ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун,
С.Г. Давыдов, О.С. Логунова

Россия в 1917 году в восприятии современной российской молодежи: медиадискурс

Монография

Москва 2015

УДК 659.4
ББК 76
Д 43

Дзялошинский И.М. Пильгун М.А., Давыдов С.Г., Логунова О.С. **Россия в 1917 году в восприятии современной российской молодежи: медиадискурс.** Монография. – М.: АПК и ППРО, 2015. – 138 с.

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №15-36-12000 "Россия в 1917 году в восприятии современной молодежи: медиадискурс»

События в России 1917 г. являются одним из наиболее значимых исторических символов и в значительной мере формируют смысловую основу национальной и гражданской идентичности россиян. В этом плане особый интерес представляет анализ роли традиционных средств массовой информации и новых медиа в формировании образа 1917 года в историческом сознании молодых людей. Необходимость выделения именно медийного аспекта этой многогранной проблемы объясняется тем, что большую часть своих знаний и представлений современные молодые люди получают именно через медиа. Однако распространение современных информационных технологий не только открывает новые возможности, но и создает новые проблемы в сфере социального развития и вовлечения в него молодежи.

ISBN 8-978-5-8429-1291-9

© Дзялошинский И.М., Пильгун М.А., Давыдов С.Г., Логунова О.С., 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Введение ……. 4

Глава 1. 1917 как медийная проблема. К вопросу о методологии исследования …….. 11
1.1. Идентичность: основные модели …….. 11
1.2. История и идентичность …… 22
1.3. Формирование идентичности …… 29

Глава 2. Медийная картина мира как фактор формирования идентичности …… 34
2.1. Модели медиавлияния на человека …….. 34
2.2. Медиасобытия в системе картины мира …….. 40
2.3. Особенности современного медиаконтента …. 44
2.4. Миф в системе идентичности …… 63

Глава 3. Событийная картина мира российской молодежи: результаты эмпирического исследования …… 80
3.1. Результаты массового анкетного опроса ……. 80
3.2. Результаты фокус-групп и личных интервью .. 105

Заключение ……... 126

Литература …… 128

ВВЕДЕНИЕ

Формирование социальной идентичности во всех странах считается необходимым условием сохранения целостности государства и поддержания согласия в обществе. Не случайно на уровне высших государственных органов через послания президента РФ Федеральному собранию, выступления на форумах транслируется консолидирующее понятие политической нации в значении согражданства, то есть сообщества граждан российского государства. Такая трактовка вкладывается в дискурс через понятия «российская нация», «единый народ России», «мы – многонациональный народ России».

Кроме того, социальная идентичность в последнее время рассматривается как важный фактор социального капитала, то есть источник общественного развития. Если исходить из понимания социального капитала, как системы, составляющими элементами которой являются: а) позитивное включение индивида в группу, б) количество и качество социальных связей индивида, и, наконец, в) доступ к ресурсам, которые обеспечивает включенность индивида в социальные связи[1], становится понятным, что идентичность может выступать фактором использования, перераспределения и комбинирования различных ресурсов. Иными словами, идентичность может выступать фактором упрочения социальных связей и регулирования поведения индивида и принимаемых им социальных норм. Очевидно, что идентичность связана с определенной системой активности индивида и его включенностью в структуру социальных связей общества.

Самосознание любого общества начинается с истории. Ее символически значимые события формируют смысловую основу национальной и гражданской идентичности. В то же время историческое сознание подвержено воздействию как реалий повседневной жизни, так и образов, транслируемых литературой, искусством и средствами массовой информации.

[1] Иванова Н.Л. Гражданская идентичность как социальный капитал. http://publications.hse.ru/chapters/96862289

Одним из самых болезненных «белых пятен российской истории» является 1917 год. Спустя почти столетие после рассматриваемых событий интерес к русским революциям не ослабевает, а потому неудивительно, что до сих пор отечественная история и тем более публицистика остаются ареной борьбы разных трактовок происходивших в тот период событий. Оценки этого периода не просто много раз менялись, но и по сегодняшний день вызывают жгучие споры. Достаточно почитать работы таких именитых авторов, как Ю.В. Анисин, О.В. Волобуев, В.И. Голдин, Я.С. Драпкин, С.П. Карпачев, В.А. Корнилов, Т.В. Котюкова, Б.В. Леванов, Н.П. Пищулин, Р.Г. Пихоя, А.В. Ушаков, Е.И. Хаванов, А.О. Чубарьян и др., чтобы убедиться в этом. Еще одним свидетельством остроты этой проблемы являются дискуссии по поводу нового учебника истории. Были представлены не меньше двадцати точек зрения по поводу того, как в этом учебнике должны быть представлены события 1917 года. Один из вариантов трактует эти события как «Октябрьский переворот 1917 года», а в другом видим название «Великая российская революция 1917-1921 годов».

Это приводит к разбалансированности исторического сознания подрастающего поколения и к желанию дистанцироваться от личного осмысления истории своей страны. Историческая память становящегося поколения «ухватывает» эмоционально впечатление от тех или иных исторических событий в период социализации, не вникая в социальную суть события.

Особое внимание проблема идентичности приобретает применительно к анализу мировоззренческих и поведенческих особенностей молодого поколения. Повышенное внимание к проблемам молодежи объясняется ее особой ролью в общественном воспроизводстве. Молодежь всегда была и остается наиболее активной и динамичной социально-возрастной группой, реализующей себя во всех сферах жизнедеятельности общества: политической, социальной, культурной, экономической. Данная социально-демографическая группа в большей степени, чем другие, нацелена на повышение своего социального статуса и освоение новых социальных ролей. Ее можно рассматривать, **с** одной стороны, как наиболее адаптирующуюся, а с другой - инициативную и инновационную часть социума, которая составляет примерно 20-35% населения индустриальных стран, в

том числе около 40% трудоспособной его составляющей. Таким образом, молодежь - самая социально активная часть населения, которая представляет собой наиболее перспективную группу граждан, способных обеспечить реализацию ключевых направлений развития общества.

Молодое поколение, как наиболее мобильное и восприимчивое ко всякого рода новациям, более других подвержено ценностным и мировоззренческим перестройкам. В ряде случаев дистанция, которая отделяет старшее поколение и молодежь, становится критической. Налицо глубинный конфликт поколений. Современный подросток, молодежь оказываются включенными в новую как для него, так и для общества реальность, которую он осваивает спонтанно, часто без целенаправленной помощи наставников. Эту роль «наставников» в медиатизированном обществе берут на себя различного рода посредники в виде средств массовой коммуникации: прессы, телевидения, радио, интернета, мобильной связи. Они становятся сегодня для молодежи естественной средой обитания и имеют большое значение в социализации личности. Далеко не все, что предлагают СМИ, благотворно влияет на подрастающее поколение. Коммерциализация средств массовой информации вытеснила молодежную аудиторию с ее интересами на периферию медиарынка. СМИ в значительной степени утратили свою воспитательную функцию, сменив ее на функции развлечения и удовлетворения потребительских интересов.

В этом плане специальный интерес представляет анализ как деятельности средств массовой информации по формированию образа 1917 года, так и восприятия медийного образа 1917 года современными поколениями молодых людей. Необходимость выделения именно медийного аспекта этой многогранной проблемы объясняется тем, что большую часть своих знаний и представлений современные молодые люди получают именно через медиа. Однако распространение современных информационных технологий не только открывает новые возможности, но и создает новые проблемы в сфере социального развития и вовлечения в него молодежи.

Общая характеристика исследования

В качестве **объекта исследования** в данной работе выступает историческая память российской молодежи.

Предмет исследования – процессы темпоральной самоидентификации молодежи в условиях масштабного использования российскими элитами масс-медиа для распространения милитаристско-изоляционистской идеологии.

Конкретное событие, которое является предметом основного интереса в данном исследовании – революция 1917 года. Говоря о значимости событий этого года, министр культуры России Мединский подчеркнул, что произошедшая в 1917 году Великая российская революция навсегда останется одним из важнейших событий XX века. При всем расхождении взглядов на события почти столетней давности невозможно отрицать тот факт, что попытка построения на земле нового справедливого общества решающим образом изменила пути исторического развития России и оказала громадное влияние на прогресс народов всей планеты[2]. Однако в рамках данного исследовательского проекта было принято решение рассмотреть образы 1917 года в контексте событий всего XX века. XX век был для России, как впрочем, и для всего человечества – веком удивительного динамизма в поисках новых путей развития, направленного на создание справедливого общественного устройства с помощью мифологем разного рода "измов" Это был век кризисов, антагонизмов, диаметрально противоположных тенденций.

Исходя из особенностей объекта и предмета исследования, был сформулирован *исследовательский вопрос*: что представляют собой образы прошлого в сознании российской молодежи в ситуации массированного использования российскими элитами масс-медиа для распространения милитаристско-изоляционистской идеологии.

Общая цель исследования – разработка теоретической модели, в рамках которой раскрываются особенности темпораль-

[2] Платформа национального примирения России. Министр культуры России сформулировал пять тезисов, обеспечивающих преемственность истории страны. URL: http://lenta.ru/articles/2015/05/20/medinskyvoice/

ной самоидентификации молодежи в условиях масштабного использования российскими элитами масс-медиа для распространения милитаристско-изоляционистской идеологии.

Общие задачи исследования:

- обобщение и систематизация современных подходов к изучению исторической памяти и актуализация этих подходов;
- выявление и анализ роли образов прошлого в процессах темпоральной самоидентификации молодежи в условиях масштабного использования российскими элитами масс-медиа для распространения милитаристско-изоляционистской идеологии;
- выявление отношения молодежи к ключевым событиям истории России XX века в целом, и определение отношения российской молодежи к событиям 1917 года в частности;
- определение роли медиа в формировании интерпретаций исторических событий.

Конкретная цель работы - раскрыть процесс влияния традиционных и новых медиа на историческое сознание молодежи на примере одного из эпизодов российской истории – событий 1917 года.

Конкретные исследовательские задачи:

- определить категориальный аппарат и концептуальный инструментарий, способные обеспечить достоверное воспроизведение картины событий 1917 года в современных российских СМИ;
- определить категориальный аппарат и концептуальный инструментарий, способные обеспечить достоверное воспроизведение образов прошлого и картины событий 1917 года в сознании различных групп российской молодежи;
- установить наличие или отсутствие социокультурных связей между образами событий 1917 года, транслируемыми СМИ, и образами аналогичных событий в сознании различных групп молодежи;

- выделить условия и факторы, влияющие на восприятие или отторжение молодыми людьми картины событий 1917 года в современных российских медиа;
- разработать рекомендации по развития общероссийской гражданской идентичности различных групп молодежи;
- разработать комплект программ и учебно-методических материалов для повышения квалификации работников СМИ в сфере развития общероссийской гражданской идентичности различных групп молодежи при освещении исторических событий, в частности, событий 1917 г.

Исследовательская гипотеза была сформулирована следующим образом. Существует связь между типом идеологии, продвигаемой господствующими элитами, и образами прошлого, формируемыми масс-медиа. В свою очередь, существует связь между образами прошлого, формируемыми масс-медиа и образами прошлого, создающими идентификационный каркас сознания молодежи. Можно предположить, что на выбор значимых событий прошлого, приписывание им значимости и отношение к этим событиям, влияют уровень образованности, социальный статус и место проживания (столица – провинция).

Теоретико-методологические основания исследования.

Теоретико-методологическими ориентирами для исследовательского коллектива послужили такие подходы, как: теоретико-коммуникационный, нацеленный на изучение процессов коммуникативной рационализации окружающего мира, социально-конструктивистский с характерными для него отрицанием «данности» и подтверждением «сконструированности» социальных объектов, а также дискурс–аналитические подходы. Авторы также опирались на идеи семантико-когнитивного подхода, главным положением которого является постулат о том, что «через изучение семантики языковых знаков можно проникать в концептосферу людей, можно выяснять, что было важно для того или иного народа в разные периоды его истории.»[3]

[3] Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка. Воронеж: Истоки, 2007. - С. 14.

В качестве основных методик, которые были использованы для получения эмпирического материала, были использованы массовое анкетирование и фокус-групповое интервьюирование и др. В процессе анкетирования респонденты должны были - не прибегая к каким-либо дополнительным материалам и подсказкам - назвать 10 важнейших событий, которые, по их мнению, потрясли Россию в XX веке.

ГЛАВА 1. 1917 КАК МЕДИЙНАЯ ПРОБЛЕМА. К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Идентичность: основные модели

Историческая память – «важнейшая составляющая самоидентификации индивида, социальной группы и общества в целом, ибо разделение оживляемых образов исторического прошлого является таким типом памяти, который имеет особенное значение для конституирования и интеграции социальных групп в настоящем».[4] Она включает в себя исторические символы и архетипы, которые обеспечивают передачу сведений о прошлом. «Человек, не являющийся носителем исторической памяти, выпадает из социума, становясь желанной мишенью для манипуляций его сознанием и поведением»[5] Особенно податливым становится человеческое сознание, когда речь заходит о вопросах идентичности.

Циркулирующие в обществе представления о прошлом[6] занимают ключевое место в структуре идентичности. Каждый человек несет в своем сознании память о прошлой эпохе, сохраняемой благодаря определенным семейным событиям, передаваемым от поколения к поколению, несет определенные настроения, вызванные воспоминаниями прошлого. Благодаря этим воспоминаниям в нашем сознании соединяются все модусы времени (воспоминания от прошлого, картина реальности настоящего и прогнозы и ожидания на будущее). Именно благодаря памяти мы обнаруживаем, что прошлое оставило множество следов в настоящем. Память о прошлом присутствует и в структуре коллективного сознания социальных сообществ.

Образы прошлого участвуют в конструировании и осмыслении, постоянной интерпретации политики, способствуя ориентации человека в этом мире. Они действуют на пересечении

[4] История и память: Историческая культура Европы до начала Нового времени / Под ред. Л. П. Репиной. – М.: Кругъ, 2006. – С. 23

[5] Лебец А. С. Мифотворчество как социально-философская интерпретация политического процесса // Философия права. 2008. – № 6. – С. 64.

[6] Обычно для обозначения этих представлений используются понятия «историческая память», «социальная память», «общественная память», коллективная память и др. В данной работе все эти понятия будут использоваться как синонимы.

масс-коммуникативного, информационно-символического пространства, созданного в настоящем, и исторического наследия. Образы прошлого служат той формой, в которую отливается, переплавляется и транслируется во времени политический опыт. В них происходят отбор и актуализация элементов прошлого, востребованных современной политикой. И, наконец, они суть «сырьё» для конструирования («изобретения») традиций.

Но прежде чем перейти к анализу этих образов, необходимо, хотя бы кратко, обозначить основные аспекты проблемы идентичностпи.

Проблемы идентичности - индивидуальной и коллективной - уже довольно давно привлекают пристальное внимание представителей разных социальных и гуманитарных наук. До XX века идентичность не рассматривалась как проблема. Отдельные мыслители указывали на связь личной идентичности с общечеловеческой. Так, Джон Локк в «Опыте человеческого разума»[7] пришел к выводу, что персональная идентичность поддерживается единым сознанием человечества. Юм, пришедший к выводу в «Трактате о человеческой природе», что самосознания, которое Локк считал единственным конститутивным качеством персональной идентичности, нет и что персональная идентичность является фикцией, не считал этот вывод некорректным[8].

Только с появлением экзистенциальной традиции в философии проблема человеческой идентичности выдвигается на передний план. При этом констатировалось, что когда отсутствуют такие внешние опоры, как божественная сущность и общечеловеческая природа, индивиды и сообщества имеют возможность моделировать свои собственные идентичности. Т. е. идентичность была представлена как вариативное и в такой же степени сомнительное образование: она стала вопросом возможного выбора разных и иногда противоположных ролей. В этих обстоятельствах идентичность не обязательно является предметом эмпирически верифицируемых утверждений, о которых можно недвусмысленно говорить как об истинных или ложных.

---

[7] Локк Д. Опыт человеческого разума.

[8] Интересное исследование взглядов Юма предлагает: Harold Noonan. Personal Identity. London, 1989. P. 77-103.

На протяжении последних 50 лет концепт идентификации и идентичности приобрел существенное значение в социальных науках. Ученые из разных областей знания интересуются трансформацией идентичностей: глобализация обострила стремление к защите собственной идентичности и способности сопротивляться[9] и вместе с тем в значительной степени привела к изменению границ идентичностей и, соответственно, культур, которые теперь все меньше и меньше соотносятся с границами национальных государств и все больше и больше - со смыслами и значениями разных бытовых жизненных явлений и стремлениями индивидов создавать свои собственные индивидуальные культуры[10]. Появляются культуры сексуальных комьюнити (sex and lesbian cultures), культуры через призму медийного опыта (digital cultures) и т.д. Все эти изменения в значительной степени связаны с медиа: нишевизация, дробление аудиторий, переход к нелинейному и индивидуализированному медиапотреблению привели к неспособности поддерживать те широкие идентичности, которые формировали в значительной степени национальные государства.

В то же время глобализация образов жизни, в значительной мере связанная с экспортом массового голливудского кино, глобальное разделение труда и сетевая логика организации глобального бизнеса привели к обострению сепаратистских настроений и расширению требований автономии со стороны ряда регионов. Массовые потоки мигрантов привели к трансформации политики ряда государств, сделав проблему миграции главной во всей Европейской политике. Столкновение культур или "шок цивилизаций", обозначенный Хантингтоном[11], безусловно переносится на уровень медиа, когда заимствование культурных продуктов становится проблемой с точки зрения отношений центр-периферия[12] и доминирования информационно

[9] Castells M. (2009). The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. II, London: Wiley-Blackwell; Tomlinson J. (1999). Globalization and Culture, Chicago: University of Chicago Press.
[10] McCracken G. (2008). Transformations: Identity Construction in Contemporary Culture, Urbana: Illinois University Press.
[11] Huntington S. (2005). Who Are We?: The Challenges to America's National Identity. London: Simon and Schuster; Huntington S. (2011). The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. London: Simon and Schuster.
[12] Schiller H. (1976). Communication and Cultural Domination. N.Y.:M. E. Sharpe.

богатых стран над информационно бедными, с точки зрения переплетения медиакультур[13], с точки зрения особенностей восприятия медиапродуктов разными культурами[14], с точки зрения репрезентации насилия и политического насилия[15].

Появление новых медиа вносит определенные коррективы в современные системы идентификации людей. Новые интерактивные медиа поднимают вопрос о новых формах идентичности, не связанных с этносом и культурой, но связанных, например, с протестными явлениями. Возникают новые формы сетевой организованной идентификации, которая структурирует политические и социальные протесты[16].

На сегодняшний день существует множество научных парадигм интерпретации данного сложного явления. В соответствии с институциональным подходом идентичность - это совокупность стереотипов поведения, которые, в свою очередь, формируются соответствующими институтами[17]. Так, например, институты этнической идентичности включают в себя системы этнического представительства и квот; самоуправления, в т.ч. территориальной автономии и этнического суверенитета; все ступени образовательного процесса, культурные практики и информационные потоки на родном языке и т.п., а также рестораны, кафе и магазины с национальным колоритом. Признание факта, что любая разновидность идентичности и, в первую очередь, этническая характеризуется институциональными признаками, позволяет объективно изучать данный этот феномен. Идентичности является одним из факторов, определяющих специфику национального поведения, этнокультурной группы и даже отдельной личности.

В соответствии с подходом «примордиализма» (*от лат. primordial - изначальный*) - сущность этничности в целом и языка

---

[13] Appadurai A. (1996). Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press.

[14] Liebes T., Katz E. (1993). The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas. London: Wiley.

[15] Schlesinger P. (1991). “Media, political order and national identity”, Media, Culture and Society, n 13.

[16] Castells M. (2012). Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. N.Y.: Polity; Bennett L. (ed.) (2008). Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth. Cambridge, MA: MIT Press.

[17] Hurrel A. Expanding in Resurgence of Regionalism in World Politics // Review of International Studies. Vol. 21, № 4, October 1995. - P. 323 - 343.

в частности определяется атрибутами, которые исконно присущи человеческим сообществам. В таком аспекте этничность оказывается в крайней степени консервативна и противопоставлена модернизации. Этнос признается первозданной человеческой общностью, декларирующей о собственной сущности в исторической перспективе и реальной жизни и проявляющейся в специфических конкретно-исторических формах. Каждая из этих форм, обладая индивидуальными характеристиками, позволяет маркировать принадлежность человека к определённому этносу и различать конкретный этнос от другого. Среди огромного количества различных теорий и концепций изучения этносов и этничности в сфере примордиализма в российском контексте преобладают социобиологическое и эволюционно-историческое направления[18].

Инструментальная теория определяет характер идентичности через экономические, политические и коммуникационные процессы.

Конструктивистский подход к вопросам изучения идентичности основывается на том, что различные объединения людей формируют среду, которая наиболее соответствует их обобщенным интересам. В соответствии с подобной точкой зрения, человеческие сообщества рационально выбирают культурный вектор движения вперед, который наиболее выгоден членам данной этнической или социальной группы е не просто приемлемым, но и выгодным[19]. Подобный аспект изучения сконцентрирован на рациональных составляющих формирования и развития этнических групп.

Как известно, значительную роль в становлении конструктивистской парадигмы сыграл труд Б. Андерсона "Воображенные сообщества: размышления по поводу возникновения и распространения национализма", в котором отстаивается тезис о том, что национальное самосознание есть не что иное, как результат деятельности политических и государственных

[18] Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М., Сусоколов А.А. Этносоциология. М., 1998; Денисова Г.С., Радовель М.Р. Этносоциология. Ростов-на-Дону, 2000; Садохин А.П. Этнология. Калуга, 1999.

[19] Lawrence R. Robertson. Ethnic Politics in the Russian Republics: Ethnic Revivials and Language Policies. Prepared for the Regional Russia Workshop, the Kennan Institute, Woodraw Wilson Center meeting. Washington DC, January 22-24, 1998.

структур. "Воображенность" нации состоит в том, что она представляет собой коллектив, члены которого друг с другом не знакомы, непосредственно друг с другом не взаимодействуют и тем не менее рассматривают себя как единую общность с общей судьбой. При этом, полагает Б. Андерсон, все сообщества, кроме "примордиальной" деревни, носят такой же "воображенный" характер[20].

Исследователи выделяют несколько типологических моделей идентичности.

Социальная идентичность рассматривается как элемент самосознания личности, который зависит от социальных, экономических и политических условий жизнедеятельности граждан в стране и мире в целом. Можно сказать, что экономические, политические, культурные и другие проблемы современных динамичных условий, в конечном итоге, оказываются вопросами идентичности[21]. Социальная идентичность рассматривается не только как основа межгрупповых отношений, но и определенный критерий индивидуального восприятия деятельности, истории и культуры сообщества, которое человек признает своим [22]. Ряд авторов рассматривает социальную идентичность как целостное динамичное образование, выступающие в качестве системы ключевых социальных конструктов личности. Она активно конструируется субъектом, оказавшимся в ситуации пересмотра своего места в социальной среде, в ходе взаимодействия, социального сравнения и является когнитивно-мотивационным основанием восприятия индивидом новых социальных ценностей. Фокус пригодности этой системы направлен на обеспечение адаптации к социальным условиям[23]. Социальная идентификация

---

[20] Anderson B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London, 1983. P. 15.

[21] Андреева Г.М. Психология социального познания, М.: Изд-во Аспект Пресс. 2000; Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России / Под ред. Л.М. Дробижевой. М.: Изд-во Института социологии РАН. 2006; Заковоротная М.Ф. Идентичность человека. Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2000.

[22] Лебедева Н.М. Социальная идентичность на постсоветском пространстве: от поисков самоуважения к поискам смысла // Психологический журнал. 1999. Т. 20. №3. С. 48 – 59; Хотинец В.Ю. Этническое самосознание. СПб., 2000; Tajfel H., Billing M.G., Bundy R.P., Flament C. Social categorization and intergroup behavior // European Journal of Social Psychology. 1971. 1. P. 149- 178.

[23] Иванова Н.Л. Психологическая структура социальной идентичности. Дис. … д-ра психол. наук. Ярославль: ЯрГУ. 2003.

разворачивается на фоне становления личностной идентичности человека. Соотношение этих процессов - вопрос, который открыт в социальной психологии по сей день, что пока затрудняет теоретический анализ уровней построения социальной идентичности[24].

На первый план в последнее время вышло изучение **«этнической идентичности».** Одни трактовки во главу угла ставят общность по особой этнической культуре, языку, территории расселения, другие - отчетливо выраженное этническое/национальное самосознание, т. е. осознание общности носителями этого сознания. Поэтому в настоящее время обращение к "этнической", "национальной", "этнокультурной" и т.п. проблематике постоянно требует оговорок и уточнений. При этом допускается, что при всех различиях три главных подхода к пониманию этничности (примордиалистский/эссенциалистский, конструктивистский, инструменталистский) в их современных версиях не являются взаимоисключающими и могут быть интегрированы в рамках комплексного подхода, который, как мне представляется, уместно назвать контекстуально-конструктивистским. Чаще всего под этнической общностью понимается "группа людей, члены которой имеют одно или несколько общих названий и общие элементы культуры, обладают мифом (версией) об общем происхождении и тем самым обладают как бы общей исторической памятью, могут ассоциировать себя с особой географической территорией, а также демонстрировать чувство групповой солидарности"[25].

Можно сослаться на мнение Б. Харффа и Т. Гурра, которые заключают, что качественные характеристики идентичности той или иной группы определяются такими факторами, как коммуникация на одном общем языке, исповедование одной религии, расовые признаки и общая историческая традиция, хотя бы за последние сто лет:«там, где люди различного этнического происхождения непосредственно конкурируют друг с другом по поводу одних и тех же ограниченных ресурсов, их этническая идентичность приобретает для них большое значение... Этнические группы мобилизуются при наличии двух условий – сильного

[24] Микляева А.В., Румянцева П.В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования.
[25] Новая философская энциклопедия. URL: http://iph.ras.ru/elib/3585.html

чувства идентичности группы и воздействия неблагоприятных факторов... Основным показателем возникновения этнополитического конфликта является сплочение этнической группы, бросающей вызов другим, и сила и единство руководства ею».[26].

Обратившись к понятию **национальная идентичность,** ученые указывают на то, что если понятие социальная идентичность более или менее понятно и определяется как принадлежность человека к той или иной устойчивой группе людей, то вопрос о национальной идентичности существенно сложнее, поскольку это понятие нагружено многообразными смыслами. Два из них наиболее очевидны: исходный смысл понятия «нация» может пониматься, во-первых, как общество и государство и, во-вторых, как тот или иной народ (этнос). В западноевропейских языках сегодня, безусловно, доминирует первый смысл, в современной России – второй[27].

Некоторые исследователи утверждают, что понятие «национальная идентичность» предполагает присутствие у нации триединого чувства:

1) чувства общности исторического прошлого, коллективной веры в общность судьбы данной нации;

2) чувства общности настоящего;

3) чувства общности будущего[28].

Термин **«гражданская идентичность»** обычно используют для обозначения осознания индивидом своей государственной принадлежности, то есть представление о себе как о

---

[26] Харфф Б., Гурр Т. Подходы к анализу этнополитической мобилизации и конфликта // Социальные конфликты: Экспертиза, прогнозирование, технологии разрешения. М., 1997. - С. 16-17.

[27] В качестве иллюстрации этого тезиса Запесоцкий приводит историю о том, как в одном из немецких университетов на первой встрече только что принятых студентов первого курса, часть которых составляли иностранцы, каждому присутствующему нужно было кратко представиться, то есть назвать свое имя и добавить пару слов о себе. Все шло рутинно, пока одна девушка не встала и не произнесла: «Я (такая-то). Я из Казахстана, но я русская» (Ich komme aus Kasakhstan, aber ich bin Russin). Тут же возникло недоумение, и присутствующие стали перешептываться, пытаясь выяснить, что эти загадочные слова означают: какой же она все-таки национальности (то есть гражданкой какого государства она является)? Казахстана (=казашка)? Или все-таки России (=русская)? Или, может быть, у нее двойное гражданство? Какой-то особый статус? Смысл сказанного прекрасно поняла лишь одна студентка из России, находившаяся в аудитории и рассказавшая эту примечательную историю.

[28] Муртузалиев С.И. Проблемы идентичности кавказцев и россиян. – Махачкала: Формат. Изд. 2-е, испр., 2010. URL: http://www.4cs.ru/users/files/fortexts/9112.pdf

гражданине определенного государства или союза государств. Однако многие исследователи разводят понятия государственное и гражданское самосознание. Например, известный российский исследователь Л. Дробижева предлагает рассматривать государственную идентичность как лояльность именно данному государству, выражающуюся через принятие лидера, идей, символов и знаков, закрепленных в официальных документах, а также позитивного отношения к его истории, законам, нормам[29].

Намного сложнее, по ее мнению, обстоят дела с формированием гражданского самосознания, чувства общности с гражданами страны, солидарности вокруг ответственности за свою судьбу и жизнь окружающих. В кросскультурных сравнительных исследованиях гражданская идентичность измеряется обычно принятием ответственности за дела в стране ее граждан, готовностью действовать во имя их интересов, доверием к окружающим, участием в политических акциях (выборах и т. п.), чувством солидарности.

Естественно, между государственной и гражданской идентичностью нет непроходимой стены, а самое главное, наши соотечественники не всегда различают эти свои идентичности. Поэтому, когда такое различение явно не фиксируется, целесообразно использовать понятие «государственно-гражданская идентичность».

В 2011 году, определяя свою идентичность, 95% опрошенных в стране, по данным исследования Института социологии РАН «20 лет реформ» под руководством Михаила Горшкова, в той или иной степени идентифицировали себя как «граждане России[30].

