
Т.Н. Парсаданова
Телепродюсерство
Современные аспекты
ПРОДЮСЕРСТВО

ВСЕРОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНЕМАТОГРАФИИ имени С.А. Герасимова (ВГИК)

Т.Н. Парсаданова

Телепродюсерство

Современные аспекты

Рекомендовано Учебно-методическим центром «Профессиональный учебник» в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 07.43.01 «Продюсерство»

Рекомендовано Научно-исследовательским институтом образования и науки в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 07.43.01 «Продюсерство»

ЮНИТИ
UNITY

Москва 2017

УДК 791.4.075(075.8)
ББК 85.382я73-1
П18

Р е ц е н з е н т ы:
кандидат экономических наук, профессор *В.И. Сидоренко*
(заведующий кафедрой продюсерского мастерства Всероссийского государственного института кинематографии им. С.А. Герасимова)
кандидат искусствоведения *Ю.М. Литовчин*
(ректор Гуманитарного института телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина, академик Международной академии телевидения и радио (IATR))

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Оформление обложки художника *А.Б. Коноплёва*

Парсаданова, Татьяна Николаевна.

П18 Телепродюсерство. Современные аспекты: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство» / Т.Н. Парсаданова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 231 с. — (Серия «Продюсерство»).

ISBN 978-5-238-02860-6

Агентство CIP РГБ

Профессия продюсера сочетает в себе творческие, финансовые и административные функции. Создание телепроекта — плод совместного труда большой команды. Но именно продюсер отвечает как за профессиональное воплощение, так и за то, какое воздействие телепроект окажет на телеаудиторию.

В учебном пособии рассматриваются аспекты, на которых продюсеру следует заострять особое внимание. Это — взаимопроникновение массовой культуры и СМИ; ценностные критерии аудитории и ее спрос на продукцию, отражающую основные функции телевидения; классификация современного контента по формату и жанрам; принципы программирования телевизионного эфира; методики, используемые для изучения предпочтений телеаудитории; основные показатели медиаизмерений и принципы финансирования телевидения.

Для студентов, обучающихся по специальности «Продюсерство» и другим кинематографическим специальностям, слушателей курсов переподготовки и повышения квалификации продюсеров кино и ТВ, а также для работников сферы культуры, искусства и мультимедиа.

ББК 85.382я73-1

ISBN 978-5-238-02860-6
© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2016
Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания (Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ).

«...Физики говорят с физиками, экономисты с экономистами; хуже того, физики-атомщики говорят только с физиками-атомщиками, а эконометристы — с эконометристами. Хотелось бы знать, не измельчилась ли наука в скоплении разделенных стенами отшельников, каждый из которых бормочет самому себе слова на специальном языке, который может понять только он сам... Распространение специализированной глухоты означает, что кто-то, кому следует знать что-то, что знает еще кто-то, не в состоянии понять другого из-за отсутствия «обобщенного слуха».

Т. Саати, К. Кернс

Введение

Являясь членом общества, человек, индивид не может избежать взаимодействия с информационным пространством социума: он воспринимает, перерабатывает разнообразные информационные потоки и функционирует, согласовываясь с формирующейся у него под влиянием медиавоздействия картиной мира.

Информация, представляемая средствами массовой информации, или массмедиа, приоритетна вследствие того, что они выполняют функцию ориентации индивида в окружающей среде, опосредованно способствуя реализации им своих базовых функциональных потребностей. Массмедиа 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 периодичность, с которой транслируются и воспринимаются материалы, представленные в различных формах — текстовой, графической, звуковой. В большинстве случаев репрезентируемые события, представляемые средствами массовой информации, дистанцированы от человека, т.е. он не имеет возможности наблюдать их непосредственно — будь то техногенная катастрофа, цунами, падение метеорита, замерзший Ниагарский водопад, межгосударственный визит и т.п. Но, не являясь непосредственным участником событий, он тем не менее проецирует эти ситуации на себя, рассматривая их как потенциальные угрозы собственному благополучию или как благо. Человеку необходимо некое «зеркало» как источник знания о себе, с целью создания картины мира, в которой он себя находит и узнает. Это образует его мир культуры.

А.А. Зиновьев писал: «Когда мыслители пишут и говорят о внутреннем мире человека, то сыплются имена Аристотеля, Платона,

Леонардо да Винчи, Микеланжело, Рафаэля, Гойи, Данте, Рабле, Шекспира, Бальзака, Достоевского, Толстого, Моцарта, Бетховена, Канта, Гегеля, Ньютона, Кампанеллы, Руссо и т.д. и т.п. Потом в ход идет статистика, — сколько выпускается книг, фильмов, видеокассет и т.д. <...> Создается впечатление, будто каждый человек таит в себе все эти духовные богатства и является потенциально Аристотелем, Платоном, Шекспиром, Данте, Достоевским»[1]. Ни в коей мере не причисляя себя к оным, скорее к тем, о ком он пишет далее, позволю такой же ход повествования, периодически отвлекаясь на свои ассоциации.

