.

Огромная очередь на автобус к пункту пропуска «Станица Луганская». Люди в автобусе, как шпроты в банке. У каждого своя история, но цель у нас одна — встреча с родными людьми. На стороне ЛНР нас не хотели выпускать со словами: «Такие красивые, и на Украину». Но мы пообещали вернуться как можно скорее, в ответ получили одобрительную улыбку и разрешение двигаться дальше.

Меня всегда удивляла изобретательность людей. В нашем мире уже давно нет ничего невозможного. Люди в руках несут плазменные телевизоры, мешки с картошкой, везут новую стиральную машину и все продукты, которые можно купить прямо в станице. В очереди я успела найти себе единомышленников. Мы обсудили все темы, кроме политической и национальной. Потому что сейчас самая невинная реплика может привести к грандиозному скандалу.

На стороне Украины нас встретили тоже с улыбкой на лице и комплиментами о «невероятно красивых глазах». У мамы глаза ярко голубые, а у меня в папу — карие. Чьи глаза им понравились, мы так и не поняли, но проверять сумки у нас не стали, видимо из-за тех самых «красивых глазок». В общем, границу в этот раз мы прошли на удивление быстро и с нотками смущения.

«Подарок» для братьев. Мы приехали на Украину, но меня не покидало ощущение, что я попала в другую страну, уже не родную. На каждом из блокпостов меня проверяли так, как не проверяют нарушителей закона. Когда мы уже приехали к месту назначения, произошла абсурдная ситуация. Один русскоязычный мужчина зашел попросить помощи, на что получил просьбу разговаривать исключительно на украинском языке. Он ответил: «Но я не знаю украинский язык, помогите, пожалуйста». «А я Вашу мову не розумію», — истерически ответила женщина, которая пять минут назад разговаривала с нами на русском языке...

Давно ли они «не знают», что такое русский язык? Как можно считать родной страну, в которой брат идет на брата? Простых людей называют «террористами», «боевиками» и «оккупантами». Новости искажают реальность и программируют украинцев против русских людей, проживающих на Донбассе. Мы есть и будем братьями, несмотря на то, что кто-то подливает масла в огонь.

Обстрелы продолжаются каждый день. Гибнут не только военные, но и невинные маленькие дети. «Подарки» из Украины ежедневно попадают в жилые дома и разрушают инфраструктуру, на восстановление которой нужны миллионы. У людей нет возможности свободно передвигаться на территории Украины. Из-за частых обстрелов сильные перебои со связью. Люди не то что не могут приехать к родным, они даже не могут поговорить с ними по телефону. Между двумя народами — Украины и Донбасса — стоит невидимая стена, которую можно преодолеть только дипломатическим путем.

Каждый раз, когда мой папа едет домой, на блокпостах его спрашивают — «Откуда и куда направляетесь?» И он всегда отвечает: «Из дома — домой».

Екатерина Дыгало

Любовь и ремесло Евгении Афанасенко

Народный мастер художественной росписи по дереву из Семилук Евгения Афанасенко влюблена в русскую культуру и коллекционирует старинные бытовые вещицы. В свободное время — если таковое находится — ищет ответы на многие загадки своего музея: возраст ковра или внешний вид традиционного семилукского костюма. А еще Женя уверена, что из бракованных деревянных заготовок можно создать уникальную матрешку.

Евгения приехала в Семилуки из Кыргызстана. Окончила художественное училище и Воронежский педагогический университет по специальности «Изобразительное искусство», где расписала свою первую матрешку. Восемь лет она работала учителем рисования в семилукской школе № 2. Там — под замком — был маленький музей русского быта, благодаря которому в девушке зародилась любовь к народной культуре.

— Увидела в школе вывеску на запертой двери — «Изба». Стало интересно, что там такое, и я начала спрашивать других учителей. Отмахивались: «Ой, да там музей». Мне его долго не открывали — ключ, мол, где-то затерялся. Но потом все-таки завуч пустил. Когда я туда зашла — все! Меня это так захватило!.. Помню, что совершенно остолбенева — какая удивительная атмосфера была, — вспоминает Женя.

Тогда ей дали руководить школьным музеем. Улыбается и рассказывает:

— Я загорелась изучать русскую культуру. Мне было очень интересно рассматривать каждый старинный предмет.

Два раза они с мужем — тоже Женей — реконструировали ту «Избу». Художница говорит, что ей «нравится постоянно что-то менять вокруг — делать новые экспозиции, перестановку».

Теперь у нее есть своя такая же «Изба» в семилукском Дворце культуры.

Жизнь в «Избе». История музея русского быта в ДК началась благодаря Евгении:

— Однажды мы разговорились с Мариной Исаевой, директором ДК, и она сказала, что нужно во Дворце сделать какой-нибудь уголок, чтоб «хотя бы лапти

висели». Я ей рассказала, что дома у меня столько интересных вещей — места уже не хватает! И в тесный школьный музей тоже ничего не помещается. Она предложила: «Давай я дам тебе помещение, а ты нам — экспонат». Вот так я пришла сюда работать, — рассказывает мастерица.

Все вещи «Избы» — это собственная коллекция Евгении. Ее папа Николай раньше жил в Брянске и собирал для нее экспонаты. Что-то осталось от дедушки, потом «он дал клич по соседям и родственникам» — их у семьи Афанасенко много, и притом долгожителей. А потом поехал по деревням. Николай спрашивал у знакомых о заброшенных домах, в которых могли находиться ненужные старинные предметы, такие как коса, серп или мялка для льна.

Евгения рассказывает про жизненный путь некоторых вещей:

— Почти все, что есть в «Избе», принес папа (кроме костюмов, — они воронежские). А эту ступу он из огня практически вытащил. В каком-то доме умер старый человек, и ненужное хотели сжечь, а папа ехал мимо и заметил. Ступу успел забрать. А ведь если представить, из какого дерева она сделана?! Сколько самому дереву было лет, и сколько ступа прослужила... А вот ковер в «детском уголке» — настоящий, домотканый. Судя по узору, скорее всего воронежский. Возраст еще не определили. Его я нашла в заброшенном доме поселка Ладное. Для меня он очень большую ценность представляет, ведь таких ковров мало осталось. Это большая редкость.

В коллекции есть сборник Некрасова, напечатанный в 1909 году. Его дала Жене ее мама, очень любившая читать. Она работала учительницей ИЗО и просила школьников приносить ей ненужные книжки. Любовь к литературе процветает и в семье Евгении. Особенно — любовь к сказкам:

— Моя мама сама писала сказки. На ее последний день рождения мы с семьей подарили ей 20 книг — собрали все ее произведения. Еще, когда мои дети только-только родились, у меня сразу появилась потребность петь им колыбельные. Когда двойняшки подросли, стала рассказывать сказки — самые простые и любимые: про Колобок, репку, Курочку Рябу. Постепенно перешли к книжкам. Им всегда нравятся иллюстрации. Скоро начну читать и мамыны книжки.

Постепенно музей Евгении пополняется интересными деталями. Иногда вещи приносят жители Семилук и Воронежа.

В «Избе» пахнет древесиной и краской. В «красном углу», который еще называется кутником, висят старинные иконы. За столом, обращенным на юго-восток, сидит русая женщина, смешивает темперу. Плечи ее накрыты теплой вязаной кофточкой, а в руках ожидают яркие, красивые, как и сама Евгения, матрешки с такими добрыми глазами.

От мастера к мастеру. Наставник Евгении — Елена Матвеева — «мама» воронежской матрешки. Раньше муж Елены Геннадьевны вытачивал заготовки, а художница их расписывала. Теперь то же самое делается в семье Афанасенко. Муж у нее тоже токарь. О своем учителе Евгения говорит так:

— Это настоящий мастер. Елена Геннадьевна так много знает о костюмах. Она ездила в специальные экспедиции по селам с этнографическим музеем ВГУ, собирала фольклор, изучала историю нарядов. Потом эти знания передавались и мне.

Женя бережно достает из стеклянного шкафчика прекрасных «девиц» каплевидной формы, в детально прорисованных нарядах. Этим и отличается народный воронежский сувенир. В основном костюмы на российских матрешках лишь стилизуют под национальные. Столько внимания их одежде, сколько в Воронеже, куколкам обычно не уделяют. Художница объяснила, что «эта матрешка не просто сувенир, а еще и объект изучения именно настоящего воронежского костюма».

В ручки матрешкам Женя вписывает самые простые вещи, чтобы не перегружать образ: хлеб, яблоко, кринку с молоком, гармошку, ведро, чайничек, баночку меда...

— Мне кажется, — делится Евгения, — чем спокойнее, тем лучше и правдоподобнее.

Каждая куколка у нее неповторима:

— Если цель — заработать и сделать вещь быстрее, все матрешки будут одинаковые. А мне хочется, чтобы каждую работу рассматривали. Пусть они, в принципе, в похожих костюмах, но все равно — у каждой свое лицо, что-то свое в ручках. Это уже интересно.

Еще Евгения вспоминает:

— Иногда просят, например, в ручки матрешке посадить кошечку — за это я берусь. Но бывает, что заказывают изобразить сувенир с какой-нибудь бутылкой водки. На это я не соглашаюсь никогда. Ну для чего? Такое, по-моему, не смешно, потому что матрешка — народное творчество. Пошлое рисовать не хочу и не буду — все тихо, скромно, по-житейски, по-деревенски должно быть.

В «Избе» живут и классические, «правильные» матрешки, подаренные Евгении мастером из Нижнего Новгорода:

— Здесь совсем другая технология. Специальные анилиновые краски, ручная лакировка... Чтобы мне так расписать — надо ехать в Новгород и учиться у мастера. Знаете, некоторые говорят, мол, расписали хохлому. Но на самом деле они расписали всего лишь в стиле хохломы, потому что настоящему ремеслу надо учиться — это очень сложно. Только так кажется: взял кисточку, провел — и все! Главное в народном творчестве — передача техники и традиций от мастера к мастеру, от поколения к поколению.

Евгения хочет расписать матрешку в самобытном семилукском костюме. Это трудно, потому что доподлинно до сих пор неизвестно, как он выглядел — элементы она с единомышленниками собирает по крупицам.

— Девичий наряд почти собрали, женский не получается. Сами взять и «наляпать» не можем. В каждом селе — свой стиль. Но ни фото, ни картин не сохранилось, к сожалению. Мы работаем на энтузиазме, потому что интересно, — улыбается Евгения. — Тем более есть возможность реализовывать идеи — директор ДК очень поддерживает.

«Муж выточит, я загрунтую, папа зашкурит». Дома у художницы есть помощники — трехлетние сыновья-двойняшки. Муж ее всегда поддерживает. Он вытачивает все заготовки для Жениных матрешек сам. Папа тоже помогает: деревянную поверхность надо сначала загрунтовать, потом еще и зашкурить — обточить «шкурочкой» (наждачной бумагой), чтобы дерево стало гладким и не впитывало краску.

— Так и получается у нас: муж выточит, я загрунтую, папа зашкурит. Ну а потом — расписываю. После декрета времени на любимое занятие стало больше, прихожу в «Избу» Дворца культуры и работаю, — говорит Евгения.

Евгения и ее муж в 2014 году придумали матанечку — куколку, похожую на матрешку, но с более круглой головкой на тонкой шее. Есть также «мужичок-матанек».

— Недавно Женя вытачивал матаню и нечаянно отсек заготовке голову, а потом выкинул корпус в струю, — рассказывает Евгения. — Я подняла и говорю: «Ну какой же это брак! Ее ж так расписать можно!» Это уже и не матаня, и не матрешка — что-то новое.

Сейчас муж и жена делают «матань» с выточенными, объемными ручками — со сгибами и кистями.

Дерево в семье двух Жень оживает.

— Мне интересно дальше развиваться, потому что в ручки матрешке можно что-то дать, — говорит художница. — Я готовлю коллекцию матрешек, которые будут держать предметы ремесла воронежских мастеров. Например, настоящие кусочки ткани ручной работы или маленькую керамическую свистульчку и маленькую посудку.

Евгения хочет брать будущую коллекцию на выставки в Вологду и Москву, чтобы матани путешествовали с ней и «показывали разнообразие костюмов и ремесла именно Воронежского края».

— У меня почему-то всегда была тяга к матрешкам и ко всему народному. Первый сувенир сделала в институте. Тогда нам дали свободу воображения — распишите, мол, как хотите: времена года, модерн — что душе угодно. Я постаралась взять именно костюм, хотя от воронежского наряда была далека — приехала из Кыргызстана. Той трехместной матрешкой я была в первый раз очень довольна. Но, конечно, это сейчас бы выглядело смешно — не сравнить с тем, как расписываю сейчас. Потом в книжках увидела матрешку Елены Матвеевой и захотела у нее учиться, — говорит художница.

Евгения рассказала, что идеальный материал для матрешки — липа или ольха, с мягкой, гладкой древесиной. Краски мастерица использует самые разные — на одной матанечке у нее может быть и темпера, и акрил, и гуашь.

Плавные линии, легкие, как летящее перышко. Узоры оживают под кистью Евгении, но «рука в такой работе должна быть твердой».

Анастасия Асташова

Проповедь онлайн: как православие живет в социальных сетях

Сегодня в Telegram, Instagram (принадлежит компании Meta, которая признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ) и во «ВКонтакте» тысячи религиозных страниц. А у православных блогеров миллионы подписчиков. Однако можно ли с помощью социальных сетей стать ближе к Богу? А какие религиозные темы интересуют интернет-пользователей? Об этом и многом другом узнала корреспондент воронежской Школы межэтнической журналистики.

Тема веры в Интернете зародилась ещё в 2005 году. Именно тогда священник Георгий Максимов начал писать о религии в «Живом журнале» и в Facebook (принадлежит компании Meta, которая признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ). А к 2010 году появились первые православные блогеры, сообщает Ассоциация блогеров и агентств (АБА). Однако не отставали от них и религиозные паблики. Например, группа «Священник Нашего Времени» ещё в 2014 году начала свою работу на платформе «VK». Сейчас аудитория этого сообщества насчитывает более 406 тысяч подписчиков.

«Социальные сети — это грех?» Стремительное развитие бытования православия в онлайн началось буквально два-три года назад. Православный психолог Анастасия Изуауен считает, что потребность в религиозных аккаунтах — результат пандемии: «В то время двери храмов начали закрываться. Желание дальше просвещать горящие сердца заставило выйти людей в социальные сети. Внешняя активность, которая угасла в связи с пандемией, нашла своё место в онлайн». Если верить статистике АБА, то за последнее время аудитория крупных православных блогеров выросла в среднем на треть.

Но маленькие аккаунты не отстают и стремительно набирают популярность. Так, воронежский православный блогер Лиза Берназ начала вести свой блог на тему веры в феврале 2023 года. Изначально это была личная страница с небольшой аудиторией. Однако уже в июне этого же года девушка набрала первую тысячу подписчиков. Сейчас аудитория Лизы в Instagram (принадлежит компании Meta, которая признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ) насчитывает больше 18 тысяч пользователей.