Что же консолидирует россиян? Установлено, что самым значимым фактором для идентификации является государство, он набирает вдвое большее число голосов, чем любое другое значимое представление, объединяющее россиян, – 60–75%. Среди других консолидирующих представлений 20–35% респондентов называют «ответственность за судьбу страны», «человеческие связи», историческое прошлое, родную землю, природу, язык и культуру. Обычаи, черты характера и иное

[29]Дробижева Л. Российская идентичность и толерантность межэтнических отношений: опыт 20 лет реформ // Вестник Института Кеннана в России. Вып. 20. М., 2011. С. 9-22.
[30]Там же.

называли до 10% респондентов. Это вполне естественно, ведь речь идет о российской идентичности, которая не случайно часто россиянами воспринимается как государственная, страновая. Именно за счет такого восприятия она так быстро становилась массовой.

Особый интерес проблема идентичности приобретает применительно к анализу мировоззрения и поведения современной молодежи. Самые различные общественные силы выражают сегодня обеспокоенность проблемами формирования личности молодого человека, его идеалов и ценностей. Эта обеспокоенность обусловлена как глобальными процессами перехода от индустриального общества к информационному, так и усиливающимися процессами поиска региональной идентичности.

Анализу процессов формирования идентичности молодежи посвящены многие исследования. Если попытаться систематизировать разнообразные публикации, затрагивающие данную проблематику, то целесообразно было бы условно разделить их на несколько групп.

К первой отнесем работы, посвященные развитию России как социоисторического организма. К их числу относятся, прежде всего, публикации А.С. Ахиезера, В.К. Кантора, В.А. Красильщикова, В.О. Ключевского, П.Н. Милюкова, А.В. Оболонского, Р. Пайпса. В работах этих авторов анализируется специфика приобщения нашей страны к цивилизации, сравниваются Россия и Запад как культурно-исторические типы, рассматривается становление и борьба в российском обществе основных видов социального мышления и социальной этики.

Важные аспекты темы раскрываются в историко-педагогических исследованиях, позволяющих взглянуть на воспитательный процесс с позиций исторической преемственности. К этой группе работ отнесем публикации Н.И. Барковой, В.П. Бездухова, Е.П. Белозерцева, В.И. Беляева, В.И. Блинова, А.П. Булкина, М.В. Богуславского, П.А. Гагаева, В.И. Додонова, В.М. Кларина, Г.Б. Корнетова, Н.В. Кудрявой, С.В. Куликовой, П.А. Лебедева, А.Е. Лихачева, С.А. Минюковой, А.А. Никольской, В.М. Петрова, З.И. Равкина, И.Н. Сиземской, М.Е. Стеклова, Н.И. Юдашиной, Н.П. Юдиной, Н.Д. Ярмаченко и других. В том же русле написаны исследования В.И. Додонова, В.М. Кларина и В.М. Петрова. В них освещена трактовка идеалов

и ценностей в системе формирования личности молодого человека.

Концептуализацию подходов, связанных с проблемой формирования исторического сознания молодого человека можно обнаружить в работах В.Г. Безрогова, Б.М. Бим-Бада, М.В. Богуславского, Э.Д. Днепрова, Г.Б. Корнетова, Л.В. Мошковой, М.В. Савина, З.И. Равкина и других авторов.

Чаще всего эта проблематика встраивается в контекст молодежных культур[31]. При этом под молодежной культурой (субкультурой) подразумеваются серьезные конфликты между молодежью и обществом, принимающие как пассивные, так и экстремистские формы, вплоть до своего рода «молодежных революций» (например, в 1968 – 1969 гг. во Франции, США, ФРГ, Италии, Японии)[32].

В этих исследованиях охарактеризованы сущность и особенности деятельности молодежных неформальных объединений и группировок как носителей неформальной субкультуры, описаны особенности молодежной субкультуры в целом и отдельных субкультур. Показано, что основу ценностной ориентации молодежной субкультуры составляет иррационализм, ведущий к признанию собственно человеческого лишь в природном, то есть отмежевание человеческого от социокультурного. Последовательное проведение принципа иррационализма определяет гедонизм в качестве ведущей ценности молодежной субкультуры или контркультуры. Отсюда и мораль вседозволен-

---

[31] Березовский В.Н., Кротов Н.И. Неформальная Россия. – М.: Издательство «Молодая гвардия», 1990; Левикова С.И., Бобахо В.А. Ценностные ориентации молодежных субкультур // Актуальные проблемы социологии, психологии и социальной работы. Этнонациональное, социокультурное развитие и социальное образование. Ежегодник. – Вып. 4. – Барнаул, 1995. – С. 97–116; Левикова С.И. Молодежная субкультура. – М.: ФЛИР-ПРЕСС, 2004; Омельченко Е.Л. Молодежь России между активностью и пассивностью URL: http://region.3ebra.com/resources/articles/article6/; Сергеев С.А. Молодежные субкультуры в республике // Социальные исследования. – 1998. – № 11. – С.71–79; Шостак Г.В. Рок-культура как основа формирования молодежных субкультур URL: http://www.pws-conf.ru/nauchnaya/brest-2007/366-sovremennye-tendencii-i-perspektivy-razvitiya-muzykalnogo-obrazovaniya/8129-rok-kultura-kak-odin-iz-faktorov-formirovaniya-subkultur-neformalnyh-obqedineniy-molodeji.html; Brake M. Comparative Youth Culture. The Sociology of Youth Culture and Subculture in America, Britain and Canada. London: Routledge&KeganPaul, 1985 // Омельченко Е.Л. Молодежные культуры и субкультуры. – М.: Издательство «Институт социологии РАН», 2000; Willis P. Common Culture. Simbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young. London: Open University Press, 1990. Ch.5.

[32]Крапотина Т.Г. Основные функции, принципы и ценности молодежных субкультур современном обществе // Бизнес. Общество. Власть. 2015. № 22. С. 100–110.

ности, являющаяся ее составным органичным элементом. Прямым следствием гедонистической устремленности молодежной контркультуры выступает ее концентрация на «сегодня», «теперь» (лозунги «Рай немедленно!», «Завтра может не быть!» и т.п.).

Утверждается, что реабилитируя чувственность и утверждая индивидуальность, течения молодежной контркультуры требуют сознательного отказа от системы традиционных ценностей и замены их контрценностями – антиинтеллектуализмом; свободой самовыражения; установкой на ликвидацию репрессивных, регламентирующих моментов взаимоотношений; полным доверием к спонтанным проявлениям чувств, фантазии, воображения; культом бессознательного проявления природных страстей и мистического экстаза души; моралью вседозволенности; открытостью интимных связей; непристойностью поведения; наркокультурой; личной причастностью к новому стилю жизни. Ее основной девиз – счастье человека, которого можно достичь только путем освобождения от внешних условностей, добропорядочности. Личность, предлагаемая и «проектируемая» молодежной контркультурой (субкультурой), враждебно противостоит всякому нравственному запрету и моральному авторитету.

1.2. История и идентичность

Исследователи выделяют несколько типов образов прошлого. Первый – адаптивный и интеграционный: масскоммуникативные образы прошлого, разделяемые социальными группами, имеют особое значение для конституирования общностей (прежде всего, воображаемых), а также восприятия ими травматического историко-политического опыта. Следующий тип служит легитимации элит, властных отношений; стимулируемая элитами «работа памяти» способна укрепить привязанность к политической системе. И, наконец, образы прошлого поддерживают социализацию, как рефлексивно контролируемый социальный процесс: они не просто дают знания о политике, ее отдель-

ных элементах, характерных для нее отношениях, нормах, ценностях, но и включают их во временнóй контекст[33].

Вполне убедительно выглядит утверждение, что коллективная память является тем местом, где происходит формирование идентичности отдельного человека. Функционирование индивидуальной памяти невозможно без коллективной: вспоминая, мы не можем обойтись без слов, смыслов, знаков, ориентиров, заимствованных нами из внешней социальной среды. Коллективная память не может существовать вне индивидуальной памяти, но не смешивается с ней. «Она развивается по собственным законам, и даже если иногда в нее проникают и некоторые индивидуальные воспоминания, они видоизменяются, как только помещаются в целое, которое уже не является сознанием личности»[34]. Коллективная память становится теми очками, сквозь которые человек смотрит на прошлое, оценивает его, проецируя эти оценки на настоящее. То есть, почти всегда, когда историческое понимание описано как «воспоминание», можно прийти к выводу, что предпринята попытка содействовать установлению в настоящем той или иной наиболее желательной коллективной идентичности[35]. Очевидно, что память, которая относится вовсе не к прошлому, а выражает отношения "прошлое-настоящее", в действительности объясняет настоящее[36].

---

[33] Глебова И.И. Образы прошлого в структуре политической культуры России. Автореф. докт. дисс. М.: 2007. URL: http://read.virmk.ru/DISSER/diser_doc/2007/polit_kultur/GlebovaII.htm

[34] Хальбвакс М Коллективная и историческая память // Память о войне 60 лет спустя: Россия, Германия, Европа. М., 2005. С. 16.

[35] См.: Steven Knapp. Collective Memory and the Actual Past // Representations. № 26. Spring 1989. P. 123-149.

[36] Этим и объясняется энтузиазм, с которым российская власть эксплуатирует образы прошлого, памятные даты прошлого для собственной легитимации. Отсюда и транслирование ностальгических настроений, репрезентируемых как визуальными средствами: СМИ, кино, советская символика на различных мероприятиях, так и аудиальными: советская музыка, подаваемая и в оригинальном виде, и в измененном («Старые песни о главном», различные ремиксы на хиты советской эпохи, ретро-концерты). Ностальгия позволяет российскому человеку выразить всю тоску по утраченному прошлому. Это чувство тоски можно объяснить как попытку «повернуть время вспять, преодолеть необратимость его течения, превратить историческое время в мифологическое»[36]. Ностальгия, поддерживаемая различными телевизионными и кинопроектами («Старая квартира», «Намедни»: наша эра (1961-2002 гг.), «Старые песни о главном») - это защитная реакция, ответ на ломки при переходе периода истории. Она позволяет преодолеть социальную травму советскому человеку, вдруг ставшему российским.

Итак, коллективная память позволяет нам понять, как человек, конструируя прошлое, формирует новую идентичность. Анализ коллективной памяти выводит нас на проблему аккумуляции обществом знания о социальной реальности, представляя коллективную память как совокупность представлений о прошлом, вновь изменяющуюся при новом воспоминании[37].

Нынешняя активированность исторической памяти обусловлена, помимо всего прочего, потребностью россиян осмыслить современное место страны в истории и мире. Потребность в осознании настоящего времени побуждает стремление вырабатывать определенное отношение к предыдущим эпохам, попытки их оценки и переоценки. Иными словами, в обществе постоянно идет активная ментальная работа, формируется исторический миф недавнего прошлого[38]. При этом важная роль отводится преемственности нынешней России по отношению к достижениям и идеалам России советской, что невозможно без оценки, переосмысления событий двух последних десятилетий XX в.

Несмотря на то, что в последние годы происходит резкое ускорение технологических и социально-экономических преобразований, прошлое по-прежнему остается важнейшим источником легитимации социальных институтов. Даже политические и юридические споры, касающиеся перераспределения экономических ресурсов, опираются на понятия исторического приоритета, что позволяет считать социальную память неотъемлемым элементом современного социального устройства. Вместе с тем основная функция социальной памяти, а именно – создание и поддержание идентичности определенных социальных сообществ, начинает в условиях общества риска наделяться негативными характеристиками, поскольку производство идентичности оказывается напрямую связано с производством *идентификационных рисков*. Под идентификационными рисками понимаются потенциальные угрозы существованию определенной социальной группы, вызываемые созданием или поддержа-

[37] Смолина Н. С. Коллективная память о прошлом в структуре постсоветской ментальности / Н. С. Смолина // Сумма философии. Вып. 7. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2007. — С. 220-222..

[38] Петренко Е.С. События конца XX века в памяти россиян // XIV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. М.: 2014. С. 203.

нием социальной памяти, провоцирующей конфликты с другими социальными группами на религиозной, национальной или какой-либо иной основе[39].

Подобно тому, как индивидуальное сознание обладает своими механизмами памяти, так и коллективное сознание, решая задачу сохранения наиболее значимого для всего коллектива массива знаний, создает свои механизмы памяти[40]. Есть основания полагать, что чем меньше сообщество укоренено в существующих и хорошо функционирующих социальных практиках, тем более проблематична его идентичность, тем более конститутивным является для него его "вспоминаемое" прошлое. Развивая эту мысль, А Мегил пишет: «В мире, в котором альтернативные реальности постоянно входят друг с другом в конфликт, и в котором множество возможных идентичностей выставлено напоказ, неопределенность идентичности, возможно, является неизбежным побочным продуктом. В такой ситуации для «памяти» вполне достаточно причин выдвинуться на первый план. Можно даже постулировать одно правило: когда идентичность становится сомнительной, повышается ценность памяти»[41]. Ощущение слабой идентичности, или идентичности, которой что-то угрожает, по-видимому, является общей чертой, объединяющей апелляции к «памяти». Волна памяти и волна сомнения в идентичности идут параллельно[42].

Изучение так понимаемой памяти относят к 1920-м годам и связывают с именем Мориса Хальбвакса[43]. Работы Хальбвакса, оказавшиеся особенно востребованными в последние десятилетия XX века, положили начало новому междисциплинарному направлению исследований[44].

---

[39] Устьянцев В.Б., Аникин Д.А. Социальная память в обществе риска: опыт философской концептуализации // Философия и общество. 2011. №4(64).

[40] Лотман Ю.М. Альтернативный вариант: бесписьменная культура или культура до культуры? // Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 345.

[41] А. Мегилл Историческая эпистемология. – М.: Канон+, РООИ «Реабилитация», 2007. URL: http://abuss.narod.ru/Biblio/megill/megill12.htm

[42] Там же.

[43] См.: Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М.: Новое издательство, 2007.

[44] См.: Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М., 2004; Франсуа Э. «Места памяти» по-немецки: как писать их историю? // Ab imperio. 2004. № 1. С. 29-43.

Для Хальбвакса память является социальной конструкцией, создаваемой в настоящем. То есть она понимается не как сумма воспоминаний отдельных людей, а как некое коллективное культурное произведение, развивающееся под влиянием семьи, религии и социальной группы через языковые структуры, повседневные жизненные практики и общественные институты. «Фундаментальный вклад Хальбвакса в изучение социальной памяти заключается в обосновании им связи между социальной группой и коллективной памятью. Его положение о том, что каждая группа формирует память о своем собственном прошлом, которая обосновывает ее уникальную идентичность, продолжает оставаться отправной точкой для всех исследований в этой области», — пишет Б. Мишталь[45].

М. Хальбвакс подчеркивает насколько сильно социальные процессы влияют не только на индивидуальную память человека, но и на общественные воспоминания о прошлом. Так, коллективные воспоминания являются решающими для идентификации людей и идеи общества получают свою убедительную силу не только благодаря логической связности и доказуемости, но и благодаря опоре на традиции[46].

Развивая эту мысль П. Гири указывает, что память «конституирует систему общественных конвенций, в рамках которой мы придаем форму нашим воспоминаниям»[47].

Общественная память, ее формирование, а также отношение между социальной памятью и историческим знанием стали темой широких научных и общественных дискуссий. В этих дискуссиях следует обозначить одно важное различие в позициях участников. Если для Хальбвакса и некоторых его последователей социальная память и историческая наука выступают как антагонисты (историческая наука начинается там, где заканчивается коллективная память и наоборот), то новое поколение ученых склоняется к сближению этих понятий. Как замечает один из них, «когда постулируют дихотомию коллективной памяти и истории, упускают социальный и культурный контекст, в котором находится сам историк» и приписывают историческо-

[45] Misztal B. Theories of Social Remembering. Maidenhead: Open University Press, 2003.
[46] Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М.: Новое издательство, 2007.
[47] Гири П. История в роли памяти? // Диалог со временем. Альманах интеллектуальной истории. Вып. 14. М., 2005. С. 116.

му знанию объективность и внеисторичность, которых оно вряд ли заслуживает[48].

В последние тридцать лет в гуманитарном знании сформировалось направление, в рамках которого активно взаимодействуют историки, социологи, политологи, психологи. Оно нацелено на изучение конструирования прошлого в процессе коммуникации, роли репрезентаций прошлого в массовой культуре. Здесь память понимается как процесс управления прошлым в настоящем, имеющий в том числе политическое измерение. В рамках этой проблематики изучаются общественные исторические представления, а также масскоммуникативные образы прошлого, на основе которых эти представления во многом и формируются.

Начиная с 1980-х годов историки начали активное изучение коллективной памяти. Одной из самых известных и масштабных работ в этом направлении стал проект под руководством Пьера Нора «Места памяти»[49]. Главная идея этого проекта заключается в том, что коллективная память во Франции конструируется из «символических объектов», которые стали отдельные местности, памятники, события, ритуалы, символы и традиции, составляющие многообразие французской национальной идентичности: Пантеон, Жанна д'Арк, Триумфальная арка, словарь Ларусса, Стена коммунаров и еще десятки других. «Способ, каким составленные из этих обломков фрагменты прошлого дошли до нас, - говорит Нора, - то, как они возникали, исчезали, дробились на части и вновь использовались, и является тем, что создало нас»[50].

В работе «История, память, национальная идентичность»[51] профессор НИУ ВШЭ Ю.П. Зарецкий указывает, что «сам образ прошлого, как таковой, в историографии не может быть «объективен» в принципе. Он является либо его «реконструкцией» (в лучшем случае), либо вообще «конструкцией», имеющей мало отношения к «подлинному» прошлому. При этом

[48] Гири П. История в роли памяти? С. 118.

[49] NoraP. (Ed.). Les Lieux de mйmoire. Vol. 1-7.Paris, 1984-1992; сокращенный русский перевод: Франция - память. СПб., 1999.

[50] Нора П. Как писать историю Франции? // Франция - память. С. 92-93.

[51] Зарецкий Ю.П. История, память, национальная идентичность. http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/za4.html

признается, что в обоих случаях этот образ, во-первых, напрямую зависит от властных отношений в обществе и, во-вторых, является предметом манипуляций сил, имеющих своей целью достижение тех или иных политических результатов в настоящем»[52].

Другой источник, касающийся социальной и коллективной памяти, труд П. Рикёра «Память. История. Забвение», где автор рассматривает память как деятельность, работу. По мнению автора, работа памяти осуществляется как внутри, так и вне индивидуального сознания, не только на уровне отдельного человека, но и на уровне общества. Само же общество переживает особое «историческое состояние» — ситуацию разрыва с прошлым, которое приходится восстанавливать не через живую память, а через историческую реконструкцию[53].

Поскольку поддержание идентичности требует ощущения непрерывности истории, постольку функциональное значение любой памяти в том, что она, связывая прошлое и настоящее, помогает человеку сохранить свою идентичность во времени, помогает обрести новую идентичность в изменяющемся времени.

В процесс обсуждения событий 1917 года включился и Министр культуры России. Владимир Мединский выступил 20 мая 2015 года в Музее Современной истории России на круглом столе «100 лет Великой российской революции: осмысление во имя консолидации» и сформулировал ряд тезисов, способствующих национальному примирению в стране. По его мнению, произошедшая в 1917 году Великая российская революция навсегда останется одним из важнейших событий XX века. При всем расхождении взглядов на события почти столетней давности невозможно отрицать тот факт, что попытка построения на земле нового справедливого общества решающим образом изменила пути исторического развития России и оказала громадное влияние на прогресс народов всей планеты. Революционная трансформация России положила начало новому глобальному мировому проекту. Прошедшие 100 лет показали, что существует живая преемственность в развитии страны от Российской империи к Советскому Союзу и далее — к Российской Федера-

[52] Зарецкий Ю.П. История, память, национальная идентичность. URL: http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/za4.html

[53] Ricoeur P. Memory, History, Forgetting / P. Ricoeur, University of Chicago Press, 2004.

ции. При этом объективное изучение периода революции позволяет нам сегодня осознать всю трагичность раскола общества на противоборствующие стороны. Но нельзя постоянно делить предков на однозначно правых и виноватых, ведь каждая сторона по-своему понимала, как добиться процветания Родины. И «красными», и «белыми» двигал патриотизм. Дань уважения предкам является лучшим стимулом для нового витка духовного развития. В. Мединский сформулировал пять коротких тезисов, которые предлагается использовать для общественного обсуждения при выработке единой платформы национального примирения:

- признание преемственности исторического развития от Российской империи через СССР к современной России;
- осознание трагизма общественного раскола, вызванного событиями 1917 года и Гражданской войны;
- уважение к памяти героев обеих сторон («красных» и «белых»), искренне отстаивавших свои идеалы и невиновных в массовых репрессиях и военных преступлениях;
- осуждение идеологии революционного террора;
- понимание ошибочности ставки на помощь зарубежных «союзников» во внутриполитической борьбе[54].

1.3. Формирование идентичности

Данные, полученные в ходе проводившихся с начала 90-х годов социологических исследований, позволяют предположить, что российская идентичность тесно переплетается с национальным дискурсом. Возможно, данное переплетение намного более значимо, чем для большей части западноевропейских стран, в которых расширение интеграционных тенденций подрывает в определенной степени национальную идентичность и повышает значение новых типов идентичности: региональной, общеевро-

[54] Платформа национального примирения России. Министр культуры России сформулировал пять тезисов, обеспечивающих преемственность истории страны. URL: http://lenta.ru/articles/2015/05/20/medinskyvoice/

пейской и пр. Между тем, направление развития российского самосознания скорее ориентировано в направлении этнонациональной идентичности. К примеру, в 2004 году свыше 85% россиян указали, что они гордятся своей национальностью, причем чувство это оказалось значительно более сильным, чем гордость своей профессией и личными достижениями. В большинстве же стран Западной Европы индикаторы национальной гордости, как известно, иные. Так, в конце 80-х годов доля британцев, заявивших о том, что они гордятся своей нацией, составила 58,0%, а австрийцев – 53,0%[55].

В качестве факторов, которые отрицательно сказываются на развитии гражданской идентичности можно назвать следующие.

1. Прежде всего, это процесс глобализации. Многие исследователи указывают, что в условиях глобализации политические, социальные, профессиональные, культурные, этнические, религиозные признаки, объединяющие людей, становятся более весомыми, чем формальная принадлежность к определённому государству. Подобное положение приводит к формированию и расширению политических, социальных, экономических, культурных, религиозных формаций, свободных от государственных и территориальных факторов. По определению Джозефа Камиллери, «мы живем в период перехода к новой форме гражданского общества, где нет ясно очерченных границ, базирующихся на принципе национальной идентичности»[56].

В мировом научном сообществе и публичном пространстве артикулируется идея о том, что государство и этничность в глобальном обществе теряют значение. Зигмунт Бауман на рубеже XX–XXI веков писал, что в современном мире перетасовываемых ценностей и расплывающихся рамок идентичности представляются чем-то, что может надеваться и сниматься, вроде костюма. Важно, чтобы была свобода выбора[57]. Впрочем,

[55] Здравомыслов А.Г., Андреев А.Л. Российская идентичность и национальное самосознание // Изменяющаяся Россия в зеркале социологии. М., 2004. - С.106-113.

[56] Camilleri J. Rethinking Sovereignty // Contending Sovereignties. Redefining Political Community. Edited by R. B. J. Walker and Saul H. Mendlevits. Lynne Rienner Publishers. Boulder, London, 1990. P. 35.

[57] Бауман З. Индивидуализированное общество. М., 2002. - С. 186–187.

существование национальной идентичности во всех современных либеральных демократических государствах является неоспоримым фактом, утверждает Фрэнсис Фукуяма, рассуждая об идентичностях в США и европейских государствах[58].

2. Резкое усиление роли этнического фактора. Возрастание роли этнического признака в политической сфере входит в конфликт с основополагающими классическими ценностями демократии и становится угрозой государственному суверенитету и территориальной целостности и международной стабильности в целом. В этом плане ключевой проблемой, безусловно, является соотношение общероссийской гражданской и этнонациональной идентичности. По данным А.Г. Здравомыслова и А.Л. Андреева, конкретным проявлением общероссийского сознаниястановится не столько приоритет гражданской идентичности над этнокультурной («общероссийскость»), сколько комплекс близких или идентичных компонентов сознания большинства проживающих на территории России этносов[59].

Показательно, что увеличение числа представителей нерусского населения воспринимается в массовом сознании представителей «коренной» национальности как серьезная угроза благополучию и безопасности. Почти третья часть респондентов испытывает тревогу по поводу нарастания волны миграции нерусского населения в «коренную» Россию. Таким образом, эмпирические данные свидетельствуют о сохранении в России базы для националистических настроений на фоне присутствия национализма как идейно-политического феномена[60].

3. Нарастающий регионализм. Известно, что регионализм является закономерной, органической формой организации политических, экономических,социальных и культурных процессовпо территориальному принципу. Очевидно, что регионализм оказывается в сфере понятий: социальная общность

[58] Fukuyama F.Identity, Immigration, and Liberal Democracy // Journal of Democracy. 2006. Vol. 17. No. 2. - P. 5–20.
[59] Здравомыслов А.Г., Андреев А.Л. Российская идентичность и национальное самосознание // Изменяющаяся Россия в зеркале социологии. М., 2004. - С.102-113.
[60] Перепелкин Л.С. Истоки межэтнического конфликта в Татарии // Мир России. - Том 1. - № 1. 1992. -С. 93-94.

этнических, расовых и языковых групп, объединённых территориальным признаком; совокупность хозяйственных и промышленных структур определённой территории; единая аксиологическая парадигма на базе культурных, религиозных и исторических традициями; схожесть политической ориентации [61].

Некоторые исследователи считают, что территориальная идентификация проявляется намного сильнее, чем формы транснациональных или национальных единств. Так, Здравко Млынар пишет: «В демократических или авторитарных странах, на Западе и в третьем мире, международные движения сегодня испытывают болезненный возврат к локальным формам за счет потери значительной части своей аудитории. Все универсальные братства, будь то коммунизм, исламизм или христианство, доказали свою неспособность ослабить привязанность человека к своему кусочку земли, который выступает в качестве необычайно эффективного символа»[62].

Выделяют два типа этнокультурной идентичности, которые отличают российские регионы. Первый тип - «шотландский», по определению Л.С. Перепелкина. Он характеризуется частичной культурно-языковой ассимиляцией меньшинства со стороны более крупного народа при сохранении своего национального своеобразия (карелы, мордва, удмурты, коми). Второй тип - «баскский» отличается дистанцированием от доминирующего народа (татары, башкиры, чеченцы, тувинцы), что приводит к усилению автономистские тенденции и стимулирует «культурное разделение труда»[63].

Российская региональная идентичность непосредственно зависит от попыток формирования разных форм региональной идеологии власти. Территориальные идеологические доктрины базируются на коннотации политических стереотипов, иерархии социальных ценностей, системе приоритетов. По словам саратовского исследователя С. Бразилова, региональная идеология «как бы компенсировала жесткую и несправедливую

[61] Hurrel A. Expanding in Resurgence of Regionalism in World Politics // Review of International Studies. Vol. 21, № 4, October 1995. - P. 323 - 343.
[62] Global Modernities. Edited by Mike Featherstone, Scott Lash and Ronald Robertson. SAGEPublication, 1995. - P. 28-33.
[63] Перепелкин Л.С. Истоки межэтнического конфликта в Татарии // Мир России. - Том 1. - № 1. 1992. -С. 93-94.

социальную дифференциацию населения символами и заклинаниями относительно общественной солидарности и территориального сожительства. С другой стороны, региональная идеология воплощала и воспроизводила в приличных и апробированных социальных образах сугубо материальные и политические цели административной элиты»[64].

[64] Барзилов С.И. Концептуализация региональной идеологии власти // Наука, культура, высшее образование на пороге XXI века. Вып. 4. Ульяновск, 1998.; Дробижева Л.Российская идентичность и тенденции в межэтнических установках за 20 лет реформ // Россия реформирующаяся : Ежегодник-2011 / Отв. ред. академик РАН М.К. Горшков. — Вып. 10. М. ; СПб. : Институт социологии РАН, Нестор-История, 2011. — С.72-85.

ГЛАВА 2. МЕДИЙНАЯ КАРТИНА МИРА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ

2.1. Модели медиавлияния на человека

Одна из основных особенностей современного общества – бесспорное доминирование медиатекстов, определяющих восприятие действительности большинством населения. Доминирование медиатекстов обусловливается тем, что в процессе своей эволюции общество создало разветвленную медиасреду, которая и выполняет функцию ориентации индивида в окружающей среде. Тексты СМИ являются источником значимой для индивида информации о природной и социальной реальности, на основе которой он принимает жизненно важные решения. Именно потребностью в социально значимой информации объясняется та частотность, с которой транслируются и воспринимаются медиатексты. В большинстве случаев индивид не имеет возможности наблюдать происходящие в мире события непосредственно и вынужден воспринимать их сквозь призму медийно репрезентации.

Еще в начале XX в. Ч. Кули разрабатывал теорию, которую в современных терминах можно было бы назвать теорией расширения картины мира индивида вследствие его включенности в масс-коммуникационные процессы. Ч. Кули говорил о «приобщении» индивидов к «большому сознанию», которое понимается им как совокупность накопленных социально значимых «состояний чувствования и воображения», в то время как коммуникация является средством актуализации «органически цельного мира человеческой мысли»[65] .