Можно вспомнить диалог древнегреческого философа Платона, посвященный проблеме идеального государства.

> « <...> Представь, что люди находятся как бы в подземном жилище наподобие пещеры, где во всю ее длину тянется широкий просвет. С малых лет у них на ногах и на шее оковы, так что людям не двинуться с места, и видят они только то, что у их прямо перед глазами, ибо повернуть голову они не могут из-за этих оков. Люди обращены спиной к свету, исходящему от огня, который горит далеко в вышине, а между огнем и узниками проходит верхняя дорога, огражденная, представь, невысокой стеной, вроде той ширмы, за которой фокусники помещают своих помощников, когда поверх ширмы показывают кукол.
> — Это я себе представляю, — сказал Главкон.
> — Так представь же себе и то, что за этой стеной другие люди несут различную утварь, держа ее так, что она видна поверх стены; проносят они и статуи, и всяческие изображения живых существ, сделанные из камня и дерева. При этом, как водится, одни из несущих разговаривают, другие молчат.
> — Странный ты рисуешь образ и странных узников!
> — Подобных нам. Прежде всего, разве ты думаешь, что, находясь в таком положении, люди что-нибудь видят, свое ли или чужое, кроме теней, отбрасываемых огнем на расположенную перед ними стену пещеры? <...>
> — Если бы узники были в состоянии друг с другом беседовать, разве, думаешь ты, не считали бы они, что дают названия именно тому, что видят?
> — Непременно так.
> — Далее. Если бы в их темнице отдавалось эхом все, что бы не произнес любой из проходящих мимо, думаешь ты, они приписали бы эти звуки чему-нибудь иному, а не проходящей тени? <...>
> — Такие узники целиком и полностью принимали бы за истину тени проносимых мимо предметов. <...> Когда же с кого-нибудь из них снимут оковы, заставят его вдруг встать, повернуть шею,

[1] *Зиновьев А.А.* Глобальный человейник. М., 2006. С. 17.

пройтись, взглянуть вверх — в сторону света, ему будет мучительно выполнять все это, он не в силах будет смотреть при ярком сиянии на те вещи, тень от которых он видел раньше.

— И как ты думаешь, что он скажет, когда ему начнут говорить, что раньше он видел пустяки, а теперь, приблизившись к бытию и обратившись к более подлинному, он мог бы обрести правильный взгляд? Да еще если станут указывать на ту или иную проходящую перед ним вещь и заставят отвечать на вопрос, что это такое? Не считаешь ли ты, что это крайне его затруднит, и он подумает, будто гораздо больше правды в том, что он видел раньше, чем в том, что ему показывают теперь? <...>

— Тут нужна привычка, раз ему предстоит увидеть все то, что там, наверху.

— Начинать надо с самого легкого: сперва смотреть на тени, затем на отражения в воде людей и различных предметов, и уж потом — на самые вещи; при этом то, что на небе, и самое небо ему легче было бы видеть не днем, а ночью, то есть смотреть на звездный свет и Луну, а не на Солнце и его свет. <...>

— Вспомнив свое прежнее жилище, тамошнюю премудрость и сотоварищей по заключению, разве не сочтет он блаженством перемену своего положения и разве не пожалеет он своих друзей?...

— А если они воздавали там какие-нибудь почести и хвалу друг другу, награждая того, кто отличился наиболее острым зрением при наблюдении текущих мимо предметов и лучше других запоминал, что обычно появлялось сперва, а что после, а что одновременно, и на этом основании предсказывал грядущее, то, как ты думаешь, жаждал бы всего этого тот, кто уже освободился от уз, и разве завидовал бы он тем, кого почитают узники и кто среди них влиятелен? <...> Обдумай еще и вот что: если бы такой человек опять спустился туда и сел бы на то же самое место, разве не были бы его глаза охвачены мраком при таком внезапном уходе от Солнца?

— Конечно.

— А если ему снова пришлось состязаться с этими вечными узниками, разбирая значение тех теней? Пока его зрение не притупится и глаза не привыкнут — а на это потребовалось бы немалое время, — разве не казался бы он смешон? О нем стали бы говорить, что из своего восхождения он вернулся с испорченным зрением, а значит, не стоит даже и пытаться идти ввысь. А кто принялся бы освобождать узников, чтобы повести их ввысь, того разве они не убили бы, попадись он им в руки?

— Непременно убили бы.

— <...> Восхождение и созерцание вещей, находящихся в вышине, — это подъем души в область умопостигаемого. Итак, вот что мне видится: в том, что познаваемо, идея блага — это предел, и она с трудом различима, но стоит только ее там различить, как отсюда напрашивается вывод, что именно она — причина всего правильного и прекрасного. В области видимого она порождает свет

и его владыку, а в области умопостигаемого она сама — владычица, от которой зависят истина и разумение, и на нее должен взирать тот, кто хочет сознательно действовать как в частной, так и в общественной жизни»[1].