Однако популярность соцсетей среди верующих полностью не исключила в них недоверие к онлайн. По данным Вордстата (программа для контент-анализа на базе Яндекс), только за октябрь этого года вопрос «Социальные сети — это грех?» был задан 1 139 914 раз. По первой же ссылке Яндекс выдает ответ: «Соцсети — это помощник в общении». А вот что по этому поводу думают православные священники. Отец Алексей (Иванов), руководитель миссионерского отдела Воронежской епархии, утверждает, что социальные сети — это всего лишь инструмент коммуникации: «Христианин в этом смысле призван нести личную ответственность. Мы должны опираться на заповеди Божии и не использовать социальные сети во зло себе или другим людям».

«Моя аудитория — не подписчики. Они моя семья». Конечно, цель религиозных аккаунтов — не только лайки и репосты. Маша Миргалиева, православный блогер из Воронежа, уверяет: «Моя аудитория — не подписчики. Они моя семья. Мы постоянно что-то обсуждаем. Эти люди, которым интересна я и которые интересны мне». Блогер начала вести православную страницу больше года назад. Она рассказывает о своей духовной жизни и работе в пресс-службе Покровского кафедрального собора города Воронежа. А Лиза Берназ поделилась, что одна из её миссий — дать возможность потреблять правильный контент: «Мне кажется, люди просто уже устали от шума в социальных сетях. Многие хотели бы видеть среди своих подписок блогеров, которые транслируют схожие им ценности. Мне приятно, что я показываю и рассказываю о чем-то большем, чем “я проснулась”, “я умылась”». Например, одно из образовательных коротких видео Лизы посвящено помяннику. Девушка рассказала, что это такое и зачем нужно православному христианину.

Одна из главных задач православных блогов — вызвать человека на диалог, помочь ему в затруднительном вопросе, развеять мифы о православии. «Священникам, которые выходят в соцсети, просто интересно реагировать на вызовы современности и получать обратную связь», — считает отец Алексей.

Сейчас православные блоги не ограничены жесткими религиозными темами. Чаще всего слоган таких аккаунтов — «просто о сложном»: блогеры рассказывают о православии понятным языком. Помимо прочего, авторы транслируют свою повседневную жизнь. Тем самым развеивают мифы о воцерковленных людях и христианстве. Например, рассказывают, что православие не такое суровое и сдержанное или что все батюшки не ездят на «мерседесах». «Есть и такие батюшки, которые ездят, и это нормально. Но они очень много работают, поднимают десять детей, храмы строят с нуля», — добавила Берназ. — А девушки не все ходят в черных платках и не носят только юбки. Мы также можем одеваться стильно. Православные — это не какая-то закрытая каста».

Беседы по инструкции и не только. В январе 2019 года синодальный отдел РПЦ по взаимоотношениям с обществом и СМИ представил официальную инструкцию по ведению православных аккаунтов. «Рекомендации по работе в социальных сетях для епархиальных и приходских информационных служб», — именно так называется документ. В инструкции рассказывается о специфике социальных сетей, языке и формате публикаций, а также работе с подписчиками.

Однако запретов на определенные темы в документе нет. Отец Алексей, руководитель миссионерского отдела Воронежской епархии, уверен, что нет канонов, которые бы ограничивали деятельность православных блогеров: «Если и останавливает их что-то, то это только культурные и морально-нравственные цензы. Ими и должны руководствоваться православные блогеры или специалисты по ведению различных религиозных сайтов». А Маша Миргалиева утверждает, что контент должен быть уместен, а каждый пост или короткое видео должны иметь весомую доказательную базу.

Обычно прежде чем выложить какой-то контент, девушка советуется с редакцией из трех священников.

Одной из актуальных тем эксперты считают отношения мужчины и женщины. Именно она вызывает больший интерес у аудитории. «Всё, что связано с личной жизнью людей, всегда вызывает вопросы», — рассказывает Маша Миргалиева. Однако другая популярная тема — язык богослужения. «Когда мы приходим в храм, то в первую очередь сталкиваемся с рядом правил, которые могут быть нам не понятны», — рассказывает Лиза Берназ. Посты на эту тему просто необходимы для ещё не посвященной аудитории.

С ростом православных аккаунтов увеличилось и количество мошенников. Под видом официальной позиции Церкви они распространяют информацию, далекую от истины. А аудитория верит им. «Такие люди выдают свое мнение за мнение всей Церкви. Это огромная опасность. К таким блогам нужно очень осторожно относиться. Источники всегда должны быть проверены, авторизованы Русской Православной Церковью, чтобы не было заблуждений», — уверяет Маша Миргалиева.

Другая проблема может показаться не очевидной. В современном мире модно быть воцерковленным человеком. В первую очередь это распространено среди политиков и звезд. Считается, если человек верующий, то у него есть определенные моральные принципы, устоявшиеся взгляды на жизнь. Зачастую звезды не видят грань, смешивая откровенные фотографии из отпуска на Бали с походом в церковь на Пасху. «Мы верующие там, где нам удобно. Восемь из десяти случаев — это грамотная работа пиар-команды. Но это нечестно по отношению к аудитории», — поделилась Маша Миргалиева.

Помимо прочего, в последнее время можно часто встретить такое понятие, как «микроапостол». Это специалисты, которые рассказывают в интернете о православии. Во взглядах на этот термин мнения людей разделились. Одни считают, что в современном мире употребление его неизбежно. Например, отец Алексей уверен, что любой христианин является в какой-то степени апостолом. А Лиза Берназ утверждает, что если разобрать это понятие технически, то «апостол» — это тот, кто проповедует Слово Божие, а «микроапостол» — маленькие проповедники. А другие возмущаются: ведь апостолы — это ученики Иисуса Христа, которые были выбраны им, поэтому микроапостолы в интернете и понятие апостолов, употребление древнего термина — несовместимые вещи.

Разговор с Богом онлайн. В сети набирает популярность рубрика «Вопрос священнику». Любой интернет-пользователь может онлайн через православных блогеров или напрямую у блогеров-священников спросить о том, что его беспокоит. «Мне кажется, это удобно. Не всегда можешь прийти в храм и найти батюшку на месте», — поделилась Лиза Берназ. А Маша Миргалиева считает, что в этом случае нужно тщательно подойти к выбору священника. Задать вопрос онлайн можно попробовать раз, два, но все же лучше прийти в храм. «Когда мы вели Инстаграм¹, у нас были

¹ принадлежит компании Meta, которая признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ

постоянные вопросы батюшкам. Я им их отправляла, потом копировала ответы и вставляла в «истории». Это всё-таки связано с анонимностью», — добавила Миргалиева.

Однако может ли система вопросов онлайн заменить поход в храм? Вряд ли. Например, в этом уверена

православный психолог Анастасия Изуауен. Она считает, что такой подход, конечно, частично функционал храма может заменить. Но людям нужно понять, что самое главное в церкви — это таинство.

Анастасия Непочатых



Преподавание языковых дисциплин на факультете журналистики

О роли изучения орфоэпического минимума в профессиональной подготовке журналиста: опыт факультета журналистики Воронежского госуниверситета

На факультете журналистики Воронежского государственного университета традиционно уделяется большое внимание обучению нормам произношения и ударения. С середины 90-х годов издаются материалы — учебные и методические пособия, направленные на обучение студентов орфоэпии. Этот раздел языкознания выделен в отдельный практикум. Последнее издание учебного пособия «Орфоэпия» [1], опубликованного в 2018 году, включает в себя не только теоретический материал и практические задания, но и словарь, претерпевающий существенные изменения от издания к изданию как с точки зрения входящих в него слов, так и с точки зрения устоявшейся нормы произношения. В учебном пособии 2016 года для словаря отобрано 466 лексем, на основе которых составлен орфоэпический минимум из 250 слов.

Включенные в минимум лексемы были выявлены в результате наблюдений за речью носителей русского литературного языка, в том числе телеведущих центрального и местного телевидения, а также лиц, озвучивающих рекламные тексты. Преподавание русского языка показывает, что в повседневной речевой практике студентов отмечаются многочисленные ошибки как в произношении, так и в ударении, поэтому целенаправленная работа по изучению орфоэпического минимума является полезной для формирования нормативных произносительных навыков.

Предложенный студентам орфоэпический минимум складывается из пяти основных частей. Сюда входят:

1. Слова, имеющие допустимое вариативное ударение (*августовский* — допуст. *августóвский; нормирóванный* — допуст. *норми́рованный*). Необходимо сказать, что при составлении словаря минимума лексемы намеренно давались без помет, представленных в орфоэпических словарях. По нашим наблюдениям, студентам необходим точный и однозначный в нормативном отношении фонетический облик слова.

2. Слова с вариативным произношением (*брю[н'э]т* —! не рек. *брю[нэ]т*); (*бу[тэ]рбрóд* —! не рек. *бу[т'э]рбрóд*).

3. Формы слов с вариативным образованием (*ездить* — пов. н.: *эзди* —! не прав. *эздий; ехать* — пов. н.: *поезжай* —! не прав. *едь, ёхай, езжай*).

4. Одинаковые по фонетическому составу слова с различным значением (*завидно* — с завистью, *завидно* — засветло; *характерный* — типичный, *характерный* — упрямый).

5. Трудные случаи ударения в глаголах и глагольных формах (*занять* — прош. *зánял, занялá, зánяло, зánяли*; прич. действ. прош. *зánятый, зánят, занятá*, деепр. *заня́в*;! не рек. *занялó, зánята*,! не прав. *зánяла; не прав. заня́л, -а, -о, -и, заня́тый, -ня́т, -а, -о, -ы; не прав. зánявший, зánяв; не прав. заняты́; грубо не прав. зánять*).

Представим список слов орфоэпического минимума, предназначенного для студентов факультета журналистики Воронежского госуниверситета:

Августовский, агроно́мия, апока́липсис, апострóф, аранжировать, аранжированный, арахис, асимметрия, афёра, афиняне, балóванный, баловáть, без ýмолку, безумóлчный, бензопровóд, биржево́й, блóдо, блóда, боя́знь, брелóк, брелóка, брю[н'э]т, бряцáть, будущий, бутик, бутйки, быстрина́, бу[тэ]рбрóд, валово́й, верба, вероисповéдание, вéчера, визовый, волк, вóлка, волкóв, вор, вóра, воро́в, временщи́к, втридорога, всéнощная, вышпе́риведе́нный, гала́-концерт, газопровóд, гéнезис, гражда́нство, гренаде́р, грубоше́рстный, грушевый, гуру́, гусеница, дерматин, диспансе́р, добы́ча, до́гмат, до́гматы, дозвони́шься, донéльзя, досу́т, дрéвко, дремо́та, éздить — éзди, ёмкость, ёмкостей, еретик, ехать — поезжай, жалюзи, завидно (с завистью), за́видно (засветло), за́свегда́тай, задо́лго, задо́лжник, заём, за́йма, заимообразно, заку́поренный, занять — зánял, занялá, зánяло, зánяли, заплéсневеть, запломбирóванный, запломбирова́ть, звони́ть, звони́шь, звоня́т, злóба, зна́мение, зубча́тый, йздавна, издрéвле, изобре́тение, йконопись, иноплеме́нный, инсу́льт, искóвой, исконный, йско́са, йскра, йску́с, йсподволь, истéблишмент, истерия́, катало́г, ка́тарсис, каучу́к, каучу́ка, кварта́л, квоти́рование, кедрóвый, кичи́ться, кичли́вый, кладова́я, кла́пан, кла́панов, коклóш, костюми́рованный, краси́вый, краси́вее, кремéнь, кремня́, ку[пэ], ку[п'э]йный, ку́хонный, легкоатле́т, лечь — ляг, ломóта лубóчный, мёстность, мёстностей, многожéнец, многожёнство, могу́щий, молóх, мыта́рство, мыта́рь, надóлго, назва́ть — назва́л, назвала́, назва́ло, намерева́ться, наме́рение, нанóсный, нача́ть — нача́л, начала́, нача́ло, нача́ли, нача́тый, недойма́, недремáнное око, некроло́г, непревзойде́нный, нефтепровóд, новорожде́нный, нувори́ш, обеспéчение, обле́гченный, обле́гчить, оглуше́нный, огово́ренный, озло́бленность, опе́ка, опто́вый, осведомить, осведомле́нный, осужде́нный, отклю́чить — отклю́чишь, отклю́чит, отклю́чат, па́мятовать, па́мятуя, парали́ч, партё́р, петербурже́ц, петербурженка, плацкарта́, плодоно́сить, пломбирóванный, пломбирова́ть, площа́дная брань, повре́менный, подаль, поутру́, по́хороны, похорона́м, предло́жить — предло́жит, предло́жат, прибывши́й, прибыв, приговóр, придáное, принудить, прину́женный, приня́в, приня́вший,

принятый, принять — принял, приняла, приняло, приняли, проведённый, простыня, мн. р. п. — простынь и простыней, радушный, ракушка, ревень, рефлексия, свёкла, сервировать, серебряник, сйлос, синекюра, сирота, сироты, скабрёзный, склад, склады, скóлько, скóльких, стóлько, стóльких, сливовый, со́вестливый, соглядáтай, соглядáтая, созы́в, сосредото́чение, срёдство, срёдства, столя́р, тамо́жня, танцо́вщик, танцо́щица, теплопровод, торг, торгы́, торго́в, торт, то́рта, то́рты, трубопрово́д, уведомить, уведомленны́й, углуби́ть, углублённы́й, украинский, украинцы, укúпоренны́й, укúпорь и укúпори, умёрший, умно́, факсímиле, феёрия, феерический, фено́мен, фети́ш, филíстер, характёрный (типичный), характёрный (упрямый), хво́рост, хо́дáтай, хо́дáтайство, хо́дáтайствовать, хозя́ева, хо́лодность, христианин, христиани́на, чёрпать, чы́стильщик, шелкови́ца, шёрстка, ши[н'э]ль, щавéль, экспéрт, экспéртный, элли́н, элли́нский, эпи[д'э]мия, эпи́лeпсия, эскóрт, юриско́нсульт, юриспру[д'э]нция, ярово́й, ясли, яслей.

Следует отметить, что выбор объясняется следующими причинами.

1. Абсолютное большинство лексем орфоэпического минимума (за исключением нескольких слов) выявлено в двух наиболее авторитетных современных словарях, как правило, в одинаковой трактовке. Мы использовали следующие издания: Иванова Т. Ф. [2] (далее — СИ) и Еськова Н. А. [3] (далее — СЕ). Так, в орфоэпическом минимуме представлено 155 слов, имеющих различные запретительные пометы в СЕ, и 115 лексем — в СИ. Важно, что при этом данные слова имеют одинаковое рекомендуемое ударение и произношение. 38 лексем отмечено в обоих словарях без каких-либо помет также с одинаковым ударением и произношением. Несколько слов не представлено в анализируемых словарях: *безúмолку, задо́лжник, заку́поренный, озло́бленность, укúпоренный, экспéртный* (в СЕ); *бути́к, завидно, квоти́рование, реве́нь, умно́* (в СИ). Перечисленные лексемы были проверены по орфографическому словарю Т. Ф. Ивановой, В. В. Лопатина, И. В. Нечаевой, Л. К. Чельцовой (Москва, 2004 г.).