Еще дальше пошел У. Липпман, который исходил из постулата невозможности верификации реальности с опорой на индивидуальное сознание. Основное положение концепции сформулировано Липпманом следующим образом: «По большей части, мы не видим сначала и затем определяем (define), а сначала определяем и только потом видим»[66]. По мнению

[65] Cooley Ch. H. The Signficance of Communication // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. Berlson B., Janowitz M. New York, 1953.

[66] Lippmann W. Stereotypes // Language in Uniform. A reader on Propaganda / Ed. N.A. Ford. New York, 1967. p. 54.

У. Липпмана, в XX в. СМИ реализуют такую стратегию убеждения, которая подчиняет себе демократический процесс за счет искусства достижения консенсуса среди различных социальных групп общества. Благодаря СМИ унифицируются различные проявления общественного мнения: «Производство одной общей воли из множества общих желаний состоит в основном в использовании символов, которые вбирают эмоции после того, как они отделены от идей, которые они несли»[67]. Индивид становится носителем стереотипов, которые предопределяют, программируют его реакцию на события и их участников. Таким образом, в 20-х гг. XX в. была заложена основа для широкого спектра исследовательских программ, в фокусе которых оказалась манипулятивная роль медиа в воздействии на структуры сознания индивида. Эта пропозиция привела У. Липпмана к мысли о всесилии средств массовой информации. Его исследование влияния стереотипов на общественное мнение отразило ту роль, которую, как он полагал, играют СМИ, осуществляя прямо направленное воздействие на аудиторию, вызывающее появление готовых, стереотипизированных представлений о политических и социальных процессах, что позволяет манипулировать индивидом с целью формирования убеждений, соответствующих интересам элиты или контрэлиты. Эта теория многократно подвергалась критике с разных сторон, но определенный эвристический интерес она не потеряла до сих пор.

Дж. Г. Мид указывал на образование «тождества значений» коммуникативных актов в сознании индивидов под воздействием СМИ вследствие того, что опыт продуцента, трансформируясь, предстает перед реципиентом в редуцированном виде, так что для него становится возможным ощутить себя на месте «другого», что и делает опыт одного общезначимым и общедоступным[68]. Исследование выявило один из важнейших аспектов медиа-коммуникации: когда между коммуникатором и реципиентом, выступающими в роли социальных актеров,

[67] Lippmann W. Stereotypes // Language in Uniform. A reader on Propaganda / Ed. N.A. Ford. New York, 1967. p. 15.
[68] Mead G.H. Mind, Self and Society. Chicago, 1934.

возникает общение, их начинает объединять одинаковый смысл, вкладываемый в распространяемые при этом сообщения[69].

Следует отметить, что многие исследования в русле теории массовой коммуникации оперируют понятиями «общественное мнение» и «массовое сознание», т.е. конструктами, необходимыми для понимания глобальных процессов, происходящих в социуме, и отношения к ним большинства его членов. В этом смысле массовое сознание противопоставляется индивидуальному как будто массовое столь же реальный феномен, что и индивидуальное. В данном случае правомернее говорить о том, что носителем сознания может являться только конкретный, реальный индивид, а «массовое сознание» – это конструкт для изучения тенденций восприятия социальной реальности, характерных для большого числа индивидов, принадлежащих одному социуму. В этой связи представляется уместным привести высказывание А.А. Леонтьева, подтверждающее данную точку зрения: «Никакое знание не может стать общественным прежде, чем оно пройдет через «индивидуальную голову», и с психологической стороны безразлично, насколько результат познания общественно значим»[70].

Оспаривая выводы ранних исследователей массовой коммуникации о всесилии медиа, в сфере политической индоктринации членов социума со стороны власти П. Лазарсфельд и Р. Мертон в своих экспериментальных исследованиях выявили достаточный процент индивидов, которые, находясь под воздействием СМИ, тем не менее не обнаруживали наличия конформизма[71]. Особое внимание в экспериментальных исследованиях было уделено выявлению степени эффективности осуществляемых прессой и радио общенациональных кампаний по массовому убеждению в приемлемости и желательности того или иного претендента на пост президента страны. Как было выяснено, воздействие СМИ не столь однозначно, как могло бы показаться на первый взгляд, потому что избиратели часто

[69] Терин В.П. Основные направления исследования теории массовой коммуникации // Социальные исследования. 1997. №11.
[70] Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М., 1999.
[71] Lazarsfeld P.F., Merton R.K. Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action // Mass Communication / Ed. Scramm W. Urbana, 1960.

поступали вопреки обрушивавшейся на них пропаганде и проведенным социологическим опросам.

Что касается современных представлений о роли и степени влияния СМИ на сознание и поведение людей, то следует учесть радикальные преобразования в современноцй медиасисеме. Основным каналом продвижения символов, обеспечивающих развитие гражданской идентичности, в настоящее время являются традиционные СМИ (телевидение, радиовещание, печать) и новые медиа, размещающиеся в интернет-пространстве. Что касается традиционных СМИ, то при достаточно высокой теоретической разработке идей продвижения гражданской идентичности российская журналистика осваивает эти идеи с большим трудом.

С одной стороны, здесь нечему удивляться. Будучи встроенными в российский социум, находящийся в состоянии перманентного поиска наиболее эффективной формы общественного жизнеустройства, российские средства массовой информации функционируют в постоянно нестабильной внешней и внутренней среде. Непрерывно меняются условия получения и распространения информации, переосмысливаются социальная роль и миссия СМИ, меняются правила, принципы и схемы профессиональной деятельности. Чрезвычайно широкое распространение среди практиков получила концепция журналистики как социальной деятельности, главной задачей которой является бесстрастное информирование аудитории о происходящих событиях.

С другой стороны, многие журналисты и средства массовой информации активно участвуют в пиаровских и рекламных акциях, конечной целью которых является управление сознанием и поведением населения, и при этом отказываются обсуждать проблему социальной ответственности средств массовой информации. Вместе с тем в сознании правящих российских элит (и некоторых теоретиков и практиков журналистики) в полной мере сохранились присущие тоталитарному прошлому представления о СМИ как о приводных ремнях, соединяющих власть и управляемый народ.

С третьей стороны, как писала И.Д. Фомичева, «истинная природа массовых коммуникаций раскрывается во всей полноте лишь на определенном этапе жизни общества, когда в условиях

развитой демократии при повышающейся субъектности в жизни общества появляется необходимость и возможность использовать МК как механизм многостороннего обмена информацией, как способ обсуждения общезначимых проблем, как наиболее доступный путь участия в этом для всех и каждого»[72].

Другими словами, общество должно само дозреть до того, чтобы СМИ могли выступить не в роли учителей жизни или простых информаторов, а именно в роли организаторов диалогического обсуждения таких важных проблем, как гражданская идентичность.

Сегодня формирование личности подростков, их установок, мотивов, ценностных ориентиров и поведенческих навыков происходит на стыке виртуального мира и реальности. Подростки «живут» в мире интернета и цифровых технологий:оформляя страницы и общаясь в блогах, социальных сетях, обмениваясь информацией через сервисы мгновенных сообщений и электронные энциклопедии, участвуя в сетевых играх и сообществах игроков.

Что касается интернета, то ведущей особенностью современных информационных технологий является их интерактивный характер. В силу ряда объективных технологических особенностей (анонимности, дистантности, отсутствия маркеров телесности) виртуальная коммуникация задает для пользователя максимальные возможности в самоопределении и непосредственном самоконструировании.

Каждый человек, активно действующий в интернете, приобретает некое информационное тело: совокупность всех профайлов в соцсетях, оставленных где-то комментариев, лайков и репостов, загруженных текстов, видео и т.п. И, в отличие от тела реального, оно целиком подконтрольно человеку. Индивид не просто проецирует своя «Я» в медиапространство, он ***создает*** себя в нем. Этот виртуальный двойник всегда идеализирован, потому что доведение его до идеала – это доступная функция. В отличие от подлинника, информационное тело всегда хорошо выглядит, поскольку мы выбираем удачные фотографии. Оно может сыпать цитатами из мировой классики, которые будут извлечены из соседней открытой вкладки Google. Оно случает

[72] Фомичева И.Д. СМИ как партиципарные коммуникации. М.:2002. С.10.

только хорошую музыку, искрометно шутит после минуты раздумий, т.к. паузы в разговоре не существуют в сети. Оно даже может примерят на себя чужое «тело» или вещи, если этот обман будет тщательно замаскирован.

Наше общение с миром в интернете тоже ведется через использование этих киборгов-двойников. Виртуальное тело не хочет чувствовать себя заброшенным и одиноким, требует к себе внимания, требует каждый день уделять себе время и силы, которых потом не хватает на то, чтобы просто помыть посуду или выгулять собаку. Более того, другие тоже требуют от нас этого, поскольку однажды заведя свою копию в сети, мы должны поддерживать в ней жизнь, иначе неизменно начинают сыпаться вопросы: с тобой все в порядке? Тебя давно не видно онлайн, никаких новых фотографий, ничего не пишешь, у тебя проблемы? Прекращение трансляции себя в интернет воспринимается как нечто плохое, ведь твой сетевой клон – главный идентификатор уровня благополучия для прочих обитателей глобального медиапространства.

Наличие интернета и само появление медиапространства кардинально расширяет социальную среду индивида – можно сказать, до бесконечности. Соответственно, наше поведение в сети теперь может быть оценено не только непосредственным окружением, а кем угодно, живущим в любой точке земного шара. Не очень страшно, если человек столкнулся с этим уже после непосредственного завершения социализации. Но уже выросло целое поколение «цифровых аборигенов», которые половину своей осознанной жизни провели в постоянном контакте с медиапространством – и на их ценностные ориентации оно, несомненно, отложило значительный отпечаток.

Так как сам проект всемирной сети родился на Западе, откуда он и продолжает, в основном, развиваться и по сей день, то западная культура занимает в медиапространстве наибольшую часть «территории» и, соответственно, доминирует. Оказываясь в интернете и потребляя его контент, человек любой незападной культуры начинает интегрироваться и «врастать» в чуждую для него культурную среду. Инкультурация включает в себя принятие неродных ценностей и поведенческих ритуалов, которые в его стране не распространены и, возможно, не приживутся никогда. В особенности остро это вопрос стоит в

традиционных обществах, к которым вполне относится и российское. Такое двойственное «воспитание» провоцирует сразу два конфликта: внутренний и внешний.

Последний очевиден: усвоенные в процессе потребления нормы и ценности вступают в противоречие с теми, что окружают нас в повседневной жизни, что вызывает порицание со стороны семьи, соседей и просто сограждан. Несоответствующее родному менталитету поведение будет восприниматься как девиация, что повлечет применение обществом каких-либо санкций.

Трансляция себя в медиапространство – вовсе не такой простой процесс, как может показаться с первого взгляда. Это похоже на попытку влиться в новую компанию, в другой коллектив: сначала человек осматривается, старается понять, какие темы, какой стиль общения здесь принят, что нужно продемонстрировать, а о чем лучше умолчать. Так появляются первые «отпечатки» в различных социальных сетях: вот я такой, посмотрите на меня. Причем чем больше зрителей, тем лучше: территория интернета очень хорошо иллюстрирует переход от количественного к качественному. Понятие интимного, личного здесь сводится на нет, так как без этих «зрителей» информационный клон просто не существует.

Наталья Кириллова в своей книге «Медиасреда российской модернизации» довольно подробно рассматривает вопрос формирования новой культурной идентичности и транснациональной культуры как таковой в связи с постоянным взаимодействием современного человека с этим многообразием через интернет.

2.2. Медиасобытия в системе картины мира

Н. Фэаклоу в книге «Медиа-дискурс» высказывает положение о том, что независимо от того, какую функцию по отношению к реальности выполняет СМИ и какие модели репрезентации им используются, результатом их актуализации является создание коммуникативного события[73]. Понятно, что

[73] Fairclough N. Media Discourse. London, 1995.

между событием, реально имевшим место, и коммуникативным событием не может быть поставлен знак тождества. Говоря о разностатусности факта (события) и его интерпретации в СМИ, Ю.А. Сорокин указывает на необходимость различать факт-событие и факт вербальный[74]. По мнению ученого, факт-событие «сюжетно» завершен, так как в нем исчисляемы и конечны действующие лица и их поступки, в то время как вербальный факт в СМИ «сюжетно» незавершен, перифрастичен и виртуален и представляет собой лишь процесс приближения к завершению, реализуемому совокупностью негомогенных речевых средств. Различия в статусе между фактом-событием и фактом вербальным предопределяются их структурной дифференциацией: «Структура вербального факта – это виртуальная реальность, неоднозначность которой усиливается тем, что она в отличие от структуры факта-события стремится не показать, а оценить себя. Иными словами, вербальный факт – это всегда лишь потенциальный факт»[75] . Тем не менее, несмотря на объективные различия между самим событием и его медиа-репрезентацией, в процессе восприятия и то, и другое становится частью психической реальности индивида – той сферы, в пространстве которой источник возникающих психических образов отходит на второстепенный план. Ю.А. Сорокин высказывает предположение о том, что причиной исков к средствам массовой информации служит тенденция рассматривать содержащиеся в медиа-текстах ассертивы и экспрессивы в качестве перформативов, т.е. реципиенты склонны воспринимать вербализацию события одновременно как интерпретацию и действие (поступок)[76].

Н. Фэаклоу называет отличительные признаки коммуникативного события как элемента, конституирующего массовую коммуникацию:

• масс-коммуникационные технологии позволяют создавать и воспроизводить коммуникативное событие (текст), причем время и место его актуализации определяется СМИ;

• место и время создания коммуникативного события не идентичны времени и месту его восприятия;

---

[74] Сорокин Ю.А. Статус факта (события) и оценки в текстах массовой коммуникации // Политический дискурс в России-4. М., 2000.
[75] Там же. С. 94.
[76] Там же. С. 96.

• коммуникативное событие создается под институциональным контролем, а потребляется индивидуально;

• коммуникативное событие позволяет придать жизни индивида социально значимый характер;

• коммуникативное событие в СМИ помогает преодолевать разрыв между общественным характером продуцирования текстов СМИ и индивидуализированным характером их потребления;

• коммуникативное событие является формой социальной практики;

• коммуникативное событие отражает изменения в обществе и культуре;

• в коммуникативное событие встраивается информация о коммуникантах СМИ и аудитории;

• политическая составляющая коммуникативного события предполагает наличие в нем идеологического и воздействующего моментов;

• экономическая составляющая коммуникативного события определяется функциони-рованием текстов СМИ в качестве культурного товара;

• коммуникативное событие, как правило, характеризуется фрагментарностью, незавершенностью и неопределенностью и тем самым репрезентирует параметры реального события, что не всегда дает однозначное понимание природы репрезентируемого события[77].

Возражая Н. Фэаклоу, который ставит знак равенства между текстом СМИ и коммуникативным событием, авторы коллективной монографии «Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания» считают, что представляется неправомерным ставить знак равенства между медиа-текстом и коммуникативным событием. До того, как реципиент вступает во взаимодействие со знаковым пространством текста, последний существует лишь как физический объект, в котором только заложены некоторые необходимые параметры для потенциальной реализации коммуникативного события. Кроме того, термин «коммуникативное событие» является слишком обобщенным и вследствие этого малопригод-

[77] Fairclough N. Media Discourse. London, 1995.

ным для обозначения феномена репрезентации реальности, имеющего медийный онтогенез. Большая часть отличительных, с точки зрения исследователя, признаков коммуникативного события может быть отнесена и к другим типам текстов. Именно поэтому представляется целесообразным провести разграничение между коммуникативным событием и медиа-коммуникативным событием. Коммуникативное событие происходит всякий раз, когда в процессе осуществления различных видов деятельности индивид воспринимает вербализованную информацию. Коммуникативное событие может иметь место при чтении художественного текста, в ходе диалога между двумя людьми, при прослушивании лекции и пр. Информация, поступающая по каналам СМИ, структурирует реальное событие особым образом, трансформируя его в медиа-коммуникативное[78].

В цитируемой работы сформулирована концепция, согласно которой медиа-коммуникативное событие имеет место только тогда, когда медиа-текст становится для индивида объектом рецепции и интериоризации. Иными словами, медиа-коммуникативное событие происходит в процессе того взаимодействия, в результате которого содержание медиа-текста становится частью психической реальности реципиента[79].

Наибольший интерес исследователей вызывает ярко выраженный и легко верифицируемый селективный характер репрезентации реальности средствами массовой информации и тесно связанные с ним идеи регуляции, контроля и манипуляции сознанием индивида. Процесс медиа-репрезентации события является многоступенчатым и включает несколько этапов от события и первоначальной, необработанной «сырой» информации о нем до обретения ею в конкретном СМИ вербализованной формы. Поэтапное продвижение репрезентации реального события внутри медиа-структур, или медиация, предполагает неоднократное взаимодействие исходной репрезентации с сознанием (индивидуальной картиной мира), по крайней мере, нескольких индивидуумов.

[78] Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания. Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, 2003 год. URL: http://evartist.narod.ru/text5/76.htm

[79] Там же.

В современных концепциях и моделях новостийных медиа медиация тесно связана с двумя другими процессами структурирования реального события и трансформации его в медиа-коммуникативное событие: фильтрацией и фреймингом. Процесс фильтрации реализует функцию «привратника», причем исследователи обнаруживают «сторожей» на всех этапах процесса медиации: внутри самих медиа и вне. Так, Дж. Мак-Нелли описал целую цепочку «привратников», принимающих непосредственное участие в медиации события международного звучания, включив в их число зарубежных корреспондентов, редакторов информационных агентств, редакторов национальных и региональных бюро, редакторов конкретного СМИ[80]. К «привратникам» он также причислил и тех реципиентов, которые уже в устной межличностной коммуникации передали полученную информацию другим индивидам. Главный вывод, к которому пришел Мак-Нелли, состоит в том, что в процессе медиации сообщение постоянно трансформируется по пути от «привратника» к «привратнику», не теряя при этом своей новостийной формы. Это объясняется тем, что при любых трансформациях сообщения на различных этапах медиации в нем обязательно остается новостийное ядро, представленное стабильными компонентами структуры и выраженное известной формулой «WWW» (what-where-when): что произошло, где и когда. Отсутствие хотя бы одного из компонентов структуры приводит к существенной деформации смыслового пространства медиа-текста, влекущей за собой утрату новостийно-информационных параметров. В качестве примера сохранения новостийного ядра медиа-текста можно привести три сообщения об одном и том же инциденте – ограблении банка:

2.3. Особенности современного медиаконтента

Текст как особый объект изучения привлекал внимание ученых с древнейших времен. Сакральные тексты, определяющие

[80] McNelly J.T. Intermediary Communicators in the International News // Journalism Qua-terly. 1959. №27.

сущность всех крупнейших религий, играли важнейшую роль в жизни общества на протяжении тысячелетий.

В конца XIX в. текст получил новое освещение в работах этнологов, а также в исследованиях представителей лингво-этнографической школы американистики, основанную Ф. Боасом.

Важное место в развитии данной теории занимает работа о структуре текста русского фольклориста и литературоведа В.Я. Проппа[81]. Открытие В.Я. Проппа состояло в том, что, по его мнению, в волшебных сказках имеется ограниченное число типов событий и персонажей и они весьма стабильны, хотя могут быть реализованы по-разному. Концепция В.Я. Проппа оказала огромное влияние на ряд научных направлений, в частности на семиотику и лингвистику текста. Наиболее активно ее развивали французские структуралисты и семиологи (К. Леви-Стросс, Р. Барт, Ц. Тодоров, А. Греймас).

Текст как целостный феномен стал объектом лингвистического исследования во второй половине XX века в работах В. Дресслера, Х. Изенберга, П. Хартмана, Г.А. Золотовой, И.Р. Гальперина, Г.Я. Солганика и др. Полученные в различных сферах наблюдения над структурой и закономерностями функционирования текста позволили интерпретировать его как лингвистическую единицу (единицу языка или речи), а не только как совокупность подобных единиц. Сформулированный терминологический аппарат позволил перевести накопленные данные в лингвистическую сферу и включить их в научную парадигму.

Важнейший этап развития западноевропейской теории лингвистики текста связан с чешской лингвистической школой, под влиянием которой в 60-е годы XX века и начала формироваться лингвистическая теория текста (П. Хартманн, Р. Харвег, З. Шмидт, Т. ван Дейк, В. Дресслер, Я. Петефи, К. Гаузенблаз, П. Сгалл, И. Беллерт, Н. Энквист и др.). В данной традиции текст первоначально анализировался в основном структурными, таксономическими методами, по аналогии с более привычными языковыми объектами (так, в работах Харвега лексические единицы квалифицировались с позиции типично-

[81] Пропп В.Я. Морфология сказки. 1928.

сти/нетипичности для рамочных фраз текста). В середине 1970-х годов текст был переосмыслен как коммуникативный процесс, что закономерно привело к появлению дискурсивного анализа. Один из основателей лингвистики текста, голландский лингвист Т. ван Дейк, во второй половине 1970-х годов перешел на дискурсивную терминологию, завершил этап статического метода и дал начало динамическому, процедурному подходу. Важную роль в развитии теории текста в указанном направлении сыграли также монография Р.-А. да Богранда и В. Дресслера «Введение в лингвистику текста» и работы по моделированию понимания и производства связного текста, выполненные в рамках искусственного интеллекта (прежде всего Р. Шенком и его последователями).

Попытка переформулировать ряд переводческих проблем в свете положений лингвистики текста представлена в книге А. Нойберта «Текст и перевод»[82]. А. Нойберт исходил из того, что переводчик имеет дело с текстом (оригинала) и создает новый текст, поэтому он выделял в процессе перевода этапы создания текста определенного типа. Особое внимание уделяется проблеме понимания текста, созданного и живущего в рамках иной лингвокультурной общности. В книге подробно рассматривается роль в переводе таких факторов текстуальности, как <интенция>, <приемлемость>, <принципы сотрудничества>, <ситуативность>, <информативность>, <целостность> и <связность>. Ведущая роль текста в процессе перевода подчеркивается многими переводоведами, однако возможность использования понятий лингвистики текста в теории перевода остается недостаточно исследованной. Работа А. Нойберта вносит значительный вклад в решение этой проблемы.

Теоретические и методологические проблемы исследований медиаконтента тесно связаны с состоянием современной лингвистической парадигмы. Для корректного подхода к изучению контента необходимо использовать комплексный подход, позволяющий рассмотреть поставленные вопросы на междисциплинарном уровне, используя преимущества не только лингвистического анализа, но и данные психологии, социологии, литературоведения, эстетики и пр. Именно указанная позиция

[82] Neubert A. Text und Translation, 1989.

позволит раскрыть новый ракурс теоретических и методологических проблем лингвистических исследований контента конвергентных медиа.

Современное познание, вернувшееся на новом витке к синтезу наук, закономерно обратилось к многомерному лингвоментальному существованию человека, объективированному синтезу индивидуального и надсубъектного сознания, пространства и времени, воображения и стандарта. Актуальность данного этапа работы определяется необходимостью изучения специфики медиатекстов в конвергентных медиа, которые становятся важным средством коммуникации для различных групп общества. В современной лингвистической литературе данная проблема практически не изучена.

Характеристики современного коммуникативного процесса в конвергентных медиа определяются трансформацией каналов распространения информации, условий функционирования контента, изменением ролей адресанта и адресата и пр. Закономерно, что такие радикальные преобразования приводят к изменению параметров медиапослания, а также матрицы коммуникативного акта бизнес-коммуникаций в интегрированных коммуникациях. Основными требованиями к сообщению становятся высокая степень поисковой способности, графическая корректность (scanability), объем и качество ссылок, доступность для пользователей социальных сетей.

Коммуникативный акт, т. е. речевое взаимодействие между носителями языка, интерпретируется с позиций теории речевой коммуникации (теория речевых актов), которая наряду с другими дисциплинами (прагматикой, психолингвистикой, логикой, этикой и т. д.) изучает целенаправленную деятельность носителей языка (коммуникативные стратегии и тактики) и продолжает классические риторические традиции. Констатируется, что коммуникативный акт функционирует в двух плоскостях: ситуативной и дискурсивной.

Как известно, выделяют четыре компонента коммуникативного акта:

1) экстралингвистический аспект – конситуация;

2) семантический аспект – контекст;

3) когнитивный аспект – пресупозиция;

4) лингвистический аспект – речь.

Общей тенденцией современной лингвистики, характеризующейся множеством дополняющих друг друга подходов и направлений, является переход от изучения структурных уровней языка к антропологической лингвистике. Основы антропоцентрического подхода были заложены еще в трудах лингвистов XVIII - XIX вв., в последние десятилетия в лингвистике возрос интерес к роли личности в коммуникативном процессе, активно развивается антропологическая парадигма языкознания, проводятся исследования, посвященные анализу живого языка и разных типов языковых личностей с позиций этнокультурной лингвистики, психолингвистики, социолингвистики и т. д.

В настоящий момент одной из центральных проблем является исследование национально-культурной специфики речевого поведения и языкового сознания носителей той или иной культуры, а главной причиной непонимания при межкультурном общении признается различие национальных (этнических) сознаний коммуникантов.

Исследования в данной области привели к формированию представлений о межкультурной онтологии анализа национальных (этнических) сознаний, в соответствии с которым образы сознания одной национальной культуры анализируются в процессе контрастивного сопоставления с образами сознания другой культуры.

Теоретической основой подобных исследований служит, как правило, обоснованное в психологии представление о том, что явления реальной действительности, воспринимаемые человеком в процессе деятельности и общения, отображаются в его сознании таким образом, что это отображение фиксирует причинные, пространственные, временные связи явлений, предметов и образ мира меняется от одной культуры к другой.

Так, в работах представителей московской психолингвистической школы представлены разноаспектные исследования

феномена языкового сознания, проблем его формирования и функционирования. В рамках деятельностного подхода понятие «языковое сознание» позволяет определить и сформулировать особенности таких понятий, как «национальный характер» и «ценности». В научной литературе каждому из вышеперечисленных явлений посвящены многочисленные работы.

В лингвистической традиции широко представлены концептологические исследования, посвященные соотношению языка, сознания и культуры, в которых раскрываются различные аспекты проблемы концептуализации познанных и познаваемых фрагментов окружающего мира, формирования концептов, хранящих знание о разных фрагментах действительности, а также изучения аксиологической составляющей языкового значения и речевых смыслов.

В концептологических исследованиях особый интерес исследователей вызывает анализ концептов, сформировавшихся в ментальном пространстве носителей того или иного языка в результате ценностного познания фрагментов действительности и представляющих собой элемент ценностной картины мира соответствующего языкового сообщества.

Ценностный (аксиологический) аспект является одним из основных аспектов, отражающих взаимодействие человека и окружающего мира. Ценности, высшие ориентиры, определяющие поведение людей, составляют наиболее важную часть языковой картины мира. Они не выражены явно в каком-либо тексте целиком, а существуют в культуре и образуют ценностную картину мира (часть языковой картины мира). Лингвистически они могут быть описаны в виде культурных концептов, то есть многомерных, культурно-значимых социопсихических образований в коллективном сознании, опредмеченных в той или иной языковой форме.

Очевидно, что для корректного анализа медиаконтента должен быть использован междисциплинарный анализ, объединяющий новые методологические течения.

В условиях стремительного совершенствования информационно-коммуникационных технологий известное высказывание канадского социолога Маршала Макклюэна «The medium is the message» (канал определяет сообщение) приобретает всё большую актуальность. Развитие технических средств связи

постоянно расширяет как общий объем текстопроизводства в сфере массовой коммуникации, так и совокупный объем повседневного речепользования. Особая роль в этом процессе несомненно принадлежит непрерывному текстообмену в виртуальном пространстве: Интернет версии традиционных СМИ, онлайновые медиа, блоги, социальные сети, и т.п. тысячекратно увеличивают количество ежечасно производимых текстов. Для описания нового типа мультимедийных текстов, органично сочетающих черты традиционных средств массовой информации с возможностями новейших информационных технологий, включая различные виды мобильной телефонии, используется специальный термин – конвергентные тексты.

Естественно, что количественные и качественные изменения современной медиаречи требуют разработки новых комплексных подходов и методов, которые позволили бы адекватно описать всё её разнообразие в научных терминах и категориях. Обзор работ российских и зарубежных авторов по данной проблематике показывает, что для изучения текстов массовой информации применяется весь диапазон методов текстовой обработки: от традиционных методов системного и контент-анализа до анализа дискурсивного, социолингвистического и культурологического. Такая обширная методологическая база обусловлена междисциплинарным характером исследований медиаречи, которая изучается с точки зрения лингвистики, социологии, психологии, стилистики, лингвокультурологии, политологии, теории журналистики, медиалингвистики. Особое значение в условиях нарастающей конвергенции медиаконтента приобретает подход, разработанный в рамках относительно нового, но уже получившего признание и распространение направления – медиалингвистики.[83]

Преимущество медиалингвистического подхода основано на интеграции различных методов анализа текстов массовой информации, что позволяет получить объёмное комплексное представление о реальных свойствах медиаречи, её стилистике, особенностях воздействия на индивидуальное и массовое

[83] Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта-Наука, 2008. С. 54; Добросклонская Т.Г. Методология анализа медиатекста как информационно-коммуникативного продукта // Массово-коммуникационные процессы в современной России. М., РАГС, 2008. С. 97.

сознание, о способах взаимодействия вербального и медийного уровней, об идеологической модальности, о роли культурозначимых компонентов.