Эти узники обречены всю жизнь наблюдать лишь тени мира, а не сам мир, так как они никогда не видели того, кто отбрасывает тени и что отбрасывает тени. Узники не в состоянии заподозрить существование чего-то более реального, чем тени, которые для них стали изображением мира.

Не напоминает ли описанная Платоном ситуация сегодняшнюю картину, когда весьма пассивный телезритель сидит перед телевизором и целиком и полностью принимает за истину изображения, проносящиеся перед его взором на экране. Так, нам показывают репортаж из города N, в котором мы никогда не были, и рассказывают о его красотах. Наблюдая эту картинку, мы оцениваем, насколько там действительно красиво. Но когда у нас нет никаких ассоциаций, связанных с этим изображением, то, как мы можем быть уверены, что это именно город N. Или другой пример: 14 февраля 2013 г. в 7.20 по Москве в небе над Челябинской областью были видны вспышки и инверсионный след от летящего предмета. Средства массовой информации сообщили, что это метеоритный дождь. А он бывает примерно раз в сто лет, следовательно, вряд ли мы его когда-либо видели — мы принимаем все на веру.

Индустрия массмедиа включает в себя различные предприятия, отличающиеся по формам собственности, способам получения доходов, аудиториям, технологиям и каналам распространения. Общей же особенностью является то, что они представляют собой экономические единицы и важнейший культурный и политический институт.

Основными сегментами индустрии СМИ являются:

- печатные СМИ (газеты, журналы);
- вещательные СМИ (телевидение, радио);
- информационные агентства, поставляющие для СМИ информацию;
- кинопроизводство;
- телепроизводящие компании;
- музыкальная индустрия;
- предприятия рекламного бизнеса;
- интернет.

Этот перечень можно продолжить. Так, преподаватель лондонского Центрального колледжа искусства и дизайна Святого Мартина считает, что комиксы заслуживают того, чтобы их причисляли к

[1] *Платон.* Собр. соч.: В 4 т. М.: Мысль, 1994. Т. 3. С. 295—298.

СМИ, хотя, может быть, у кого-то есть предубеждение по этому поводу, но комиксы имеют свое ярко выраженное лицо: это не компромисс между литературой и живописью, не кино на бумаге, это некий союз между словами и рисунками, который не уступает в выразительности другим СМИ[1]. Конечно, этот жанр сейчас более распространен в Европе. Во Франции его даже называют искусством. К примеру, появившийся в 1950-е г. комикс о древнем галле Астериксе, несмотря на то, что его создателя Рене Госиньи уже нет в живых, продолжает нас радовать своим героем в кино, на телевидении, на сцене, в компьютерных играх и в тематических парках вроде Диснейленда. Издания об Астериксе расходились по всему миру шестимиллионными тиражами. Канал СТС неоднократно ставил и, скорее всего, будет ставить серию фильмов об Астериксе в свою сетку вещания. Можно отметить, что комиксы все чаще становятся источником для кино — «300 спартанцев», «Город грехов», «Железный человек», «Бэтмен», «Женщина-кошка». Эти фильмы периодически выходят в телевизионный эфир. Некоторые телепроекты оформляются в похожей стилистике: например, программы канала «Рен ТВ» «Вечер с Тиграном Кеосаяном» (2007) и «Кто здесь звезда?» (2011) или проект Маргариты Симонян «Что происходит?» (2011). Да и премьерный показ фильма «Глухарь» («НТВ», 2010) подтверждает пристрастия некоторых к комиксам. Конечно, в разных странах к комиксам относятся по-разному, но, бесспорно, они заслуживают внимания.

Профессор австралийского Университета Дэвид Сондерс к медиа относит и книгоиздание — в связи с диверсификацией форматов печатной продукции. Согласно мировой тенденции сейчас происходит значительное сокращение объемов чтения и изменение его структуры, при котором чтение художественной и научной литературы сокращается и замещается текстами, транслируемыми различными медиа, в первую очередь электронными, что доказывает преобладание потребления текстов СМИ над другими. По данным Российской книжной палаты (РКП), в 2013 г. в России было выпущено 112 126 названий книг и брошюр совокупным тиражом 485,5 млн экземпляров. Для сравнения: в 1981 г. примерно в два раза меньше печатных единиц выпустили с тиражом 1 514 900 тыс. Согласно статистике, представленной в рамках ежегодной конференции Комитета по вопросам книгоиздательства при Высшем государственном совете по делам культуры Египта, в арабском мире издается порядка 1 650 книг в год, в то время как в США примерно 85 000. ЮНЕСКО в 2014 г. заявила, что на один миллион граждан арабских стран приходится всего 30 книг, а на один миллион европейцев — 854 прочитанных в год книги. То есть, на одного жителя

[1] Медиа. М.: ЮНИТИ, 2005. С. 17—28.

