

13. Conservatives: David Cameron: Conference Speech 2008: сайт. URL: http://www.conservatives.com/News/Speeches/2008/10/David_Cameron_Conference_Speech_2008.aspx.

14. Huffpost Green: Obama UN Speech: сайт. URL: http://www.huffingtonpost.com/2009/09/23/obama-un-speech-text_n_296017.html.

15. Politico: Remarks of President-Elect Barack Obama. Election Night: сайт. URL: http://www.barackobama.com/2008/11/04/remarks_of_presidentelect_bara.php.

16. Politics: Barack Obama's Speech on Race: сайт. URL: <http://www.nytimes.com/2008/03/18/us/politics/18text-obama.html?ex=1363579200&en=01c3df099739ddd0&ei=5124&partner=permalink&exprod=permalink>.

17. Remarks of Senator Barack Obama (Columbus, OH): сайт. URL: <http://2008election.procon.org/sourcefiles/Obama20081102.pdf.php>.

18. Remarks of Senator Barack Obama (Jacksonville, FL): сайт. URL: <http://2008election.procon.org/sourcefiles/Obama20081103.pdf>.

19. The Telegraph: David Cameron's 'Union' Speech in full: сайт. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1572059/David-Camerons-Union-Speech-in-full.html>.

Е. Ю. Обидина

Медиаперсоны и медиалица российского информационного пространства: начало и дифференциация

УДК 008

Краткая история российских СМИ – это история медиавоздействия. Различие между медиалицом и медиаперсоной было неотчетливым в XVIII столетии, это единство возникает одновременно с формированием национального медиапространства. Они дифференцировались после 1830-х гг. Они соединяются снова в XXI веке.

Ключевые слова: медиаперсоны, медиалица, информационное пространство.

E. Yu. Obidina. Mediapersons and mediafaces of the Russia information space.

Brief history of Russian mass-media it's the history of mediainfluence. The difference between media-mask and media-person was indistinct in the XVIII century, it unity appears simultaneous with the creation of the national media-space. They are differentiated after 1830s. They are connected in XXI century again.

Key words: media-persons, media-faces, information space.

В современном российском информационном пространстве всё смешалось. Популярные фигуры, дилетанты от журналистики ведут собственные программы и представляются телеведущими (К. Собчак, И. Ургант, Л. Кудрявцева), а высококлассные профессионалы всё чаще кочуют по чужим эфирам и вечеринкам в качестве приглашенных гостей (В. Познер). Придумавший термин «advertising/popular culture mix» Дж. Фаулз объясняет эти явления неизбежным «обменом образами» между массовой культурой и рекламой, синхронно эксплуатирующими масс-медиа. Но важно не только развести близкие понятия, но и проследить историю их зарождения и дифференциации в национальном поле медиа.

Согласно К. Г. Юнгу, под *персоной* понимается социальная роль, которая реализуется субъектом в определенном социокультурном контексте и ожидается от него партнерами по коммуникации, а *лицо* – лишь маска, фальшивая обертка персоны. Соответственно, тот и другой феномен имеют свои проекции в информационном пространстве: *медиаперсоны* и *медиалица*. Профессионалы в информационном пространстве – это, собственно, медиаперсоны. Часто журналисты не подписывают созданные ими тексты или не присутствуют в кадре своих телепрограмм, но при этом они неизменно остаются *субъектами*, активными участниками процесса массовой коммуникации. А вот медиалица – это *объекты* журналистского творчества, герои статей и видеоматериалов. Буквально newsmaker переводится как «делатель новостей», но относится термин не к создателю медиатекстов, а к то-

му, кто часто упоминается в них. Это человек, про которого любое сообщение будет новостью. Такие люди занимают высокие должности во власти и бизнесе, обладают харизмой, представляют киноиндустрию и шоу-бизнес. Или не представляют из себя ничего (феномен «It girl»). СМИ и отдельные журналисты используют их в качестве приманки для массовой аудитории, но при этом сами становятся жестко зависимыми от них. Постепенно интересы медиалиц начинают определять редакционную политику. При многократном цитировании и регулярных упоминаниях медиалица становятся более значимыми, чем медиаперсоны.