Огромное значение для формирования такого интегрированного подхода имеет ключевая для медиалингвистики концепция медиатекста, в рамках которой традиционное для науки о языке понимание текста как «объединённой общей смысловой связью последовательности вербальных единиц, основными свойствами которой являются связность и целостность»,[84] значительно расширяет свои границы. В отличие от текста вербального медиатекст представляет собой сочетание вербального и медийного уровней, что предполагает оперирование знаками различных семиотических систем – языковых, графических, звуковых, визуальных, специфика комбинирования которых обусловлена конкретным каналом массовой информации, используемым для создания и передачи сообщения. Положение о том, что уровень массовой коммуникации придаёт понятию «текст» новые смысловые оттенки, обусловленные медийными свойствами того или иного средства массовой информации, подчеркивается всеми исследователями медиаречи, как российскими, так и зарубежными, которые рассматривают медиатекст как неразрывное единство вербальных и медийных признаков[85].

Большое значение для разработки методики анализа медиатекстов имеет такое их важнейшее свойство, как «нелинейность», иначе говоря, наличие сложной многоуровневой структуры, при которой текст развивается одновременно в нескольких измерениях: вербальном, медийном и гипертекстуальном, за счёт выстраивания межтекстовых связей в Интернет пространстве.[86] Ощущение «объёмности» медиатекста усиливается благодаря особенностям его развёртывания на каждом из уровней, что дополняется различными возможностями сочетания вербальных и медийных компонентов и придаёт медиатексту ещё более сложный характер.

---

[84] Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. с. 507.

[85] Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., URSS, 2005. с. 27. Bell A. Approaches to Media Discourse. London, Sage, 2001. с. 92.

[86] Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. М., URSS, 2009. с. 127.

Для выявления сущности феномена «медиа-коммуникативное событие» необходимо вести речь об отличительных параметрах (признаках) медиа-текста и определить степень значимости каждого из них в его структурировании. Авторы полагают, что специфические признаки медиа-текста детерминируются социумом, индивидом (продуцентом), а также одновременно и социумом, и индивидом.

Признаками, порождаемыми социумом, являются институциональность, идеологизированность, ценностная ориентированность, коммерционализированность и фрагментарность[87].

Институциональность медиа-текста очевидна: он продуцируется средствами массовой информации, являющимися социальным институтом и регулирующими функционирование индивида в обществе. В зависимости от политического устройства общества институциональный контроль может быть многоступенчатым и иожет осуществляться не только конкретным СМИ, но и другими, властными социальными институтами. В любом случае в тексте в той или иной форме структурируется институциональная информация. Однако мы не разделяем позицию Н. Фэаклоу, усматривающего принципиальные различия между продуцированием и восприятием медиа-текста и определяющего первое как «общественное», а второе как «индивидуальное».

Наличие фактора институционального контроля бесспорно. Признавая детерминированность определенных параметров медиа-текста факторами институционального порядка, мы тем не менее считаем медиа-текст порождением индивидуального сознания. Поэтому можно говорить об общественном характере продуцирования текстов СМИ лишь с некоторой долей условности, учитывая, что продуцент не может не быть носителем конвенциональных стереотипов, разделяемых определенной частью членов общества.

Институциональность тесно связана с идеологизированностью медиа-текста, которая реализуется как эксплицитно, так и имплицитно. Идеологизированность понимается широко как вербальная фиксация той связи между политическим устрой-

[87] Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания. Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, 2003 год. http://evartist.narod.ru/text5/76.htm

ством и социальными структурами, которая онтологически возникает в обществе и, соответственно, не может не получать отражения в медиа-тексте. Мы определяем идеологизированность как специфический признак медиа-текста. А вот ориентированность на воздействие, по всей вероятности, относится к неспецифическим параметрам данного типа текста. Это подтверждается многочисленными исследованиями, обнаруживающими разнообразные прагматические стратегии в любых типах текстов – от научных до юмористических.

Ценностная ориентированность как специфический параметр медиа-текста детерминируется идеологией общества и отражает избирательный характер отношения его членов к общественно-политическим, духовным и материальным ценностям. Ценностная ориентация продуцента медиа-текста проявляется в системе его установок, убеждений и предпочтений и вербализуется в процессе речевой деятельности. Наряду с общечеловеческими ценностями индивид, социальная группа и общество в целом избирательно придают положительную или отрицательную значимость объектам реальности, которая определяется не сама по себе, а в рамках отношения «объект – человеческая деятельность», где актуальными являются потребности, а также интересы, возникающие в сфере социальных взаимоотношений. Значимость того или иного объекта, явления или события определяется на основе социально выработанных критериев, ментально структурируемых как способ оценки явления в контексте нравственных принципов, норм, идеалов, установок и целей.

Коммерционализированность медиа-текста предполагает такую репрезентацию событий и явлений реальности, которая бы соотносилась со спросом различных социальных групп на определенные виды информации в соответствии с присущими им когнитивными моделями познания окружающей действительности. Коммерционализированность понимается широко как ингерентный признак любого текста СМИ, начиная с «бульварной» прессы и заканчивая «качественными» изданиями. Именно в этом смысле вслед за Н. Фэаклоу можно говорить о тексте СМИ как о «культурном» товаре.

Фрагментарность медиа-текста прежде всего обусловливается тем, что периодичность, с которой осуществляется

трансляция медиа-сообщений в социуме, не соответствует временным параметрам событий природной и социальной реальности. Так, например, освещение авиакатастрофы на телевидении или в печатных СМИ требует многократных текстовых репрезентаций, создаваемых по мере поступления сведений о количестве жертв, поиске тел погибших и «черных ящиков», о расшифровке записей на бортовых самописцах, о виновниках происшествия и т.п. Институт СМИ существует для непрерывного обеспечения общества информацией, необходимой для поддержания его жизнеспособности. По мере усложнения проблем, стоящих перед отдельным социумом и миром, учащается периодичность и частотность выхода в эфир информационных программ на радио и телевидении, что и обусловливает фрагментарность и незавершенность отдельно взятого медиа-текста. И только континуум текстов, проходящих по медиа-каналам, позволяет реципиенту создавать целостные ментальные репрезентации того или иного события.

Признаки, порождаемые индивидом, связаны с триадой «событие – продуцент – реципиент». Статус продуцента медиа-текста и реципиента по отношению к репрезентируемому фрагменту реальности диаметрально противоположен. Автор текста СМИ, как правило, освещает то или иное событие в момент его совершения и выступает по отношению к реципиенту как очевидец происходящего. В случае, если какая-либо ситуация складывается спонтанно, журналист (репортер) тем не менее имеет возможность наблюдать ее последствия и на основе доступной ему информации восстановить ход развития событий, приведших к тому или иному исходу. Из сказанного следует, что продуцент структурирует сообщение, вербализуя свой статус участника или очевидца, который находит выражение в таких параметрах медиа-текста, как соотносимость с реальным событием и документальность. С другой стороны, статус реципиента предполагает наличие физических и временных ограничений возможности для индивида непосредственно воспринимать подавляющее большинство происходящего в различных частях страны и земного шара. Следовательно, структурирование медиа-сообщения осуществляется с учетом дистанцированности реципиента от реального события.

Медиа-текст как элемент, конституирующий массовую коммуникацию, имеет параметры, детерминируемые одновременно и социумом, и индивидом. Медиа-коммуникация осуществляет ярко выраженную функцию социализации индивидов, составляющих аудиторию СМИ. С одной стороны, через трансляцию текстов и их воздействие на структуры сознания реципиента медиа-коммуникация позволяет включать его в жизнь социума. Вовлеченность в масс-коммуникационные процессы через институт СМИ обеспечивает индивиду возможность не только ощущать себя членом некоторой общности людей, но и планировать и прогнозировать свою жизнь в обществе. С другой стороны, продуцент, будучи членом общества, вербализует как свои установки на социализацию, так и социализирующие установки соответствующего СМИ.

Таким образом, под влиянием текстовой деятельности СМИ у реципиента складывается сложная и многомерная картина мира, обеспечивающая его социализацию и включающая информацию о том, какими социально-психологическими качествами должен обладать индивид, выполняя ту или иную социальную роль в соответствии с социально принятыми ценностями, нормами и правилами. В этой связи представляется продуктивной мысль о том, что наряду с фундаментальными, едиными для больших групп общества социальными ориентирами, присутствующими в основной части медиа-продукции, имеются специфические типы социализации, реализуемые специализированными изданиями, радио- и телепередачами. Тип социализации определяется как «индивидуально воспринимаемые и переживаемые человеком установки общества в отношении тех социально значимых ролей, которые им надлежит выбирать и выполнять как членам социального коллектива»[88].

Важным признаком медиа-текста является вербализуемая в нем информация о коммуникантах. В медиа-сообщении структурируется информация не только о непосредственном продуценте текста, но и о СМИ, помещающем этот текст в информационном пространстве своего издания, сайта, радио- или телеканала. Общеизвестно, что каждое средство массовой

[88] Сирош Н.А. Образ мира журнальных изданий // Методология исследований политического дискурса / Сост. и общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 2000. Вып 2. с. 360.

информации имеет свою, отличающуюся от других медиа, информационную тактику и стратегию, что находит выражение в учете психотипических (когнитивных) параметров той аудитории, на которую ориентированы конструируемые медиа-тексты. Следовательно, и журналист, будучи непосредственным продуцентом текстов, в отличие от писателя или поэта не всегда структурирует только свои индивидуальные личностные смыслы, а сообразуется с предъявляемыми к нему «корпоративными» требованиями.

К неспецифическим признакам текстов СМИ авторы относят те, которые присущи и другим типам текстов: воспроизводимость, ориентированность на воздействие и фиксация изменений в культуре и обществе. Свойство воспроизводимости характеризует все типы текстов, причем оно может быть реализовано не только в сфере массовой коммуникации, но и при помощи традиционных издательских технологий. Ориентированность на воздействие обнаруживают самые различные типы текстов, даже в том случае, если они создаются в русле эстетической речевой деятельности, которая одновременно служит и мотивом речепорождения. Фиксация изменений в культуре и обществе не является единственной прерогативой текстов СМИ. Художественное или поэтическое осмысление реальности, летописные, научные или рекламные тексты, воплощаясь в конкретные формы на основе свойственных им специфических способов репрезентации реальности, также фиксируют изменения в культуре и обществе.

Если мы рассмотрим и попытаемся выстроить некую типологию современного веб-контента, то наиболее обобщенная типология контента будет основана на одной из основных характеристик интернет-СМИ – мультимедийности, т.е. объединение разных знаковых систем в одном информационном сообщении[89]. В соответствии с этим выделяют текстовый, аудиальный, визуальный и аудио-визуальный контент Проведенный анализ сайтов социально-политических изданий «Сегодня», «ТСН», «КорреспонденТ», «Gazeta.ua», «УНИАН» показал, что там присутствуют практически все вышеперечисленные виды,

[89] Фомичева И.Д.. Социология Интернет-СМИ: – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2005.

кроме аудиального. В отношении других видов контента, отметим, что наибольшее число публикаций – текстовые сообщения с фотографией. На сайте «ТСН» видеоконтенту отводится 51% от текстовых публикаций. На сайтах других СМИ этот процент значительно ниже: «КорреспонденТ» - 10%, «Gazeta.ua» - 7%, «Сегодня» - 5% и «УНИАН» - всего 1%. Наибольший процент фоторепортажей на сайте информационного агентства «УНИАН» - 15%. Далее в порядке убывания идут «Сегодня» (8%), «ТСН» (4%), «Gazeta.ua» (3%) и «КорреспонденТ» (1%). Кроме того, на сайтах рассматриваемых on-line СМИ «фото» и «видео» выделены в отдельные рубрики, кроме сайта «УНИАН», где выделены исключительно «фото», а видеоматериалы размещены в новостных сообщениях.

Обращаясь к другой характеристике интернет-СМИ – *гипертекстуальности*, отметим, что О. Шагалова предлагает по типу конента выделять две основные группы Интернет-СМИ – интернет-дайджесты (сборники новостей или статей из других источников) и информационные интернет-СМИ, которые сами производят и распространяют информацию[90]. Однако благодаря этой отличительной черте интернет-СМИ, новые медиа, под которыми понимают средства массовой информации, предполагающие наличие интерактивных форм коммуникации с аудиторией, что отличает их от традиционных СМИ, имеют возможность использовать как собственный, так и заимствованный из внешних источников контент, маркируя его гиперссылкой. Таким образом, нелинейная система текста, образуемая благодаря гипертекстуальности, позволяет сформировать более содержательную картину описываемого факта, при этом не перегружая страницу дополнительной текстовой информацией.

Еще одной отличительной чертой интернет-СМИ и условием классификации их контента является интерактивность, которая подразумевает активное включение пользователя в деятельность информационного ресурса, а также наличие обратной связи с источником. Однако И. Фомичева настаивает на разграничении понятий «интерактивности» и «обратной связи», отмечая, что первое значительно шире второго, поскольку

[90] Фомичева И.Д.. Социология Интернет-СМИ: – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2005.

обратная связь – это реакция, отклик субъекта на информационное воздействие, а интерактивность предполагает большие возможности – контроля пользователя над содержанием (оценка и запрос информации), обсуждение, инициатива в обсуждении, обмен мнениями и прочее[91]. Между тем, основываясь на анализе информационных сайтов «КорреспонденТ», «УНИАН», «Сегодня», «ТСН» и «Gazeta.ua», отметим, что функция обратной связи в чистом виде реализуется исключительно в посещаемости сайта, лайках и возможности написать личное письмо в редакцию. Все остальные формы участия, такие как «комментарии», «блоги» дают возможность писать собственные тексты, делать репортажи, форумы и даже шейры (перепосты текста на страницы в социальных сетях) в социальных сетях, предполагают публичность, а, следовательно, они интерактивны. Так на рассмотренных сайтах после каждого опубликованного материала предусмотрены поля комментариев, а на сайтах «Сегодня», «Gazeta.ua» и «КорреспонденТ» читатели могут создавать собственный авторский контент в блогах. Наиболее структурированная и расширенная система блогов на сайте интернет-издания «КореспонденТ», в рамках блогерского проекта которого предусмотрена возможность пользователям размещать видо- и фоторепортажи, писать собственные тексты, а также размещать рассказы о поездках в отдельной рубрике «Блоги Путешественников». Подобные интерактивные формы связи дают читателю информационного ресурса возможность принимать участие в производстве информационного продукта, тем самым размывая грань между читателем и автором.

Также интерес представляет классификация СМИ в зависимости от типа контента. Например, в докладе «Новая информационно-коммуникационная среда. Состояние, проблемы, вызовы. Попытка осмысления» сделан акцент на трех основных типах медиаконтента [92]:

1. Оригинальный профессиональный контент. Данный тип контента создается СМИ и другими профессиональными производителями контента (продакшн-студии и т. п.). К такому

[91] Фомичева И.Д.. Социология Интернет-СМИ: – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2005.

[92] Новая информационно-коммуникационная среда. Состояние, проблемы, вызовы.. Режим доступа: http://img.rg.ru/pril/article/48/38/20/Doklad-svyaz.pdf

контенту относятся информационные сообщения СМИ, профессиональные фото-, аудио- и теле- (кино-) материалы, готовые статьи, программы, передачи, фильмы, информационные и развлекательные интернет-ресурсы.

2. Любительский контент, производимый потребителями или User Generated Content. К данному типу контента относятся записи в блогах (различного масштаба и ориентации) интернет-пользователей, записи в форумах, комментарии к сообщениям СМИ на сайтах СМИ, записи на персональных страницах в социальных сетях, созданные потребителем фото-, видео- и аудиоконтент, интернет-ресурсы, созданные частными пользователями.

3. Третьим типом контента является продукт, создаваемый искусственным интеллектом, то есть роботами. Наиболее популярным типом такого контента являются новостные агрегаторы и поисковые системы, которые фактически структурируют новостные потоки автоматически, то есть выполняют фундаментальную функцию СМИ в установлении приоритетности новостей. Также сюда относятся автоматизированные системы создания корпоративных новостей и переписки.

Кроме того, по мнению экспертов, существуют периодические пересечения между первым, вторым и третьим видами контента. Когда пользователи социальных сетей или блогеры ссылаются на информацию традиционных СМИ или когда СМИ используют в качестве источников информацию от самих пользователей, происходят подобные взаимодействия. Однако это не единственные точки пересечения данных типов контента. В современных информационных источниках, таких как «КорреспонденТ», «Сегодня» несмотря на то, что на третьем типе контента внимание не акцентируется, первые два типа контента соединены в одном источнике.

Л. Кройчик[93] предложил собственную типологию жанров контента. По его мнению, публицистический текст непременно включает в себя три важнейших компонента: а) сообщение о новости или возникшей проблеме; б) фрагментарное или обстоятельное осмысление ситуации; в) приемы эмоционального

[93] Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. — С.Пб., 2000. — С. 125—168.

воздействия на аудиторию (на логико-понятийном или понятийно-образном уровне). В этой связи тексты, появляющиеся в прессе, можно разбить на пять групп:

1) *оперативно-новостные* – заметка во всех ее разновидностях.

2*) оперативно-исследовательские* – интервью, репортажи, отчеты.

3) *исследовательско-новостные* – корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия.

4) *исследовательские* – статья, письмо, обозрение.

5) *исследовательско-образные (художественно-публицистические)* – очерк, эссе, фельетон, памфлет.

В Интернет-СМИ наиболее распространены первые два жанра контента, однако в зависимости от рубрики могут встречаться и все пять. Например, на сайте «Gazeta.ua» в разделе «колонка» каждый может публиковать свои размышления, художественные произведения, а на сайте «КорреспонденТ» размещен фотоконтент творческого характера (конкурс иллюстрации среди читателей).

Еще одна классификация текстов, автором которой является М. Визель, приводится А. Калмыковым и Л. Кохановой в работе «Интернет-журналистика». Классификация гипертекстов М. Визеля основана на литературоведческих принципах.[94]

1. *Художественные/нехудожественные*. Как и абсолютное большинство обычных текстов, большинство гипертекстов не является художественными. Это справочники, телефонные книги, инструкции пользователя, построенные по принципу: для такой-то операции смотри такую-то страницу, при такой-то неполадке смотри такую-то страницу, если неполадка не устраняется, смотри дальше такую-то страницу (наглядным примером такого гипертекста является справочная система в ОС Windows), и, разумеется, энциклопедии.

2. *Изолированные/сетевые*. Один из первых художественных гипертекстов – «После полудня» (Afternoon) Майкла Джойса (Michael Joyce) продается в виде компакт-диска. Понятно, что он пределами этого диска и ограничивается и что его может в

[94] Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М.: Юнити-дана, 2005. — 383 с.

каждый момент читать только один человек, сидя перед монитором.

Но существуют гиперроманы, «живущие» в сети, которые, во-первых, доступны одновременно многим пользователям, а во-вторых, могут объединяться в целые порталы подобных себе произведений. Таковы, например, упоминавшийся уже «Электронный Лабиринт», «East-gate» или циклопический проект Михаила Эпштейна «Книга книг». М. Эпштейн пытается собирать идеи ненаписанных книг, чтобы ими мог воспользоваться любой желающий.

3. *Только чтение/чтение с комментариями/чтение-письмо*. «Чтение с комментарием» – наиболее часто встречающийся вид размещения произведений в сети. Читателю-зрителю (речь идет не только о текстах, но и о картинах, фотографиях, звуковых фрагментах и т.д.) предоставляется возможность в специальной «гостевой книге» выразить свое восхищение, несогласие и другое мнение.

Часто посещаемые «гостевые книги» некоторые склонны рассматривать в качестве нового вида искусства – так называемой сетературы. Чтение-письмо – это постоянно развивающиеся сетевые проекты.

4. *Проекты одного автора/проекты с возможностью коллективного творчества*. Проект одного автора предполагает, что доступ (к сайту) защищен и доступен только самому автору или с его ведома. Понятно, что таковы все гипертексты, выходящие на компакт-дисках. В сети к ним можно отнести, например, «Набережную Житинского» – сайт, на котором петербургский писатель А.Н. Житинский размещает свои произведения, снабжая их густыми перекрестными ссылками и создавая таким образом из них гипертекст.

5. *Аксиальные/дисперсные*. Аксиальными называются сочинения, которые, не имея сквозного сюжета, тем не менее с трудом поддаются комбинированию, т.е. имеющие магистральный, «книжный» принцип построения.

Применяя данную классификацию к анализу сайтов «КорреспонденТ», «Сегодня», «ТСН», «УНИАН», «Gazeta.ua», отметим, что в современных социально-политических изданиях встречаются преимущественно не художественные тексты, однако, как уже отмечалось, художественные в том числе. Что

касается остальных дихотомий, то контент в Интернет изданиях преимущественно сетевой, ориентирован на обратную связь, т.е. на «чтение с комментариями», включает проекты в основном одного автора. В отношении дисперсного и аксиального характера текста следует заметить, что современный новостной контент является в большей степени комбинацией этих двух видов. Поскольку новостной сюжет обычно четко структурирован, имеет завершенный характер и не подлежит редактированию пользователями, тем не менее, за счет наличия гиперссылок в тексте сюжет носит нелинейный характер.

Также в результате анализа интерфейса сайтов выделим дополнительные виды контента, такие как развлекательно-информационный (прогноз погоды, гороскоп, курс валют), справочный (досье личностей, организаций и партий на «КорреспонденТе», персоналии известных блогеров на «ТСН», исторические ведомости о языке на «Gazeta.ua» и прочее), коммерческий (код коммерческим контентом мы подразумеваем рекламную информацию на странице ресурса, включая рекламную информацию о самом издании, например, рубрики «услуги» и «продукция» на сайте «УНИАН»).

В результате анализа тематических публикаций по типологии интернет-СМИ и изучению медиаконтента и конент-анализа сайтов исследуемых информационных on-line ресурсов мы смогли выделить и классифицировать такие виды контента, исходя из комбинации различных характеристик как интернет-коммуникации, так и текстовой информации:

1. *Текстовый/фото/видео* и *комбинированный* контент. Тип контента в зависимости от вида носителя информационного сообщения.

2. *Коммерческий/некоммерческий*. Коммерческий контент подразумевает разного рода рекламную информацию, в то время как некоммерческий контент представляет собой все новостные сюжеты, информационную информацию и прочее.

3. *Новостной профессиональный/любительский* конент. Данной дихотомии соответствуют репортажи, подготовленные профессиональными журналистами, сотрудниками редакции и читателями ресурса.

4. *Интерактивный контент* подразумевает разнообразные формы активности аудитории такие как комментарии,

письма в редакцию, использование социальных плагинов, оценка публикаций.

5. *Сюжетный и справочный контент*. Под сюжетным контентом подразумеваются публикации журналистов и читателей новостного формата, репортажи, художественные произведения. Справочный контент подразумевает информационную справку и феномене, личности и т.д.

6. *Внутренний и внешний контент*. Информация, произведенная непосредственно штатом интернет-издания (включая читателей-блогеров), и материалы из внешних источников соответственно.

7. *Линейный и гипертекстуальный контент*. Линейный контент подразумевает наличие текста в чистом виде, а гипертекстуальный, соответственно, подразумевает наличие ссылок на внутренние или внешние веб-источники.

Мы полагаем, что по мере развития интернет-технологий типология медиаконтента будет изменяться и расширяться в зависимости от вида и характера тенденций в развитии Глобальной паутины и социального веба, так и собственно в силу изменений самих СМИ.

Другая проблема, связанная с анализом средств речевого воздействия в конвергентных СМИ, относится к сфере психоэмоционального состояния общества.

2.4. Миф в системе идентичности

Ссылаясь на работы многих современных авторов[95], Ю.П. Зарецкий убедительно доказывает, что этническая и национальная идентичность миллионов людей основывается на иллюзиях и мифах. Это может быть этногенетический миф -- миф об общем происхождении (общем предке), представление об особой территории, признаваемой "исторической родиной", и общем *групповом* прошлом (неважно -- реальном или предполагаемом) составляющих осознаваемую общность индивидов (живых и канувших в Лету). В рамках цельного историко-мифологического полотна мифы о происхождении, месте

[95] Например: Geary P.J. The Myth of Nations: The Medieval Origins of Europe. Princeton, 2002.

обитания и расселения, об общих предках, культурных героях, славных предводителях и мудрых правителях древности, о "судьбоносных" событиях общего прошлого, запечатленные в "преданьях старины глубокой" и систематически воспроизводимые в ритуалах, символах и текстах, выступают как основа любой этноцентристской (этнотерриториальной, этнокультурной, этноконфессиональной) идентификации.

Большое внимание поискам ответа на вопрос: каким же образом язык выражает мифологизацию, уделено в трудах семиотиков структуралистов (К. Леви-Стросс, Р. Барт). Их понимание мифа как знаковой системы второго порядка упрощает понимание мифологии в современном дискурсе. Барт пишет о мифе: «Миф - это форма. <…> Для определения мифа важен не сам предмет сообщения, а то, как о нем сообщается; можно установить формальные границы мифа, субстанционных же границ он не имеет».[96] Следуя этой теории, мифологизироваться может любое высказывание.

Барт выделяет в любом высказывании три элемента – означающее, означаемое и знак. Миф, по Барту, – вторичная семиологическая система. "Знак (то есть результат ассоциации концепта и акустического образа) первой системы становится всего лишь означающим во второй системе. <…> Происходит как бы смещение формальной системы первичных значений на одну отметку шкалы".[97]

Барт называет миф метаязыком. Леви Стросс также пишет, что если язык – это код первого порядка, оперирующий фонемами, морфемами и т.д., то миф – код второго порядка, в котором язык работает на самом высоком уровне, на котором смыслу удается отделиться от самой языковой основы. Получается, что если наше означаемое - любое событие, явление, предмет – означающее - концепт правремени, то результатом их корреляции является миф о вечном возвращении. Имеется какое-то событие в прошлом, совершенно конкретное, но как только с ним начинает взаимодействовать концепт правремени, сам конкретный смысл события начинает размываться (по Барту - он питает миф). Это проявляется в том, что объективный смысл события в прошлом

[96] Барт Р. Мифологии. Миф сегодня // Барт Р. Избранные работы. Семиотика: Поэтика. М., 1989. – С. 72
[97] Там же, С. 78

уходит на второй план по сравнению со *значением,* которое этому событию придается. Время, когда «деревья были большими» – нам важно не конкретная высота деревьев, а тот хронотоп, в котором нам было хорошо и в который мы бы хотели вернуться.

Важнейшим прорывом в изучении мифологии как функции языка явились работы французского семиолога-структуралиста Ролана Барта, в которых он рассматривал миф как вторичную семиотическую систему. Он рассматривал первичный смысл высказывания как язык для создания означающего пространства мифа. К это означающее вступает во взаимодействие с мифологическим означаемым – в результате их взаимодействие на этом втором уровне рождается миф (*рис. 1*).

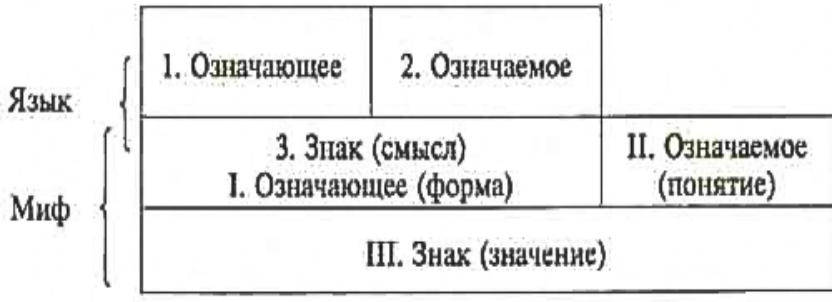


Рисунок 1. Схема семиологических систем мифа

Р. Барт писал, что «миф представляет собой особую систему, и особенность эта заключается в том, что он создается на основе некоторой последовательности знаков, которая существует до него, миф является вторичной семиологической системой». Он подчеркивает, что «...собственно язык, живопись, реклама, ритуалы и т.д., какими бы они ни были сами по себе, как только они становились составной частью мифа, сводятся к функции означивания; все они представляют собой лишь исходный материал для построения мифа. Их единство заключается в том, что все они наделяются статусом языковых средств».[98]

Концепция Барта отличается от введенного Соссюром классического определения лингвистического знака (означающее

[98] Барт Р. Мифологии. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – С.78

и означаемое), в котором единица звукового представления и единица смысла являются внутренне неподвижными. Конструируемый Р. Бартом - вторичный, «метаязыковой» знак-миф – отличается тем, что в нем происходит не жесткая механическая смычка означающего и означаемого, а постоянный переход смысла и формы. «Означающее в мифе является одновременно и смыслом и формой. Как смысл означающее предполагает возможность какого-то прочтения - это достаточно вероятные события, которые легко себе представить».[99] Смысл является для формы чем-то вроде хранилища конкретных событий.[100] Смысл, следовательно, заключал в себе целую систему ценностей. В форме все это богатство теряется, она должна быть наполнена новым значением.

Таким «новым значением» является понятие, означаемое мифа. Означаемое мифа Р. Барт определяет как концепт, который является побудительной причиной, вызывающий миф к жизни. Именно концепт позволяет восстановить цепь причин и следствий, движущих сил и интенций. Он всегда связан с той или иной ситуацией. Через концепт в миф вводится новая событийность.[101] С.С. Неретина определяет концепт, как момент «схватывания» вещей и событий в единстве, отсылающий к миру возможного».[102]

По Барту, «мифические концепты лишены всякой устойчивости, они могут создаваться, изменяться, разрушаться и исчезать совсем».[103] Мифологический концепт возникает в тексте очень легко, иногда даже бессознательно, когда знак первичной системы совпадает с означающим системы мифологической. Это может происходить как сознательно, для введения автором суггестивного компонента в текст коммуникации, так и служить отражением бессознательных процессов, как коллективного, так и индивидуального характера.