арабских стран в среднем приходится не более четверти прочтенной страницы в год. Самой читающей нацией в мире признаны американцы — 11 прочитанных книг в год, далее идут англичане с результатом 7 книг ежегодно[1]. По данным исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) «Тенденции чтения в России в 2014 году», 35% опрошенных россиян практически не читают книг. Женщины читают больше, чем мужчины, представители старшего поколения больше, чем молодые люди. Наибольшей популярностью пользуются романы о любви, на втором месте книги по истории, на третьем — детективы. В целом россияне стали читать больше — за три месяца 4,55 книги, тогда как в 2011 г. этот показатель составлял 3,94[2].

Общий тираж книг падает, но это в первую очередь связано с изменением носителя. Текст сохраняется в цифровом формате и становится доступным посредством компьютерных сетей в интерактивном режиме. Виды электронных носителей разнообразны — ПК, bookreader, смартфон, мобильный телефон, iPod, iPad, КПК, цифровой плеер. В последнее время получили широкое распространение аудиокниги в mp3 и rm форматах. Они позволяют прослушивать произведения М.Ю. Лермонтова, А.П. Чехова, А.И. Куприна, М.М. Пришвина, А.А. Блока, А.А. Ахматовой, О.Ф. Берггольц и других классиков отечественной и зарубежной литературы. Немало споров идет о будущей судьбе бумажных книг. Так, 20 августа 2010 г. канал «Россия К» посвятил этой теме телепрограмму «Пресс-клуб», а 2015 г. был объявлен Годом литературы, и в телевизионном эфире закончился масштабным мультимедийным проектом ВГТРК «Война и мир. Читаем роман». 1300 чтецов в течение 60 часов читали роман Льва Николаевича Толстого. Участниками проекта были люди самых разных возрастов, профессий и не только наши соотечественники. Фрагменты романа читали Анджей Вайда, Микеле Плачидо, Майкл Хоффман, Мюриель Майетт.

В стране утрачивается культура чтения бумажных книг. Молодежь, выросшая с компьютером, легче стала воспринимать электронный текст. Но знакомство с книгой должно быть в раннем детстве, и пока остается открытым вопросом, какую книгу давать ребенку.

Аудиокниги часто слушает среднее поколение, которое много времени проводит в автомобильных пробках, или те, у кого проблемы со зрением. Аудиокниги на пластинках существовали и в советские времена. Была большая серия пластинок для детей, на радио были регулярные циклы передач чтения литературных произведений. Попытка реанимировать такие программы была у «Эха Москвы», но, как представляется, с принципиальным отличием от

[1] URL:http: // news. rambler.ru.
[2] URL:http: //gtmarket.ru/news.

передач советского периода — литературные произведения читали журналисты, а не актеры. С 2015 г. на радиостанции «Говорит Москва» выходит проект «Слушаем книги».

Но не надо забывать, что книгоиздательская деятельность, несмотря на развитие Интернета, появление различных электронных книг, остается одной из главных характеристик уровня культурной политики стран в социальной статистике ООН и ЮНЕСКО.

Способность массмедиа доносить информацию широким слоям населения, рассредоточенным в пространстве, сделала их основным инструментом рекламы, пиара и пропаганды. Технологические инновации позволили создавать каналы коммуникации с каждым представителем аудитории в наиболее удобной форме. С появлением интернета вся система массмедиа вступила в эру интерактивных мультимедийных коммуникаций, в которой трансформируются привычные форматы и рождаются возможности более высокого уровня. Развитие методик изучения среды и эффективного воздействия на общественное мнение дает возможность добиться максимального результата от сообщения. Это открыло бизнесу перспективы безграничного расширения деятельности и продвижения своих интересов.

Еще одна особенность медиа — процесс интеграции СМИ в сферу досуга, что стало важной экономической и социально-политической тенденцией современного общества. По исследованиям ВЦИОМа (декабрь 2013 г.), 58% респондентов считают просмотр телевизора идеальным вариантом проведения выходных дней. Эти данные подтверждались и в 2014 г. материалами «Левада-Центра», когда 79% участников исследования признались, что свободное время они обычно проводят у телевизионного экрана. Анализируя состояние и структуру медиаиндустрии, экономисты большинства стран мира давно объединили рынок СМИ и развлечений. Основными секторами индустрии развлечений и СМИ можно считать киноиндустрию, телевидение, музыкальную индустрию, видеоигры, потребительские журналы и интернет.

Объяснение целого наилучшим образом получается объяснением его частей. Правда, это ни в коем случае не означает, что целое можно заменить его составными частями. Медиа и телевидение, в частности, как область науки, техники, культуры, связанная с передачей на расстояние изображений, — явление многосоставное. И как любая сложная система, состоящая из множества подсистем с самостоятельными функциями, она может быть управляема на основе изучения как самого содержания подсистем, так и содержания связей между ними. Под системой понимается совокупность элементов, рассматриваемых в их взаимосвязи. Понятие системы включает понятие о целом, состоящем из взаимосвязанных, взаимодействующих и взаимозависимых элементов, причем свойства системы в целом зависят от свойств ее элементов. Надо учесть, что из определения системы вытекает свойство эмерджентности: сумма свойств элементов не равна свойствам самой системы и опосредо-

ванно постулируется наличием среды, в которой система существует и функционирует.