2. Слова орфоэпического минимума часто используются в эфире, что подтверждено контент-анализом. Из нового минимума была удалена часть слов, присутствующих в минимуме десятилетней давности, которые, во-первых, потеряли актуальность с точки зрения выбора производимого варианта (*агéнт, алфави́т, апáртмéнты, áтлас* (собрание карт) и *áтлас* (материал), *докумéнт, меди́камéнт*); во-вторых, редко употребляются в СМИ (*Пото́мак* (река в США), *книгопродо́вец*); в третьих, за последнее десятилетие приобрели равноправные варианты произношения, отмеченные в рассматриваемых словарях союзом *и* (*тэкстóвый* (у филологов) и *тэкстóво́й, творо́д и твóрог* и др.). В то же время в новый минимум были включены лексемы, отсутствующие в предыдущем и показавшие высокую частотность употребления (*до́гмат, до́гматы, вероисповéдание, ве́чера, всéнощная, гуру́, нувори́ш, скабрёзный* и др.). В формировании последнего словника-минимума принимали участие студенты и магистры, но, кроме этого, проводились эксперимен-

тальные исследования в студенческих группах, осуществлялось выполнение курсовых работ по материалам новых орфоэпических словарей.

3. Большая часть слов орфоэпического минимума, как правило, наряду с нормативным имеет иной характер произношения, обозначенный в орфоэпических словарях как запретительный вариант (*апока́липсис* —! *неправ. апокали́псис, апострóф* —! *не рек. апо́строф, балóванный* —! *не рек. бáлованны́й, бю́р[н'эт]* —! *не рек. бю́р[нэ]т, бу[тэ]рбрóд* —! *не рек. бу[т'э]рбрóд, всéнощная* — [шн], *газопрóвод* —! *неправ. газопрóвод, кварта́л* —! *неправ. кварта́л, углуби́ть* —! *неправ. углуби́ть, щавéль* —! *неправ. щавéль, экспéрт* —! *не рек. Эксперт, юриспру[д'э]нция* —! *неправ. юриспру[дэ]нция* и т.п.), то есть произношение лексем и ударение представляет определенную трудность в выборе правильного варианта употребления.

Проведенное нами исследование показывает, что без обязательного заучивания подобранных для орфоэпического минимума слов и грамматических форм, эффективность работы по изучению орфоэпии оказывается низкой.

Елена Бебчук, Мария Запрягаева

Литература

1. Бебчук Е. М. Орфоэпия: учебное пособие / Е. М. Бебчук, М. Я., Запрягаева, Л. Л. Сандлер. — Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. — 130 с.
2. Иванова Т. Ф. Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы / Т. Ф. Иванова. — 3-е изд., стереотип. — М.: Рус. яз. — Медиа, 2006. — 893 с.
3. Еськова Н. А. Орфоэпический словарь русского языка: произношение, ударение, грамматические формы: свыше 70 000 слов / Н. А. Еськова, С. Н. Борунова, В. Л. Воронцова; под ред. Н. А. Еськовой. — 10-е изд., испр. и доп. — М.: АСТ, 2015. — 1008 с.

Изучение орфографии в рамках дисциплины «Речевая культура устной и письменной коммуникации»

В соответствии с учебными планами факультета журналистики ВГУ на овладение орфографическими нормами отводится 18 часов в первом семестре. Занятия проводятся по учебному пособию Е. М. Бебчук и И. В. Хорошуновой «Трудные вопросы орфографии», содержащему как теоретические сведения, так и упражнения. Авторами освещены правила, традиционно вызывающие у студентов затруднения: «Правописание не с различными частями речи», «Правописание наречий», «Правописание гласных после шипящих», «Правописание числительных и сложных слов, в состав которых входят числительные», «Правописание -н- и -нн- в словах разных частей речи» и др. В целях повышения орфографической грамотности студентов, а также обогащения их словарного запаса в пособии представлен орфографический минимум, состоящий из 216 словарных слов.

Изучение дисциплины начинается с диагностической работы — диктанта, текст которого включает в себя орфограммы, изученные в школе. Анализ результатов входного контроля за 2020–2023 гг. показывает, что оценку «отлично» получают не более 3% студентов курса, оценку «хорошо» — не более 7%, «удовлетворительно» — не более 15%; остальные пишут диктант на оценку «неудовлетворительно», при этом общее число орфографических и пунктуационных ошибок может достигать шестидесяти. При работе над ошибками выявляется серьезная проблема: студенты, которые правильно написали слово, не всегда могут

объяснить свой выбор. Следовательно, при изучении трудных правил орфографии необходима проверка того, насколько студент понимает закономерность, которую потом нужно будет применять при написании слов. Чтобы обучение орфографии было эффективным, нужны задания, в которых глубокое понимание правила и его запоминание — цель деятельности студента. Одно из таких заданий — подбор объяснения правописания слова.

Упражнение 1. Соотнесите слово и объясните его правописание.

А. Слитно с не пишутся полные причастия без пояснительных слов	1. (Не)довязанный старушкой чулок
Б. Слитно с не пишутся полные причастия с пояснительными словами, выраженными наречиями меры и степени	2. Совершенно (не)тронутое загаром тело
В. Раздельно с не пишутся полные причастия, если наряду с наречиями меры и степени есть и другие пояснительные слова	3. Крайне (не)обоснованное решение
Г. Раздельно с не пишутся полные причастия, если при них есть зависимые слова	4. (Не)подготовленный студент

А. В суффиксах существительных и прилагательных после шипящих под ударением пишется буква О	1. Туш...вка
Б. В суффиксах существительных, образованных от глагола, после шипящих под ударением пишется буква Ё	2. Беч...вка
В. В суффиксах существительных и прилагательных после шипящих без ударения пишется буква Е	3. Меш..к
Г. В корне исконно русских слов после шипящих под ударением пишется буква Ё, если при изменении слова или в его производных ударение переходит на другой слог	4. Груш...вый

Упражнение 2. Расставьте рядом со словами диктанта цифры, соответствующие расположенным ниже объяснениям грамотного написания слов. В качестве образца цифры в первой строчке уже расставлены.

Там остались семьи, там в ранний (4) утренний (3) час раскрываются (9) двери столовой, там поминутно стрекочут вертолеты, прицеливаясь к утрамбованной площадке перед складом.

У горстки людей, оторванных от всего этого, было такое чувство, что они давно расстались с домом и неизвестно, когда снова увидят рубленые, давно не крашенные дома, аккуратно расставленные по обе стороны широкой улицы.

Глаголы первого спряжения в 3-м лице мн. ч. имеют окончания *-ут, -ют*.

Глаголы второго спряжения в 3-м лице мн. ч. имеют окончание *-ат, -ят*.

С двумя *н* пишутся суффиксы *-онн-/-енн-* имен прилагательных, образованных от существительных.

Если основа производящего слова оканчивается на *н*, прилагательное образуется при помощи суффикса *-н-* (поэтому в слове появляется удвоенная *н*).

Приставка *при-* обозначает доведение действия до конца.

В страдательных причастиях, образованных от глагола совершенного вида, пишется две *н*.

В прилагательных, образованных от глаголов несовершенного вида и не имеющих суффиксов *-ова-, -ева-*, пишется одна *н*.

Раздельно с *не* пишутся полные причастия, если при них есть зависимые слова.

В приставках, оканчивающихся на *-з (-с)*, пишется с перед глухими согласными, буква *з* — перед звонкими согласными и перед гласными.

Работа над словарным минимумом носит регулярный характер. На каждом занятии по орфографии уделяется время изучению 30 словарных слов, большинство из которых — заимствования. По мнению А. П. Тихонова, знание этимологии слова, правил словообразования, умение членить слова на составные компоненты способствует повышению грамотности и культуры речи. Следовательно, при изучении словарных слов необходимо использовать задания, направленные на работу со словарями (иностранных слов, этимологическими, словообразовательными и др.). С опорой на них сту-

денты выполняют следующие задания:

Сравните буквенный состав заимствованных слов и их графический облик в языках-источниках: *галерея* (*galleria* — ит.), *лиллунт* (*lille, putte* — шв.). Можно ли всегда опираться на язык-источник?

Проверьте по словарю, какие слова исторически родственные, а какие нет (*теракт, терраса, террор, территория*).

Узнай слово по его лексическому значению: «*перила из фигурных столбиков*» (*балюстрада*), «*музыкальное сопровождение*» (*аккомпанемент*) и др.

Узнай слово по этимологической справке: *лат. орронеге* — «возражать» (*оппонент*), *лат. пріор* — «первый» (*приоритет*).

Изучая словарные слова, целесообразно обращаться к *Национальному корпусу русского языка*, охватывающему тексты разных стилей за период середины XVIII — начала XXI вв. Анализ слова в контексте позволяет проанализировать семантическую структуру, актуализируемые коннотации и парадигматические связи.

Формирование грамотности — процесс сложный и трудоемкий, требующий системного подхода, работы со справочными материалами и постоянного анализа достижений и неудач.

Елена Курасова

Литература

1. Бебчук Е. М. Трудные вопросы орфографии: учебное пособие / Е. М. Бебчук, И. В. Хорошунова. — Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. — 49 с.
2. Тихонов А. П. Новый словообразовательный словарь русского языка для всех, кто хочет быть грамотным / А. П. Тихонов. — М.: АСТ, 2014. — 639 с.

Формирование речевой компетенции иностранных студентов-журналистов

Выпускник факультета журналистики должен обладать набором необходимых компетенций для успешной профессиональной самореализации. Важнейшим показателем профессионализма будущего работника СМИ является речь, поскольку его деятельность напрямую связана с умением речевого взаимодействия с людьми.

Л. А. Петровская разработала понятие компетентности общения, которое является ключевым в разных видах коммуникации [1, с. 331].

«Речевая компетентность предполагает овладение всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи, базовыми умениями и навыками использования языка в различных сферах и ситуациях общения; использования определенного количества языковых средств, закономерностей их функционирования для построения высказываний от простейшего выражения чувства до передачи нюансов интеллектуальной информации» [2, с. 132].

Иностранцы-первокурсники испытывают серьезные трудности при изучении профильных дисциплин из-за слабого знания русского языка. Ситуация меняется к лучшему, если «профильники» и «русисты» взаи-

модействуют. Так, темы «Функции журналистики», «Принципы журналистики», «Права и обязанности журналиста» («Основы журналистики») «поддержаны» освоением конструкций *что + обязанность + кого-чего*; *что + входит в обязанности + кого-чего*; *что является обязанностью + кого-чего* и др. на занятиях по русскому языку как иностранному. Для выражения нормативных отношений субъектов действия используются деонтические высказывания, включающие в свою структуру модальные предикаты долженствования *должен, обязан, нужно, разрешено, необходимо* и др., например: *Журналисту необходимо уметь организовывать и планировать свою работу; Журналисту надо уметь отбирать существенную информацию*.

Наряду с традиционными видами обучения для формирования и развития речевой компетентности в учебный процесс включаются деловые и ролевые игры. Учебная деловая игра является «воссозданием контекста будущего труда» [2, с. 133]. Так, после контрольного письменного задания работа над ошибками проводится в жанре пресс-конференции. Студент, показавший лучший результат, выступает в роли эксперта, остальные — в роли «журналистов». Они задают эксперту вопросы: в соответствии с каким правилом исправлена та или иная ошибка в их работах. Оценивается «компетентность» эксперта, типовое разнообразие и грамотность вопросов, сформулированных «журналистами».

Эффективны полифункциональные задания с использованием музыки. Студенты прослушивают несколько фрагментов из всемирно известных музыкальных произведений и после каждого должны назвать страну, которой принадлежит мелодия, столицу, национальность и язык проживающих там людей. Иностранцы знают ответы на родном языке, но не могут озвучить нужную информацию на русском и справляются с заданием только коллективно или с помощью преподавателя.

Большинство учебников для иностранцев основано на стилистически нейтральной лексике, далекой от живой речи носителей русского языка.

В неадаптированных текстах СМИ широко используются разговорные и просторечные слова, молодежный сленг и уголовный жаргон, новейшая заимствованная лексика. В результате иностранным учащимся затруднительно правильное понимание материалов СМИ и полноценная коммуникация на русском языке. Чтобы решить эту проблему, преподаватель должен помочь студентам разобраться в стилистических особенностях текста, проанализировать и оценить тропы и фигуры в нем, научить понимать «скрытый» смысл наиболее употребительных фразеологических единиц.

Необходимо сосредоточить внимание преподавателя на поэтапном и постепенном освоении значения фразеологизма: от изучения словарных толкований слов, входящих во фразеологизм, перейти к этимологическому значению выражения, а затем — к современному пониманию его в языке. Выстраивая таким образом логику восприятия смысла, можно закрепить целые выражения в речи иностранцев. Этому способству-

ет, например, задание по изучению фразеологизмов, характеризующих человека: внешность (*глаз не оторвать, кожа да кости, не первой молодости, как в воду опущенный, от горшка два вершка* и т. д.), характер и способности (*душа нараспашку, не робкого десятка, семи пядей во лбу, восходящая звезда, ума палата, звезд с неба не хватает, третий калач, ни рыба ни мясо* и др.), отношение человека к его работе (*не покладая рук, засучив рукава, вкладывать душу, золотые руки, бить баклуши, до лампочки* и др.). Неоценимую помощь в изучении фразеологии окажет работа Н. В. Баско «Русские фразеологизмы в ситуациях» [3].

Изучение фразеологии закрепляется в творческих заданиях: например, создать портретную зарисовку своего друга, близкого человека, сокурсника, используя подобные выражения; к предложенным преподавателем идиомам подобрать аналогичные из родного языка.

Приведем пример такого задания и выполнение его китайскими студентами.

1. Нет худа без добра = Старик с границы потерял лошадь, не к счастью ли это.
2. Убить двух зайцев (одним выстрелом) = Одной стрелой двух ястребов.
3. Язык мой — враг мой = Беда выходит изо рта.
4. Ни гроша за душой = В карманах пусто, будто вымыто.
5. Капля в море = Зернышко в море.
6. С миру по нитке — голому — рубашка = Собирают мех с подмышек (лисы), чтобы сшить шубу.
7. Не видеть дальше своего носа = Лягушка на дне колодца.
8. Лучше поздно, чем никогда = Чинить загон, когда овцы разбежались.
9. Метать бисер перед свиньями = Играть на цине перед быком
10. На языке — мед, а под языком — лед = Прятать нож внутри улыбки.

Особого внимания заслуживает технология журналистского творчества. Иностранцы учащиеся ее недооценивают. Изучив общую модель создания текста, на практике они успешно пользуются только шаблонами заметки и интервью. Шаблоны других жанров им неизвестны, а ведь шаблон — это пошаговая инструкция для начинающих. Поэтому на занятиях по русскому языку отрабатываются навыки написания текстов по шаблонам А. А. Тертычного (фельетон, реплика, отчет, эссе), С. Г. Корконосенко (газетный и телевизионный репортаж), М. Н. Кима (очерк, статья) с использованием необходимых в каждом конкретном случае языковых ресурсов. Наиболее результативны именно эти жанровые модели.

Тренировочные приемы обучения сочетаются с проектными. Проекты могут быть индивидуальные и групповые (например, подготовка передачи для областного радио). При этом учитываются индивидуальные способности обучающихся. Научить студентов писать грамотные тексты — одна из главных задач обучения.

Итак, мы рассмотрели основные методы и приемы формирования речевой компетенции иностранных учащихся, позволяющие нам достичь следующих ре-

зультатов: декодируем неадаптированные тексты СМИ, добиваясь эффективного восприятия информации; учим студентов результативно применять базовые умения и навыки использования языка в различных сферах общения в устной и письменной форме.