Образность мифа, его глубинное символическое значение для человеческого сознания приводит нас к средству выражения

---

[99] Барт Р. Мифологии. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. С. 81.
[100] Там же. С. 82.
[101] Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика: Пер. с фр.-М.; Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. – С.83
[102] Неретина С.С. Тропы и концепты. - М., 1999. – С.8.
[103] Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Пер. с фр. – М.; Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. – С.85.

этих символов. Инструментарий современной лигвистики достаточно богат, чтобы объяснить механизм процессов мифологизации в тексте.

Методологические основы для анализа мифологизации в массовой коммуникации были выработаны современными исследователями.

Американский социолог Дж. Мид утверждал, что интерпретационная функция социальной коммуникации обуславливает, во многом, формирование личности и социальной идентичности, конструируя индивидуальное и общественное сознание. Его последователь Г.Блумер вводит в обиход термин «символическое взаимодействие, объясняя им явление, при котором индивиды «...интерпретируют или определяют действия друг друга, а не просто реагируют на них. Их реакции не вызываются непосредственно действиями другого, а основываются на значении, которое они придают подобным действиям. Таким образом, интеракция людей опосредуется использованием символов, их интерпретацией или приданием значения действиям другого».[104]

Блумер отмечает, что процесс формирования значений, на основе которых члены общества координируют свои действия, является подвижным и коммуникативным по своей сути, разделяя, вывод о том, что коммуникация является одним из основных механизмов формирования общества. В результате такой коммуникативной деятельности, по Миду, индивид вырабатывает образно-оценочный конструкт, «Я-концепцию», играющий важную роль в формировании индивидуальной и социокультурной идентичности, по сути являющийся юнгианским архетипом «самости», на основе осознания которого происходит интернализация человека в обществе.

Взаимоотношениям социокультурной идентичности с обществом занимается феноменологическая социология. Такие авторы, как А. Шюц, П.Бергер и Т.Лукман, выработали важное для нашего исследования понимание идентичности как элемента субъективной реальности, индивидуального сознания, которое всупает в диалектические отношения с обществом. Идентичность формируется под влиянием коммуникации с обществом, с одной

[104] Блумер Г. Общество как символическая интеракция // Современная зарубежная социальная психология. М.: Издательство Московского университета, 1984. – С. 175.

стороны, и идентичность сама выполняет роль в создании социальной структуры.

«В социальных общностях всегда бытуют истории, влияющие на формирование специфических идентичностей. Однако следует учитывать, что создаются и транслируются эти истории социальными субъектами, которые сами являются носителями специфических идентичностей».[105] Нахождение признаков мифологизации в таких историях является частью этого исследования.

Медиа, формирующие картину мира в обществе, естественным образом становятся субъектом социального строительства. Медиа становятся инструментом мобилизации людей в обществе. Г. Лассуэлл пишет: «В Великом Обществе больше нет возможности спаять воедино разобщенность индивидов в горне боевого танца, нужен более новый и более тонкий инструмент, чтобы спаять тысячи и даже миллионы людей в единую массу ненависти и воли и надежды». СМИ, по Лассуэллу, становятся «новыми молотом и наковальней социальной солидарности»[106]

Лассуэлл делает акцент на том, что медиа могут использоваться в качестве средства для проведения кампаний по влиянию на общественное мнение. Для этого исследователя выжной была способность медиа вызывать определенные эмоциональные переживания, вызывая к жизни то, что он называл «эталонными символами», реакция на которые способна провоцировать людей на активные действия.

В середине XX века происходит прорыв в изучении влияния массовой коммуникации на общество. Серия эмпирических исследований под руководством П. Лазарсфельда и К. Ховланда позволила выявить, в том числе, типологию таких эффектов – они делились на: немедленные, краткосрочные, долгосрочные и институционные. Эти эффекты вызывались либо отдельными текстами, либо целым жанром, эффект был детерминирован жанром коммуникации, технологической природой канала коммуникации.

---

[105] Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование // Трактат по социологии знания. - М.: «Медиум», 1995. – С.280.

[106] Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции - М.: Аспект Пресс, 2005.— С.39.

Тем не менее эти исследования показали, что эффект массовой коммуникации не являлся настолько тотальным, как это представляли предшественники Ховланда – для того, чтобы повлиять на аудиторию медиа нужна была поддержка лидеров мнений, чье суггестивное влияние на аудиторию было максимальным. Он обнаружил эффект когнитивного соответствия, впоследствии развитый в теорию когнитивного диссонанса Л. Фестингером. Любая информация, не соответствующая предиспозиции реципиента, вызывала у него психологический дискомфорт:

«...Когда человек узнает различные вещи, которые психологически не стыкуются друг с другом, он старается самыми разными способами привести их более или менее в соответствие» посредством так называемых селективных процессов — селективных экспозиции, запоминания и перцепции».[107]

Все эти исследования складываются в «теорию ограниченных эффектов», про которую И. Клаппер писал: «массовая коммуникация обычно не является необходимой и достаточной причиной влияния на аудиторию, а скорее действует в том числе и через цепь медиативных факторов и влияний. Эти медиативные факторы таковы, что делают массовую коммуникацию одним из составных агентов, но не единственной причиной в процессе усиления существующих условий»[108]

Иными словами, влияние СМИ на аудиторию происходит более сложным образом, нежели чем прямое восприятие предложенной картины мира. В восприятии аудитории существуют барьеры, и влияние оказывают только те сообщения, которые обладают суггестивными характеристиками, которые способны такие барьеры преодолевать. Мифологизация является одним из таковых способов, так как архетипические медиаобразы оказывают влияние на бессознательные процессы, неподвластные рациональному механизму защиты.

Другим итогом обширных исследований медиа в середине XX века стала теория «обретения удовольствия и пользы», основанная на работе Г. Герцога и У. Шрамма, изучавших влияние социальных и индивидуальных дифференциаций на

[107] Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции - М.: Аспект Пресс, 2005.— С.53
[108] Там же. С. 64

потребление массовой коммуникации. По Герцогу и Шрамму, люди обращались к медиа для получения информации о релевантных событиях и условиях в непосредственно их окружающей среде, обществе и мире, в поисках совета по практическим вопросам или мнения и вариантов решения значимых для них проблем, для удовлетворения любопытства, с целью самообразования, обретения чувства безопасности через знания. Важной мотивацией обращения к СМИ является потребность в личной идентификации посредством сравнения себя с теми, кого медиа подают в качестве образца, подтверждение шкалы личных ценностей, поиск моделей поведения, самоанализ. Кроме того, важным побудительным мотивом является потребность в социальной интеракции и интеграции, обретении чувства принадлежности к той или иной социальной группе, помощь в освоении социальных ролей, стремление получить замену реальному общению, а также бегство от проблем, развлечение, эмоциональная разрядка, гедонистическое мотивы.[109]

Во второй половине XX века повляются теории информационного общества Д. Белла, М. Кастельса, Э. Тоффлера, Д. Нейсбита и др. Они пришли к выводу, что по мере технологического развития общества, медиа начинают играть все большую роль в его жизни, потому что новые технологии, меняющие жизнь общества, делают информацию самым ценным ресурсом, средством производства и продуктом.[110] Для контекста этого исследования важны выводы М. Маклюэна, который ввел в научный оборот понятие «глобальная деревня» для обозначения нового уровня развития социальной коммуникации. Сходное мнение мы находим у Э. Тоффлера, который назвал происходившие во второй половине XX века изменения «третьей волной» цивилизации, имея в виду то, что эти изменения затрагивают структуру информации. «Вместо получения пространных, соотносящихся друг с другом «полос» идей, собранных и систематизированных, нас все больше пичкают короткими модульными вспышками информации — рекламой, командами, теориями, обрывками новостей, какими-то обрезанными,

[109] Колесниченко А.В.Зарубежные исследования аудитории прессы. Учебное пособие под ред. И.Д.Фомичевой. М.: МГУ, 2008. - С. 8
[110] Тоффлер Э. Третья волна – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. – С.22

усеченными кусочками, не укладывающимися в наши прежние ментальные ячейки. Новый образный ряд не поддается классификации, отчасти из-за того, что выпадает из наших старых концептуальных категорий, но еще и потому, что подается в странной, скоротечной, бессвязной форме. ...Люди Третьей волны ... чувствуют себя неплохо под бомбардировкой блицев: полутораминутный клип с новостями, полуминутный рекламный ролик, фрагмент песни или стихотворения, заголовок, мультик, коллаж, кусочек новостей, компьютерная графика. Будучи ненасытными читателями дешевых книг и специальных журналов, они залпом глотают огромное количество информации. Но они также внимательно следят за тем, как в новых концепциях и метафорах собираются и организуются в некое целое эти кусочки информации. ...Они учатся создавать свои собственные «полосы» идей из того разорванного материала, который обрушивают на них новые средства информации».[111]

В этом контексте рассмотрение социокультурных ценностей прошлого на новом общественно-историческом этапе развития общества представляется весьма актуальным. В начале третьего тысячелетия активизировались многие эсхатологические страхи, связанные с будущим. В таком контексте наблюдается повышенное внимание к иррациональным формам освоения действительности и, как следствие, мифологизации. Мифологическая структура представляет читателю убедительное суждение, которое не требует строгих доказательств, и в условиях тотального недоверия, отчасти обоснованного тем фактом, что тотальная слежка за пользователями информационных сетей нашла свое подтверждение в документах, опубликованных Э. Сноуденом.

«Введенный в сознание людей и глубоко там укрепившийся, миф способен длительное время (при наличии определенных предпосылок) подменять собой реальность. В результате реципиент воспринимает ее в соответствии с трактовкой мифа и действует, исходя из этого восприятия. Миф <…> снимает с реципиента необходимость напряженно думать и осмысливать мир вокруг себя. Человеку уже не нужно познавать мир – он берет готовую заготовку, миф и о мире»[112]

---

[111] Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / М.Маклюэн. Пер. с англ. В.Николаева. - М.:2000 «Издательство АСТ», 2004. - С.226.

[112] Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием-2. – М.: Эксмо: Алгоритм, 2009. – С.96.

По мифологическому сценарию развиваются сюжетные линии политических, этноконфессиональных, межкультурных, семейных конфликтов, которые выходят на первый план в коммуникации, в том числе и потому, что, отражая ритуальные действия, воссоздают «вспышку» вневременного времени.[113]

На современном этапе общественного развития происходит трансформация информационной подсистемы системы массовой коммуникации. Несмотря на то, что медиареальность конституируется в условиях мультимедийной среды, интеграции электронных медиа в единое символическое пространство сетей, система массовой коммуникации поставляет обществу мифологическую модель мира, выбирая приоритетами информационной политики не формы рационального дискурса, а культуру конкретно-чувственного восприятия, формируя неомифологическое сознание как один из устойчивых типов культурной ментальности. Мифологическая в значительной степени по своей природе, медиареальность начинает определять структуры повседневности, реальная жизнь - имитировать образы медиа. Медиатизация социальной сферы представляет собой процесс зеркального отражения медиареальности, возникает семантическое удвоение, медиареальность ищет доказательств своего подобия опыту, сфера эмпирического структурирует себя подобно медиамиру.[114]

Следуя концепции М. Кастельса, в новой коммуникационной системе «безвременного времени», где прошлое, настоящее и будущее могут программироваться для взаимодействия друг с другом в одном и том же сообщении, трансформируются системы репрезентации, и тексты создают медиаобразы как своего рода динамические имиджи реальности. Эта реальная виртуальность производится посредством компьютерной техники, когда воображение может реструктурировать реальные жизненные события.[115]

---

[113] Кузнецова Е.И. Медиареальность как коммуникативный медиум // Медиафилософия II. Границы дисциплины / Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. - СПб.: СПб философское общество, 2009. - С. 74.

[114] Там же. - С.78.

[115] Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С.351.

Массовая коммуникация делает мифотворчество дистантным, анонимным, стандартизированным, дискретным.[116] Все средства массовой коммуникации по мере своего возникновения включаются в уже существующее с начала книгопечатания медиа-пространство, расширяя и обогащая его. В итоге мифы конкретного средства массовой коммуникации не являются автономными, между различными каналами постоянно осуществляется циркуляция порождаемых мифов, т.е. мифотворческие процессы формируются различными средствами массовой коммуникации когерентно.

С точки зрения динамической теории информации такое введение мифологизации объясняется тем, что в поисках аргументации своей позиции автор ищет определенные «силовые линии», на которых можно было бы построить текст. Мифологические структуры, сохраняемые в информационном поле можно в таком разрезе сравнить с аттрактором, а процесс выпадения на аттрактор и есть процесс узнавания, распознавания образов, как утверждают Е.Н.Князева и С.П.Курдюмов,[117] и, как следствие этого распознавания, появляется необходимость их объяснения, то есть речь вновь идет о новом мифологическом тексте, который не идентифицируется читателем как мифологический. Следовательно мифологема начинает существовать дальше, и дальнейшие заключения, которые выносятся на ее основе, будут обладать свйствами мифологического мышления.

А.А. Потебня описывает этот процесс так: «мифологическое мышление характеризуется тем, что образ считается объективным и потому целиком переносится в значение и служит основанием для дальнейших заключений о свойствах означаемого».[118]

Доказательством того, что транслируется именно мифологический образ является также утверждение К. Юнга, что мифологический образ в большей степени оказывает воздействие на подсознательные структуры нашего сознания. Архетип, по

---

[116] Тихонова С.В. Социальная мифология в коммуникационном пространстве современного общества: дис. ... доктора философ. наук - Саратов, 2009. – С.185

[117] Князева Е.И., Курдюмов С.П. Синергетика как новое мировидение: диалог с И.Пригожиным // Вопросы философии. – 1992. – №12. – С.118

[118] Потебня А.А., Байбурин А.К. Философия языка и мифа // Потебня А.А. Слово и мысль. – М: Правда, 1989. – С.243

Юнгу, – это когнитивная структура, в которой запечатлен опыт жизни всего рода.[119]

Мифологическое мышление строится на нерасщепленных образах бессознательного, над которым надстроено сознание. То, что называется «коллективным бессознательным» содержит в себе набор универсальных мифологем, которые будут актуальны в любой человеческой общности, вне зависимости от степени ее развития. «Можно сказать, что если бы удалось отрезать одним разом всю мировую традицию, то вместе со следующим поколением началась бы сначала вся мифология и история религии. Лишь немногим индивидумам в эпохи интеллектуального вознесения удается сбросить мифологию, огромное же большинство никогда не освобождается от нее. Тут не помогает никакое просвещение, оно разрушает лишь преходящую форму обнаружения, но не само творящее влечение».[120]

Знак связывает обозначающее и обозначаемое, то есть форму выражения понятия в сознании субъекта, с одной стороны, и его сознание - с другой, через означивание «как итог ассоциации» означающего и означаемого.[121]

Современное общество принято характеризировать как демифологизированное. Гадамер пишет, что «…понятие «миф» трактуется как нечто, противостоящее рациональному объяснению мира. Считается, что научная картина мира преодолевает мифологическую. Мифологическим же для научного мышления оказывается все то, что нельзя верифицировать посредством методически осуществляемого опыта.»[122]

Тем не менее, мифологическое сознание не было до конца вытеснено рациональным. Мифологическая основа подсознания человека вступает в диалектические отношения с рациональными установками, индуцированными на сознание человека обществом. Вот что пишет по этому поводу Юнг: «… человек, именуемый нами современным, направляющий свое сознание на непосредственное настоящее, никоим образом не является

---

[119] Шарп Д. Типы личности. Юнговская модель типологии. – Воронеж. Изд-во «МОДЭК», 1994. – С.15

[120] Современная западная философия. – Словарь «Политиздат», 1991. – С.39

[121] Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Пер. с фр. – М.; Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994 – С. 237

[122] Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного. – М.: Искусство, 1991. – С. 93

обычным человеком. Скорее он представляет собой человека, стоящего на вершине или на самом краю мира – с пропастью будущего перед ним, одними небесами над ним и всем человечеством, с исчезающей в первобытном тумане историей – под ним. Современный человек – или, повторим это вновь, человек непосредственного настоящего – встречается достаточно редко, ибо он должен быть в высшей степени сознательным. Ведь существовать целиком в настоящем означает полностью осознавать свое существование, что требует максимальной интенсивности и экстенсивности сознания, минимума бессознательного».[123]

Рациональное существование трудно, тогда как обращение к более простому мифологическому сознанию вызывает облегчение, представляет собой, по выражению Бергсона, «защитную реакцию человеческого организма против разрушительной силы интеллекта»[124] и в этом контексте проявляет себя и на современном этапе развития человечества.

Знание психологии и все достижения науки так и не смогли полностью изучить и подчинить воле человеческое бессознательное, которое, как мы выяснили, работает с мифологическими образами и является субъектом мифологического сознания.

«Ни одна психическая величина не может исчезнуть без замены ее на другую равной интенсивности. Это фундаментальное правило безошибочно проверено в своей постоянной повторяемости практикой психотерапии. Врач во мне отказывается рассматривать жизнь народов как нечто неподвластное психологическому закону».[125]

В советской философской литературе середины 70-х гг. проблема социальной мифологии обсуждалась, как правило, с идеологических позиций, где миф рассматривался как феномен, присущий исключительно буржуазному и добуржуазному обществу, и интерпретировался как система сознательной лжи и фальсификаций. Выдвигалось положение о том, что в условиях социалистического общества в принципе исключается возможность возникновения социальной мифологии.

Именно этому периоду в истории нашей страны мы обяза-

[123] Юнг К. Архетип и символ. – М., 1991. – С. 205
[124] Бергсон А. Два источника морали религии. – М., 1994. – С. 348
[125] Там же. С. 215

ны той негативной коннотацией слова «миф», которая бытует в нашем сознании наряду с другими.

Но, тем не менее, из самодостаточной истины, коей миф являлся в архаическом обществе, миф превратился в синоним выдумки.

К. Ясперс связывает эту тенденцию с приходом монотеизма. «Мифологическая эпоха с ее безмятежностью и самодостаточностью подходила к концу. Греческие, индийские и китайские философы инстинктивно отталкивались от мифологии так же, как и пророки со своими идеями Бога. Рационализм и рационально поясненный опыт вступили в борьбу с мифом; борьба эта развивалась, отстаивая превосходство единого Бога над несуществующими демонами, и в конце концов этическая религия возобладала над неправдоподобными фигурами божеств». [126]

Ряд исследователей отмечает, что возрастание интереса к мифу в XIX - XX веках связано как раз с осознанием неполноценности картины мира, которую несло с собой просвещение и позитивистская наука. Как пишет немецкий исследователь Эрик Херд, «Романтическая теория в значительной степени сознательно противостояла рационализму восемнадцатого века, века Просвещения; и возвращение к мифу может рассматриваться как проявление намеренного культивирования иррационального в ходе сознательной реакции на просвещенческое превознесение разума». [127]

Мифологическое сознание проявляется в качестве компенсаторной функции в обществе, построенном на научной мысли. В периоды перемен, исторической ломки особенно проявляется «инкорпорированное мышление» (термин А.Ф. Лосева) - в таком типе мышления отсутствует четкое различение явления и сущности, части и целого. Такое мышление является основой для мифотворчества в современном обществе.

Основываясь на этом социолог С. Белоусова приходит к следующим выводам:

«1) Генетически более ранние формы мышления в ходе культурно-исторического развития не исчезают, а переходят в латентное состояние.

[126] Ясперс К. Смысл и назначение истории. – М, 1991 – С. 33

[127] Herd E.W. Myth and Modern German Literature // Myth and the Modern Imgination. Six Lectures Edited by Margaret Dalziel. Dunedin – University of Otago Press, 1967. – P. 52-53

2) Их актуализация возможна в таких условиях действительности, когда действие рационализованных норм ослабевает. Наиболее активно такое ослабление происходит в период социальных сдвигов или общественных переворотов.

3) Вызванная актуализацией инкорпорированного мышления активизация мифологического сознания выражается не только в работе с прежним мифологическим содержанием (переосмысление прежних образов, редактирование сюжетов), но и проявляется в создании новых мифов, возникновении новых фетишей и тотемов, или же радикальном преобразовании старых, соответствующих характеристике складывающейся ситуации».[128]

Как было указано выше, мы можем говорить с определенной четкостью только об «архетипическом представлении». Это связано с тем, что сам по себе архетип в своей полноте невыразим и связан с темным океаном коллективного бессознательного. Мифологические высказывания, если основываться на схеме структуралистов, не могут быть искоренены из человеческого дискурса даже с помощью позитивистской парадигмы. Более того – если бы человеческое сознание не реагировало так интенсивно на мифологические высказывания, история XX века выглядела бы совершенно иначе.

Б. Бирюков отмечает в своей работе, посвященной идеологии, что идеология и мифология – родственные понятия: «Речь идет не только о сходстве «идеологии» с так называемой социальной мифологией, определяемой как «особый тип духовной деятельности по созданию и распространению политических мифов», связываемый с идеологической практикой XIX –XX столетий – в этом ее понимании она фактически совпадает с интересующим нас феноменом идеологии – но и о мифологиях, возникших на заре человеческой истории. Чтобы в этом убедиться, достаточно привести следующую характеристику мифологии последнего рода: «неспособность провести различие между естественным и сверхъестественным, безразличие к противоречию, слабое развитие абстрактных понятий, чувственно-конкретный характер, метафоричность, эмоциональность – эти и другие особенности первобытного мышления

[128] Белоусова С. Роль и место социальных мифов в процессе формирования обыденного сознания // Сборник научных трудов. Серия «Гуманитарные и социально-экономические наук» – Ставропольский Гос. Тех. Ун–т. – Ставрополь, 1998. – С. 36.

превращают мифологию в очень своеобразную символическую (знаковую) систему, в терминах которой воспринимался и описывался внешний мир».[129]

Множество исследований посвящено месту мифа в политике. А. Цуладзе, например, утверждает, что политический миф – эффективный инструмент конструирования реальности. Он разделяет политические мифы на два типа: «технологические» и «вечные». Технологические мифы, в представлении Цуладзе, те, которые создаются для решения сиюминутных политических задач, основываясь на конъюнктурных изменениях в общественном сознании. При этом он замечает, что такого рода мифы не затрагивают глубоких слоев подсознания и легко могут быть развеяны рационально. «Вечные» же мифы, по этой классификации, основаны на архетипах и живут в народном сознании вечно, периодически «выплескиваясь» на поверхность национального сознания».[130]

Как пишет К.Хюбнер, «политические демагоги используют такой подлинный мифический потенциал сообразно со своими целями и даже злоупотребляют им. Они умело пробуждают определенные ассоциации, затрагивающие все еще живые, хоть и вытесняемые формы опыта. Это воздействие тем сильнее и доходит тем скорее до взрыва, чем сильнее было вытеснение, искавшее лишь клапан, чтобы вздохнуть полной грудью. Например, Гитлер мастерски смог употребить глубоко уязвленный версальским договором миф о рейхе и нации в качестве движителя своих расистских и антисемитских псевдомифов».[131] Мифотворчество и мифологические высказывания присутствуют здесь и сейчас. Современные социальные мифы работают в таких областях коммуникации, как реклама, политика, СМИ, etc. Таким мифом, к примеру, является образ врага.

«В современной эсхатологической традиции в качестве антихриста или его предтечи называются конкретные личности, связанные с историческим прошлым России (Ленин или Сталин) или мировой истории (Гитлер). Применительно к настоящему

---

[129] Бирюков Б. В. Социальная мифология, мыслительный дискурс и русская культура // Homo Iegens – Сборник статей: Памяти А. А. Леонтьева (1936-2004): М.: Школьная библиотека, 2006 – С. 23.

[130] Цуладзе А. Политическая мифология. – М.: Алгоритм, 2003. – С. 45.

[131] Хюбнер К. Истина мифа М.: Республика, 1996. – С. 341

времени, образ Антихриста условен и неотделим от обобщенного образа врага».[132]

Здесь достаточно вспомнить на убийство лидера террористической группировки «Аль-Каеда», - Усамы бен Ладена, произошедшее в мае 2011 года. Взявший на себя ответственность за теракты 11 сентября 2001 года, он стал персонифицированным злом для западного мира. Огромное количество людей стихийно вышло на лужайку перед Белым домом, празднуя смерть этого человека.

[132] Ахметова М. В. Эсхатологические мотивы современной мифологии в России конца XX – начала XXI вв.: автореф. дис. канд. филолог. наук: 10.01.09. – М. 2004. – С. 14

ГЛАВА 3. СОБЫТИЙНАЯ КАРТИНА МИРА РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1. Результаты массового анкетного опроса

XX век был чрезвычайно богат значимыми для истории России событиями. Список таких событий, составленный историками, насчитывает несколько тысяч фактов (*Приложение 1*). Понятно, что список историков и перечень событий, хранящихся в памяти наших современников должны различаться. Однако важно не только констатировать эти различия, но и увидеть логику выделения обычными гражданами событийных комплексов, представляющихся им настолько важными, чтобы удерживать их в оперативной памяти.

Любопытное исследование «История Российской Федерации: конец XX в. в коллективной памяти россиян» было проведено Фондом «Общественное мнение» Летом 2010 г.[133]. Одной из составляющих исследования стал массовый опрос населения. Участникам опроса, в частности, предлагалось назвать два-три главных события в жизни России, произошедших с 1985 по 1999 г. Кроме того, респондентам была предложена карточка, на которой перечислялись 30 политических, экономических и культурных событий, произошедших за последние 15 лет XX в. (с 1985 по 1999 г.). Опрашиваемые могли дать любое число ответов, оценить перечисленные события как важные для истории страны. Опрос был проведен в 44 субъектах РФ, 100 населенных пунктах. Общая выборка составила 2000 респондентов в возрасте 18 лет. В конце октября 2012 г. ФОМ вновь обратился к своим респондентам с просьбой ответить на те же вопросы.

В *табл. 1* приведены первые семь событий, полагаемые россиянами важнейшими в опросах 2010 и 2012 гг.

[133] Петренко Е.С. События конца XX века в памяти россиян. В кн.: XIV Апрельская международная наукчная конференция по проблемам развития экономики и общества. М.: 2014. с. 203-210.

Таблица 1. Наиболее значимые события российской истории

2010		2012	
Событие	**% респондентов**	**Событие**	**% респондентов**
Вывод советских войск из Афганистана	37	Дефолт 1998 г.	51
Переход к политике перестройки 1987 г.	28	Чернобыльская авария 1986 г.	50
Дефолт 1998 г.	30	Вывод войск из Афганистана 1989 г.	43
Начало второй чеченской войны 1999 г.	29	Начало второй чеченской войны 1999 г.	37
Выборы первого президента России 1991 г.	29	Начало первой чеченской войны 1994 г.	37
Чернобыльская авария 1986 г.	28	Выборы первого президента России 1991 г.	28
Начало первой чеченской войны 1994 г.	27	Переход к политике перестройки 1987 г.	28

Характерно то, что в целом список первых семи событий, наиболее часто упоминаемых опрошенными в числе важнейших, за два года не изменился. Это свидетельствует об устойчивости ментальной составляющей событийной структуры исторической памяти. Изменение же частоты упоминаний для различных событий из первой «семерки» и, как следствие, изменение их ранга связано, по всей видимости, с большей оценочной определенностью у респондентов конкретных событий по сравнению с опросом 2010 г.

Но данное исследование было сконцентрировано на событиях конца XX века. Нас же интересует образ XX века

целиком. Для того чтобы получить необходимые данные, в период с мая по июль 2015 года, было проведено специальное исследование. Основная методика – массовый опрос по стандартизированной анкете. Всего было опрошено 1548 человек.

Опрос проходил в 12 городах:

- Центральный ФО (Москва)
- Северо-Западный ФО (Санкт-Петербург)
- Дальневосточный ФО (Хабаровск)
- Приволжский ФО (Казань, Нижний Новгород, Ульяновск)
- Сибирский ФО (Новосибирск, Красноярск)
- Уральский ФО (Екатеринбург, Челябинск)
- Южный ФО (Волгоград, Ростов-на-Дону)
- Северо-Кавказский ФО (Пятигорск).

Крымский федеральный округ не был включен в число территорий для проведения исследования, так как молодые люди в этом регионе до последнего времени учились по другим образовательным программам, пребывали в ином медийном поле, поэтому их ответы на вопросы анкеты на данном этапе не могут быть признаны репрезентативными для анализа отношения российской молодежи к событиям XX века.

Характеризуя полученные результаты, следует, прежде всего, отметить, что в целом по массиву опрошенными были выделены 146 событий отечественной истории XX века. Из дальнейшего анализа были исключены: события, набравшие менее 1% от суммарного количества событий, упомянутых всеми респондентами (это 9,5% от всех респондентов); упомянутые респондентами события, которые не относятся к XX веку (крещение Руси, татаро-монгольское иго, отмена крепостного права, присоединение Крыма, экономический кризис 2008-2010 гг. и пр.). Таким образом, для дальнейшего анализа были отобраны 29 событий (*табл. 2*).