Для системы окружающая среда есть совокупность всех объектов, изменение свойств которых влияет на систему, а также тех объектов, чьи свойства меняются в результате поведения системы. Определить, когда элемент принадлежит системе, а когда — окружающей среде, довольно сложно, так как разделение мира на две совокупности — систему и окружающую среду происходит во многом произвольно. Для облегчения построения модели сложной системы вводятся тектологические границы как контуры взаимодействия системы с внешней средой. Схематично это выглядит так:

То, что на «входе»	Граница	Система	Граница	То, что на «выходе»

То есть тектологические границы можно определить, как область соприкосновения взаимодействия нескольких систем (элементов системы).

Если рассматривать телевидение как систему, то надо отметить, что оно, уже исходя из определения, потребитель многоотраслевой продукции и источник удовлетворения многоотраслевых потребностей. В данном случае на «входе» системы можно выделить науку (научные дисциплины), технику, технологию, искусство. Ведь без физики, химии, математики, радиотехники, психологии, полупроводниковых технологий телевидение существовать не может. Первые опыты по передаче изображения на расстояние проводили еще в конце XIX в. именно физики, инженеры. В семидесятые годы XX в. появилась видеопленка. Телевидение создавалось людьми и для людей, а это — психология и психология восприятия. Впоследствии к этому явлению присоединились социологи. Начиналось телевидение, как аттракцион, с показа движущегося человека на экране, а потом, с появлением новой техники, стали снимать концертные и театральные номера. То есть музыка, театр, кино, литература также на «входе» системы. «Выход» — многофункционален, это в первую очередь — средство массовой информации, домашнее видео и домашнее кино, фильмопроизводство, индустрия, искусство, как считают некоторые ученые, но чаще массовая культура, средство обучения и воспитания, бизнес.

Массовая культура как культура быта, развлечений и информации преобладает в современном обществе. Ее содержание обусловлено ежедневными событиями, стремлениями и подробностями, составляющими жизнь большинства людей. Попробуем рассмотреть три, как представляется, наиболее важные функции результативности телевидения как системы: массовую культуру, средство массовой информации и индустрию.

Часть I. МАССОВАЯ КУЛЬТУРА И СМИ

1. Массовая культура

Особенности массовой культуры

Универсального определения массовой культуры до сих пор не существует в связи с многообразием подходов в определении явления. В философской, искусствоведческой и социологической литературе в этот термин вкладывается принципиально различный смысл. Массовая культура как научно-философская категория включает в себя три понятия: культуру как особый характер продукта, массовость как степень распространения продукта, культуру как духовную ценность. Культура — это постоянно меняющийся продукт своего времени, и на всех этапах она предстает как средство межчеловеческой коммуникации и общения в пространстве и времени, где главным средством общения является язык. Это система ценностей, служащая ориентирами мысли и действия людей. Если рассматривать этнические (народные) культуры, что важно для нашей страны, то в них сильны традиции образцов поведения и мышления. Чем более они устойчивы, тем локальнее, тем нетерпимее ко всему, что выходит за границы собственного мира, тем резче в определении своего и чужого, где чужой почти враг, а его обычаи и обряды кажутся нелепыми. Этим культурам присущ групповой характер и неприятие внешних влияний, что усложняет диалог. Свидетельства этому часто появляются в современных средствах массовой информации, которые стали главным поставщиком продукции культуры, которая рассчитана на массовый спрос. Тем самым она превращается в массовую культуру и предполагается, что ее потребляют все люди, независимо от места и страны их проживания. Массовая культура рассчитана на массовое восприятие и создается в угоду массам. При этом «...понятие “массовая культура” не должно рассматриваться как оценочная, эстетическая категория. Это — не упрощенное или ухудшенное издание так называемой высокой культуры, а явление совершенно другого порядка. ...Противоположность “высшего” и “низшего”, элитарного и массового не является абсолютной. В самой массовой культуре также можно выделить образцы, обладающие стилевыми признаками “высокого” или “низкого” жанров. <...> Примечательными особенностями массовой культуры являются ее общедоступность, серийность, машинная воспроизводимость и то, что она создает собственный

знаковый код, символическую надстройку над структурами реальной повседневной жизни, которая многими миллионами людей воспринимается как полноценный эквивалент самой реальности»[1].

Интерес к явлению массовой культуры возник довольно давно и уже существует немало исследований, теорий и концепций массовой культуры. Авторы большинства из них придерживаются далеко не тождественных точек зрения по поводу времени возникновения массовой культуры как самостоятельного социального феномена. Некоторые полагают, что оснований для того, чтобы говорить о тысячелетней истории массовой культуры, не существует. Одни отсылают нас к римлянам, отмечая, что бои гладиаторов, привлекающие массы — это первые элементы массовой культуры, другие отправляют в Англию периода становления капитализма. Но многие сходятся на том, что точкой отсчета в появлении и развитии массовой культуры следует все же считать конец XIX — начало XX в.