Тамара Павлова

Литература

1. Петровская Л. А. Компетентность в общении / Л. А. Петровская. — М.: МГУ, 1990.
2. Самохина Н. В. Деловая игра как средство развития речевой компетентности будущего специалиста-юриста / Н. В. Самохина // Формирование профессиональной компетентности специалистов в системе непрерывного образования: материалы Международной научно-практической конференции. — Воронеж, ВФ РАГС, 2008. — С. 132.
3. Баско Н. В. Русские фразеологизмы в ситуациях: учебное пособие по русской фразеологии и развитию речи / Н. В. Баско. — М.: Русский язык. Курсы, 2015. — 160 с.

Из опыта преподавания дисциплины «Язык интернет-коммуникации» на факультете журналистики

Интернет — «это уникальная территория общения в реальном времени, открывающая перед пользователем невиданные ранее возможности...» [1, с. 4]. Однако реализация этих возможностей не может быть успешной без знания и понимания специфики интернет-коммуникации как особого явления в коммуникативном пространстве современного общества.

На факультете журналистики Воронежского государственного университета дисциплина «Язык интернет-коммуникации» с 2020 г. была включена в учебный план магистерской программы «СМИ и Интернет» (направление «Журналистика»), с 2022 г. студенты направления «Медиакоммуникации» (бакалавриат) знакомятся с разделом «Язык интернет-коммуникации» в рамках курса «Речевые практики в медиа».

Назовем задачи, которые мы ставим перед собой, приступая к изучению столь интересного феномена. Это:

- расширение и углубление знаний об Интернете как особой коммуникативной сфере, об условиях функционирования русского языка в интернет-пространстве;
- совершенствование навыков оптимального и стилистически целесообразного использования языковых средств в различных сферах интернет-общения, прежде всего — в ситуации профессиональной коммуникации;
- выработка умения критически оценивать собственные и чужие высказывания (тексты), создаваемые в ходе интернет-коммуникации, в аспекте соблюдения коммуникативных и языковых норм;
- совершенствование культуры общения в интернет-пространстве и воспитания чувства ответственности за собственное речевое поведение в Интернете.

Значимость реализации данных задач трудно переоценить, поскольку в современном мире знание особенностей интернет-коммуникации, норм культуры

общения в интернет-пространстве, умение с профессиональной точки зрения (а не с точки зрения рядового пользователя Сети) оценивать тексты, создаваемые в ходе интернет-коммуникации, являются для медиаспециалиста профессиональной необходимостью.

Представим темы и вопросы, которые мы предлагаем для изучения.

Тема 1. Интернет как сфера функционирования языка

Интернет-коммуникация и ее основные характеристики. Условия функционирования русского языка и общие особенности языковых процессов в Интернете. Формирование в интернет-коммуникации письменной разновидности разговорной речи (РР), обладающей характеристиками речи устной (письменной РР, или «электронной речи» (термин Е. В. Мариновой).

Тема 2. Системно-функциональные особенности русского языка в Интернете

Фонетико-графические новации в языке Интернета. Лексические особенности языка Интернета. Словообразовательные процессы в языке Интернета. Грамматика интернет-коммуникации.

Тема 3. Проблемы экологии языка в интернет-коммуникации Нарушение нормы как ошибка и как проявление языковой игры в интернет-коммуникации. Антинорма, или Утомленные грамотой (о жаргоне «падонкафф», упячки и др.). О метаязыковой рефлексии пользователей Сети. Функция эмодзи, стикеров и стикеров в виртуальной коммуникации и их влияние на культуру мышления и способность вербального выражения мыслей и эмоций.

Тема 4. Функциональные стили литературного языка в Интернете Научный стиль. Официально-деловой стиль. Публицистический стиль и язык сетевых СМИ. Художественный стиль (сетература). Разговорный стиль (разговорная речь).

Тема 5. Языковая личность: специфика речевого поведения в виртуальном пространстве

Языковая личность в интернет-коммуникации: способы самопрезентации и речевого поведения. Этический аспект интернет-коммуникации. Нарушение правил сетевого поведения: троллинг, хейтинг, флуд, флейм и др. Формирование сетевого этикета. Специфика русского коммуникативного поведения в Интернете. Речевое поведение журналиста: мониторинг публикаций интернет-СМИ.

Тема 6. Языковая картина мира пользователей Интернета

Понятие о языковой картине мира. Лексические единицы, отражающие и формирующие языковую картину мира пользователей Интернета.

Как видим, в рамках курса рассматриваются не только системно-функциональные особенности русского языка в Интернете, но и проблемы экологии языка в виртуальном пространстве, вопросы самопрезентации и речевого поведения языковой личности в интернет-коммуникации. На занятиях мы рассуждаем о метаязыковой рефлексии пользователей Сети, изучаем функции эмодзи, стикеров и стикеров в виртуальной коммуникации и их влияние на культуру мышления и способность вербального выраже-

ния мыслей и эмоций. К проблеме нарушения нормы в интернет-коммуникации подходим дифференцированно: нарушение нормы может быть как проявлением ошибки, так и реализацией игрового потенциала языка. В рамках вопроса «Антинорма, или Утомленные грамотой» обсуждаем такие спорные, с точки зрения исследователей, явления, как жаргон «падонкафф» (который уже стал неотъемлемой частью истории языка Интернета), упячки и т. п. Большое внимание уделяется этическому аспекту интернет-коммуникации, рассматриваются особенности русского коммуникативного поведения в Сети. Изучение данных вопросов способствует не только профессиональному, но и личностному росту студентов — будущих профессионалов, способных выстраивать эффективную, бесконфликтную коммуникацию в интернет-пространстве, умеющих соблюдать этические нормы интернет-общения.

На занятиях мы предлагаем обучающимся следующие виды заданий, например: 1) проанализировать фрагмент интернет-текста, отметив его языковые особенности; 2) определить, какие категории, характерные для русского коммуникативного поведения, реализуются в данных интернет-текстах, отметить случаи нарушения норм сетевого этикета; 3) проанализировать тактики троллинга, которые использует интернет-пользователь, порекомендовать свои варианты выхода из конфликтной ситуации; 4) охарактеризовать способы самопрезентации и речевого поведения языковой личности в интернет-коммуникации; 5) найти и проанализировать языковые единицы, характерные для языковой картины мира пользователей Сети (интернет-текст прилагается) и др. При этом можно использовать такие активные и интерактивные формы организации занятий, как круглый стол, ролевая игра (метод проигрывания ролей — инсценировки), решение ситуационных задач и др.

По окончании курса студенты представляют индивидуальные проекты (например, «Языковая игра в интернет-коммуникации» / «Художественный стиль в Интернете (сетература)» / «Речевой портрет известной личности в Интернете» / «Речевая агрессия в интернет-коммуникации» / «Жанр комментария в Интернете» / «Интернет-жаргонизмы: значение и употребление» и др.). Презентация проектов осуществляется с использованием мультимедийных средств и сопровождается обсуждением в группе (можно назначить рецензентов из числа студентов). Отметками «отлично» и «хорошо» оцениваются проекты, имеющие исследовательский, а не реферативный характер [2].

Безусловно, изучение языка интернет-коммуникации во всем многообразии его средств, в динамике его живого развития со всеми его актуальными процессами и проблемами представляется делом интересным и сложным (сложным в том числе и вследствие его быстрой динамики). Не менее трудно научиться оптимальному и стилистически целесообразному использованию языковых средств в различных сферах интернет-общения. Надеемся, что наш курс поможет студентам в решении данных задач, а также будет способствовать воспитанию чувства ответственности за собственное речевое поведение в Интернете (как

профессионала и как рядового пользователя), ведь творцами современной виртуальной реальности являемся мы сами и именно от нас зависит, какой будет эта реальность.

Елена Рязских

Литература

1. Сидорова М. Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение / М. Ю. Сидорова. — М.: 1989.ру, 2006. — 193 с.
2. Рязских Е. А. О преподавании дисциплины «Язык интернет-коммуникации» в вузе / Е. А. Рязских // Коммуникация в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей массовой коммуникации. — Воронеж, 2021. — Ч. 2. — С. 84–86.

Стилистический анализ текстов публицистики: проблема создания алгоритма исследования

Стилистика жанров публицистики изучается в классических университетах в качестве основного, систематизирующего курса, необходимого для будущих специалистов в области медиакоммуникации. И основной проблемой является тот факт, что самые разные знания из области языкознания необходимо объединить в целостную систему, удобную для теоретического усвоения и практического применения.

В период дистанционного обучения мы столкнулись с необходимостью дать студентам четкие алгоритмы анализа публицистических текстов разных жанров во время их самостоятельной работы. В своей методике мы использовали разработки таких признанных ученых, как В. В. Виноградов, Э. Верлих, В. И. Коньков, Г. В. Матвеева, Г. Я. Солганик, И. Я. Чернухина.

В качестве рабочего понятия мы используем термин «текстовая категория» как типологический признак текста. Г. В. Матвеева считает, что «языковое воплощение каждой текстовой категории непременно отвечает экстралингвистической заданности конкретного текста и группы однотипных в этом плане текстов» [3, с. 10].

В основе нашей схемы-алгоритма анализа текстов, принадлежащих к разным жанрам публицистики, лежит понятие текстовой категории, к которым мы относим: образ автора (термин В. В. Виноградова), образы персонажей, образ пространства (с системой локальных указателей), образ времени (с системой темпоральных указателей) (термины И. Я. Чернухиной) [5, с. 42]. Для понимания структуры и содержания публикации также важно иметь представление о типах текстов и формах речи. Поскольку все тексты создаются в рамках функционального стиля публицистики, в анализ включаются все его маркированные лексико-фразеологические средства, а также приемы выразительности — тропы и фигуры. Перечисленные элементы анализа представляют дискурсивный подход в исследовании текстов публицистики.

Рассмотрим содержание каждого компонента из представленной схемы анализа.

1. Образ автора. Как известно, изложение информации от первого, второго и третьего лица имеет свою модальность. Авторская модальность в публицистическом тексте проявляется в использовании разных групп вводных слов, конструкций и предложений, в вопросительных и восклицательных высказываниях, во вставных конструкциях. Помимо этого, в интервью например, автор показывает свое присутствие за счет выполнения специфических ролей: интерпретатора информации, собеседника, наблюдателя или опосредованного участника. Так, сообщение от 1-го лица предполагает использование местоимения *Я* и соответствующих форм глагола и передает эффект присутствия автора-очевидца событий, например в репортаже или путевом очерке.

Г. Я. Солганик пишет: «Форма речи от 1-го лица наиболее проста, естественна, изначальна. Говорящий — это я, собеседник — ты, он — тот, кто не участвует в речи. Все просто и ясно. Именно так начиналась вообще речь, имевшая на первых порах только устную форму. <...> Главная особенность I типа речи — совпадение производителя речи и я говорящего [4, с. 93]. Степень субъективности изложения при использовании **I типа речи** наивысшая.

II тип речи — высказывания, строящиеся от 2-го лица с местоимением *ТЫ* или *ВЫ* — редко встречается в публицистике, за исключением риторических приемов с обращением к аудитории: *Вы не поверите, но пришли все!*

III тип речи — высказывания от 3-го лица с местоимением *ОН*. Это показатель самого объективизированного способа изложения информации, например в информационной заметке или в аналитической статье.

2. Образы персонажей. В текстах публицистики языковое выражение образов персонажей — героев публикаций — может быть представлено в разном объеме и с разной степенью выразительности: от нескольких ярких деталей в репортаже или корреспонденции до полных и объемных характеристик героев в интервью-зарисовке или портретном очерке.

3. Образ пространства. Локальные указатели имеют свою специфику отражения в медийных текстах. От прямых номинаций в информационной заметке или корреспонденции (*В Москве, в районе станции метро Красные ворота*) до расширения или сужения пространства в очерках или эссе.

3. Образ времени. Темпоральные указатели (*даты, время года, суток, наречия, предлоги и союзы со значением времени*) могут выполнять номинативную функцию, а художественные детали, артефакты эпохи создают картину времени, выполняя выразительную функцию в публицистическом тексте.

4. Типы текстов. Э. Верлих выделяет следующие типы текстов:

- 1) дескриптивные (описательные) — тексты о явлениях и изменениях в пространстве;
- 2) нарративные (повествовательные) — тексты о явлениях и изменениях во времени;
- 3) объяснительные — тексты о понятийных представлениях говорящего;
- 4) аргументативные — тексты о концептуальном содержании высказывания говорящего;
- 5) инструктивные — например, тексты

законов [1, с. 87–88]. Принято выделять три основные типа текста — *описание, повествование и рассуждение*, но, как показывает практика, инструктивные тексты также широко используются в таких жанрах, как аналитическая статья или журналистское расследование. По мнению В. И. Конькова, в газетном тексте можно найти и другие речевые действия, такие как: *информационное сообщение, директива, призыв, обращение, оценка, метатекст* [2, с. 22]. Но с точки зрения частотности употребления эти типы текстов следует отнести к факультативным.

5. Типы речи: *речь автора и чужая речь*, к которой относится *прямая речь персонажей, косвенная и несобственно-прямая речь*. Полную характеристику стилистических особенностей каждого типа чужой речи мы находим у Г. Я. Солганика: «В публицистике... прямая речь людей, участников событий, усиливает эффект достоверности, документальности. Поэтому *прямая речь* — непременный компонент многих публицистических жанров» [4, с. 113]. *Косвенная речь* — универсальное средство для точной передачи информации третьего лица, персонажа без сохранения языковых особенностей. Напротив, *несобственно-прямая речь* выполняет яркие стилистические функции, при этом голос персонажа звучит явственно и оформляется цельным предложением. *Диалогическая речь*, включаемая авторами в текст, выполняет сразу несколько важных функций: диалог повышает достоверность информации, меняет план рассказчика, создает динамизм повествования, содержит яркие оценки события.

6. Средства речевой выразительности: *фигуры и тропы*; элементы других функциональных стилей (*научные термины, канцеляризм, высокая, устаревшая лексика*) и *внестилиевые элементы (жаргонизмы, просторечия, диалектизмы, инвективная лексика)*.

7. Элементы композиции текста. В анализ речевой структуры текста включается анализ всех компонентов его композиции: *заголовок, подзаголовок, лид* и др. В данном пункте исследуется вид заголовка, соотношение его с подзаголовком и всем текстом.

8. Приемы создания комического. При анализе речевой структуры жанра «фельетон» необходимо определить, за счет каких авторских приемов создается комический образ: *каламбур, стилевой контраст, гиперболы, пародия на что-либо, аллегория, ирония, сатира, гротеск*. Особый интерес представляет форма, в которой создается фельетон, поэтому важно отметить особенности композиции фельетона.

Соединение анализа текстовых категорий с функционально-стилистической наполненностью и учет экстралингвистических факторов, к которым мы относим тематику публикации, целеполагание, учет аудитории, формат издания, регион его распространения и др., позволяют дать полное представление о тексте, созданном медиаспециалистом.

Людмила Сандлер

Литература

1. Верлих Э. Цит. по: Солганик Г. Я. *Стилистика текста: учеб. пособие* / Г. Я. Солганик. — М.: Флинта, Наука, 1997. — 256 с.