Загадка информационного пространства в том, что оно является *системой*; но такой системой, которая не осознается разумом человека до конца. Оно воспринимается больше как *состояние*, и мы воспринимаем его через некие индикаторы: количество изданий, круг авторов и тем, резонанс от публикаций. Медиапространство – это динамично формирующийся информационный ресурс, важнейшей характеристикой которого является ограниченность от другого информационного пространства [8:23]. Основными параметрами его являются динамика трансформации, возможный доступ в него и граница с другими медиапространствами. Современное медиапространство России, конечно, очень доступно для проникновения и интегрировано в мировое медиапространство, но при этом сохраняет некую автономность, отличается меньшей скоростью трансформации, несет на себе некие неистребимые родовые черты. Понять последние можно только в том случае, если обладать неким *обратным зрением*. То есть ретроспективным видением трендов и проблем современного российского информационного пространства через призму прошлых веков.

Отечественное медиапространство моложе европейского почти на сто лет: первое печатное издание «Релацион» стало выходить в Страсбурге в 1609 г., а первый номер российской газеты «Ведомости...» вышел в конце 1702 г. За бурный XVII век в крупных европейских странах журналистика сформировалась как отдельная сфера деятельности. Голландия, как самая либеральная страна Европы того периода, издавала газеты на нескольких европейских языках, часть из них была органами оппозиции в эмиграции, часть – просто коммерче-

ски успешными изданиями. В Англии уже оформился институт партийных изданий, прошла начатая Д. Мильтоном дискуссия о цензуре, английский парламент принял закрепивший свободу слова для парламентариев «Билль о правах», а в 1695 г. цензура в стране была отменена навсегда [9:46]. То есть к моменту рождения российского аналога, совокупное европейское медиапространство имело собственную историю, границы, динамику качественных изменений, социальный статус и невероятные перспективы дальнейшего развития. При всех национальных различиях общим для европейских СМИ было то, что они возникали везде именно как частная коммерческая инициатива (пусть не всегда успешная). На протяжении XVII и последующих веков европейская журналистика, конечно, была тесно связана с именами известных литераторов и ученых, но она не замыкалась в поле литературных дискуссий и научных споров, а функционировала как ответ на политические и экономические события в обществе.

Медиапространство России создавалось и развивалось принципиально иначе. Подписывая указ о печатании «Ведомостей...», Петр I отнюдь не повторяет свою любимую Голландию, не переносит европейский опыт на русскую почву. В стране, где действует цензура, экономика и торговля подчинены госзаказу и еще не существует *общественной жизни*, он создает некий авторский издательский проект. Петр сам себе учредитель, издатель, редактор, ответственный секретарь, репортер, корректор, печатник и, конечно, первый читатель своего детища. Газета, во-первых, служит имиджевым целям: она описывает прибытие послов и полученные от них подарки, фиксирует успехи страны во внешнем круге, создает её цивилизованный образ. Во-вторых, «Ведомости...» становятся инструментом управления: они артикулируют назначения и награждения, победы флота и армии, выполнение военных заказов, строительство новых кораблей, проведение ассамблей и парадов. Все коллегии обязаны были регулярно поставлять в газету информацию, все состоящие на государственной службе люди обязаны были регулярно её читать. Важно отметить, что «Ведомости...» действительно создавали (пусть и очень медленно) тонкий слой читающей публики. Газета неуклонно расширяла круг тем, популяризировала науку и действия власти. С 1710 г. она печатается

гражданским шрифтом, иностранные слова сопровождаются переводом. По мнению историков, первая русская газета выполняла несомненные пропагандистские функции – была, по сути, рупором реформ Петра I и при этом ориентировалась на более широкую аудиторию [10:10]. После смерти своего основателя газета пережила затяжной кризис, но сохранилась. Десять лет (1741–1751) отдал ей М. В. Ломоносов, начав в качестве переводчика и закончив ведущим автором и редактором. При нем увеличился тираж и вырос авторитет «Санкт-Петербургских ведомостей». Вторая газета, «Московские ведомости», появилась только в 1756 г. при типографии Московского университета. Первоначально она тоже была чересчур официальной и убыточной. Рожденная властью (буквально «из головы Зевса»), отечественная журналистика развивалась медленно, слабо и неритмично. За 50 лет – 5 изданий: две официальные газеты (выжившие) и три академических издания (выходившие нерегулярно, на латинском или немецком языках и быстро закрывшиеся). Более полувека (до 1759 г.) правительство непосредственно и через Академию наук держало монополию на печатное слово [2:15].