Массовая культура у многих ассоциируется с чем-то негативным, несерьезным. Массовое производство культурных ценностей, рассчитанное на массовое потребление, чаще приспособлено к уровню «среднего» человека. Больше всего массовую культуру обвиняют в стандартизации, которая связана с массовостью и в унификации общества.

Унификация — это нормы, а чтобы уцелеть любое сообщество должно принять общие нормы поведения, которые, конечно же, в какой-то степени заставляют индивида отказаться от части своей индивидуальности в пользу групповых норм. Какая-то степень унификации обязательна для любого сообщества, для сохранения общества в целом. Важно, чтобы отказ от части индивидуальной свободы не вел к отказу от развития собственной личности.

Если говорить о стандартизации, то возникает вопрос, может ли стандартное стать уникальным. Скорее да, чем нет.

Процесс унификации начался с процесса формирования общества, но период индустриальной цивилизации, в котором телевидение и появилось, внес новые измерения и новые черты. Возникнув в результате промышленной революции, индустриальное общество характеризуется изменением занятости населения, резким падением сферы сельского хозяйства и увеличением промышленной.

Люди деревенского происхождения, стекавшиеся в города, были отрезаны от привычных традиций, ритма жизни, вырваны из своей культурной среды. В основном они говорили на разных языках, диалектах. В Соединенных Штатах Америки развитие индустрии сопровождалось не только наплывом сельского населения, но и мощной волной иммиграции (только с 1820 по 1930 г. в Америку

---

[1] *Захаров А.В.* Массовое общество и культура в России // Вопросы философии. 2003. № 9. С. 4, 6.

приехало тридцать восемь миллионов иммигрантов)[1]. Вновь испеченные горожане оказались в чужой непривычной социальной эмоциональной ситуации. В сознании сельского человека город издавна представал в образе праздника, противоположного трудовым будням деревни. Правила поведения в городе разрешали делать то, что нельзя было делать в деревне. В городе терпимо относились к разгулу, излишествам, мотовству.

Вспомним героиню Татьяны Дорониной в фильме Т. Лиозновой «Три тополя на Плющихе». В городе совершенно другой тип контактов между людьми, и они проходят на фоне другого пейзажа, что немаловажно. Образ жизни в сельской местности основан на давних и прочных связях. Соседей объединяет или разъединяет традиция. Это знакомая среда. Там люди раньше просыпаются, раньше ложатся спать. Переселение в город меняло природный ритм жизни — на двенадцати-, десяти-, восьмичасовой рабочий день промышленного труда, не зависящего от времени суток, года. Естественный природный пейзаж сменялся искусственным. Города — творения людей, а не природы. В крупном городе жизнь протекает в среде не менее искусственной, нежели та, которую мы видим в фантастических (космических) фильмах. Но что самое главное, принципиально меняется характер связей между людьми — персонифицированные отношения заменяются анонимными. В транспорте — все пассажиры, в поликлинике — пациенты, в гостинице — постояльцы, в магазине — покупатели, в кинотеатре — зрители. Все становятся одинаковыми и заменяемыми: кинотеатр — зритель ушел, зритель пришел. В этом и заключается сущность анонимных социальных связей.

По мере уменьшения продолжительности рабочего дня появлялось свободное время, которое мы определяем как досуг, и его необходимо было чем-то заполнить.

Именно массовая культура многим помогала выйти из состояния потерянности, в которую промышленная революция ввергла большую часть городских масс. Последняя четверть XIX в. — это время создания по всей Европе социалистических партий. Новые формы политической агитации — брошюры, листовки, плакаты как одно из проявлений массовой культуры были рассчитаны на пролетариат.

Новым горожанам важно было понять правила новой жизни, образцы поведения — фольклорная культура сельского общества сменяется в городе письменной, книжной литературой. Книга служит концентрацией знаний, средством закрепления идеологий, условием рациональной организации жизни. Убедительной иллюстрацией может служить отрывок из брошюры библиотеки практических сведений, изданной в С.-Петербурге в 1890 г.

---

[1] Человек: образ и сущность. М.: ИНИОН, 2000. С. 249.

Жизнь в свете, дома и при дворе

Отрывок

«Подъ знаніем света разумеется знаніе светских обычаевъ и вежливости, и хотя по этому вопросу было написано не мало руководствъ, всетаки о немъ остается сказать еще много, если не новаго, то, по крайней меръ полезнаго.

Знаніе света предписываетъ различные законы различнымъ положеніямъ, возростамъ, полу; законы эти не одинаковы для светской дамы и мещанки, для юноши и старика, для молодаго человека и молодой девушки.

Что у однихъ было бы верхомъ светскихъ приличій, казалось бы верхомъ глупости у другихъ, — а мы не должны забывать, что знаніе света соединяетъ обычаи съ вежливостью. <...>

Вежливость

«Вежливость для ума тоже, что красота для лица», сказалъ Вольтеръ.