2. Коньков В. И. *Речевая структура газетных жанров: учеб. пособие* / В. И. Коньков. — СПб.: Роза мира, 2004. — 221 с.
3. Матвеева Г. В. *Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк* / Г. В. Матвеева. — Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990. — 172 с.
4. Солганик Г. Я. *Стилистика текста: учеб. пособие* / Г. Я. Солганик. — М.: Флинта, Наука, 1997. — 256 с.
5. Чернухина И. Я. *Элементы организации художественного прозаического текста* / И. Я. Чернухина. — Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1984. — 116 с.

Преподавание дисциплины «Язык рекламы» на факультете журналистики Воронежского государственного университета

В конце 1980-х на страницах газет, в телеэфире стала распространяться коммерческая реклама. Факультет журналистики Воронежского государственного университета своевременно отреагировал на потребности складывающегося рынка массовой коммуникации, введя в учебный план специальности «Журналистика» курс «Реклама в прессе». Впоследствии в рамках данной специальности появилась специализация «Реклама и паблик рилейшнз», предлагавшая студентам изучение дисциплины «Язык и стиль рекламы». Данная дисциплина позже стала основной в учебных планах новой специальности «Реклама» (1998 г.), а затем и нового направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

На кафедре стилистики и литературного редактирования факультета журналистики с начала 1990-х разработчиком курса «Язык и стиль рекламы» являлась канд. фил. наук, доцент А. М. Шишлянникова. Было очевидно, что в эпоху становления новой российской государственности и развития рыночной экономики изучение языка рекламы будет весьма перспективным научным направлением. На тот момент не существовало учебных или учебно-методических пособий по языку и стилю рекламы, кроме пособия для вузов «Язык рекламных текстов» (по специальности «Журналистика»), написанного Д. Э. Розенталем и Н. Н. Кохтевым (1981 г.) [1]. Пособие знакомило с принципами составления социалистической рекламы, с требованиями, предъявляемыми к языку и стилю рекламных текстов; подчеркивался классовый характер рекламы, давалось четкое отличие социалистической рекламы от капиталистической. В 1991 г. вышло учебно-методическое пособие проф. Н. Н. Кохтева «Стилистика рекламы» [2]. Однако этих работ было недостаточно для полноценного освоения студентами дисциплины «Язык и стиль рекламы».

А. М. Шишлянниковой были опубликованы научные работы, связанные с исследованием языка рекламы: языковых средств позитивной оценки рекламируемого объекта в газетной рекламе [3]; языковых экспрессивных средств в газетной рекламе [4]; афоризмов и выражения афористического типа в газетной рекламе [5]; каламбура в рекламных текстах [6]; особенностей использования эмоционально-оценочной лексики в медицинской рекламе [7];

использования национально-культурных факторов в современной российской рекламе [8]; словесных товарных знаков в российской рекламе [9]; «своего» и «чужого» в российской рекламе [10]; места рекламного стиля в системе функциональных стилей [11]; алогизмов в рекламе [12]; аргументации и языкового манипулирования в рекламе [13]; отражения уровня культуры общества в зеркале современной рекламы [14]; вербальных и визуальных составляющих юмора в телерекламе [15] и др. Эти работы, основывавшиеся на анализе большого объема уникального материала — текстов российской рекламы, обладали теоретической и практической значимостью и отличались научной новизной. Результаты анализа данного практического материала вошли в лекционный курс по дисциплине «Язык и стиль рекламы» и в учебное пособие «Реклама: история, теория, практика», в которое была включена глава «Язык и стиль рекламы», написанная А. М. Шишляниковой [16].

Издательство факультета также выпустило учебные пособия А. М. Шишляниковой «Коммуникативное воздействие и языковое манипулирование в рекламе» и «Языковые средства привлечения внимания и создания интереса к рекламному сообщению».

Учебное пособие «Языковые средства привлечения внимания и создания интереса к рекламному сообщению» ставит целью изучение различных стилистических приемов и языковых единиц, использующихся на таких этапах психологического воздействия рекламы, как внимание и интерес. В пособии рассматриваются аттрактивные и интересоформирующие языковые средства: ключевая лексика рекламы, тропы, стилистические фигуры, прецедентные тексты, звукопись, языковая игра и др. [17].

Учебное пособие «Коммуникативное воздействие и языковое манипулирование в рекламе» дает студентам представление о коммуникативном воздействии и языковом манипулировании, которые используются на таком этапе психологического воздействия рекламы, как желание. Пособие знакомит с основными приемами того и другого, а также прививает практические навыки анализа и оценки этих приемов в рекламных текстах. Данное пособие отличается от имеющихся учебников по языку рекламы тем, что включает в себя практические задания по наиболее сложным проблемам языкового манипулирования (в частности, по способам языкового манипулирования). Примеры для практикума взяты автором из современной рекламы. Предлагаемые задания снабжены ответами, что позволяет студентам выполнять упражнения не только под руководством преподавателя, но и самостоятельно с последующей самопроверкой [18].

Подготовлено к изданию и скоро выйдет в свет учебное пособие А. М. Шишляниковой «Язык и стиль рекламы», в котором комплексно и полно рассматривается феномен рекламного стиля. Пособие призвано сформировать у студентов целостное представление о системе языковых и стилистических приемов, позволяющих создавать качественный рекламный текст, а также выработать необходимые знания, умения и навыки по использованию в рекламном продукте

оптимальных языковых и стилистических ресурсов и по редактированию текстов.

В первом разделе пособия «Рекламный стиль в системе функциональных стилей современного русского языка» автор определяет место рекламного стиля в системе функциональных стилей русского языка и дает определение и общие признаки рекламного стиля. Известно, что сложность в преподавании и изучении дисциплин, связанных с языком и стилем рекламы, обусловлена дискуссионностью научных подходов к указанным аспектам рекламного творчества [19]. В связи с многочисленностью функций, а также разнообразием языковых средств и приемов в ее арсенале рекламу рассматривают как самостоятельный речевой стиль, разновидность публицистического стиля и даже считают отдельным жанром [20]. А. М. Шишляникова придерживается точки зрения Е. С. Кара-Мурзы: «Характер функционирования рекламы в нынешних российских средствах массовой коммуникации уже позволяет делать выводы относительно сложившихся функционально-стилистических особенностей ее текстов на фоне других стилевых разновидностей русского языка» [21]. А. М. Шишляникова обосновывает выделение рекламного стиля наряду с другими в системе функциональных стилей современного русского языка: «Основанием для классификации функциональных стилей в русском языке и главным стилеобразующим фактором для каждого функционального стиля является та сфера общественной жизни, где данный стиль применяется. Для научного стиля это сфера науки, для официально-делового стиля — сфера права, для газетно-публицистического — сфера политики и общественной жизни, для литературно-художественного — сфера искусства, для религиозно-проповеднического — религиозная сфера, для разговорного — сфера быта и, наконец, для рекламного стиля — это, прежде всего, область рыночных, торговых, экономических отношений. Вторым важным фактором, влияющим на формирование стиля, выступают те функции языка, которые реализуются в данном стиле. Для научного и официально-делового стилей это функция сообщения, для газетно-публицистического это функции сообщения и воздействия (информационная и воздействующая), для художественно-литературного — эстетическая функция, для религиозно-проповеднического — воздействующая, для устно-разговорного — функция общения. Для рекламного стиля такими функциями являются функция сообщения (информировать потребителя о товарах и услугах) и воздействия (побудить купить товар или воспользоваться услугой). Рекламный стиль, как и другие функциональные стили языка, характеризуется особенностями в отборе, сочетании и употреблении языковых средств — в первую очередь лексико-фразеологических и синтаксических. Он обладает своей собственной образностью и выразительностью. В нем используются особые приемы убеждения, языкового манипулирования, языковой игры, что делает стиль рекламы неповторимым. И если даже этот стиль заимствует у других функциональных стилей — газетно-публицистического, литературно-художественного, научного — отдельные формы, жанры, языковые сред-

ства, то они организуются здесь иначе и подчиняются иным целям и задачам».

Второй раздел пособия «Использование единиц разных языковых уровней в рекламе» рассматривает единицы лексического уровня (включая ключевую лексику рекламы), морфологического и синтаксического уровня в рекламных текстах.

Третий раздел пособия «Использование языковых средств на разных этапах психологического воздействия рекламы» построен на описании различных языковых единиц, приемов и средств, применяющихся в соответствии со схемой AIDA и призванных привлечь внимание потребителя, заинтересовать его и вызвать желание купить товар или воспользоваться услугой: тропов, стилистических фигур, языковой игры разных типов, прецедентных текстов, коммуникативного воздействия, языкового манипулирования и др.

Четвертый раздел учебного пособия «Вербальная часть рекламы» рассматривает структурные части рекламного текста — зачин, заголовок, эхо-фразу, основную часть, слоган, а также дает представление о требованиях, предъявляемых к словесному товарному знаку.

В разделе учебного пособия «Аудитория и длина текста» представлены рекомендации по объему рекламных текстов: какой длины должен быть рекламный текст, чтобы его читали потенциальные потребители товаров и услуг.

Шестой раздел пособия «Стили и формы рекламы» рассказывает о жанрах рекламы, типах рекламы по эмоциональному тону (нейтральная, мягкая и жесткая реклама). Особое внимание уделяется явлениям шока и эпатажа в рекламе, речевой агрессии в рекламе.

Большой теоретической значимостью обладает уникальное содержание седьмого раздела — «Национальная составляющая в рекламе», где говорится об основных чертах русского национального характера и их отражении в рекламе, о ценностных ориентациях россиян и их отражении в современной рекламе, об использовании элементов русской национальной культуры в рекламе.

Восьмой раздел пособия дает представление о типичных ошибках в рекламных текстах: орфографических, пунктуационных, речевых лексических, речевых морфологических, речевых синтаксических и стилистических, в том числе лингвостилитических.

Лингвостилитические нарушения в рекламных текстах становятся отдельным предметом исследования преподавателей секции стилистики и литературного редактирования кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации факультета журналистики. **Лингвостилитика, как известно, рассматривает языковые способы выражения морально-этических отклонений в жизни общества** [22]. Студенты должны помнить о том, что роль рекламы в жизни современного общества огромна. Реклама выполняет, ввиду массовости ее распространения, и воспитательную функцию, и функцию формирования ценностных ориентиров. Некоторые ученые сравнивают рекламу по силе воздействия на массовое сознание с искусством, религией и мифами. Функции рекламы не ограничиваются продвижением товаров и услуг.

Действительно, рекламе нужно только продавать, но для этой цели рекламисты используют средства, имеющие следствием то, что реклама продвигает идеи, пропагандирует определенные ценности, диктует поведенческие установки [23]. Как и миф, реклама предлагает простые модели поведения и разъяснение устойчивых жизненных ситуаций, обеспечивая людей готовым руководством к организации собственной жизнедеятельности. Сегодня смело можно утверждать, что «в формировании стиля потребительского поведения субъектов общества потребления одним из важнейших каналов является реклама. Рекламное сообщение модифицируется в социальные нормы и ценности и превращается в институт социализации. Реклама является не просто информационным сообщением о товаре, а одним из механизмов и средств социализации личности» [24]. Поэтому нарушение норм лингвостилитики в рекламных текстах крайне опасно. На практических занятиях по дисциплине «Язык рекламы» студенты рассматривают и анализируют примеры рекламных текстов, содержащих речевые единицы, нарушающие лингвостилитические нормы: речевую агрессию, немотивированное использование языковой игры, травестирование (грубая вульгаризация явлений, которые считаются заслуживающими глубокого уважения), подмену понятий, немотивированную эксплуатацию сексуальных мотивов, использование инвективной, обценной лексики и определенного типа жаргонизмов (слов криминального жаргона и жаргона наркоманов) и др. Студенты должны помнить, что игнорирование того факта, что реклама выполняет воспитательную, социализирующую функцию, представляется крайне опасным. Необходимо обязательно учитывать языковые механизмы воздействия рекламного текста на потребителя [25].

Таким образом, секция стилистики и литературного редактирования кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации факультета журналистики ставит и успешно решает следующие задачи при освоении обучающимися дисциплины «Язык рекламы»:

- знакомство со стилистическими чертами рекламного функционального стиля;
- анализ разноуровневых языковых ресурсов, используемых в рекламе;
- рассмотрение языковых и стилистических приемов, применяемых на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения;
- знакомство с языковыми особенностями рекламных слоганов, заголовков, словесных товарных знаков;
- формирование умений по языковому оформлению авторских рекламных текстов;
- выработка навыков анализа, оценки и исправления рекламных текстов.

Ирина Хорошунова

Литература

1. Розенталь Д. Э. Язык рекламных текстов: учеб. пособие для вузов / Д. Э. Розенталь, Н. Н. Кохтев. — М.: Высш. школа, 1981.
2. Кохтев Н. Н. Стилистика рекламы: учеб.-метод. пособие для студентов фак. и отд.-ний журналистики гос. ун-тов / Н. Н. Кохтев. — М.: Изд-во МГУ, 1991. — 91 с.

3. Шишляникова А. М. Языковые средства позитивной оценки рекламируемого объекта в газетной рекламе / А. М. Шишляникова // Современные СМИ: истоки, концепции, поэтика: тез. докл. науч. конф. — Воронеж, 1994. — С. 31–33.
4. Шишляникова А. М. Языковые экспрессивные средства в газетной рекламе / А. М. Шишляникова // Российская журналистика: смена приоритетов: тез. науч. — практ. конф. — Воронеж, 1995.
5. Шишляникова А. М. Афоризмы и выражения афористического типа в газетной рекламе / А. М. Шишляникова // Оптимизация средств массовой информации: тез. науч.-практ. конф., 13–17 мая 1996 г. — Воронеж, 1996. — С. 66–69.
6. Шишляникова А. М. Каламбур в рекламных текстах / А. М. Шишляникова // Журналистика конца XX столетия: уроки и перспективы: материалы науч.-практ. конф. — Воронеж, 1998. — С. 160–162
7. Шишляникова А. М. Особенности использования эмоционально-оценочной лексики в медицинской рекламе / А. М. Шишляникова // Журналистика в 1998 году: тез. науч.-практ. конф. — М., 1999.
8. Шишляникова А. М. Использование национально-культурных факторов в современной российской рекламе / А. М. Шишляникова // Язык и национальное сознание. — Воронеж, 1999. — Вып. 2. — С. 203.
9. Шишляникова А. М. Словесные товарные знаки в российской рекламе / А. М. Шишляникова // Журналистика — Реклама — Связи с общественностью: материалы науч.-практ. конф. — Воронеж, 2000. — С. 206–208.
10. Шишляникова А. М. «Свое» и «чужое» в российской рекламе / А. М. Шишляникова // Журналистика в 2000 году: реалии и прогнозы развития: тез. науч.-практ. конф. — М., 2001. — Ч. 5. — С. 41–42.
11. Шишляникова А. М. О месте рекламного стиля в системе функциональных стилей / А. М. Шишляникова // Коммуникация в современном мире: материалы Всерос. науч. — практ. конф. — Воронеж, 2002. — С. 111–116.
12. Шишляникова А. М. Алогизмы в рекламе / А. М. Шишляникова // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века. — М., 2002. — Ч. 10. — С. 29–30.
13. Шишляникова А. М. Аргументация и языковое манипулирование в рекламе / А. М. Шишляникова // Коммуникация в современном мире: материалы Всерос. науч.-практ. конф. — Воронеж, 2006. — С. 220–222.
14. Шишляникова А. М. Отражение уровня культуры общества в зеркале современной рекламы / А. М. Шишляникова // Средства массовой информации в современном мире: Петербургские чтения: тезисы межвуз. науч.-практ. конф., 21–22 апреля 2010 г., СПб. — СПб, 2010. — С. 231–232.
15. Шишляникова А. М. Вербальные и визуальные составляющие юмора в телерекламе / А. М. Шишляникова // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 9–11 февраля 2010 г. — М., 2010. — С. 475–476.
16. Шишляникова А. М. Язык и стиль рекламы / А. М. Шишляникова // Реклама: история, теория, практика: учебное пособие. — Воронеж, 2010. — Т. 2. — С. 58–87.
17. Шишляникова А. М. Языковые средства привлечения внимания и создания интереса к рекламному сообщению: учебное пособие / А. М. Шишляникова. — Воронеж, 2011. — 40 с.
18. Коммуникативное воздействие и языковое манипулирование в рекламе: учебное пособие / сост. А. М. Шишляникова. — Воронеж: Тип. лаб. фак. журналистики ВГУ, 2007. — 50 с.
19. Гордеева Е. Ю. «Язык и стиль рекламы» как вузовская дисциплина / Е. Ю. Гордеева // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2020. — Вып. 4. — С. 86–91.
20. Кара-Мурза Е. С. Реклама: жанр, функциональный стиль, дискурс? / Е. С. Кара-Мурза // Стереотипность и творчество в тексте: сб. науч. трудов / под ред. М. П. Котуровой. — Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет. — 2010. — С. 220–231.
21. Кара-Мурза Е. С. О бедной рекламе замолвите слово / Е. С. Кара-Мурза // Журналистика и культура русской речи. — Москва, 1997. — Вып. 3. — С. 65.
22. Бессарабова Н. Д. Лингвоэтика, или Еще раз об этическом аспекте культуры речи в современных СМИ и рекламы / Н. Д. Бессарабова // Журналистика и культура русской речи. — 2011. — № 58. — С. 55–62.
23. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации: учебное пособие / Т. Г. Добросклонская. — М.: КДУ, 2014.
24. Логачева С. М. Социализирующая функция рекламы / С. М. Логачева // Проблемы массовой коммуникации: материалы Всероссийской научно-практической конференции / под общ. ред. В. В. Тулупова. — Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2009. — Часть II. — С. 102–104.
25. Хорошунова И. В. Нормативный и лингвоэтический аспекты изучения рекламных текстов / И. В. Хорошунова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — № 4. — 2014. — С. 81–85.