Качественный скачок в развитии новорожденного медийного ресурса приходится на правление Екатерины II. Подчеркивая, что она является «прямой наследницей» Петра I, новая правительница, тем не менее, действует в современном ей информационном поле страны иначе. Меньше указами и ограничениями, больше – личным примером и поощрением. Новый формат самодержавного медиавоздействия тоньше и деликатнее, оно часто проводится чужими руками. Достаточно вспомнить, что журнал «Всякая всячина» официально редактировал личный секретарь императрицы, журнал «Собеседник любителей русского слова» издавала Академия наук и редактировала её подруга – Президент Академии. В ряде официальных и частных изданий Екатерина печатала свои материалы анонимно. В первом же номере «Всякой всячины» в редакционном обращении она призвала всех просвещенных людей заняться морализующей публицистикой (в ответ появилось сразу 7 новых сатирических журналов). По существу, Екатерина предложила свою программу для всей журналистики: писать о достоинствах русского правительства, воспитывать общество

на положительных примерах, «хвалить сына отечества и изображать миролюбивого гражданина», указывать на пороки, а не на их конкретных носителей. Много сделав для поощрения и развития отечественной журналистики, Екатерина одновременно с этим официально учредила институт цензуры (соединив духовную и светскую), при ней профессия цензора получила государственный статус [3:31]. Екатерининская эпоха – первая попытка власти управлять информационным полем и влиять на общественное мнение с помощью официальных или полуофициальных печатных органов. И хотя граница между европейским и российским медиапространствами в XVIII в. была достаточно открыта (исключение – недолгое правление Павла I), влияние европейской журналистики на отечественную было минимальным, ибо последняя полностью зависела от монаршей воли.

«Дней Александровых прекрасное начало» знаменуют количественные изменения в медиапространстве. В первое десятилетие XIX в. в стране появилось 77 новых периодических изданий; среди них – ведомственные, специальные, провинциальные, коммерческие и благотворительные. Наряду с литературными альманахами и локальными изданиями различных обществ появляются журналы, охватывающие обширный круг тем и рассчитанные на широкую дворянскую аудиторию: «Вестник Европы» (1802), «Русский вестник» (1808), «Сын Отечества» (1812). В этом списке, безусловно, самым европеизированным является журнал Н. М. Карамзина с программным именем, который рекомендовался как литературно-политический орган. Карамзин давал яркие оперативные комментарии к европейским событиям, анализировал внешнюю политику Александра I и Наполеона, подводил итоги последнего военно-революционного десятилетия XVIII в. Но в конце 1803 г. Карамзин оставил пост редактора журнала ради работы над «Историей государства российского». Только что родившаяся российская политическая журналистика не получила продолжения. Характерны указания министра народного просвещения графа А. К. Разумовского: «Комитет гг. министров положил, чтобы в настоящих обстоятельствах издатели всех периодических сочинений в государстве, в коих помещаются политические статьи, почерпали из иностранных газет такие только известия, которые до России вовсе не ка-

саются, а имеющие некоторую связь с нынешним политическим положением заимствовали бы из «С-Петербургских ведомостей», издаваемых под *ближайшим надзором*» [3:45]. После Отечественной войны и создания Священного союза «ближайший надзор» (цензура) только усиливается. Невзирая на «бабкино воспитание», Александр I сознательно дистанцируется от прессы. Например, накануне неизбежной войны с Францией он принимает важное решение о создании под своим покровительством частного патриотического журнала («Сын Отечества») для формирования необходимого *общественного духа*; но не встречается с редактором будущего издания лично, а лишь передает через третьи руки 1000 рублей на начинание [4:59]. Царь осознает роль прессы, он заинтересован в более цивилизованном её функционировании (первый цензурный устав России 1804 года был документом либеральным и разумным). Но все последующие события его правления – активность министерства полиции, создание комитета «общей безопасности», смена членов Главного управления училищ и министров просвещения, контроль над университетами – еще раз доказывают, что развитие медиапространства мыслилось императором не как движение по накатанным европейским рельсам, а как свой «особый» путь. В частной переписке Александр I как-то упомянул о том, что он мечтал бы сделать «свою родину счастливой, но не в вульгарном смысле» [5:30]. Вероятно, свобода слова и наличие общественного мнения воспринимались им именно как слабость, «распушенность» европейских правителей.