Лабрюсьеръ прибавляетъ, что «нужно обладать весьма выдающимися качествами для того, чтобы не нуждаться въ вежливости».

Вежливость заключаетъ в себе все общественныя отношения добродетели, необходимыя намъ для того, что бы быть полезными и пріятными окружающимъ. Она обязательна въ светскихъ такъ же какъ въ деловыхъ и вообще въ жизненныхъ отношеніяхъ. Безъ нея всякія сношенія съ людьми становятся невозможными. Вежливость смягчаетъ нравы, предупреждаетъ ссоры, усмиряетъ раздраженіе и ненависть, заставляя насъ сдерживаться; благодаря ей, мы пріобретаемъ любовь высшихъ и уваженіе нисшихъ.

Она же заменяетъ приветливость, если, къ несчастію, мы лишены этого достоинства.

Вежливость — ни качество, ни добродетель, — это свойство, которому мы научаемся и которому должны научить нашихъ детей, такъ же какъ научаемся правильно говорит и одеваться со вкусомъ. Не есть ли вежливость форма, въ которую мы облекаемъ наши поступки?

Существуетъ врожденная вежливость сердца, которой нельзя научиться, но, повторяемъ, мы обращаемся не къ избраннымъ натурамъ, ся въ руководитель, а къ обыкновеннымъ смертнымъ, обладающимъ человъческими слабостями, какъ равнодушіе, легкомысліе и т.д.

Вежливость относительно нисших есть признакъ действительнаго превосходства и лучшій способъ заставить и ихъ быть вежливыми.

Вежливость почерпаетъ правила изъ светских обычаевъ.

Ее нужно внушать ребенку съ самсго нежнаго возраста для того, чтобы позже она не сделалась лицемерной; преувеличенная вежливость может стать оскорбленіемъ для того, къ кому она относится, и низостью со стороны оказывающаго ее. Все неискреннее неестественно и болеъе или менее преувеличено.

Общественныя отношенія

Ничто не требуетъ такого глубокаго знанія света, какъ общественныя отношенія. Вопросъ этотъ можетъ быть разсматриваемъ съ весьма различныхъ точекъ зренія.

Въ тесномъ смыслѣ онъ касается лишь отношеній между собою различныхъ классовъ общества, и мы безпрестанно встрѣчаемъ людей, показывающихъ в этомъ предметѣ величайшую безтактность.
Свойство отношеній зависитъ отъ породившихъ ихъ причинъ, и измѣняется сообразно обчтоятельствамъ и месту.
Однажды нам предложили следующій вопросъ: предположивъ, что меня принимало у себя важное лицо, которое я просил объ одолженіи, посоветуете ли вы мне кланяться ему при встречахъ? И могу ли я говорить с нимъ? — Нашъ отвѣтъ был: нетъ, потому что отношенія Ваши мимолетны, и разница в чине не позволяетъ вамъ надеяться на равенство между вами. Если лицо это пожелаетъ признать васъ, то оно само сделает это; не следуетъ хвастать этимъ весьма непрочнымъ знакомствомъ, возникшимъ благодаря одной только случайности, и какъ бы ни была искренна ваша признательность къ этому лицу, вы не должны ее навязывать ему»[1].

По данным польского публициста Кшиштофа Теодора Теплица, в 1892 г. в Германии и Австро-Венгрии действовало 45 тыс. распространителей «бульварной литературы», обслуживающих по меньшей мере 20 млн читателей. В 1907 г. один из немецких издателей публиковал еженедельные выпуски приключенческих и любовных историй тиражом 25 тыс. экземпляров каждый. Тираж истории о Фантомасе в 1911—1913 гг. достигал 600 тыс. экземпляров[2].

Итак, можно признать, что массовая культура — это ориентировка в стандартных ситуациях.

Телевизионный взрыв приходится на пятидесятые годы XX в. Даже католическая церковь признала значение телевидения, объявив 11 августа 1958 г. его покровительницей Святую Клару. Она была монахиней, родившейся в 1193 г. и прославившейся тем, что занималась созданием женских монастырей в Европе. Учрежденный ею орден Клариссинки имел около двух тысяч монастырей. Легенда гласит, что в конце жизни здоровье не позволяло Кларе участвовать в мессах и накануне Рождества, когда ее сестры во Христе отправились на праздничное богослужение, она, оставшись одна, обратилась к Богу с просьбой помочь ей присутствовать на богослужении. И якобы вдруг какие-то песнопения и голоса стали раздаваться со всех сторон, на стене начали проявляться какие-то тени, затем лица ее сестер, а потом все слилось в единый образ праздничной мессы. Это было последнее Рождество в ее жизни, в 1253 г. она скончалась.

Католическая церковь подхватывает новые тенденции и ставит их на службу своего вероисповедания, что подтверждается современными высказываниями: 23 января 2014 г. в своем послании

[1] Жизнь в свете, дома и при дворе. Репринтное воспроизведение издания 1890 г. М.: Интербук, 1990. С. 5, 18—23.
[2] Человек, образ и сущность. С. 251.