Воспитательная среда факультета журналистики: традиции и инновации

Практическая подготовка: реализация воспитательной функции во время прохождения практики в профильных организациях

В последнее время о воспитании студентов не говорит только ленивый. Особое внимание стали уделять роли кураторов и внеаудиторной работе со студентами. Но вуз — это, прежде всего, площадка, которая дает возможность выпускнику школы получить профессию, и, по нашему мнению, воспитывать преподаватели должны в первую очередь будущего профессионала какой-либо отрасли, а не просто “хорошего человека”. Впрочем, акцент на профессиональные навыки не исключает воспитания личности.

Довольно ярко воспитательная функция проявляется в практиках (учебной и производственных), если студент проходит их в профильных организациях. Потому что, с одной стороны, практики позволяют студенту закрепить полученные в аудитории знания, а с другой — помогают обнаружить личностные проблемы, ликвидировав которые, можно стать сильнее. Как практика воспитывает личность?

Практика учит ответственности. Любая коммуникационная профессия — это профессия жестких дедлайнов. Вряд ли в редакции, рекламном агентстве или пресс-службе крупной организации всерьез воспримут типичные студенческие отговорки: не сделал работу, потому что сломался компьютер / болела голова / не смог доехать из-за дождя и т. д. В любой авторитетной организации действует правило “Работа должна быть сделана в срок”.

Распространенная ситуация: студент пришел на практику, взял задание, сорвал дедлайн и исчез, а через какое-то время он внезапно объявился. При таком подходе в первый раз, возможно, руководитель от организации пожалеет практиканта и даст еще ему задание. Но если это носит систематический характер, вряд ли на такого “работника” захотят тратить время, и дальше студент либо принимает эти правила игры и старается не подводить по срокам организацию, либо у него возникают сложности с учебой и в дальнейшем — с работой.

В профильных организациях тоже работают люди. Конечно, и у них бывают непредвиденные обстоятельства: болезни, смерти, дорожные происшествия и т. д. Но профессионала от дилетанта отличает не только набор умений, отточенных до автоматизма. Его отличает еще и ответственный подход к делу. Например, студент проходил практику в редакции, взял тему (пресс-конференция начальника ГИБДД по Воронежской области), сходил на мероприятие, но потом позвонили родители и ему срочно пришлось уехать домой в другой город. В такой ситуации студенту нужно всего лишь позвонить редактору или журналисту, который его курирует, объяснить ситуацию и дальше

действовать по обстоятельствам. Возможно, куратор от редакции попросит прислать диктофонную запись или даст больше времени.

Именно на практике студент начинает осознавать, насколько важно выполнять работу в поставленные сроки, насколько в любой организации все зависят друг от друга и чем чревато халатное отношение к работе.

Практика учит четкости при выполнении профессиональных задач. Разгар практики. Звонит журналист одного из воронежских СМИ и говорит: “Я, конечно, понимаю, что вы там все очень творческие люди, но научите своих студентов следовать ТЗ”. Проблема была в следующем: руководитель практики от организации поручил подопечному написать новость с пресс-конференции в Доме журналистов. Вместо заметки в 1 тыс. знаков редактор обнаружил в почте “недорепортаж” на 5 страниц, из которых половина — это пространные рассуждения автора и описание абсолютно ненужных деталей (таких, как цвет потолка в Домжуре, “скромный, но с душой организованный кофе-брейк” и “диктофоны, украшавшие стол, за которыми сидели спикеры”). Студент объяснил это тем, что во время обучения ему понравился жанр репортажа, и он захотел написать такой текст, потому что “ну а что в этом такого страшного”.

С одной стороны, ничего страшного нет: на пресс-конференции практикант побывал, текст написал, даже инициативу проявил, но с другой — редактор дал ему конкретное задание. Вероятно, он чем-то руководствовался, когда говорил, что нужно написать именно новость. Например, тем, что вовремя опубликованный новостной текст мог бы попасть в топ “Дзен.Новости”, а это положительно сказалось бы на трафике сайта. И/или тем, что с подобных пресс-конференций нет смысла писать репортаж, потому что действие как таковое там отсутствует, а подмеченные детали незначительны. И лучше было бы вычленив два-три новостных повода, которые можно превратить в две-три заметки за пару часов, чем угробить полдня на написание одного никому не нужного репортажа.

Подобное во время практики встречается сплошь и рядом: руководитель сказал сделать “текстовку” для инфографики — студент сдал аналитический материал; глава пресс-службы поручил написать на страницу пресс-релиз о вручении профессиональной награды владельцу компании — практикант разродился чуть ли не очерком; сказали придумать дизайн для баннерной рекламы ветклиники, а студент чуть ли не айдентикой предлагает поменять.

Инициатива на практике — это очень хорошо. Но любая инициатива должна быть целесообразной и согласованной с руководством. Иначе это может привести к потере драгоценного времени, трате сил впустую и ненужным конфликтам. И когда практикант сталкивается с подобными ситуациями не на страницах методических

пособий, а в реальной жизни, на своей «шкуре» испытывает, чем это чревато, тогда он быстрее понимает, почему в работе зачастую четкость важнее «креатива».

Практика учит взаимодействовать с коллективом. В учебной группе студент привыкает, что все зависит только от его способностей: и оценки, и похвала или критика преподавателя. На работе всё по-иному.

Например, студент проходит проектную практику в организации, которая создает для одного из клиентов коммерческую презентацию. Один человек готовит текст, другой (практикант) — фотографии, третий — отвечает за дизайн. Практикант и его коллега сделали свою работу, а дизайнер по никому не известным причинам не нарисовал презентацию. В лучшем случае ему оперативно находят замену. В худшем — проектная группа теряет заказчика.

Или, например, студент проходил практику на телеканале. Поехал с оператором на съемку, но, надеясь на профессионализм старшего товарища, не проследил, что тот снял на месте события. На монтаже выяснилось, что планов не хватает, а телевидение — это не сетевое СМИ, в котором отсутствие нужных фотографий можно компенсировать описанием по памяти. Здесь важна «картинка». И теперь нужно что-то придумать, чтобы через два часа сюжет оказался в эфире и зритель ничего не заметил.

Другой пример: в рекламном отделе руководитель попросил практиканта согласовать буклет с заказчиком. Ответственный практикант отправил все по электронной почте, но подтверждения о получении письма заказчиком не получил. Проходит день, второй, третий. Руководитель спрашивает у практиканта, что с заказчиком. Практикант отвечает, что он молчит. И только через несколько дней выясняется, что вторая сторона ничего не получала — письмо ушло в спам. То есть практикант даже не задумался о том, чтобы сразу позвонить заказчику и узнать, получил ли он буклет.

Изложенные выше истории — это реальные ситуации, о которых рассказывали студенты после практики. Было бы неправдой, если бы мы сказали, что подобные проблемы возникают только у студентов. Они возникают у всех: и у тех, кто только начинает работать, и даже у тех, кто уже вышел на пенсию. Но именно погружение в практику еще на этапе обучения в вузе помогает студенту получить не только профессиональный, но и жизненный опыт. Во время практики он учится оперативно находить решения внезапно возникших проблем, проявлять предусмотрительность и характер там, где это необходимо. И это воспитывает, закаляет его и как профессионала, и как личность.

Елена Тюрина

Воспитательная работа на факультете журналистики ВГУ: традиции и инновации (из опыта работы замдекана)

В сентябре 2006 года автор данной статьи приступил к обязанностям заместителя декана по воспитательной работе на факультете журналистики ВГУ, сменив

на этом посту Виктора Владимировича Гаага, в течение 20 лет занимавшегося «трудными» студентами. Своим основным методом воспитания и *перевоспитания* В. В. Гааг называл воспитание трудом. Реализовывалось это следующим образом: студентов (главным образом это были юноши, которые своим поведением доставляли неудобства окружающим) Виктор Владимирович приглашал к себе в мастерскую и просил помочь с изготовлением нужных для факультета вещей — учебных столов, стульев, лавок. В процессе физического труда велась неспешная беседа о жизни, человеческих ценностях и принципах, о литературе и творчестве. И вот через некоторое мы видели, что парни уже сами, по своей инициативе, приходили в мастерскую, приносили инструмент, спрашивали, чем помочь. И приводили друзей! Уже не только «трудные», но другие неравнодушные к работе ребята весело стучали и пилили в факультетской мастерской. Но это были 1990-е — начало 2000-х годов, когда еще воспитательная работа в вузах не была стандартизирована и велась от сердца, от души.

К окончанию первого десятилетия нового века в этой сфере стали происходить изменения. Для начала были введены ежегодные планы воспитательной работы каждого факультета, за которыми логически следовали отчеты. Первоначально они писались в вольной форме, каждый профильный заместитель декана сам решал, какие направления работы были на его факультете приоритетными. Позже появилась единая для всего ВГУ схема, которая включала мероприятия, проводимые совместно с общеуниверситетскими структурами: отделом внеучебной деятельности студентов, студенческим культурно-массовым центром, спортивным клубом, психолого-консультационной службой и университетским студсоветом. После этих обязательных разделов можно было отдельными пунктами обозначить внутрифакультетские и прочие мероприятия. Вот эти последние пункты как раз и представляют наибольший интерес как «носители» основных традиций журфака ВГУ.

Во всех учебных заведениях, будь то школа, вуз или техникум, День знаний, отмечаемый первого сентября, не остается без внимания. И если в общеобразовательных школах — нельзя не отметить! — наблюдается тенденция к «сворачиванию» праздника, уменьшению его масштабности, то в вузах, наоборот, с внедрением дистанционных технологий он становится более грандиозным. Школьники теперь видят торжественную линейку только в начале первого, девятого и одиннадцатого классов, а для остальных детей 1 сентября стал обычным учебным днем, как в довоенные годы. В вузах же, и в частности в ВГУ, наблюдается обратная тенденция: благодаря введенной в 2021 году традиции вступительных онлайн-лекций ректора, получить поздравление с праздником знаний могут не только первокурсники, собранные в самой большой аудитории факультета, но и ребята старших курсов, и даже выпускники. А после выступления ректора начинается уже внутрифакультетская программа, которая на каждом факультете своя. Журфак традиционно готовит студенческие капустники, которые органично объединяют важные и строгие напутственные

слова заместителей деканов, заведующих кафедрами и добрые, веселые авторские поздравления декана с презентациями актива факультета и номерами студенческой самодеятельности.

Первый учебный месяц для первокурсников посвящен их интеграции в студенческую среду. Старшие активисты готовят для них ряд игровых мероприятий, которые позволяют в ускоренной форме познакомиться с расположением аудиторий в учебном корпусе, узнать имена преподавателей и некоторые важные сведения о них, выявить лидеров студенческого сообщества и попробовать стать одним из них. О динамичной форме проведения мероприятия говорит само его название — «Пыль столбом». Это эксклюзивная «игра на местности» внутри факультета, в основе которой лежит принцип педагогической вожатской «вертушки», применяемой во многих Школах актива либо в только что сформированном детском коллективе во время организационного периода. Эксклюзивность проявляется в тематической направленности творческих станций. К примеру, «Удиви меня» предполагает выявление лиц с нестандартной формой мышления, «Дали на мели» позволяет выразить способности к изобразительному искусству и т. п.

Наиболее сложным в организации представляется выездное посвящение в студенты. Успех его зависит не только от уровня подготовленности организаторов-старшекурсников, но и от не зависящих от нас условий, в частности от погоды, поскольку двое суток студенты проводят на открытой местности в лесу при полном отсутствии благ цивилизации. На такой выезд отваживаются далеко не все первокурсники, около 90% которых составляют девушки. Организаторы заранее предупреждают обо всех предстоящих сложностях, перечисляют список необходимого снаряжения и строго следят за подготовкой к такому многолюдному выходу за пределы факультета. Кроме того, попасть на него могут не все желающие. Если организаторы видят, что студент может доставить проблемы своим поведением или неподготовленностью, ему рекомендуют остаться в городе. Тем же, кто оказался на Поляне посвящения, предстоит двое суток сверхинтенсивной творческой подготовки: работа с прозаическими и поэтическими текстами, психологические игры-тренинги, задания на сплочение команд и на знакомство. Апофеозом всего становится короткая, но откровенная беседа со старшекурсником либо недавним выпускником, в процессе которой новичок пытается понять свое место в выбранной профессии, в новом коллективе, а возможно, и вообще в жизни. Такие беседы никого не оставляют равнодушным, вызывают буквально взрыв эмоций и запоминаются на всю жизнь. И долго, уже вернувшись в город, первокурсники называют своих отрядных комиссаров «мамами» и «папами» (несмотря на разницу в возрасте всего лишь в год-два), а факультетские информационные ресурсы буквально переполняют словами благодарности.