Николаевская эпоха (1825–1855) знаменуется укреплением государства и расширением бюрократического аппарата, артикуляцией национальной идеи в виде пресловутой уваровской триады *православие-самодержавие-народность* и принятием двух подряд цензурных уставов (1826, 1828). Создание Собственной Канцелярии и особенно печально знаменитого III Отделения означает появление *подсистемы*, которая быстро развернулась в *систему* постоянного масштабного государственного контроля и борьбы с инакомыслием. Любые движения в медиапространстве контролируются цензурно-полицейским монстром: закрытие и появление изданий, смена редакторов, появление новых авторов и деятельность уже известных, темы публикаций,

вплоть до содержания библиографических заметок и рекламных объявлений. В 1831 г. император своей волей останавливает рост частных изданий и наращивает арсенал официальной прессы. К 1838 г. в 42 губерниях выходят официальные «Ведомости», которые подчиняются губернаторам и редактируются чиновниками по особым поручениям. Далее официальной прессой обзаведутся все губернии, уезды и полицейские управления. В 1845-ом министры добиваются права быть цензорами всего, касающегося деятельности их ведомств. Николай I целенаправленно увеличивает количество столичных структур, обладающих цензурными функциями. А. В. Никитенко в своем «Дневнике» насчитал их двенадцать [7:534]. В качестве хобби император самолично занялся цензурой всех и вся (от творчества Пушкина до коллекций Эрмитажа, учебников духовных семинарий и репертуаров провинциальных театров). В ответ на революционные события в Европе 1830 и 1848 гг. российское информационное пространство все более закрывается, переходит в автономный режим. Цензура и государственный контроль просто сканируют сферы книгоиздательства и печати, всю систему образования и культуру. Но, как говаривал государственный руководитель следующего, XX века, «процесс пошел». Запущенное по воле императора информационное пространство развивается дальше по своим, нерегулируемым властью законам. При жесткой цензуре и государственном регулировании еще не может сформироваться *медиарынок* (он начнет оформляться только в 60-е гг.), но само медиапространство уже демонстрирует качественные изменения.

Представив развитие отечественного медиапространства от рождения до середины XIX в., акцентируем внимание на постепенном расслоении первоначально синкретичной дефиниции *медиаперсона/медиалицо*. Безусловно, ключевые российские медиаперсоны и одновременно медиалица – Петр I и Екатерина II. В тени царствующих медийный субъектов остаются подлинные первопроходцы отечественного информационного поля. Это официальные редакторы и штатные сотрудники первых изданий: директор Печатного двора в Москве Ф. Поликарпов, директор Петербургской типографии М. Абрамов, переводчики Посольского приказа Б. Волков и Я. Синявич,

личный секретарь императрицы Г. Козицкий, Президент Академии наук Е. Дашкова, академики Г. Миллер, А. Крамер, И. Тауберт, Я. Штелин и М. Ломоносов. Все они активно способствовали становлению первых изданий, но, так сказать, «по совместительству», продолжая службу на разных государственных должностях. Их тексты практически всегда анонимны, публика знает их имена в ином контексте. Сами они редко акцентируют свою работу в изданиях и не считают себя журналистами. Потому некорректно именовать этих людей медиаперсонами в полном смысле слова, скорее это первые *медиафигуранты*.

Но вот в 1759 г. появляется первое частное издание («Трудолюбивая пчела»), и на медийную сцену выходят литераторы-любители: А. П. Сумароков, М. М. Херасков, Д. И. Фонвизин, М. Д. Чулков, В. Г. Рубан, Ф. А. Эмин, И. А. Крылов. Все они – лишь свита вокруг главной медиаперсоны/медиамазки (Екатерина II). Они *медиамазки/медиа-фигуранты*, ибо для каждого журнал – лишь эпизод литературной жизни, новый освоенный жанр, хобби. Специалисты характеризуют их издания как *моножурналы*. Один человек был одновременно издателем, редактором и автором такого журнала. Его родственники, друзья, сослуживцы, участники общего светского кружка – скромной читательской аудиторией (в наше время изменился масштаб, но суть явления осталась – *моножурналы* поразительно напоминают *живые журналы* в сети Интернет).