Таблица 2. События, набравшие более 1% (включительно) от суммарного количества событий, упомянутых респондентами

Событие	Процент от суммарного количества событий, упомянутых респондентами
Великая Отечественная война	***9,1***
Октябрьская революция	***8,8***
Распад СССР	***8,7***
Полет в космос Ю. Гагарина	***8,1***
Первая мировая война	***7,0***
Вторая мировая война	***4,1***
Холодная война	***4,0***
Перестройка	***3,7***
Создание атомного/ядерного оружия	***3,2***
Взрыв на Чернобыльской АЭС	***3,1***
Гражданская война	3,0
Сталинские репрессии	2,9
Образование СССР	2,7
Февральская революция	2,6
Дефолт 1998 г.	2,5
Научные открытия	2,4
Ввод войск в Афганистан	2,4
Олимпийские игры 1980 г.	2,3
Смерть Сталина	2,1
Русско-японская война	2,1
Расстрел царской семьи	2,1
Заявление Б.Н. Ельцина о досрочной отставке с поста Президента РФ/Приход к власти В.В. Путина	2,0
Буржуазная революция 1905-1907 гг.	1,8
Первая Чеченская война	1,7
Осуждение культа личности на XX съезде КПСС	1,5
Смерть Ленина	1,4
Культурные события	1,4
Карибский кризис	1,2
Другое	*2,3*

Однако если выделить события, о которых вспомнили наибольшее количество участников опроса, то в первую десятку попадут: Великая Отечественная война (9,1 процента от суммарного количества событий, упомянутых респондентами); Октябрьская революция (8,8 процента); распад СССР (8,7 процента); полет в космос Ю. Гагарина (8,1 процента); Первая мировая война (7,0 процента); Вторая мировая война (4,1 процента); холодная война (4,0 процента); перестройка(3,7 процента); создание атомного/ядерного оружия (3,2 процента); взрыв на Чернобыльской АЭС (3,1 процента).

Во вторую десятку попали такие события, как Гражданская война (3,0 процента); Сталинские репрессии (2,9 процента); Образование СССР (2,7 процента); Февральская революция (2,6 процента); дефолт 1998 г. (2,5 процента); ввод войск в Афганистан (2,4 процента); Олимпийские игры 1980 г. (2,3 процента); смерть Сталина (2,1 процента); Русско-японская война (2,1 процента); расстрел царской семьи (2,1 процента).

Еще несколько событий набрали от 2 до 1 процента: заявление Б.Н. Ельцина о досрочной отставке с поста Президента РФ/Приход к власти В.В. Путина (2,0 процента); Буржуазная революция 1905-1907 гг. (1,8 процента); Первая Чеченская война (1,7 процента); осуждение культа личности на XX съезде КПСС (1,50 процента); смерть Ленина (1,4 процента); Карибский кризис (1,2 процента).

Отдельно следует сказать о комплексах событий, которые объединены под общими названиями «Научные открытия» (в том числе развитие коммуникаций; появление телевидения, Интернета, мобильной связи; изобретение сверхзвукового самолета; открытие стволовых клеток и др.) и «Культурные события» (Серебряный век; создание стиля «соцреализм»; диссидентское движение; создание объединений модернистского направления; творчество Пастернака, Булгакова, Солженицына, Набокова, Ахматовой, Цветаевой, Маяковского и др.; фильмы Эйзенштейна, Тарковского и т.д.).

Размышляя над причинами, стимулировавшими закрепление тех или иных событий в памяти участников исследования, можно констатировать, что в кажущейся хаотичности выделенных событий прослеживается весьма отчетливая закономерность: в исторической памяти молодых современников закрепились

факты, связанные либо со значительным количеством вовлеченных людей, либо с масштабом последствий для дестабилизации социальной системы. Под дестабилизацией мы понимаем не только разрушительные процессы (хотя большинство выделенных событий именно таковы); но и события, которые стимулируют социальное развитие, но в форме резкого переворота. Именно таковы полет в космос Юрия Гагарина, осуждение культа личности на XX съезде КПСС и некоторые другие исторические факты. Иногда оба фактора сливаются в одно целое.

Если же посмотреть на первую десятку событий, выделенных участниками опроса с точки зрения того, как распределились мнения представителей различных гендерных, возрастных групп, респондентов с разным уровнем образования, занятых в разных сферах деятельности, проживающих в разных городах и с разной интенсивностью пользующихся Интернетом, то можно сделать следующие выводы.

Прежде всего, обращает на себя внимание тот факт, например, что женщины, чаще, чем мужчины, упоминали первый полет человека в космос, Вторую мировую войну, создание атомного/ядерного оружия. А у мужчин несколько чаще, чем у женщин, в памяти возникали такие события, как: Первая мировая война, «холодная» война и авария на Чернобыльской АЭС (*табл. 3*).

Таблица 3. Соотношение мужчин и женщин, включивших данное событие в первую десятку событий, потрясших Россию в XX веке *(процент от суммарного количества событий, упомянутых респондентами)*

Событие	Мужчины	Женщины
Великая Отечественная война	9,2	9,0
Октябрьская революция	8,7	8,9
Распад СССР	8,9	8,5
Полет в космос Ю. Гагарина	7,7	8,5
Первая мировая война	7,7	6,3
Вторая мировая война	3,9	4,3
Холодная война	4,4	3,6
Перестройка	3,9	3,5
Создание атомного/ядерного оружия	3,2	4,0
Взрыв на Чернобыльской АЭС	3,4	2,5

Что касается возрастных групп, то Октябрьскую революцию вспомнили прежде всего самые молодые участники опроса – респонденты в возрасте 16-20 лет. А вот Первую мировую войну в список важных событий включили больше участников опроса из старшей возрастной группы – 26-30-летние. Перестройку в качестве события, потрясшего Россию, почти в два раза реже упоминали 16-20-летние респонденты (*табл. 4*).

Таблица 4. Количество респондентов разного возраста, включивших данное событие в первую десятку событий, потрясших Россию в XX веке *(процент от суммарного количества событий, упомянутых респондентами)*

Событие	16 – 20 лет	21 – 25 лет	26 - 30 лет
Великая Отечественная война	9,2	9,6	8,2
Октябрьская революция	9,5	8,6	8,2
Распад СССР	8,9	8,7	8,7
Полет в космос Ю. Гагарина	8,3	8,1	8,2
Первая мировая война	6,6	6,3	8,7
Вторая мировая война	4,3	3,2	5,4
Холодная война	3,7	3,9	4,2
Перестройка	2,4	4,3	4,5
Создание атомного/ядерного оружия	3,0	2,4	4,2
Взрыв на Чернобыльской АЭС	2,7	3,5	3,1

Если посмотреть на первую десятку важных для России событий с точки зрения респондентов с разным уровнем образования, то очевидным становится, что Октябрьскую революцию чаще всего включали в список важных событий школьники и люди с высшим образованием. А, например, перестройку и создание атомного оружия упомянули несколько большее количество учащихся вузов (*табл. 5*).

Таблица 5. Количество респондентов с разным уровнем образования, включивших данное событие в десятку, потрясших Россию в XX веке ***(процент от суммарного количества событий, упомянутых респондентами)***

Событие	**Учатся в средней школе, в среднем профессиональном учебном заведении**	**Учатся в вузе**	**Имеют среднее образование, среднее специальное образование**	**Имеют высшее образование**
Великая Отечественная война	9,0	10,0	8,3	9,1
Октябрьская революция	10,3	7,8	7,6	9,4
Распад СССР	9,3	8,2	8,3	9,1
Полет в космос Ю. Гагарина	8,3	8,4	8,3	7,5
Первая мировая война	6,9	5,6	9,0	6,6
Вторая мировая война	4,2	4,4	4,9	3,0
Холодная война	3,7	4,2	4,9	3,1
Перестройка	1,4	5,0	4,6	3,8
Создание атомного/ядерного оружия	2,4	4,1	3,9	2,2
Взрыв на Чернобыльской АЭС	2,8	2,6	3,7	3,3

Очень интересные данные можно извлечь из разницы событий, включенных в список важных респондентами занятыми в разных сферах деятельности (*табл. 6*).

Великую Отечественную войну чаще всех упоминали участники опроса, которые не учатся и не работают (поэтому, можно предположить, больше времени проводят в контакте с различными медиаресурсами, которые в этом году – году 70-летия Победы – весьма много внимания уделяли данному историческому событию).

На втором месте – работники системы образования, что тоже объяснимо… Октябрьскую революцию в наименьшей степени признают важным событием работники сферы услуг и ничем не занятые участники опроса.

А вот первый полет человека в космос работники сферы услуг упомянули значительно чаще других, особенно в этом плане отстали респонденты, работающие в системе образования. Они же крайне редко включали в список важных событий Вторую мировую войну (если сопоставить эту цифру с соответствующим показателем по событию «Великая Отечественная война», с высокой долей уверенности можно объяснить это тем, что преподаватели и учителя объединяют эти два события).

Таблица 6. Количество респондентов занятых в разных сферах деятельности, включивших данное событие в десятку, потрясших Россию в XX веке *(процент от суммарного количества событий)*

Событие	Промышленность	Сельское хозяйство	Сфера жилищно-коммунальных и социальных услуг	Образование	Культура / искусство	СМИи	Армия, органы правопорядка	Не учатся и не работают
Великая Отечественная война	8,4	8,1	8,7	11,6	7,3	9,7	7,8	16,3
Октябрьская революция	8,4	5,4	3,4	5,8	9,8	9,0	7,2	4,7
Распад СССР	8,4	9,9	8,4	7,2	9,8	6,9	7,8	7,0
Полет в космос Ю. Гагарина	7,1	9,0	11,4	4,3	8,5	7,9	9,2	9,3
Первая мировая война	7,7	9,0	5,7	8,7	8,5	5,2	9,8	2,3
Вторая мировая война	3,9	6,3	7,8	1,4	4,9	3,8	5,9	7,0
Холодная война	5,2	4,5	4,6	2,9	6,1	4,5	5,2	4,7
Перестройка	5,2	6,3	3,6	7,2	3,7	4,8	3,3	2,3
Создание атомного/ядерного оружия	3,2	4,5	2,8	1,4	3,7	4,8	3,9	0
Взрыв на Чернобыльской АЭС	3,2	2,7	3,6	2,9	2,4	1,7	5,2	9,3

Интересные данные были получены при сравнении ответов респондентов, с разной частотой пользующихся Интернетом (*табл. 7*) и проводящих в Интернете различное количество времени (*табл. 8*).

Респонденты, пользующиеся Интернетом каждый день и проводящие в нем 4-6 часов в сутки, чаще, чем все остальные включали в список событие «Великая Отечественная война». Октябрьскую революцию чаще всего упоминали участники опроса, пользующиеся Интернетом один раз в два-три дня, но проводящие там от 7 до 10 часов в сутки. Распад СССР как важное событие особенно часто отмечали респонденты, пользующиеся Интернетом каждый день. Первую мировую войну и аварию на Чернобыльской АЭС вспомнили практически в два раза чаще других респонденты, прользующиеся Интернетом раз в два-три дня. Взрыв на чернобыльской АЭС почти полностью упустили из виду, опрошенные, проводящие в Интернете 7-9 часов в сутки…

Таблица 7. Количество респондентов, с разной частотой пользующихся Интернетом, включивших данное событие в десятку, потрясших Россию в XX веке *(процент от суммарного количества событий, упомянутых респондентами)*

Событие	**Пользуются Интернетом каждый день**	**Пользуются Интернетом один раз в два-три дня**
Великая Отечественная война	9,1	6,3
Октябрьская революция	8,4	9,4
Распад СССР	8,8	3,1
Полет в космос Ю. Гагарина	8,0	9,4
Первая мировая война	6,7	12,5
Вторая мировая война	4,2	6,3
Холодная война	4,0	6,3
Перестройка	4,4	6,3
Создание атомного/ядерного оружия	3,3	3,1
Взрыв на Чернобыльской АЭС	2,9	6,3

Таблица 8. Количество респондентов, пребывающих в Интернете различное количество времени, включивших данное событие в десятку, потрясших Россию в XX веке ***(процент от суммарного количества событий, упомянутых респондентами)***

Событие	1-3 часа в сутки	4-6 часов в сутки	7-9 часов в сутки	Более 10 часов в сутки
Великая Отечественная война	8,0	9,7	8,5	7,9
Октябрьская революция	7,3	8,6	9,3	9,3
Распад СССР	8,6	8,7	9,3	8,6
Полет в космос Ю. Гагарина	8,0	8,1	6,8	9,3
Первая мировая война	8,3	6,3	8,5	4,6
Вторая мировая война	4,9	3,6	6,8	4,6
Холодная война	4,6	3,2	6,8	4,0
Перестройка	4,9	4,1	4,2	4,6
Создание атомного/ядерного оружия	3,6	2,6	5,1	4,0
Взрыв на Чернобыльской АЭС	3,6	2,9	0,8	2,0

Если посмотреть на списки важных для истории России событий XX века с точки зрения городов, в которых проживают участники опроса (*табл. 9*), то можно обратить внимание на следующие данные.

Великая Отечественная война чаще всего попала в списки респондентов, проживающих в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Екатеринбурге (кстати, в Ростове и Екатеринбурге реже всех других городов упомянули Вторую мировую войну…). Октябрьскую революцию 1917 г. чаще других упомянули жители Екатеринбурга, Хабаровска, Пятигорска и Москвы. Про распад СССР как важное событие реже всего вспоминали в Новосибир-

ске. Первая мировая война реже всего попадала в списки важных событий в Хабаровске, СПб и Екатеринбурге. «Холодную» войну вообще не вспомнили участники опроса из Нижнего Новгорода, полет Юрия Гагарина – в Волгограде, а перестройку – в Пятигорске. Самым памятным событием перестройка оказалась для респондентов из Петербурга.

Таблица 9. Количество респондентов из разных городов, включивших данное событие в десятку, потрясших Россию в XX веке *(процент от суммарного количества событий, упомянутых респондентами)*

Событие	**Москва**	**Ростов-на-Дону**	**С.-Петербург**	**Хабаровск**	**Новосибирск**	**Екатеринбург**	**Нижний Новгород**
Великая Отечественная война	9,0	12,4	12,6	10,5	7,1	11,8	8,4
Октябрьская революция	10,1	3,4	6,3	10,5	8,2	10,8	7,2
Распад СССР	9,3	7,9	6,3	8,1	4,7	8,6	9,6
Полет в космос Ю. Гагарина	8,2	5,6	8,4	8,1	9,4	8,6	7,2
Первая мировая война	6,8	9,0	3,2	3,5	4,7	3,2	8,4
Вторая мировая война	3,8	2,2	6,3	3,5	5,9	2,2	3,6

Холодная война	3,5	4,5	4,2	4,7	4,7	5,4	0
Перестройка	2,0	5,6	8,4	4,7	2,4	7,5	4,8
Создание атомного/ядерного оружия	2,3	2,2	4,2	3,5	5,9	2,2	7,2
Взрыв на Чернобыльской АЭС	3,0	3,4	2,1	3,5	1,2	1,1	2,4

Продолжение табл. 9

Событие	**Пятигорск**	**Казань**	**Челябинск**	**Волгоград**	**Красноярск**	**Ульяновск**
Великая Отечественная война	6,7	8,5	10,8	7,8	8,4	8,1
Октябрьская революция	10,7	8,5	7,0	7,2	8,4	5,4
Распад СССР	6,7	11,1	7,0	7,8	8,4	9,9
Полет в космос Ю. Гагарина	8,0	9,4	8,3	0	7,1	9,0
Первая мировая война	6,7	7,7	5,7	9,8	7,7	9,0

Вторая мировая война	6,7	5,1	3,8	5,9	3,9	6,3
Холодная война	1,3	6,0	5,1	5,2	5,2	4,5
Перестройка	0	4,3	3,8	3,3	5,2	6,3
Создание атомного/ядерного оружия	6,7	1,7	5,1	3,9	3,2	4,5
Взрыв на Чернобыльской АЭС	4,0	3,4	1,3	5,2	3,2	2,7

Теперь следует поразмышлять по поводу того:

- под влиянием каких образовательно-медийных воздействий в головах молодых людей «всплывают» именно те десять событий, которые они включают в свой список;
- почему одни молодые люди фиксируют те очевидные события, которые и составили в конечном итоге три десятка самых популярных, а другие – малые числом – вспоминают Серебряный век, творчество Булгакова, Тарковского и т.д.);
- каким образом надо выстраивать медиадискурс, для того чтобы многогранная и объемная история России не сводилась в конструируемой медиареальности к трем десяткам событий (или не надо выстраивать…).

Следующее задание, которое должны были выполнить участники опроса, заключалось в необходимости проранжировать те десять событий, которые они сочли самыми важными для России XX века. При этом самому значимому, с точки зрения респондентов, событию надо было присвоить 1-ый ранг, а самому незначительному в их списке – 10-ый. Обобщенные результаты ранжирования представлены в *табл. 10*.

Таблица 10. Средние ранги значимости событий по всем опрошенным

Событие	Ранг
Великая Отечественная Война	***2,1***
Октябрьская революция	***2,9***
Вторая Мировая Война	***3,0***
Февральская революция	***3,7***
Образование СССР	***4,3***
Распад СССР	***4,5***
Первая мировая война	***4,6***
Расстрел царской семьи	***4,9***
Гражданская война	***5,2***
Буржуазная революция 1905-1907 гг.	***5,4***
Полет в космос Ю. Гагарина	5,6
Сталинские репрессии	5,7
Смерть Сталина	5,8
Создание атомного/ядерного оружия	6,5
Заявление Б.Н. Ельцина о досрочной отставке с поста Президента РФ/Приход к власти Путина	6,5
Научные открытия	6,6
Русско-японская война	6,7
Смерть Ленина	6,7
Начало Холодной войны	6,7
Взрыв на Чернобыльской АЭС	6,7
Дефолт 1998 г.	7,0
Перестройка	7,1
Осуждение культа личности на XX съезде КПСС	7,2
Ввод войск в Афганистан	7,2
Карибский кризис	7,3
Культурные события	7,4
Первая Чеченская война	7,6
Олимпийские игры 1980	7,7
Другое	*6,8*

Если посмотреть на первую десятку **самых значимых**, по мнению участников опроса, событий XX века с точки зрения некоторых их объективно-личностных характеристик (*табл. 11 – 14*), то можно обратить внимание на следующие данные (напомним: чем ниже ранг, тем выше значимость события).

Мужчины более высоко, чем женщины, оценили значимость событий «Великая Отечественная война», «Первая мировая война» и «Расстрел царской семьи».

Респонденты в возрасте 26-30 лет склонны приписывать меньшее значение, чем респонденты других возрастных групп, событиям «Образование СССР» и «Революции 1905-1907 гг.»; участники опроса средней возрастной группы более низкие ранги приписали событиям «Первая мировая война» и «Февральская революция». 16-20-тилетние респонденты ниже участников опроса из других возрастных групп оценили событие «Расстрел царской семьи».

Участники опроса с высшим образованием меньшее значение придают событию «Образование СССР». Событие «Расстрел царской семьи» более значимым считают респонденты со средним образованием.

Что касается взаимосвязи признаваемой респондентами значимости событий в зависимости от длительности их пребывания в Интернете, то особенно отчетливых зависимостей выявить не удалось. Тем не менее можно обратить внимание, что участники опроса, проводящие в Сети более 10 часов в сутки, склонны более высоко оценивать значение событий «Образование СССР» и «Революции 1905-1907 гг.» и более низко события «Первая мировая война». Напротив, респонденты, проводящие в Интернете 4-6 часов, менее значимым считают событие «Образование СССР» и более значимым событие «Первая мировая война».

Таблица 11. Средние ранги значимости первой десятки событий по гендерному признаку респондентов

Событие	Мужчины	Женщины
Великая Отечественная война	1,8	2,3
Октябрьская революция	3,1	3,0
Вторая мировая война	3,3	2,9
Февральская революция	3,0	2,7
Образование СССР	4,1	3,9
Распад СССР	4,3	3,9
Первая мировая война	3,6	4,9
Расстрел царской семьи	3,3	5,9
Гражданская война	5,4	5,3
Буржуазная революция 1905-1907 гг.	5,9	6,1

Таблица 12. Средние ранги значимости первой десятки событий по возрастным группам респондентов

Событие	16 – 20 лет	21 – 25 лет	26 – 30 лет
Великая Отечественная война	2,1	2,0	1,6
Октябрьская революция	3,0	2,8	3,3
Вторая мировая война	3,2	2,7	2,7
Февральская революция	3,6	4,3	3,1
Образование СССР	4,3	3,7	5,4
Распад СССР	4,5	4,8	4,7
Первая мировая война	4,4	5,1	3,9
Расстрел царской семьи	5,2	4,4	3,0
Гражданская война	5,5	4,5	5,8
Буржуазная революция 1905-1907 гг.	4,9	5,7	6,3

Таблица 13. Средние ранги значимости первой десятки событий в зависимости от образования респондентов

Событие	Учатся в средней школе, в среднем профессиональном учебном заведении	Учится в вузе	Имеют среднее, среднее специальное образование	Имеют высшее образование
Великая Отечественная война	2,3	1,9	1,6	1,9
Октябрьская революция	2,9	3,3	3,0	2,8
Вторая мировая война	3,2	3,0	2,8	2,5
Февральская революция	3,9	2,8	2,9	4,7
Образование СССР	4,4	3,4	4,3	6,3
Распад СССР	4,6	4,0	4,5	5,1
Первая мировая война	4,7	4,3	3,8	5,1
Расстрел царской семьи	5,1	5,9	3,0	4,4
Гражданская война	5,3	5,6	6,2	4,5
Буржуазная революция 1905-1907 гг.	4,7	5,8	5,7	5,9

Таблица 14. Средние ранги значимости первой десятки событий в зависимости от количества времени пребывания респондентов в Интернете в сутки

Событие	1 – 3 часа	4 – 6 часов	7 – 9 часов	Свыше 10 часов
Великая Отечественная война	2,0	2,2	1,7	2,3
Октябрьская революция	3,1	3,1	2,3	3,5
Вторая мировая война	2,9	3,9	2,1	2,6
Февральская революция	3,4	4,0	3,0	3,3
Образование СССР	4,3	5,2	4,2	2,8
Распад СССР	4,3	4,4	3,6	5,2
Первая мировая война	4,1	3,1	5,2	6,1
Расстрел царской семьи	4,0	5,1	6,0	5,1
Гражданская война	5,2	4,2	6,5	5,3
Буржуазная революция 1905-1907 гг.	6,5	6,7	5,2	4,2

В *табл. 15* дано сопоставление первой десятки списка событий, которые были зафиксированы респондентами как важные для России XX века, и первой десятки событий, которые были оценены респондентами как самые значимые для того же периода российской истории.

Таблица 15. Сравнительный анализ первой десятки событий, включенных респондентами в список важных для России, и оцененных ими в качестве значимых

Место события в списке важных для России	Событие	Степень значимости события	Событие
1.	***Великая Отечественная война***	***1.***	***Великая Отечественная война***
2.	***Октябрьская революция***	***2.***	***Октябрьская революция***
3.	Распад СССР	3.	Вторая мировая война
4.	Полет в космос Ю. Гагарина	4.	Февральская революция
5.	Первая мировая война	5.	Образование СССР
6.	Вторая мировая война	6.	Распад СССР
7.	Холодная война	7.	Первая мировая война
8.	Перестройка	8.	Расстрел царской семьи
9.	Создание атомного/ядерного оружия	9.	Гражданская война
10.	Взрыв на Чернобыльской АЭС	10.	Буржуазная революция 1905-1907 гг.

Как видно из таблицы 15, список первой десятки событий, которые опрошенные черпают из своей «исторической памяти» не вполне совпадает со списком событий, которым респондентами присвоен высокий уровень значимости, а порядок извлечения

событий из «индивидуальной исторической памяти» не согласуется с осмысленным результатом размышлений по поводу реальной значимости того или иного события для страны. Исключением явились только два события: Великая Отечественная война и Октябрьская революция. Таким образом, можно сделать предварительный вывод, что «наведённая» картина важности событий, созданная усилиями профессионалов в образовательной и медийной сферах, далека от собственной оценки молодыми людьми значимости событий, происходивших в России в XX веке. Выявить причины такого расхождения и определить его влияние на отношение молодежи к ситуации в России сегодняшнем предстоит в ходе дальнейшего исследования.

Приведенные выше усредненные данные дают общее представление о том, какие события и в какой степени были признаны значимыми всеми респондентами. Однако не лишены научного интереса и данные о том, какое количество респондентов присвоили тому или иному событию конкретное ранговое место. В *табл. 16* и на *рис. 2* приведены статистические данные, представляющие собой кластерные распределения, «сгущения» мнений респондентов о значимости событий, попавших в десятку самых значимых для России в XX веке. Эти данные позволяют определить события, по степени значимости которых уровень согласия респондентов высокий, и те события, значимость которых признается меньшим количеством респондентов.

Так, например, «сгущение» на первом ранговом месте события «Великая Отечественная война» очевидно. Событие «Октябрьская революция» большее количество респондентов поставило на второе ранговое место; однако немалое число респондентов не сочли это событие особенно значимым, поставив его на 7-ое, 8-ое и даже 10-ое ранговые места. Событие «Вторая мировая война» набрало меньшее количество «голосов», но уверенно вышло на третье ранговое место. При этом интересно, что одинаковое количество респондентов поставило это событие на 5-ое и 8-ое места, а также на 6-ое, 7-ое и 10-ое. Очень интересную картину дают кластеры события «Распад СССР»: степень его значимости сконцентрировалась на 3-ем и 4-ом ранговых местах, что позволило ему войти в десятку значимых, но занять только шестое место. Примерно такая же ситуация и с

событием «Первая мировая война». Еще более любопытна ситуация с событием «Образование СССР», которое не вошло в первую десятку важных событий, но оказалось на 5-ом месте по значимости, так как выбрали это событие не очень большое количество респондентов, однако выбравшие присвоили ему достаточно высокое ранговое место. Кстати это событие включили в список важных столько же участников опроса, сколько вспомнили про событие «Гражданская война», однако степень значимости последнего оказалась значительно ниже.

Таблица 16. Количество респондентов, поставивших событие на соответствующее ранговое место (*в целом по массиву*)

Событие	Ранговое место									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Великая Отечественная война	623	247	165	47	47	15	15	15	11	0
Октябрьская революция	329	365	141	94	92	49	53	35	11	15
Вторая мировая война	163	126	84	63	16	21	21	16	4	21
Февральская революция	56	51	99	38	27	24	3	14	24	3
Образование СССР	46	64	39	78	32	14	43	4	11	25
Распад СССР	57	147	237	192	147	68	90	79	57	34
Первая мировая война	87	156	87	138	112	87	52	52	52	43
Расстрел царской	38	9	62	26	56	26	18	15	26	18

семьи										

Продолжение табл. 16

Событие	Ранговое место									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Гражданская война	4	50	71	43	43	32	32	46	18	25
Буржуазная революция 1905-1907	18	18	12	12	32	18	34	26	8	12

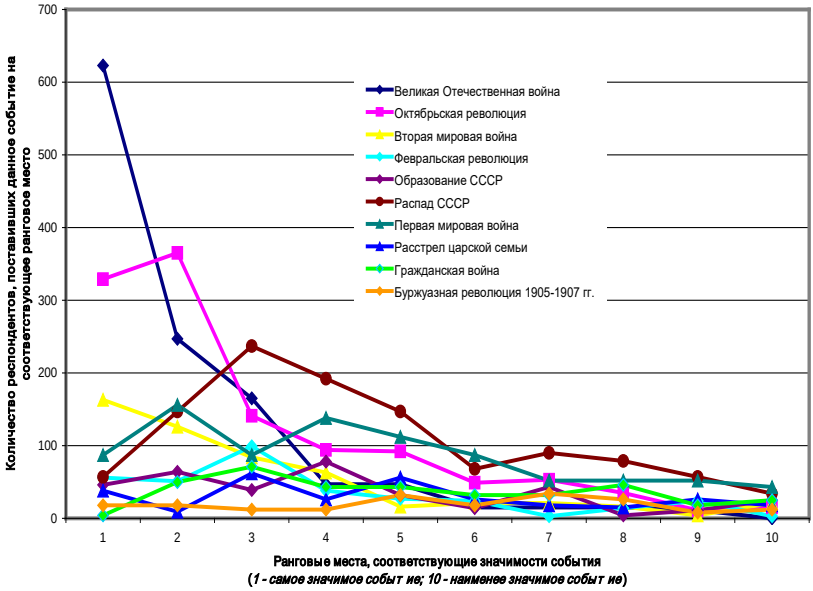


Рисунок 2. Кластерные распределения мнений респондентов о значимости событий, попавших в десятку самых значимых для России в XX веке

При этом следует отметить разницу, которая зафиксирована по отношению к оценке значимости тех или иных событий, которую дали мужчины и женщины; представители разных возрастных групп; учащиеся школ и вузов, а также участники опроса, разное количество времени проводящие в Интернете. (Расхождения в остальных группах респондентов оказались статистически незначимы.)

Так, например, событие «Великая Отечественная война» на первое место поставили 42% мужчин и 38% женщин. По отношению к событию «Вторая мировая война» зафиксировано другое соотношение: 12% женщин и 8% мужчин. Событие «Октябрьская революция» на первое место поставили 18% женщин и 12% мужчин. Любопытно, что событию «Первая мировая война» наивысшую степень значимости присвоили 8% мужчин (столько же, сколько и Второй мировой войне) и только 2% женщин. Что касается остальных событий, вошедших в первую десятку по степени их значимости, то в их оценке мужчинами и женщинами существенных различий не наблюдается.

Что касается возрастных групп, то 37% участников опроса в возрасте от 16 до 20 лет посчитали Великую Отечественную войну самым значимым для России событием в XX веке. Респондентов более старшего возраста – 21-25 лет – оказалось 45%, а опрошенных в возрасте 26-30 лет, поставивших данное событие на первое место, было ещё больше – 54%. Октябрьскую революцию на первое место поставили по 21% представителей первой и второй возрастных групп; в самой старшей группе таковых оказалось 17%. Вторую мировую войну самым значимым событием XX века признали 11% респондентов в возрасте 16-20 лет; 9% в возрасте 21-25 лет и 12% участников опроса, входящих в возрастную группу 26-30 лет.