Столь же проникновенным и глубоким по уровню эмоций является и другое факультетское мероприятие — ежегодный «Журфаковский костер» на фестивале «Парус Надежды». Это одновременно и неформальное

общение студентов с преподавателями, и встреча выпускников, и коллективный творческий вечер-концерт. Только что завершена сессия, факультет выпустил новую плеяду подготовленных к профессии молодых людей, которые начинают искать работу. И тут порой в процессе общения складывается тандем «работник — работодатель»: приехавшие на эту встречу представители СМИ — выпускники журфака разных лет — находят новых сотрудников или берут практикантов на лето. К слову, так бывает и на посвящении: более успешные выпускники «приглашают в профессию» тех, кто находится в поиске.

На сегодняшний день в календарном плане работы факультета значится более 30 постоянных и непостоянно проводимых мероприятий. И ежегодно возникает необходимость анализировать проделанную в течение учебного года работу. Это своего рода свободная рефлексия замдекана по ВР, которая прилагается к официальному отчету. Так, перечитывая аналитические записки к отчетам по воспитательной работе на факультете за последние несколько лет, можно проследить общие изменения, которые, в свою очередь, связаны с тем, что происходило не только в стенах журфака, но и за его пределами.

Вот, в частности, о чем напоминает самоанализ работы заместителя декана по воспитательной работе за 2016–17 учебный год: «Из недостатков стоит отметить отсутствие явного прогресса творческой и организационной работы по подготовке и проведению фестивалей «Первокурсник» и «Весна», мы никак не можем выйти в Высшую лигу. Заместителем декана по воспитательной работе предпринимались попытки по смене лидера в этом направлении, что, однако, было встречено отказом со стороны студенческого самоуправления.

Образовался и функционирует литературно-дискуссионный клуб «Горе от ума». Руководитель — к. фил. н., ст. преп. кафедры истории журналистики и литературы Лысякова Ю. А. Необходимо сказать о спонтанно вспыхнувшем желании участников литературно-дискуссионного клуба «Горе от ума» проводить открытые заседания и осуществлять волонтерскую деятельность. Инициативная группа во главе с к. фил. н., ст. преп. Ю. А. Лысяковой пришла к руководству Воронежской школы-интерната для слабовидящих детей с предложением проводить еженедельные чтения детской литературы по ролям. Об этом благом деле студентов факультета даже был показан сюжет по телеканалу «Россия-Воронеж».

2017–18 учебный год продолжает начинания предыдущего и «ознаменован для нас долгожданным выходом в Высшую лигу фестиваля «Студенческая весна». Стоит отметить большую роль в этом нового координатора творческой деятельности факультета Натальи Мокроусовой, которая, помимо этого, является талантливым автором песен (музыки и слов), сценаристом и продюсером.

Новые инициативные и неравнодушные студенты влились в факультетские ряды «Бессмертного полка». Девушки (в большинстве именно прекрасная половина факультета) помнят и искренне гордятся своими героическими прародителями. У некоторых из них

таблички полнятся лишь именами — на фотографии уже просто не хватило места, так много предков были героями ВОВ.

В конце учебного года на факультете прошли выборы председателя студенческого совета. Евгения Турбина, который за три года работы сумел поднять престиж и влияние этого органа самоуправления на довольно высокий уровень, сменила второкурсница Анастасия Вenevитина. Она участница многочисленных волонтерских проектов, творческих конкурсов и других мероприятий. Каким она станет лидером сообщества? Покажет время. Стоит отметить в целом небывалый подъем студенческой активности в связи с выборами в студсовет. Было предложено около 20 кандидатур на должность председателя! Лично деканом факультета был разработан регламент и процедура выборов. Обновленный студсовет продолжил работу, приняв многие традиции предыдущего состава».

И далее: «2018–2019 учебный год на факультете журналистики стоит охарактеризовать в первую очередь подъемом волонтерского движения. Студентка Анастасия Федосова, будучи уже в старших классах школы активным участником различных волонтерских групп в своем родном городе, привнесла огонь этой деятельности и в наши стены. Так, за год инициативной группой студентов было посещено 4 детских дома и приюта, а также собраны вещи для двух домов престарелых. С учетом интенсивности этого вида деятельности процесс можно уже назвать постоянным: коробка для сбора вещей и книг пополняется в течение всего учебного года.

Очень хорошим получился поход в составе «Бесмертного полка»: собрались те ребята, которым это действительно интересно и нужно. Хотя в конце шествия сетовали на то, что акция могла быть и лучше организована: долгие простои, затем интенсивное движение (почти бег) в течение нескольких часов без возможности отлучиться были сопряжены с определенными сложностями. Что, однако, не повлияло на общий настрой делегации.

Всё более проблематичными становятся посещения ветерана факультета, одинокой пенсионерки Маргариты Ивановны Стюфляевой. В силу возраста она стала настороженно относиться к незнакомым людям, неохотно разговаривает со студентами. Поэтому воспитательная составляющая таких визитов сводится к минимуму. В дальнейшем, скорее всего, посещения будут проводиться сотрудниками факультета без участия обучающихся.

Посещения могил ветеранов факультета дополнились еще одним адресом: умер Л. Е. Кройчик. Гражданская панихида была очень многочисленной: студентов, выпускников и преподавателей с трудом вместил зал главного корпуса. Для студентов, пожелавших проститься с Учителем, понадобился целый отдельный автобус, а многие пришли на Коминтерновское кладбище пешком.

Интересно, тепло и даже по-домашнему (с чаем и печеньями) стали проходить заседания Киноклуба. В середине учебного года с инициативой проводить заседания на факультет пришла недавняя выпускница

Марина Мельникова, являющаяся теперь активисткой движения «Молодая жизнь». Фильмы для просмотра согласовываются с заместителем декана по ВР заранее, предпочтение отдается новым отечественным лентам, вызывающим общественный резонанс».

2020–21 учебный год: «После Анастасии Вenevитиной, так и не сумевшей стать лидером студенческого сообщества, место председателя студсовета факультета занял Никита Смотров. Анастасия приняла решение сосредоточиться на движении КВН и направлении стендап-творчества. Никита является также и председателем совета общежития. В минувшем году возникла необходимость коллективного вмешательства в проблемы быта и межнациональных коммуникаций между студентами факультета. Никита сумел вовремя сигнализировать о проблеме, благодаря чему ситуация не зашла слишком далеко. Н. Смотров инициативен на заседаниях ученого совета факультета, оперативно доносит пожелания студентов до ШПС.

Как всегда, на подъеме прошел фестиваль «Первокурсник», но вот в весеннюю волну студенческого творчества внесла свои коррективы пандемия коронавируса.

Среди авторского студенческого творчества стоит отметить работу четверокурсницы СПО Александры Пантак (фотовыставка «Подойди поближе»), ставшей известной за пределами факультета и получившей приглашения Областного краеведческого музея и музея им. Крамского.

Студенческий проект видеотворчества «По щелчку» вышел на новый уровень развития, стал производить больше социально значимого продукта. Среди недавних работ — ролик «Что вы знаете о молоке» с участием 7–10-летних воронежцев, посвященный Дню защиты детей.

Литературный клуб «Горе от ума» во втором семестре полностью перешел в онлайн-формат. С одной стороны, это лишило заседания определенного шарма, с другой — в клубе появились иногородние участники, в том числе и нестуденческого возраста.

В целом, по понятным причинам, первый семестр в плане воспитательной работы можно считать более результативным. Дистанционные формы этой работы еще пока находятся в стадии развития. На наш взгляд, эффективным будет совмещение дистанционной и контактной форм взаимодействия со студентами, с преобладанием все-таки привычных методик».

В 2021–22 учебном году «в условиях продолжающейся пандемии многие мероприятия проходили в онлайн- и смешанном формате, что не лучшим образом сказалось на их качестве и степени воздействия на целевую аудиторию. Хотя нельзя не отметить, что студенты, работая над многочисленными видео, приобретают неоценимый опыт, который, несомненно, пригодится журналистам в будущем.

Ушла (выпустилась) сильная творческая команда. Поэтому следующий год в творческом плане может оказаться непредсказуемым, хотя преемники и подают большие надежды.

Ощущается острая необходимость в стимуляции волонтерской деятельности, поскольку современное

общество все более и более нуждается в безвозмездной помощи молодых энергичных людей. Но одними идеалами сегодня молодежь не привлечь. Поэтому есть потребность в разработке системы косвенно-материального, морального и других видов стимулирования.

Заметен подъем патриотического самосознания в обществе в целом и в ВГУ в частности. Молодые люди постепенно осознают важность этого подъема.

Умерла легенда факультета, доцент, кандидат филологических наук, крупнейший специалист по публицистике и образности Маргарита Ивановна Стюфляева, в последние десятилетия она была одинокой пенсионеркой факультета, студенты ходили к ней в гости. Неформальное общение с преподавателями и публицистами предыдущего поколения приносило студентам неоценимую пользу.

Прекрасная традиция и украшение факультета — постоянно меняющаяся экспозиция фотовыставки. Она уже не помещается на своем изначальном месте, в зоне коворкинга «Серые столы», картины и фотографии заполнили стены возле 110-й аудитории, «выползли» в левый коридор первого этажа. Немаловажная роль в этом принадлежит студентам и кураторам СПО.

2022–23 учебный год: «В ушедшем учебном году в активе факультета произошло две замены. На место председателя студсовета Никиты Смотровой пришла студентка 3-го курса Алина Горлова. Она является признанным авторитетом среди студентов всех направлений, однако и Никита продолжает помогать в организации мероприятий, перейдя уже на уровень аспиранта и молодого преподавателя.

Факультетский литературный клуб сменил локацию. Теперь заседания проходят в помещении клуба «Кратер». Университетские аудитории намеренно не используются, так как посетителями обсуждений являются не только студенты, но и выпускники, а также друзья и все, кому интересна литературная дискуссия. Такой состав участников вызывал вопросы у службы охраны ВГУ и доставлял дополнительные сложности обеим сторонам.

Факультет имеет поводы гордиться результатами работы факультетского радио «Навигатор». В минувшем учебном году творческая команда заняла ряд призовых мест в профессиональных конкурсах.

В течение всего учебного года вызывала вопросы и нарекания организация работы творческого актива факультета, и связано это со спецификой координатора творческой деятельности Алеси Наумовой. Возникали сложности в разных сферах, в том числе даже с коммуникацией и проведением внутрифакультетских мероприятий. Тем не менее это не сказалось на результативности выступлений факультета на фестивалях студенческого творчества различных уровней. Алесь, окончив бакалавриат, уступила место координатора Юлии Тимошенко».

Разумеется, далеко не все мероприятия, проводимые на факультете, возможно отразить в отчете. Некоторые из них, которые не требуют в данный момент особого внимания, приводятся в общей таблице отчетов.

Подводя итог анализу традиций и инноваций в воспитательной деятельности факультета журналистики, хочется выделить два основных аспекта. Первый — это все повышающийся уровень стандартизации в работе. Так, в 2022 году введена единая «Программа воспитания ВГУ», которая активно интегрируется в учебный процесс. С одной стороны, это облегчает систематизацию работы и, обозначая общеуниверситетские тенденции, вписывает их в общую воспитательную линию государства. Но с другой, это может привести к формализации деятельности, а воспитание человека и гражданина — процесс точечный и очень индивидуальный. Второй аспект, который хотелось бы выделить, касается непосредственно факультета журналистики. Речь здесь о студенческом самоуправлении. Процесс этот долго и болезненно налаживался в начале 2010-х годов, формировалась система профильных отделений и сообществ, однако сейчас можно с уверенностью сказать, что механизм работает если не идеально (не будем себе льстить), то, по крайней мере, относительно эффективно: выстроена система информирования, самостоятельно реализуется принцип преемственности, студенческие инициативы не остаются неуслышанными и по мере возможности реализуются.

Марина Цуканова



Леонид Соколов Книга каламбуров

Под таким названием готовится к печати очередная книга писателя-юмориста Леонида Соколова

С Леонидом Алексеевичем Соколовым мы знакомы уже более полувека: сначала общались в коридорах Башкирского госуниверситета как студенты филфака (все читали его сатирические миниатюры в вузовской многотиражке, знали как старосту творческого кружка «Тропинка»), затем — в коридорах уфимского Дома печати как коллеги, «акулы пера» (Соколов работал в районной газете, в рекламном агентстве, трудился в ИА «Башинформ»).

Юмористические рассказы Лёня стал писать еще школьником, и к нашему читательскому счастью не бросал это дело всю свою творческую жизнь, публикуясь сначала в местной, затем — во всесоюзной (теперь — всероссийской) и даже зарубежной печати. Один лишь перечень изданий, с которыми сотрудничал Л. А. Соколов, вызывает уважение: «Литературная газета», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Крокодил», «Вокруг смеха», «Крокодил», «Фонтан», «Веселуха», «Кукумбер», «Хэнк-Виль», «Чаян-Скорпион»...

Как и список стран, читатели которых познакомились с творчеством уфимского писателя-юмориста: Австралия, Азербайджан, Болгария, Германия, Казахстан, Канада, Таиланд...

Как и реестр его званий и наград: заслуженный работник культуры Республики Башкортостан; памятная медаль Министерства культуры Российской Федерации «Великий русский писатель Ф. М. Достоевский»; лауреат национальной литературной премии «Золотое перо Руси» (2016, 2019, 2021 гг.); лауреат премий «Золотой теленок» клуба «12 стульев» «Литературной газеты», имени Степана Злобина, имени Фатиха Карима.

В 2022 году пьеса для детей Леонида Соколова «Субботник в лесу» стала призером международного литературного конкурса имени Александра Курляндского, проводимого Союзом писателей Северной Америки.

Экземпляр одного из его сборников (а их у Соколова вышло более десяти) — «Кумир» — стал экспонатом Музея сатиры и юмора в болгарском городе Габрово.

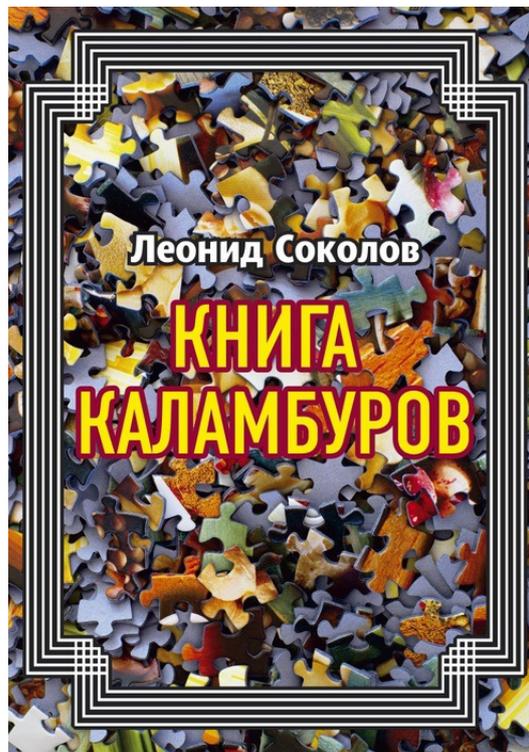
Когда авторитетный толстый журнал «Азербайджан» напечатал подборку юмористических рассказов Леонида Соколова, в редакции раздалось немало телефонных звонков — бакинцы искренне восхились описанием характеров персонажей, глубиной психологического анализа в произведениях, которые «терапевтически, целительно и очищающе влияют

на читателя, помогают не драматизировать житейские невзгоды и неурядицы, а по-философски относиться к жизненным испытаниям».