Среди этого поколения особняком стоит фигура известного русского просветителя Н. И. Новикова, которого с полным правом можно назвать третьей (после двух самодержцев) *медиаперсоной/медиамазкой*, лидером журналистики XVIII в. и прообразом будущих медиамагнатов. Все его 9 авторских изданий выбиваются из формата моножурнала. В разное время Новиков еще и редактор «Санкт-Петербургских ученых ведомостей», «Московских ведомостей». При нем приложениями к «Московским ведомостям» выходят «Экономический магазин», «Городская и деревенская библиотека». Новиков издает первый женский журнал и бесплатно – первый детский. Будучи владельцем нескольких типографий, Новиков придает невиданный

размах издательскому делу и книжной торговле. В 1785 г. он выпускает 35 % всей книжной продукции России [6:42].

С опередившего свое время Новикова начинается отсчет настоящих *медиаперсон*: Н. М. Карамзин, Н. И. Греч, А. А. Бестужев (Марлинский), Н. А. Полевой, М. Т. Каченовский, Н. И. Надеждин, А. С. Пушкин, В. Ф. Одоевский, О. И. Сенковский, А. А. Краевский, М. П. Погодин, К. С. Аксаков, И. В. Киреевский. Это профессиональные литераторы, ученые, преподаватели университета. У них разные взгляды, они принадлежат к противоположным литературным и общественным группам, кто-то гениален и известен в веках, кто-то просто одарен и «застрял» в своем времени. Но все они сознательно занимались журналистикой, в первую очередь, ради публичной артикуляции своих воззрений и принципов. При этом делали много черновой журнальной работы, редактируя и планируя номера, ведя переговоры с цензурой и типографией, занимаясь подпиской и расчетами с авторами. Одновременно Карамзин, Бестужев (Марлинский), Пушкин, Сенковский, Полевой и даже Греч упоминались в прессе и как литературные *медиалица*.

Бурное размежевание литераторов в 20–30 гг. XIX века на «аристократов» и «торговцев» достаточно условно. Этот спор фиксирует момент появления в российском медиапространстве первых профессиональных журналистов (Ф. Булгарин, О. Сенковский, А. Краевский). В 1825 г. Полевой введет в обиход слово «журналист», подразумевая под ним лидера публики, «колонновожатого». В 1834-м издатель Смирдин «поставит» на Сенковского как на «имя для публики», «держателя подписки». А уже к 1838-му В. Г. Белинский станет выразителем и создателем общественного мнения, «властителем дум». При этом в отличие от Сенковского и Краевского он никогда не будет стремиться к известности и не успеет узнать славы. Его главная цель – медиавоздействие на читающую публику, а не медиа-присутствие в массовом сознании в качестве «известной фигуры». И лишь спустя десятилетие после смерти Белинского при издании первого собрания его сочинений в прессе развернется бурная дискуссия о критике. Практически все отметят, что «Белинский имел еще другое значение, кроме литературного, – значение *человека общественного*» [1:131], и

имя его станет культурным резонатором в поле медиа на многие десятилетия вперед.

Таким образом, за полтора столетия российское информационное пространство прошло дистанцию от первых, буквально *правлящих* медиаперсон/медиалиц до профессиональных журналистов – медиаперсон и *правителей общественного мнения*.

1. Белинский В. Г.: pro et contra. СПб., 2011.
2. Ворошилов В. В. Журналистика. СПб., 1999.
3. Жирков Г. В. История цензуры в России XIX–XX вв. М., 2001.
4. Греч Н. И. Записки моей жизни. М., 1999.
5. Зорин А. Кормя двуглавого орла... Литература и государственная идеология в России в последней трети XVIII – первой трети XIX века. М., 2004.
6. Новиков Н. И. История России XVIII–XIX вв. М., 2004. Кн. 2.
7. Никитенко А. В. Записки и дневник: в 3 т. М., 2005. Т. 1.
8. Почепцов Г. Г. Информация & дезинформация. Киев, 2001.
9. Трыков В. История зарубежной журналистики от истоков до второй мировой войны. М., 2007.
10. Шерих Д. Ю. Голос родного города. Очерк истории газеты «Санкт-Петербургские ведомости». СПб., 2001.

Е. А. Смердова

**Нереференциальные имена: вероятностный аспект
интерпретации (на материале романа Станислава Лема
«Dzenniki Gwiazdowe»)**

УДК 821

Статья посвящена проблеме интерпретации нереференциальных имён в романе Ст. Лема «Звёздные дневники». Нереференциальные имена