Практически равное количество учащихся вузов и школьников присвоили первое место трем лидерам среди событий, потрясших Россию в XX веке: Октябрьской революции (10 и 12 процентов соответственно), Второй мировой войне (18% и 16%) и Великой Отечественной войне (47% и 51%).

Большинство участников опроса, как было показано выше, практически каждый день проводят некоторое время в Интернете. Поэтому интересно понять, существует ли какая-либо зависимость между количеством времени, в течение которого респонденты присутствуют в Интернете (в том числе получая там информацию и обсуждая те или иные события). Очевидно, что исторические события, как правило, не являются предметом большой заинтересованности современной молодежи, однако и пройти мимо активно обсуждаемых в Сети событий тоже довольно сложно. Итак: на первое по значимости место поставили событие «Великая Отечественная война» 47% участников опроса, проводящих в Интернете от 1 до 3 часов в сутки; 50% тех, кто проводит в Сети 4-6 часов; 33% респондентов, пользующихся Интернетом 10 и более часов в сутки; 27% опрошенных, проводящих в Сети от 7 до 9 часов. Событие «Вторая мировая война» на первое по значимости место поставили по 14% пользующихся Интернетом 1-3 часа и более 10 часов; 20% тех, кто проводит в Сети 4-6 часов; 27% - 7-9 часов. Событие «Октябрьская революция» наиболее значимым представляется 20% респондентов, проводящим в Интернете от 7 до 9 часов; представители остальных групп по этому признаку в определении первостепенной значимости данного события практически не отличаются друг от друга: их от 7 до 9 процентов.

3.2. Результаты фокус-групп и личных интервью

Цель этой части исследования было получение и анализ информации об особенностях восприятия современной российской молодежи событий в Россия в 1917 году, роль медиа в формировании интерпретаций исторических событий, место событий 1917 году в иерархии значимых исторических дат по мнению российской молодежи.

В связи с этим, фокус-группы призваны ответить на несколько вопросов.

Во-первых, выявить, проанализировать и систематизировать значимые даты и события в восприятии российском молодежи в истории России.

Во-вторых, определить место Событий 1917 года в выявленной системе значимых дат и событий у целевой аудитории исследования.

В-третьих, выявить факторы, влияющие на формирование оценок исторических событий 1917 г. в России у групп молодежи.

В-четвертых, специальный интерес представляет анализ как деятельности средств массовой информации по формированию образа 1917 года, так и восприятия медийного образа 1917 года современными поколениями молодых людей.

Описание методики исследования

В качестве метода была выбрана качественная парадигма исследования, а именно фокус-групповые дискуссии.

Метод фокус-групп *позволяет «выявить различие в понимании некоторой проблемы, события, явлений жизни между определенными группами людей… постепенно уточняются позиции участников относительно данной проблемы. Дискуссию ведет модератор, т. е. сам исследователь или сотрудник исследовательского коллектива. Он предлагает тему (о чем приглашенные для дискуссии заведомо оповещены) и стимулирует участников к спору, высказыванию своих мнений, отличных от уже предложенных. Вопросы модератора тщательно обдумываются и следуют программным целям. Вместе с тем, модератор направляет дискуссию, а ее содержание, как и поведение участников, подлежат качественному анализу … Исследователь фокусирует внимание как на предмете обсуждения, так и на особенностях мнений представителей какой-то особой общности.» 134*

Выбранный метод в данном случае обеспечивает, с одной стороны, разнообразие мнений исследуемой группы, с другой стороны предлагает сбор разнообразной информации – и вербальных высказываний, и невербальных реакций. Кроме того,

[134] Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / Институт социологии РАН: - М.: Добросвет, 1998.

в качестве объекта исследования выступила такая группа, как молодежь, и данный метод позволил посмотреть на высказывание респондентов в течении времени, как они изменялись под влиянием других и с появлением новой информации для размышления.

Итак, объектом исследования стала молодежь, социально активная часть населения, которая представляет собой наиболее перспективную группу граждан, способных обеспечить реализацию ключевых направлений развития общества. В связи с тем, что группа интервьюируемых в целом должны репрезентировать общность, относительно которой изучается данная проблема, было проведено две группы, участники которой были распределены по возрасту (*табл. 17*).

1. Возрастная группа от 15 до 20 лет (половина из которых – это школьники, другая часть – студенты и учащиеся средне-профессиональных учебных заведений), распределение по полу равномерное: 50 на 50).
2. Возрастная группа от 21 до 30 (распределение по полу равномерное, в группе представлены различные направления получаемого или полученного образования).

Таблица 17. Распределение участников фокус-групп

Целевая группа	**М**	**Ж**	**Число участников**
Возрастная группа 15-21	6	4	10
Возрастная группа 21-30	4	7	11
ИТОГО	10	11	21

Гайд

Сценарий ДФГ строился таким образом, чтобы последовательно выявлять представления молодых людей об Истории России в контексте общих интересов, о значимых исторических событиях XX века и отношении к ним, о месте среди них революций 1917 года, ценностях, персонах, последовательности событий, фактологии исследуемого события. Кроме того, были использованы проективные технологии. Во-первых, метод

«незаконченного предложения», участникам предлагалось закончить фразу «События 1917 года для меня это…».

***«Метод неоконченных предложений** – способ изучения социальных: представлений, установок, стереотипов, ценностей и ожиданий, в основе которого лежит принцип проникновения в структуру индивидуального сознания, не блокируя жестко заданной схемой вербальное поведение респондента в процессе сбора эмпирических данных»* [135].

И в завершении группа делилась на две команды, каждая из которых делала коллаж и представляла совместные результаты.

***«Коллаж** представляет собой конструирование респондентами осмысленного целого визуального образа из набора деталей по предложенной исследователем теме с дальнейшим истолкованием этого образа социологами. Для методики «коллаж» материалом служат наборы картинок, надписей, других деталей из журналов, газет, брошюр и др. К дополнительным средствам относятся листы ватмана, ножницы, клей, фломастеры и пр. Респонденты вырезают, располагают на листе разные элементы, добавляя свои собственные цвета и рисунки, чтобы создать целостное впечатление или реакцию на изучаемый объект».* [136]

Результаты фокус-групповых дискуссий приводятся в виде цитат, характеризующих ту или иную закономерность (или важное наблюдение участника сессии).

История в контексте увлечений

По результатам проведенных фокус-групп можно сказать, что история не входит в круг основных интересов молодежи. В первой, более молодой группе, она важна в контексте сдачи Единого государственного экзамена, либо частично связана с другим увлечением, как например у одного из участника, это история наказаний.

[135]Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под ред. Ж.Т. Тощенко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. С. 157.
[136]Там же. С. 169.

«Я сдавал ЕГЭ по истории. Поэтому только на таком уровне у меня любовь к истории осталась. Ну, она отбита точнее». ФГ-1, м, 18

«Только в политическом контексте. История права, история наказаний». ФГ-1, м, 20

С этим связано более детальное знание фактологии, дат, фамилий в этой группе персон, которые совсем недавно были озвучены на уроках истории. Минимальный набор знаний имеется у всех, в большем или меньшем объеме, так или иначе молодые ребята знают основных персон и быстрее вспоминают порядок происходивших событий нежели их более старшие товарищи.

Вторая, более взрослая группа, проявляет интерес к данной теме в совершенно другом контексте, а именно рассматривая историю как учителя для современности, используя ее для понимания, объяснения происходящего сейчас. В данном контексте интересна как отечественная, так и мировая история, потому как последняя оказывает значительное влияние на судьбу России. История – это как урок, точнее - урок жизни, когда можно под микроскопом посмотреть,что уже было и что может случиться, и попробовать для самого себя поступить иначе, стараясь найти наиболее верный способ решения проблемы. «История – это урок прошлого», - говорит один из участников ДФГ. Кроме того, интерес вызывает и призма, сквозь которую рассматривают историю того или иного события: кто победитель, а кто проигравший, в чем истинные причины войн, революций, реформ, все это люди 20-30 лет уже могут отследить, так как действительно застали изменения в образовательных программах, в основных интерпретациях исторических событий.

«История… Мне это интересно.., когда я могу понять, как это применить в своей жизни, какие-то тенденции проследить. Допустим, это так, например, кризис, а это уже было, какие решения, как-то больше так вот, эгоистично». ФГ-2, ж, 30

«А мне интересно смотреть на историю, смотреть те интерпретации событий, которые происходили в прошлом, в далеком, в близком прошлом. Понятное дело, что история как некая объективная вещь не существует в том виде, в котором

она поставляется в массы. Массы ее потребляют через медиа, через те каналы, которые привыкли потреблять. И, собственно, как прекрасно меняется отношение к событиям особенно недавнего прошлого, как используется реакционная реставрация сейчас крайне интересно за этим наблюдать. Воспринимать, искать в истории повторения, цикличность нет смысла, мне кажется. Все знают высказывание о том, что повторяется на уровне фарса. Ну вот все, наблюдать, искать сравнения». ФГ-2, м, 27

«Интересно, что, когда я изучала историю России, понимаешь, что, в принципе, ничего не меняется, цикличность какая-то, т.е. то, что происходит сейчас, было и раньше, не видно какого-то развития, кардинальных изменений. Развалили Советский Союз, а в принципе я не вижу смысла сейчас что-то смотреть, все, что было раньше, есть и сейчас». ФГ-2, ж, 29

Таким образом, представители второй группы чаще анализируют историю, размышляют о ней, могут делать собственные выводы, а не просто пересказывать хронологию событий, в этом и состоит главное отличие. Кроме того, в этой группе существует понимание того, что знание истории – это необходимая характеристика культурного человека. Все это объясняется разницей в возрасте, первая группа – это школьники и первые курсы высших учебных заведений, а вторая – в основном уже работающие люди, ведущие более самостоятельный образ жизни.

«Ну, надо знать свою, во-первых, историю. Это часть воспитания культурного человека неотъемлемая должна быть. Элементарно это знание должно быть. Это даже не обсуждается. А вообще это сам процесс интересен для становления личности человека, его взглядов, мировоззрения». ФГ-2, ж, 29

Значимые события в истории России XX века

Анализ представлений участников о значимых событиях двадцатого века показывает отсутствие разногласий в перечислении таковых. Было названо большое количество значимых дат. Во время обеих фокус-групп был назван следующий набор:

- Великая Отечественная война;
- Перестройка;

- Первый полет в Космос;
- Распад СССР;
- Революция 1905 года;
- Революция 1917 года.

Порядок появления этих событий практически одинаков, первыми возникают два события, которые и являются лидерами – это революция 1917 года и Вторая мировая Война. Именно они по количеству голосов оказываются впереди и признаются значимыми как с положительными, так и с отрицательными последствиями.

Революция, война ВОВ, ну и 3-й… тут спорно. Либо можно назвать перестройку, либо расцвет СССР – 60-е. Полет в космос, первые спутники, полностью восстановленная страна после войны спустя 15-20 лет, поднятое производство, укрепление рубля… много плюсов можно перечислять. ФГ-1, м, 16

Далее мнения разделись, но большинство отдает третье место Распаду СССР, считая его наиболее неоднозначным по результатам, но безусловно оставившим заметный след в истории. Кроме того, признают значение первого полета человека в Космос.

В целом, молодежь назвала все основные события и обосновала их значимость и необходимость появления в такого рода списке, лидерами являются наиболее трагические для истории страны даты, положительных моментов названо не много и они второстепенны по мнению исследуемой группы. Такого рода вопрос стал толчком для дальнейшей дискуссии, которая развивалась вокруг событий 1917-го года.

События 1917 года: ценности, персоналии, факты, хронология, отношения участников

Как показали результаты анализа первых вопросов, участники фокус-групповых дискуссий признают Революцию 1917 года весьма значимым событием в истории России XX века, она делит лидерство с Великой отечественной войной. В анализе возможно выделение нескольких подпунктов, сообразно с обсуждаемыми вопросами. Во-первых, обратим внимание на

персоналии – то есть людей, которые ассоциируются с исследуемыми событиями и их описанием.

На вопрос, кто были **основные участники событий**, первой в обеих группах возникла фигура В.И. Ленина. Несколько человек сказали, что только Ленина и помнят. Далее шли перечисления основных силы, они с точки зрения участников беседы были весьма разнообразны и выглядели следующим образом:

«Ну там еще много партий было: кадеты, эсеры, левые, правые. И не было какого-то центра» ФГ-1, м, 20

«Большевики, меньшевики, кадеты» ФГ-2, ж, 30

К этому списку в ходе обсуждения добавился Николай II, как представитель царствующей власти, и его брат, которому было передано руководство страной.

Далее назывались такие революционные деятели как Троцкий («товарищ Ленина»), Колчак («белый генерал»), Деникин («генерал»), Молотов, Корнилов, Каменев и Зиновьев, последние два назывались исключительно в компании друг друга, им была дана более развернутая характеристика.

«Они члены РСДРПб. Их потом убрал Сталин, потому что они мешали, но это было уже после. Вообще, они были даже в партии оппозиционной, т.е. выступали против каких-то идей.» ФГ-1, м, 20

Так же описания и дополнительных фраз была удостоена фигура Милюкова:

“…он был председатель временного правительства и довольно неграмотно по моему мнению проводил политику, потому что народу не нужна была война, а он заявил, что мы будем продолжать войну”. ФГ-1, м, 20

Фамилия Керенского появилась лишь в обсуждении второй фокус-группы, но его роль была описана крайне расплывчато:

“Руководитель того какого-то Парламента или той организации, которая занималась законотворчеством. Ну и собственно говоря, потом и с ним было покончено, если я не ошибаюсь”. ФГ-2, м, 21

Таким образом, две группы смогли вспомнить почти всех основных действующих лиц с разной степени детализации их

роли в истории, но помогая друг другу участники все же смогли расставить всех основных фигур по своим местам.

Фактология

Далее обратимся к хронологии событий, так как ее помнят участники проведенных групп. Вторая, более старшая группа довольно быстро сориентировалась и обозначила наличие двух революций в 1917 году.

В 17 году 2. Сначала была февральская буржуазная революция. Слушайте, я плохо помню. Было 2 революции: буржуазная февральская и потом октябрьская. Все это время можно назвать конституционным. Царь ушел в отставку. Все это до октября произошло. Он передал свои полномочия своему брату, который отказался впоследствии. Великий князь. Я не помню что с ним было, но он сложил полномочия. До этого была разогнана Дума". ФГ-2, ж, 29

Но в целом, участники ДФГ не очень хорошо помнят последовательность событий, помогая друг другу, привлекая в помощь модератора, была восстановлена почти вся цепочка событий, уже упоминаемые персоны нашли там свое место. Было признано, что события и революции 1917 года - это единый процесс, который представлял собой борьбу различных группировок за власть, в результате одна из которой оказалась более успешной.

Признание единого беспрерывного процесса двух революций была подтверждена и первой фокус-группой.

«Вы хотите сказать, что то, что произошло в 1917 году – это был единый процесс? Я считаю, что да. Революция произошла в феврале, в марте – отречение и образовалось временное правительство. Задача которого - управлять страной до созыва Учредительного собрания… Его разогнали, если не ошибаюсь, большевики. И сами пришли к власти в октябре 1917 года» ФГ-1, м, 18

Таким образом, основные события были перечислены, но нужно отметить, что не все участники вспомнили их самостоятельно. Были лидеры мнений, точнее «эксперты», которые историю знают лучше (в данном случае это связано с фактом

сдачи ЕГЭ по истории или желанием это сделать в ближайшее время), которые называли основные отправные точки, и тогда уже другие могли добавлять и даже вспоминали более мелкие детали, именно так происходило реконструирование событий, совместными усилиями.

Особого внимания заслуживают рассуждения относительно причины произошедшего. Участники отмечают, что монархический кризис начинает отсчет с восстания декабристов, формирования прослойки разночинцев, которые были социалистами, они поступательно развивали свои идеи. Слабый император, военные неудачи, несостоятельные реформы рассматриваются как второстепенные факторы, главное было в «умах» людей.

«И целый ряд неудачных действий, допустим, как война русско-японская, там были не только неудачные действия, но и предательство. Ну и все это наложилось и было очень удачно использовано как предлог. Две проигранные войны, которые ударили очень сильно по самолюбию, по оценке положения России в мире. И это могло стать поводом. Ну и плюс ряд неудачных реформ. Столыпинские, они, конечно, неоднозначны были, но там не все так гладко прошло, что тоже усилило недовольство. – это все, конечно было неудачно. Это должно было случиться – это случилось». ФГ-2, ж, 24

Ценности

Лозунги, которые были объявлены организаторами революции, удалось воспроизвести практически дословно более младшим участникам. Именно они вспомнили, что было обещано, и что по их словам не оправдалось.

«Власть народу! Земли крестьянам! Фабрики рабочим! Власть Советам!» ФГ-1, м, 20

«Ну, чтобы власть народу. Свержение одного строя монархического, где власть передавалась из поколения в поколение от отца к сыну или каким-то родственникам. Попытка уравнивания возможностей. То что я помню» ФГ-2, ж, 29

Наибольший интерес представляет интерпретация реализации декларированных лозунгов. С точки зрения участников

дискуссий, в результате революций поставленные задачи были реализованы, но «не для народа, а для власти, которая говорила, что власть у народа». Наглядный пример был озвучен по отношение к земле. Землю крестьяне получили, но то, что с нее собирали – забирала власть.

«Получили, но уж лучше бы не получали, чем на тех условиях. Помнишь закон о колосках Сталина, когда подобрал яблочко – тебя застрелили. А люди голодали, на самом деле голодали. Кого это волнует!» ФГ-1, м, 20

Такая же ситуация и с властью, которая осталась в руках «советов, совета народных депутатов, которых выбирает народ».

Таким образом, молодежь отрицательно оценивает итоги событий 1917 года, и в целом оценка революции негативна. Что принесли эти события?

Оценка событий

Во-первых, это насильственный способ решения ситуации, а именно смена режима. Сам способ оценивается не положительно, потому как возникла ситуация раскола общества, раскола семей, насильственное уравнивание социального статуса, материальных возможностей, образовательных перспектив, все это с одной стороны хорошо для широких масс, но с другой - метод осуществления не оправдывает имеющихся недостатков.

«Если говорить о негативной стороне, то насильственно все это произошло. Все эти жертвы, раскулачивание. Это как львы в цирке. Они приобретают новые способности, но при этом их бьют». ФГ-1, ж, 21

Насилие стало одной из основных характеристик этих событий, что оценивается однозначно плохо.

Кроме того, смена режима как факт изменения курса развития страны, как смена режима также оценивается скорее негативно. По мнению молодежи, российская империя была намного сильнее и лучше, чем Советский Союз впоследствии.Она была больше по территории, по международному влиянию, недостатком служило сильное социальное расслоение, но впоследствии все тоже ушло в классовость, потому это не рассматривается как большой «минус».

«Российская Империя представляла собой такой толчок к развитию. Мы могли бы хорошо жить. Монархия и сейчас существует» ФГ-1, м, 20

«Была же классовость, хорошо или плохо? Вот не знаю. В принципе, мне кажется, я бы жил хорошо там. Это уже в СССР у меня мама дворянских кровей, а пап – крестьянских. И они смогли сойтись. А до этого я не знаю, как бы я сейчас жил… Сословия были уничтожены и все стали одинаковые – не знаю плюс это или минус». ФГ-1, м, 20

Дополнительным недостатком является стрессовость ситуации для общества в целом, для экономического его развития, для политического устройства и для жизни каждого человека в этом государстве. Сменилась идеология, убеждения менялись, наступил период безвременья и неопределенности, который и сейчас пугает современную молодежь и останавливает во многом от более активных действий.

«Да, да. Еще это и стресс. Есть те, кто управляет и есть мы – кто подчиняется. Когда это уравнивается, то это стресс и для тех, и для других: почему я должен стать наравне вот с этим, который огород мне копал вчера? А второй думает: «О, я теперь наравне с этим! И что мне с этим все теперь делать?» Вот эта вся уязвимость страны в этот период»ФГ-1, ж, 21

Таким образом, по результатам проведенных фокус-групп, можно констатировать негативную оценку событий 1917 года, связанных с теми последствиями, которые эти события принесли стране в будущем.

Возможно ли сейчас?

Таков был следующий вопрос, который был задан для обсуждения в группах. Мнение участников обеих групп совпало - с их точки зрения в современных реалиях это невозможно. Основная причина заключается в том, что население не готово к подобного рода переменам. Многим действительно не нравится то, что происходит в стране, как живется, тем не менее никто не объединяется, а активность заметна лишь он-лайн, в комментариях и постах социальных сетей. Недостаточен уровень деятельности оппозиционно настроенных людей: количество успешно

реализованных гражданских инициатив увеличивается, но незначительно, граждане чаще стали высказывать точку зрения, даже отстаивать ее, но этой группы все равно недостаточно, необходим ее рост.

Эта немногочисленная группа людей выбирает другой путь: одна ее часть уезжает из страны, другая ведет активность в рамках своего района или сообщества, проводя своего рода репетицию в миниатюре, третьи приспосабливаются в имеющихся условиях, даже создают свой бизнес.

«Я считаю, что нет(в настоящий момент повторение событий невозможно). Слишком маленькая прослойка людей, которые чем-либо недовольны. Я имею в виду не ценами на хлеб, а в целом существующей властью. Соответственно, она настолько маленькая и безынициативная. Ну, если она проявит инициативу, то в большинстве случаев это будет эмиграция, а не попытка смены власти, т.е. намного проще эмигрировать, если тебе что-то не нравится, чем что-то менять. То есть нет причин, т.е. маленькая прослойка среди тех, кому что-то не нравится патриотов своей страны, то есть им не просто не нравится, а они хотят что-то изменить» ФГ-2, м, 27

«Даже, если есть те, кто говорят, что их заботит судьба страны, им все равно не верят, потому, что мы привыкли к тому, что все куплено, ничего не сделано, т.е. не верят просто людям, которые могут что-то сделать. В любом случае хотя бы поверхностно нужно знать историю, потому что на ошибках учатся» ФГ-1, м, 20

Еще одной причиной, по которой сейчас подобные события невозможны, было названо отсутствие лидера. Нет человека, который способен повести за собой большинство, именно большую часть населения: разных возрастов, с разным уровнем образованием, религиозными взглядами и разным уровнем дохода. Не хватает человека, который бы объединил имеющийся потенциал, мотивировал и организовал совместную деятельность такого количества людей.

«Еще такой вопрос. Смена власти. Сейчас многие говорят, что 89% доверяют власти. Хорошо, допустим даже 50 на 50. Если не Путин, то кто? Если нет такой яркой фигуры, за

которой люди бы пошли. Бабушки дедушки, и не только, основная масса людей, я не говорю уже про элиту. Такого человека просто реально нет. И те, которые говорят, что мы против. У меня есть друзья, которые говорили, что если будет Путин у власти, мы уедем из страны, в результате никто не уехал. Все стараются, что-то меняют. Бизнес, не бизнес, но тем не менее, все остаются, приживаются при данных условиях, кончается только словом» ФГ-2, ж, 30

Тем не менее, респондентами были названы обстоятельства, при наступлении которых революция все же произойдет. Во-первых, это уже упомянутое увеличение количества оппозиционно настроенных людей, желающих перемени готовых что-то для этого делать, а не просто рассуждать, людей, готовых к реальным действиям. Во-вторых, необходима еще большая поляризация общества, еще больший разрыв между небольшой группой очень богатых людей и основной массой. В-третьих, появление лидера подобного движения, человека которому бы доверили свое будущее и будущее детей большая часть населения. Дополнительным, четвертым, фактором является дальнейшее ухудшение социальных, экономических условий жизни, дальнейшее принятие непопулярных политических решений, дальнейшее игнорирование потребностей населения, снижения уровня жизни в целом.

«Мне кажется, что если еще больше увеличится прослойка между элитой и низами, как в 17 году, например, недавно был принят закон об обучении, о том, что бесплатными будут только 3 предмета. Если такая тенденция будет развиваться, мне кажется, что революция у нас возможна. Как хаотичная, как на Украине, когда думали, что люди вышли митинг провести, а вот что там сейчас происходит! Если это зацепить, одну историю, то пойдет циклично» ФГ-2, ж, 28

Медийные источники информации

Анализ мнений участников ДФГ относительно их медийного поведения и источников информации, из которых они черпают знания об истории, позволяет выделить несколько тенденций.

Первая закономерность связана с практически тотальным отказом от просмотра телевидения в пользу других альтернативных каналов информации. Телевизор, по точному определению одного из участников, воспринимают как «информационный шум», как некий фон, который крайне однообразен по интонации, по подаче сюжета, по окраске; однообразие мелькающих лиц и историй выступает дополнительным фактором в пользу других источников информации.

«Телевизор я стараюсь не смотреть. Очень надоел информационный шум. И какой канал не включи – везде обсуждение одного и того же, одного и того же. Становишься зомби просто. Поэтому я по телевизору стараюсь фильмы смотреть. Чем разбираться во всем этом, лучше ничего не читать и не смотреть. ФГ-1, м, 16

«Собственно говоря, присоединяюсь к обществу людей, не смотрящих телевизор. И даже стараюсь избегать всяческие новости и всякую лишнюю информацию». ФГ-2, ж, 29

Заменой телевизора стал Интернет, именно он приобретает популярность и завоевывает аудиторию в том числе, в части потребления новостей. Предпочтение он-лайн новостей является второй заметной тенденцией. Достоинствами нового медиа являются: разнообразие представленных данных и точек зрения, возможность проследить историю развития события или новости, интерактивный характер представления данных. Кроме того, Интернет часто является средством для сравнения, источником, в котором ищут разнообразие мнений. Интернет-компании, увеличивая свой трафик посещения страниц, часто программируют свою страницу таким образом, что она появляется первой и таким образом является обязательной для просмотра. Часть исследуемых именно таким образом знакомиться с новостями, читая первые «всплывающие» новости.

«Информацию я беру преимущественно из интернета, но при этом сравниваю с государственными СМИ. В основном с фейсбука, сайта слон.ру, открытая Россия, медуза». ФГ-1, 17

«Ну и в Яндексе, он обычно открывается первым, прочитываю первые 5 новостей. Больше, собственно, ничего не люблю» ФГ-2, м, 24

В качестве конкретных предпочтений, кроме уже озвученных порталов Слон, Яндекс, назывались и френдленты социальных сетей – Фейсбука, Вконтакте.Также отмечают такой ресурс, как Википедия, он завоевал любовь пользователей за доступность, открытость, дружелюбность по отношению к читателям. Кроме того, этот ресурс охватывает весьма разнообразные темы, что делает его практически универсальным.

«Я в поддержку википедии скажу, что поддерживается не только какое-то определенное официальное мнение, но еще и другие позиции. В этом огромный плюс википедии». ФГ-2, м, 21

«Я мог бы назвать википедию таким источником, помня прекрасно о том, как она делается, какие там есть издержки. То есть она является очень легким способом восполнить, то есть получить информацию быстро. Там есть ссылки на источники и понятно, что на это нельзя ссылаться в каком-то исследовании, но для того, чтобы получить общее представление – это очень полезный инструмент. Думаю, что я пользуюсь им чаще всего для того, чтобы просветиться по каким-то вопросам, в том числе по вопросам истории России. Никто не гарантирует объективности, но все к ней стремятся, то есть она прописана там» ФГ-2, м, 27

Новые технологии привлекают внимание не только формой, но и содержанием. Мобильность, доступность, интересная подача информации привлекает все большее внимание. Молодая аудитория открывает для себя новые сайты, создаются специальный страницы, тематически наполненные, позволяющие увлеченным людям найти больше информации, поделиться ее, обсудить, прочитать комментарии друзей, все это безусловно увеличивает популярность интернет-проектов, в том числе и связанных с историей. Это те инструменты, которые способны «достучаться» до молодой аудитории.

«Я добавлю, с новыми каналами еще информация появляется, ну научно-популярными, скажем так. Разного рода сайты на «постнаука», на «слоне», еще какие-то. «Русская планета» прекрасные делала публикации. Все что делается, материалы по истории, в том числе международной. В меньшей степени – это какие-то академические исследования, издаваемые условно

говоря … или собственно ВШЭ. Вот меня интересует в частности то, что называется «совьет стадиез». Я возьму, например, тему про сталинизм. Есть хорошие истории западные в основном, которые связаны с советским периодом». ФГ-2, м, 27

Проведенный анализ показал разнообразие источников информации об истории, в частности, о событиях 1917 года. Назывались разнообразные варианты, последовательно рассмотрим их более подробно.

Самым первым источником называли книги, это в первую очередь учебники истории, разнообразные методические издания и брошюры по подготовке к экзаменам. Далее вспоминались художественный произведения: это были книги, входившие в школьную программу (такие, например, как поэма «Двенадцать» А. Блока, «Доктор Живаго» Б. Пастернака), так и дополнительное чтение.В основном это длинные произведения, действия которых охватывают большой период исторического времени в истории семьи или отдельного человека – «Угрюм-река», «Поднятая целина», «Белая гвардия». Названия некоторых произведение респонденты не смогли вспомнить, только описать сюжет. Наибольшее обсуждение заслужила «Угрюм-река», участники ушли с явным желанием прочитать или перечитать это произведение. Кроме того, исследуемая группа молодежи отметила, что сейчас существует тенденция чтения исторических романов (это было отмечено во второй группе, более старшего возраста, после школы у которых прошло более пяти лет и более). Такой интерес объясняется желание почитать про семейственность, про монархию, про королевский уклад, про то, как жили раньше, своего рода ностальгия.Большой интерес вызвали книги Б. Акунина, его исторические романы, которые в деталях воссоздают описываемую эпоху.