В прошлом — Омар Хайям, Ежи Лец, Бернард Шоу, Козьма Прутков, Аркадий Давидович, в настоящем — Игорь Губерман, Владимир Вишневский — каждый по-своему отдали дань короткому юмористическому жанру. Не изменял этой очень непростой форме и Леонид Соколов, обращавшийся то к иронической прозе или иронической поэзии, то к афоризмам или каламбурам. Я всегда поражался последовательности и настойчивости однокашника, который за полвека собрал целую книгу каламбуров. Они разные: «бытовые», «садовые», «сельские», «сердечные», «семейные»... Главное, что они отражают не только наше время, не только особенный талант писателя, но и богатство и удивительную пластичность русского языка.

Предлагаю вниманию читателей «Акцентов» фрагменты новой книги Леонида Соколова.

Владимир Тулунов



Оптимизмы

И не горю я,
И не горюю!

Буду щи есть,
Будущее — есть!

Всегда в настрое,
Когда нас — трое!

И даже солнышко ясней,
Когда я с ней!

Окно распахнуто,
Как розы пахнут-го!

Садовые

Не знает даже и всевышний,
Кто оборвал в саду все вишни...

Вы по грядкам ползали,
Только будет польза ли?!

Садоводы сад доводят,
Сад доводит садоводов...

Чтобы редька твоя не пропала,
Изредка редьку хотя бы пропалывай!

Огородом вы гордились,
Но от всех огородились...

Сделал то и сделал это,
Вот тебе и нету лета...

Сельские

Кобыла не намерена
Менять коня на мерина...

В деревню скоро еду
Бороться с короедом!

Пастухи у нас в поселке
Разбежались все по телкам...

Урожай уж осыпается,
А Иван все отсыпается...

Появились вы в селе,
Как всегда, навеселе...

Бытовые

Водю снова пол намочен,
Я мыть его уполномочен.

Коль не устраивают цены,
Жена устраивает сцены...

Хорошо в доме, но
Все стучат в домино...

Дядя Петя обе печи
Смог дровами обеспечить!

Был соседкой увлечен
И соседом уличен...

И опять папа там,
Где не ходят за ним по пятам...

Папа в доме гость,
Не забудет и гвоздь...

И молвил он сверкнув очами:
— Соседи, надо спать ночами...

Автомобильные

Пока дойду до гаража я,
Опять бензин подорожает...

И Рено

Разбить не мудрено.

С каких пор шеф
Стал ездить на Порше?!

Есть запаска –
Езжай без опаски!

Когда я с запашком,
Хожу пешком...

Нельзя без дрожи
Ездить по бездорожью...

Рыболовные

Попался Коле сом,
И грудь — колесом!

Мчу на рыбалку по ухабам,
Лишь получилась бы уха бы...

Жаль Лёха
Окуней не поймал на жареху...

Как красивы,
Караси, вы!

Медицинские

Ну и житуха,
То гепатит, а то желтуха...

Эскулапу
Дали в лапу...

Опять ворчу, лечу к врачу,
Обратно еле ноги волочу...

Позвоню-ка по 03
И узнаю, что внутри...

Должно быть скоро прояснится,
С чего болеет поясница...

У вас на удивление
Хорошее давление!

Массу жиру я
Массажирую...

О, мама мия,
Опять пандемия...

Географические

Теща прибыла из Тулы,
И зятек упал со стула...

Мы по миру полазили,
Объездили пол-Азии...

В Казань снова
Едет Казанова...

Уехал в Сочи с Таней я,
Вот это сочетание!

Лили пули
В Ливерпуле!

Жена, хоть в Коста-Рика
Меня не костери-ка...

Париж — столица моды,
Уфа — столица меда!

Экономические

Все обещали изобилия,
Все обещали — и забыли...

Взял раз ссуду,
Потерял рассудок...

Страну из тупика хотели вывести,
За это время все успели вывезти...

Что-то эти прибыли
К нам никак не прибыли...

Эта квота
Для кого-то?!

Ну почему встречаются в столице
Средь новых русских старые все лица?!

Нет денег на строенье —
Плохое настроенье...

Так бы рожала и рожала,
Да все вокруг подорожало...

Денег нет в казне, но
Их полно в казино...

Итоги подытожили,
Да все одно и то же...

Он грудью лег
На кошелек...

Живем получше
Лишь в день полочки...

Поэтические

Поэта почитали,
Пока не прочитали...

Соберу собратьев по перу я,
Соберу и вместе попируем!

Ставить в стойло
Пегаса б не стоило...

У поэта от строчки
Сегодня отсрочка...

Поэт встал в позу
И пишет прозу...

Студенческие

Если не сдано,
Значит, не дано...

Кончен бал, и ты,
Пошел крутить болты...

Про кур и сову я
Пишу курсовую...

Что-то этот эрудит
Ерундит...

Актуальные

Мы движемся вперед,
Но задом наперед...

Были самыми читающими,
Стали самыми чихающими...

Свои дела поправил он,
Хотя и не по правилам...

Все работы хороши,
Коль они не за гроши...

Здесь, в России, чудеса
Через каждых полчаса...

Не трогайте эпоху,
И так ей плохо...

Есть дела,
По ним ездила...

Потомки идут
По тонкому льду...

Феминизмы

До обеда баба курит,
А потом набедокурит...

Подказала мне судьба бы:
В чем суть бабы?!

Когда баба забасила,
Понял я, что баба — сила!

Я пани в мае,
Не понимаю...

В самом деле я
Ювелирные люблю изделия...

Сердечные

Одного желала –
Депардье Жерара...

Бежала ты по водной глади,
Мой взгляд ласкал тебя и гладил...

А мне мил он,
У него миллион!

Ко мне Надя
Придет со дня на день!

Посидеть бы в валенках
С Вaley на завалинке!

Уж не о мисс ли
Все ваши мысли?

Я весной,
Весь изноюсь...

На меня вы не косите,
С кем хочу брожу по сити...

Ох-муризмы

Что за дочка
Вертит задочком?

Подари мне, Колечка,
Колечко...

Клим у Даши побывал,
К Даше клинья подбивал...

Люблю Марусю, Дусю, Галю я
И так далее...

Ты не строй нам глазки,
Ежели без маски...

Семейные

Это жена, да?!
Это же надо!

Муж ейный –
Экспонат музейный...

Папа ахал,
Потерял папаху...

Я же нервы
Жене рву...

Ты меня уж не брани,
Все же я не из брони...

Что-то от невесточки,
Нынче нет ни весточки...

Свата Света
Сжила со света...

Модные

Костюм надев,
Гляжу на дев...

Почему на молодежи
Так мало одежды?!

По Сеньке — шапка,
По Соньке — шляпка!

Им портного
Давай импортного!

Куманизмы

Ты, кум, в лесу
Не комплексуй...

Все от кума без ума,
Хоть у кума нет ума...

Дай, куме
Документ...

Зятейские

А в зале, зять,
Нельзя лежать!

Что за тюлень,
Все зятю лень...

Теща сало запасала,
Нам достался запах сала...

Ты лучше, зять, пой,
А не ходи в запой...

Вот приедет теща,
Будет не то еще...

Бракоразводные

Имущества раздел,
Его совсем раздел...

Наш Федот пошел в расход,
У него раз в год — развод...

Коле к Лидке
Закрыта калитка...

Курортные

Мы так и не узнали,
Она ему жена ли?!

У него пять жен
За один сезон...

Хмельные

Выпил раз стопку,
Для души растопки...

Для них приятнее вдвойне,
Увы, прогулки... при вине.

Вот кочую,
Водку чуя...

Три по сто
И под стол...

А гвоздем программы
Было по сто граммов...

Так и шлялся по кабакам,
Не намяли пока бока...

Если Петя перепьет,
Попадает в переплет...

Возле выпивохи
Охи лишь да вздохи...

Выпал град на виноград,
Получился суррогат...

То-то и оно,
Тетя и вино!

А налейте-ка
Аналитикам!

Мой миленок
Пьет с пеленок...

Трезвые

Стопка —
Стоп-ка!

Я и вино
Несовместимы явно...

Пил в марте, мае, пил в июле,
Теперь глотает он пилюли...

Водка и вино,
Слабое звено...

Уяснил давно, однако,
Пиво — во! А водка — кака...

Он мог бы всех затмить за пояс,
Когда бы вышел из запоя...

Сократизмы

Стал РОНО
Обходить стороной...

Кадровик из МЖК
Закадрила мужика...

Постоял перед ДУМой
А зайти передумал...

А гости
Соответствовали ГОСТу?

В мире животных

Что за слон?
Везде ему заслон...

Только дали пони сласть,
Пони сразу понеслась...

Спаниели
С пани ели...

Мой кот весну почувствовал,
И я ему сочувствую...

Как кот важен,
Как отважен!

Объявил мой кот
«Китекат» бойкот!

Гастрономические

Как захожу в бистро я,
Так выхожу из строя...

Жора — обжора
Мешает обзору...

Во! Была
Вобла!

Нас, похоже, накололи,
В этой пище — ноль калорий...

А Надю эту
Пора посадить на диету...

Только сало
И спасало!

Для зубов ириска
Тоже фактор риска...

Дядю Сашу от суши
Не отгацишь за уши...

Люблю айву, а вы,
Любители айвы?!

В депо есть
Где поесть?!

Едим картошку, ибо нам
Не нужен персик и банан...

Почему-то в порции
Малые пропорции?!

Торговые

Эй, барышня!
Как барыш дня?!

За покупателя на рынке
Борьба похлеще, чем на ринге...

Жизнь коммерсанта не сладка,
Хоть и торгует сахаром с лотка...

Удивительные

И не такие дали
Мы видали!

Пил поп травку,
Пошел на поправку!

Крепок зад этой,
Машиной задетой...

Есть у етти тоже дети,
Может, лучшие на свете!

Целый день брожу по мэрии,
Тишину шагами меря.

Возмутительные

Пиджак сниму-ка,
В жару с ним мука...

По слухам Мила
Послу хамила...

Хоть на военном был учете,
Все время прятался у тети...

В глаз ударили,
Государевый...

Колю Валя
Заклевала!

Десять лип спилил Филипп —
Так вот с липами и влип...

И столб обмяк,
Узнав, что у него столбняк...

Свои дела поправил он,
Хотя и не по правилам.

Раздувается ноздря,
Но... зря.

А этого юношу
Я не выношу...

А вы ничуть не изменились,
Опять прошли — не извинились...

На шефа капают и капают,
А он все хапает и хапает...

Взял деньгу
И ни гу-гу...

Все места отхожие
До того похожие...

Россию вы калечили,
А вас — увековечили...

Вопросительные

Разве Ася
Развелася?

Кто на пляже
В камуфляже?

Что за отдыхающий,
Отдых хающий?!

Зачем мигрантам
Даем мы гранты?!

Ушла от пони мать,
Как это понимать?

Восхитительные

Есть одна лишь цель у Вали,
Чтоб ее поцеловали!

В доме у Полинки
Ни одной пылинки...

У нашей Оксанки
Такая осанка!

Экологические

Подает SOS снова
Старый бор сосновый...

Что-то стало меньше
Наших братьев меньших...

Говорят, что нынче в чаще
Топоры стучат все чаще...

Мы до леса топали,
А в лесу — три тополя...

Промышленные стоки,
Не будьте так жестоки...

Впросиловка

А Марко Поло
Какого пола?

Из какого фонда
Платят Джеймсу Бонду?!

Ну почему жена брюзжит,
Когда гляжу я на Бриджит?!

Пустолобые

С этим неучем
Говорить мне не о чем...

А с мыслишкой
У него не слишком...

Диалоги

— Тут очки?
— Туточки!

— Пуста казна?
— Да как знать...

— Ты что, старушка, делала?!

— Иголку еле вдела я...

— А куда девалась мисс?
— Мисс пошла на компромисс...

Коммунальные

Интересно, а в капстранах
Тоже капает из крана?!

Пока живу,
Надеюсь на ЖЭУ!

Управдом у нас трепло,
Не дает никак тепло...

Ежемесячный платеж,
Ежемесячный грабеж!

Политиканские

Его задело
В борьбе за дело...

Вы, политики,
Не пылите-ка!

Почему-то нет управы
Ни на левых, ни на правых...

Служил идеологии,
Теперь — в кардиологии...

Налоговые

Когда налоги заплачу я,
Обратно мчу я ног не чуя...

Зачем залез к нам в логово,
Товарищ из налоговой?!

Вы победу одержали,
С вас за это удержали...

Исправно платим мы налоги
За неисправные дороги...

Именные

Вера шила,
Дела свои вершила!

Чай с лимоном
Пили с Филимоном...

Говорит Марина Вале:
«Мы грибы мариновали!»

Съели с Олей
Пуд соли...

Правда Коле
Глаза колет...

Не льком Шура шит,
Купюрами шуршит...

Говорил о Наде –
Хороша она де...

Пелагея –
Пела геем...

Побывал у Аси Вася
И умчался восвояси...

Пока шли к Вале
Покашливали...

Не глупо ль, Мань,
В такую ехать глухомань?!

Бюрократические

Инстанции высокие,
Повытянули соки вы...

Все права им вручены,
Почему же врут чины?!

Бюрократы все, похоже,
Удивительно похожи...

Опять на совещании
Всех кормят обещаниями...

У магната
Рука мохната...

ПРАВИЛА

для авторов научно-практического альманаха «Акценты. Новое в массовой коммуникации»

Альманах принимает к публикации материалы, содержащие результаты оригинальных исследований, оформленные в виде полных статей. Опубликованные статьи, а также статьи, представленные для публикации в других журналах, к рассмотрению не принимаются.

Альманах выпускается в восьми номерах (4 ежеквартальных выпуска).

Плата с авторов за публикацию статей не взимается.

Редакция не гарантирует обеспечение авторов опубликованных статей бумажным экземпляром издания, поэтому им рекомендуется скачивать PDF-версии с сайта факультета (<http://jour.vsu.ru/izdaniya-zhurnaly-i-prodolzhayushchiesya-izdaniya/almanah-akcenty>).

Статьи принимаются в электронном виде. Они должны быть сжато написаны, аккуратно оформлены и тщательно отредактированы.

Текст статьи должен быть набран через полтора интервала, с полями — 2,5 см с левой стороны, размер шрифта — 14 п. (Times New Roman Cyr).

Для публикации статьи авторам необходимо представить в редакцию следующие материалы и документы в бумажном и электронном виде (e-mail редакции: vlvtul@mail.ru):

- 1) текст статьи, подписанный всеми авторами, таблицы, иллюстрации и подписи к ним;
- 2) название статьи, аннотацию, ключевые слова, инициалы и фамилию авторов, место работы — **на русском и английском языках**;
- 3) сведения об авторах: их должности, ученые степени, телефоны и адреса электронной почты (**на русском и английском языках**);
- 4) цветное фото автора.

Ссылка на использованную литературу дается в тексте цифрой в квадратных скобках [1], через запятую дается указание на страницы — [1, с. 165], через точку с запятой — другая ссылка (например, [1, с. 5; 2, с. 75]).

Кроме ссылок на литературу в тексте могут присутствовать сноски.

Список литературы дается в конце статьи с обязательной нумерацией и озаглавляется **Литература**. Список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1–2003 Библиографическая запись. **Библиографическое описание, ссылки располагаются в порядке цитирования.**

Редколлегия