«Шишков «Угрюм-река». Это книга, которая охватывает большой очень период России. Она художественная, содержит много фактов. И Черкасов , у него трилогия«Конь рыжий», «Хмель» и «Черный тополь». Там тоже очень большой пласт. Это очень крупный писатель уровня Льва Толстого, не побоюсь

этого сравнения. Не знаю почему у нас его не преподают детям» ФГ-2, ж, 28

«Вот «Поднятая целина». Наверное потому что тяжело воспринимать детям, поэтому не проходят, а было бы интересно и полезно». ФГ-2, ж, 29

«Ну и книги. Учебники я читала, а вообще нравится Акунин, исторические романы. Конечно, там он сам все как-то обдумывал» ФГ-2, ж, 28

«Учебники истории» ФГ-1, ж, 17

К разделу книг относятся и различного вида энциклопедии и сборники. У всех были такого рода большие книги в детстве, и обсуждение пришло к мнению, что это было интересно и увлекательно. Дополнительным преимуществом является его большой объем и разносторонний характер информации.

«Была такая компания Ридерз Дайджест. У них была шикарная энциклопедия. Энциклопедия просто шикарная. Мне мама с детства ее читала. Я половину естественно не понимала, но все же очень познавательно и интересные картинки. По мне так изучать историю гораздо интереснее, чем слушать нудные уроки». ФГ-1. ж, 21

Другим весьма продуктивным инструментом для информирования представлений о российской истории являются художественные и документальные фильмы. Именно кинематограф может в одном кадре показать то, что книга будет описывать в течение главы, потому и впечатление более сильное оказывает, так как вовлечение интенсивнее. В дополнении к этому, кино является более легким вариантом поглощения новостей. С другой стороны, не нужно забывать про субъективность фильмов, авторском взгляде, которые фильм репрезентирует зрителю. Именно поэтому существует несколько фильмов по одной и той же книге, посвященной одному историческому сюжету, и в такой случае интересно познакомиться со всеми имеющимися вариантами и сравнить – каким образом представлены те или иные факты, как описаны главные герои, в каком хронологическом порядке идет повествование.

«Фильмы. Фильмы очень хорошо передают ту эпоху, человеческое лицо. Это очень показательно, и мне кажется, лучше

фильмы смотреть, чем уроки. Там это все передается и эмоции через диалог, через образы». ФГ-2, ж, 29

«Когда посмотрел кино, я определенно знаю, что это мнение режиссера, что все было совсем не так. Но я не могу, когда я вспоминаю ситуацию, я в первую очередь вспоминаю образ зрительный, допустим я понимаю, что он неправильный, но все равно я к нему возвращаюсь, поэтому надо тщательно фильтровать Есть такая беда». ФГ-2, ж, 28

Молодежь ведет довольно активный образ жизни, потому круг источников получения информации весьма разнообразен. Был назван также театр, в частности, спектакль «Белая гвардия» по пьесе М. Булгакова, еще несколько постановок, название которых участникам исследования вспомнить не удалось.

Необычным источником, названным респондентами, стали выставки. Молодежь посещает их, находит интересные для себя события. Так, один из участников поделился информацией о тематической экспозиции, которая отражала дух времени исследуемых событий нетрадиционным способом, через работы художников той эпохи.

«Я был на выставке Питера Гринуэя в прошлом году в Манеже. Очень интересные видел инсталляции про поэтов и художников этого времени. Сразу после революции какие у них были интересные творческие идеи, что потом произошло после репрессии. И там были такие рассказы актеров, художников и поэтов. Это было очень интересно, познавательно». ФГ-2, м, 23

Еще одним распространенным источником сведений являются «значимый другой», а именно родители, родственники, друзья. Именно с ними происходят жаркие обсуждения. Они являются проводниками для посещения новых мест, чтения новых книг. Так, например, наша группа завершиласьтем, что несколько человек ушли, записав название книги «Угрюм-река» с желанием найти ее и прочитать. Этот источник информации назвали участники второй группы, коллективные рефлексии являются их характерной чертой,в более молодой аудитории такие темы для обсуждения не актуальны.

Периодически политику даже обсуждаю: с отцом, с которым я периодически вижусь раз в неделю за ужином. И мы там что-то обсуждаем. ФГ-2, м, 24

«Ну это книги, естественно. В моем случае еще обсуждение с родителями, с отцом и когда слушаешь разговоры других людей». ФГ-2, м, 24

«Это не учителя. Это друзья, которые интересуются. Очень повезло, что круг, интересуется Древним миром, романовским правлением, Советским Союзом» ФГ-2, ж, 28

«У меня еще есть друзья, они иногда встречи организуют. Преподаватели Санкт-Петербургского Университета. Я на них иногда езжу, участвую» ФГ-2, ж, 29

Проективные методики

Анализ сделанных коллажей позволяет выявить несколько закономерностей, которые можно увидеть во всех четырех работах.

Во-первых, это черно-белое цветовое решение, которое преобладает в работах. Яркими пятнами являются красные активные вкрапления, это как наклеенные детали так и нарисованные (например красные галстуки), что является цветовыми атрибутами того времени (флаг СССР) и кроме того, красный символизирует кровь, слезы, все те бедствия которые неизбежны в революционных событиях, и которые с ними неизбежно ассоциируются. Красным цветом выделено слово «Кризис», кризис во всех областях, который последовал.

Во-вторых, существует поляризация, дихотомия, часто рисунки разделены на две части, иллюстрируя ситуацию на «до» и «после», участники пытались изображениями отразить те последствия, которые имела революция и показать какой Россия была до этого. Что касается изображения самой революции, то использованы работы Э. Босха, как квинтэссенцияуродств, фантасмагорий, различного рода искажений. Подтверждением образам служили сделанные словесные вырезки «Химера гражданской войны», «Диктатура будущего», «Гегемония». Ситуация «свобода-несвобода» также нашла свое отражение, в данном случае ребята иллюстрировали неудачный опыт реализа-

ции первоначальных замыслов, таких лозунгов как «Вся власть советам», неоправданность средств тому, что было достигнуто. Как одно из зол и рассматривается несвобода, цензура и превращение населения в «пианино из овощей».

В-третьих, работы отличаются фрагментарностью, как правило, изображения разрознены, разнесены на листе, нет никаких соединяющих линий, мотивов, это набор ассоциаций, которые не соединены в сознании, что соответствует знаниям, которые имеются у молодых людей.

Работы участников более старшей группы более рефлексивны, заметны причинно-следственные связи, рассказывается история «Thatwayquietastory», они размышляют и ищут ответы на вопрос «Черное или белое?», «Как нам обустроить Россию», «Что дальше?». Тогда как работы более молодой группы скорее визуальны, в них практически отсутствует текст, преобладают зрительные образы: изображена бедность, разруха, лишения, но отмечены и будущие победы страны, такие как полет Ю. Гагарина.

В целом, можно отметить интерес, который вызвал используемый инструментарий, это создало хорошую рабочую атмосферу, сопровождавшуюся дополнительными обсуждениями и рефлексированием над процессом конструирования коллажей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты выполненного исследования позволяют сделать следующие выводы.

События 1917 года весьма значимы и находятся на первом месте (они делят его с Великой отечественной войной) в российской истории XX века, характеризуются неоднозначным отношением, противоречивыми решениями, повлекшие за собой массу как положительных, так и отрицательных последствий.

Молодежь знает лишь основных действующих лиц (не всегда способна ответить на вопрос, чем они известны, какую позицию занимали и какую роль сыграли) и весьма в общих чертах может воспроизвести хронологию событий, путаясь в месяцах и годах.

События 1917 года воспринимаются неоднозначно, хотя доминируют негативные оценки. С точки зрения молодежи, революция принесла больше отрицательных последствий для страны, нежели положительных.

Медийные предпочтения явно склоняются в сторону Интернета, телевидение неинтересно, неразнообразно и не удовлетворяет информационные потребности. Молодое поколение ищет интерактивный способ подачи, вариативности и разных точек зрения.

Источники информации о событиях 1917 года крайне разнообразны: это книги (как учебные, так и художественные), Интернет-ресурсы, художественные и документальные фильмы, а также выставки и театр. Интересен факт, что в старшей группе значимым источником стали родные, друзья, одноклассники.

Результаты использования проективных методик подтвердили выводы основного метода исследования: знания весьма фрагментарны, путаются лица, события, даты. Черно-белая гамма, избранная при составлении коллажей некоторыми респондентами, говорит как о поляризации как общества, так и дихотомии оценок, связанных с исследуемым событием.

При общих для всех групп характеристиках (обращение к прошлому, позитивная коннотация, мифологизация), в каждой из групп прослеживается ярко выраженная особенность высказыва-

ний. Так, например, «возвращение к корням», во времени уходящее в туманное прошлое, легче всего поддается мифологизации по классической схеме «старые-добрые времена». Этот хронотоп достаточно отделен от настоящего времени, чтобы эмоциональные связи не мешали присваивать социокультурным ценностям (будь то абстрактные славянские традиции или идиллия патриархальных устоев царского времени) особое, мифологическое значение. Советское время, богатое на официальный пропагандистский дискурс, тоже поддается этому мифотворчеству. Конечно, в данном случае на пути становятся эмоциональные реакции, обусловленные тем, что источники, связанные с негативными коннотациями этого хронотопа, еще свежи, есть свидетели этого времени, которые далеки от того, чтобы его идеализировать. Однако с помощью рационализации или замалчивания этих явлений, мифологизирующие тексты легко обходят эти препятствия.

ЛИТЕРАТУРА

Литература на русском языке

1. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М. Кучково поле. 2001.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания, М.: Изд-во Аспект Пресс. 2000.
3. Аникин Д. А. Социальная память в обществе риска: опыт философской концептуализации. URL: http://www.socionauki.ru/journal/articles/138054/
4. Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М., Сусоколов А.А. Этносоциология. М., 1998.
5. Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М., 2004.
6. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции - М.: Аспект Пресс, 2005.
7. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора: Материалы к словарю. М., 1991.
8. Блумер Г. Общество как символическая интеракция // Современная зарубежная социальная психология. М.: Издательство Московского университета, 1984.
9. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Семантические исследования. М., 1996.; Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира. М., 1997.
10. Ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
11. Всероссийская научная конференция "1917 год: революции в России". URL: http://www.portal-slovo.ru/history/39081.php
12. Выготский Л.С. Мышление и речь. М., 1996.
13. Гири П. История в роли памяти? // Диалог со временем. Альманах интеллектуальной истории. Вып. 14. М., 2005.
14. Глебова И.И. Образы прошлого в структуре политической культуры России. Автореф. докт. дисс. М.: 2007. URL: http://read.virmk.ru/DISSER/diser_doc/2007/polit_kultur/GlebovaII.htm
15. Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России / Под ред. Л.М. Дробижевой. М.: Изд-во Института социологии РАН. 2006.
16. Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997 – 2002 годов. М.: Новое литературное обозрение, «ВЦИОМ-А», 2004.
17. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
18. Денисова Г.С., Радовель М.Р. Этносоциология. Ростов-на-Дону. 2000.

19. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., URSS, 2005.
20. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., Флинта-Наука, 2008.
21. Дробижева Л. Российская идентичность и тенденции в межэтнических установках за 20 лет реформ // Россия реформирующаяся : Ежегодник-2011 / Отв. ред. академик РАН М.К. Горшков. — Вып. 10. М. ; СПб. : Институт социологии РАН, Нестор-История, 2011. — С.72-85.
22. Задорин И., Бурова Ю., Сюткина А. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимость // Российское общество: становление демократических ценностей. М., 1999 / http://institute.org.ru/library/articles/1005846091.html
23. Заковоротная М.Ф. Идентичность человека. Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ. 2000,
24. Зарецкий Ю.П. История, память, национальная идентичность. http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/za4.html
25. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания. Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, 2003 год. URL: http://evartist.narod.ru/text5/76.htm
26. Здравомыслов А.Г., Андреев А.Л. Российская идентичность и национальное самосознание // Изменяющаяся Россия в зеркале социологии. М., 2004.
27. Иванова Н.Л. Гражданская идентичность как социальный капитал. URL: http://publications.hse.ru/chapters/96862289
28. История и память: Историческая культура Европы до начала Нового времени / Под ред. Л. П. Репиной. – М.: Кругъ, 2006.
29. Караулов Ю .Н., Петров В.В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
30. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1986.
31. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
32. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / Институт социологии РАН: - М.: Добросвет, 1998.
33. Киселев И.Ю. Смирнова А.Г. Формирование идентичности в российской провинции. М.: ИП РАН. 2001.
34. Киселева Л.А. Язык как средство воздействия. Л., 1971.

35. Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. Л., 1978.
36. Князева Е.И., Курдюмов С.П. Синергетика как новое мировидение: диалог с И.Пригожиным // Вопросы философии. – 1992. – №12.
37. Колшанский Г.В. Некоторые вопросы семантики языка в гносеологическом аспекте // Принципы и методы семантических исследований. М., 1976.
38. Колшанский Г.В. Текст как единица коммуникации//Проблемы общего и германского языкознания. М., 1978.
39. Кольцова Е.Ю. Производство новостей // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. Т. 2. №3 / URL: http://www.soc.pu.ru:8101/publications/jssa/1999/3/5kolz.html
40. Кузнецова Е.И. Медиареальность как коммуникативный медиум /Е.И.Кузнецова // Медиафилософия II. Границы дисциплины. Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. - СПб.: СПб философское общество, 2009.
41. Лакофф Дж. Когнитивное моделирование // Язык и интеллект. М., 1996.
42. Лебедева Н.М. Социальная идентичность на постсоветском пространстве: от поисков самоуважения к поискам смысла // Психологический журнал. 1999. Т. 20. №3.
43. Лебец А. С. Мифотворчество как социально-философская интерпретация политического процесса // Философия права. 2008. – № 6.
44. Левикова С.И. Молодежная субкультура. – М.: ФЛИР-ПРЕСС, 2004.
45. Левикова С.И., Бобахо В.А. Ценностные ориентации молодежных субкультур // Актуальные проблемы социологии, психологии и социальной работы. Этнонациональное, социокультурное развитие и социальное образование. Ежегодник. – Вып. 4. – Барнаул, 1995.
46. Леонтьев А.А. К психологии речевого воздействия//Материалы 4-го Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и коммуникации/АН СССР. М., 1974.
47. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М., 1999.
48. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
49. «Локус» социальной памяти: ресурс коллективной идентичности. URL: http://research-journal.org/philosophy/lokus-socialnoj-pamyati-resurs-kollektivnoj-identichnosti/
50. Лосев А. Ф. Диалектика мифа / Сост., подг. текста, общ. ред. А.А. Тахо-Годи, В. П. Троицкого.- М.: Мысль, 2001.
51. Лотман Ю. М. Альтернативный вариант: бесписьменная культура или культура до культуры? // Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки русской культуры, 1999.

52. Лоуэнталь, Д. Прошлое – чужая страна. – СПб., 2006.
53. Люди русские и западные: близость и противоположность двух национальных характеров в оценках россиян // «Омнибус ВЦИОМ». – 22 авг. 2005. – пресс-выпуск №274. URL: http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=1634
54. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека/М.Маклюэн. Пер. с англ. В.Николаева. - М.:2000 «Издательство АСТ», 2004.
55. Матурана У. Биология познания // Языки и интеллект. М., 1995.
56. Мегилл А.Историческая эпистемология. – М.: Канон+, РООИ «Реабилитация», 2007. – 480 с. URL: http://abuss.narod.ru/Biblio/megill/megill12.htm
57. Найдыш В.М. Мифология. — М. КНОРУС, 2010.
58. Наумова С.А. Слово как раздражитель аудитории: к вопросу об исследовании семантических пространств политических понятий // Методология исследований политического дискурса / Сост. и общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 1998. Вып. 1.
59. Неретина С.С. Тропы и концепты. - М., 1999.
60. Омельченко Е.Л. Молодежные культуры и субкультуры. – М.: Издательство «Институт социологии РАН». – 2000.
61. Омельченко Е.Л. Молодежь России между активностью и пассивностью URL: http://region.3ebra.com/resources/articles/article6/
62. Ортони А., Клоур Дж., Коллинз А. Когнитивная структура эмоций // Язык и интеллект. Сб. – М.: «Прогресс», 1996.
63. Особенности конституирования национальной и этнической идентичности в современной России. СПб., 1999.
64. Петренко Е.С. События конца XX века в памяти россиян. В кн.: XIV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. М.: 2014.
65. Плампер Ян. Эмоции в русской истории // Российская империя чувств: Подходы к культурной истории эмоций. Сб. статей / Под ред. Яна Плампера, Шаммы Шахадат и Марка Эли. М.: Новое литературное обозрение, 2010.
66. Платформа национального примирения России. Министр культуры России сформулировал пять тезисов, обеспечивающих преемственность истории страны. URL: http://lenta.ru/articles/2015/05/20/medinskyvoice/
67. Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка. Монография. Воронеж: «Истоки», 2007.

68. Потебня А.А., Байбурин А.К. Философия языка и мифа// Потебня А.А. Слово и мысль. – М: Правда, 1989.
69. Пропп В.Я.Морфология сказки. 1928.
70. Репина Л.П. Память и знание о прошлом в структуре идентичности. http://roii.ru/dialogue/roii-dialogue-21.pdf
71. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. М., URSS, 2009.
72. Садохин А.П. Этнология. Калуга, 1999.
73. Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1986. Вып. XVII. с. 191.
74. Солсо Р.Л. Когнитивная психология. М., 1996.
75. Сорокин Ю.А. Психолингвистические аспекты изучения текста. М., 1985.
76. Сорокин Ю.А. Статус факта (события) и оценки в текстах массовой коммуникации // Политический дискурс в России-4. М., 2000.
77. Сухачев В.Ю. Национальная идентичность - теория и реальность // Тайлор Э.Б. Миф и обряд в первобытной культуре. / Пер. с англ. – Смоленск: Русич, 2000.
78. Теория поколений в России. URL: http://rugenerations.su/category/авторы/евгения-шамис-авторы/
79. Тихомирова Е.А. Метафора в политическом дискурсе // Методология исследований политического дискурса. М., 1998. Вып. 1.
80. Токарева И.И. Этнолингвистика и политический дискурс // Методология исследований политического дискурса / Под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 1998. Вып. 1.
81. Тоффлер Э. Третья волна – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004.
82. Третьякова Г.Н. Ментальная схема «свой мир» // Методология исследований политического дискурса / Сост. и общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 2000. Вып. 2.
83. Ухванова-Шмыгова И.Ф. Каузально-генетическая модель // Методология исследований политического дискурса / Сост. и общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 1998. Вып. 1.
84. Ухванова-Шмыгова И.Ф. Этнолингвистика и политический дискурс // Методология исследований политического дискурса / Под ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 1998. Вып. 1.
85. Фомичева И.Д. СМИ как партиципарные коммуникации. М.:2002.
86. Фомичева И.Д.. Социология Интернет-СМИ: Учебное пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2005.
87. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. – М.: Русский язык. 2002.

88. Франсуа Э.«Места памяти» по-немецки: как писать их историю? // Ab imperio. 2004. № 1.
89. Халлидей М.А.К. Лингвистическая функция и литературный стиль//Новое в зарубежной лингвистике. М., 1980.
90. Хальбвакс М Коллективная и историческая память // Память о войне 60 лет спустя: Россия, Германия, Европа. М., 2005.
91. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / Пер. с фр. и вступительная статья С.Н. Зенкина. – М.: Новое издательство, 2007.
92. Харфф Б., Гурр Т. Подходы к анализу этнополитической мобилизации и конфликта // Социальные конфликты: Экспертиза, прогнозирование, технологии разрешения. М., 1997.
93. Хотинец В.Ю. Этническое самосознание. СПб., 2000. ;
94. Хюбнер К. Истина мифа М.: Республика, 1996.
95. Цуладзе А. Политическая мифология. – М.: Алгоритм, 2003.
96. Что ждет Россию в 2020 году? // «Омнибус ВЦИОМ». – 09 июня 2012. – пресс-выпуск №2043. URL: http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112823
97. Шафф А. Введение в семантику. М., 1963.
98. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. – М.: Издательство ЛКИ, 2008.
99. Швейцер А.Д. Современная социолингвистика. Теория, проблемы, методы. М., 1977.
100. Шейгал Е.И. Смысловая неопределенность как фактор политического дискурса // Политический дискурс России-4. М., 2000.
101. Элиаде М. Аспекты мифа. / Пер. с фр. - М.: Академический проект, 2000.
102. Ю. Лотман Технический прогресс как культурологическая проблема // Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки (1968—1992). — СПб: Искусство-СПБ.
103. Ясперс К. Смысл и назначение истории. – М, 1991

Литература на иностранных языках

1. Anderson B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London, 1983.
2. Appadurai A. (1996). Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press.
3. Atkinson J.M. Our Masters' Voices: the Language and Body Language of Politics. Methuen, 1984.;
4. Bell A. Approaches to Media Discourse. London, Sage, 2001.

5. Blood, Rebecca. Weblogs: A History and Perspective [Электронный ресурс]/ Rebecca Blood. - 2000. URL: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html .
6. Brake M. Comparative Youth Culture. The Sociology of Youth Culture and Subculture in America, Britain and Canada. London: Routledge & Kegan Paul, 1985.
7. Camilleri J. Rethinking Sovereignty // Contending Sovereignties. Redefining Political Community. Edited by R. B. J. Walker and Saul H. Mendlevits. Lynne Rienner Publishers. Boulder, London, 1990.
8. Castells M. (2009). The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. II, London: Wiley-Blackwell; Tomlinson J. (1999). Globalization and Culture, Chicago: University of Chicago Press.
9. Castells M. (2012). Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. N.Y.: Polity; Bennett L. (ed.) (2008). Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth. Cambridge, MA: MIT Press.
10. Certeau Michel de. The Practice of Everyday Life. Berkely, Los Angeles, and London, 1984.
11. Cooley Ch. H. The Signficance of Communication // Reader in Public Opinion and Com-munication / Ed. Berlson B., Janowitz M. New York, 1953.
12. Curie H. Sociolinguistics and the Two American Orthodoxies. Texas, 1975.
13. Dennis E.E., Merrill J.C. Basic Issues in Mass Communication: A Debate. New York, 1984.
14. Edelman M.J. Political Language: Words that Succeed and Politics that Fail. New York, 1977.
15. Entman R. Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Commu-nication. 1994. Spring.
16. Fairclough N. Media Discourse. London, 1995.
17. Fairclough N., Wodak R. Critical Discourse Analysis. A Multidisciplinary Introduction//Discourse as Social Interaction. Discourse Studies/T.A. Van Dejk (ed.). London, 1997.;
18. Fowler R., Hodge B., Kress G., Trew T. Language and Control. London, 1979.;
19. Fukuyama F.Identity, Immigration, and Liberal Democracy // Journal of Democracy. 2006. Vol. 17. No. 2.
20. Galtung J., Ruge M. The Structure of Foreign News: the Presentation of Congo, Cuba and Syprus in Four Foreign Newspapers // Journal of International Peace Research. 1965. №1.

21. Garfinkel H. Studies in Ethnomethodology. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1986.
22. Geary P.J. The Myth of Nations: The Medieval Origins of Europe. Princeton, 2002.
23. Giddens A. Modernity and Self-Identity. Stanford (Cal), 1991.;
24. Global Modernities. Edited by Mike Featherstone, Scott Lash and Ronald Robertson. SAGEPublication, 1995.
25. Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Cambridge, 1974.;
26. Greatbatch D. Aspects of Topical Organisation in News Interviews: the Use of Agenda-Shifting Procedures by News Interviews//Media Culture and Society. 1986. Vol. 8(4).;
27. Habermas J. Theory of Communicative Action. Heineman, 1984. Vol. 1.;
28. Habermas J. Theory of Communicative Action. Heinemann, 1984. Vol. 1.
29. Handbook of Discourse Analysis / T. van Dijk (ed). New York, 1985. 4 vols.
30. Herd E.W. Myth and Modern German Literature // Myth and the Modern Imgination. Six Lectures Edited by Margaret Dalziel. Dunedin – University of Otago Press, 1967.
31. Heritage J. Analizing News Interviews: Aspects of the Production of Talk for Overhearing audiences//Handbook of Discourse Analysis / T. van Dijk (ed). Vol. 3. 1985.;
32. Heritage J. and Watson D. Formulations as Conversational Objects//Everyday Language: Studies in Ethnomethodology/G.Psathas (ed). Irvington, 1979.
33. Herring S. C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse [Электронный ресурс] / S.C. Herring. - 2007. URL: http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761.
34. Huntington S. (2005). Who Are We?: The Challenges to America's National Identity. London: Simon and Schuster; Huntington S. (2011). The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. London: Simon and Schuster.
35. Hurrel A. Expanding in Resurgence of Regionalism in World Politics // Review of International Studies. Vol. 21, № 4, October 1995.
36. Hutchby I. The Organisation of Talk on Talk Radio//Broadcast Talk/P. Scannel (ed). Sage Publications, 1991.;
37. Hymes D. The Ethnography of Speaking//Anthropology and Human Behavior. Washing-ton D.C., 1962.
38. Jameson F. The Political Unconscious. Narrative as a Socially Symbolic Act. New York, 1981.

39. Jensen K.B., Contexts, cultures and computers. The cultural contexts of mediated communication in Jensen K.B. (ed.), A Handbook of Media and Communication Research, London, Routledge, 2007
40. Kress G. and Threadgold T. Towards a Social Theory of Genre//Southern Review. 1988. №21.
41. Lakoff R. Language and Woman's Place. New York, 1973.
42. Lawrence R. Robertson. Ethnic Politics in the Russian Republics: Ethnic Revivials and Language Policies. Prepared for the Regional Russia Workshop, the Kennan Institute, Woodraw Wilson Center meeting. Washington DC, January 22-24, 1998.
43. Lazarsfeld P.F., Merton R.K. Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action // Mass Communication / Ed. Scramm W. Urbana, 1960.
44. Leewen van T. Generic Strategies in Press Journalism // Australian Review of Applied Linguistics. 1987. Vol. 10 (2).;
45. Liebes T., Katz E. (1993). The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas. London: Wiley.
46. Lippmann W. Stereotypes // Language in Uniform. A reader on Propaganda / Ed. N.A. Ford. New York, 1967.
47. Manchini P. Simulated Interaction: How the Television Journalist Speaks // European Journal of Communication. 1997. Vol. 3 (2).
48. McCombs V.T. and Shaw D.L. The Evolution of Agenda Setting Research: Twenty Five Years in the Marketplace of Ideas // Journal of Communication. 1993. Spring.
49. McConnel-Ginet S. Language and Gender//Linguistics. New York, 1993.
50. McCracken G. (2008). Transformations: Identity Construction in Contemporary Culture, Urbana: Illinois University Press.
51. McNelly J.T. Intermediary Communicators in the International News // Journalism Qua-terly. 1959. №27.
52. McQuail D. Mass Communication Theory. London, 1996.
53. Mead G.H. Mind, Self and Society. Chicago, 1934.
54. Mey J.L. Whose Language. A Study in Linguistic Pragmatics. Amsterdam, 1985.;
55. Misztal B. Theories of Social Remembering. Maidenhead: Open University Press, 2003. — See more at: http://www.nlobooks.ru/node/2640#sthash.p5zf3FHP.dpuf[дата обращения – 08.07.2015].
56. Nash M. The Cauldron of Ethnicity in the Modem World. Chicago, 1989.
57. Neubert A. Text und Translation 1989
58. Nora P.(Ed.). Les Lieux de mйmoire. Vol. 1-7.Paris, 1984-1992; сокращенный русский перевод: Франция - память. СПб., 1999.

59. Nowson, S. The language of weblogs: a study of genre and individual differences. PhD Thesus (Unpublished manuscript) [Text] // S. Nowson. - University of Edinburgh, 2006.
60. Reinard J.S. Foundations of Argument. Effective Communication for Critical Thinkers, 1991.
61. Ricoeur P. Memory, History, Forgetting / P. Ricoeur, University of Chicago Press, 2004.
62. Schiller H. (1976). Communication and Cultural Domination. N.Y.:M. E. Sharpe.
63. Schlesinger P. (1991). “Media, political order and national identity”, Media, Culture and Society, n 13.
64. Steven Knapp. Collective Memory and the Actual Past // Representations. № 26. Spring 1989.
65. Tajfel H., Billing M.G., Bundy R.P., Flament C. Social categorization and intergroup behavior // European Journal of Social Psychology. 1971. 1.
66. Tolson A. Speaking from Experience: Interview Discourse and Forms of Subjectivity: PhD thesis. Univ. of Birmingham, 1990.;
67. Van Dijk T.A. (ed). Discourse Studies. London, 1997.; Handbook of Discourse Analysis / T. van Dijk (ed). New York, 1985. 4 vols.
68. Van Dijk T.A. Ideology. A Multidisciplinary Study. London, 1998.
69. Willis P. Common Culture. Simbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young. London: Open University Press, 1990. Ch.5.
70. Zailer J.R. The Nature and Origin of Public Opinion. Cambridge, 1992.

Дзялошинский И.М. Пильгун М.А.,
Давыдов С.Г., Логунова О.С.

Россия в 1917 году в восприятии современной российской молодежи: медиадискурс

Монография

Подписано в печать 10.11.2015.
Формат (60x84) 1/16. Бумага офсетная.
Гарнитура Times New Roman
Печать цифровая. Усл.-печ. л. 6. Тираж 500 экз.
Заказ № 2018

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики».
101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.
Отпечатано в типографии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»:
125319, Москва, Кочновский проезд, 3.