Папа римский Франциск сказал об интернете: «Это по-настоящему нужная вещь, Божий дар». Правда, в этом же послании Папа предостерег от постоянного пребывания в сети и отметил, что «Живое общение в эру цифровых технологий — это как облегчающий боль бальзам и веселящее сердце хорошее вино»[1]. Предпочитая идти в ногу со временем, Папа Римский Иоанн Павел II в 2001 г. выпустил компакт диск, в записи которого принимали участие Фейт Хилл, Бритни Спирс и группа «N Sync. В 2009 г Папа римский Бенедикт XVI записал музыкальный альбом, где он пел и читал молитвы, посвященные Богоматери в сопровождении хора римской музыкальной академии. В 2015 г. в Ватикане подготовили музыкальный альбом «Wake up» («Проснись») с проповедями Папы Франциска, некоторые из которых он читает в сопровождении рок-музыки.

Вслед за Маршаллом Маклюэном многие авторы решающую роль в становлении новой культурной эпохи отводят электронным средствам передачи информации — телевидению, радио, кино. В «Галактике Гутенберга» Маклюэн рисует историю человечества в виде циклов, сменяющих друг друга, а главный фактор культурной мутации видит в постоянном возрастании скорости обращения информации. Периодически это приводило к взрыву, к распаду социальных связей, основанных на прежних, более медленных способах коммуникации. Так, письмо сменило устные способы коммуникации. Книгопечатание привело к распаду социальных организмов, основанных на рукописном письме. Появление гаджетов принципиально изменило общение. С каждым из этих взрывов связи между людьми становились все более анонимными, количественными, а не качественными, постепенно утрачивалось ощущение общности. Возможно, поэтому многим потребовалась некая визуализация: в последнее время растет популярность Instagram, на которую не повлияло изменение политики конфиденциальности, тогда как Twitter и Фейсбук утрачивают своих пользователей (по данным января 2014 г.). Если по статистике на первом месте по популярности Lifestyle, то вторую позицию уверенно занимают фотографии личного характера.

Утверждение Маклюэна, что следствием распространения электронных средств, которые принципиально увеличили скорость обращения информации, будет стремительное собирание разрозненных индивидов в новое сообщество, сбывается. Люди, смотрящие одни и те же телевизионные передачи, слушающие одни и те же радиостанции и ту же музыку, «живущие» в одних и тех же социальных сетях, обретают ощущение общности.

---

[1] URL: TimeNews.in.ua

Итак, именно социальные процессы были причиной того, что на рубеже XIX—XX вв. одно за другим начали входить в жизнь средства передачи информации, ставшие основными приметами нашей эпохи.

В первой трети XIX в. учеными разных стран началась работа по химическому закреплению светового изображения в камере-обскуре. Наилучших результатов добились французы Жозеф Нисефор Ньепс, Луи Жак Манде Дагер и англичанин Вильям Фокс Генри Тальбот. Их и принято считать изобретателями фотографии.

Первым закрепил изображение Ньепс: в 1826 г. он с помощью камеры-обскуры получил на металлической пластинке, покрытой тонким слоем асфальта, вид из окна своей мастерской и назвал его гелиографией — солнечным рисунком. Несмотря на плохое качество, именно с этого снимка началась фотография.

В 1835 г. Тальботу удалось зафиксировать солнечный луч — это был снимок решетчатого окна. Он применил бумагу, пропитанную хлористым серебром, выдержка длилась в течение часа. Тальбот получил первый в мире негатив. Приложив к нему светочувствительную бумагу, приготовленную тем же способом, он впервые сделал позитивный отпечаток. Свой способ съемки изобретатель назвал калотипией, что означает «красота». Так он показал возможность тиражирования красоты.

Французский художник Дагер, работавший вместе с Ньепсом, усовершенствовал его методику и в 1833 г. смог получить изображение значительно большей яркости. Свой способ изобретатель назвал своим именем — дагеротипия и передал его описание секретарю Парижской Академии наук Доминику-Франсуа Араго.

На заседании Академии 7 января 1839 г. Араго доложил ученому собранию об удивительном изобретении Дагера заявив, что «теперь луч солнца стал послушным рисовальщиком всего окружающего»[1].

Этот день навсегда вошел в историю как день рождения фотографии.

Первые эксперименты по передаче изображения на расстояние относятся к 1922 г., когда шотландский инженер Джон Лоджи Бэрд начал разрабатывать телевизионное оборудование и продемонстрировал первые распознаваемые изображения человеческих лиц. В 1926 г. он в Лондоне продемонстрировал телевизор, основанный на механической системе передачи изображения. Надо сказать, что именно Бэрд создал первое Телевизионное королевское общество и начал выпускать первый журнал, посвященный телевидению — «Телевижн».

Связь этих открытий с социальным развитием Новейшего времени становится очевидней, если обратить внимание на время их

[1] URL: http: // fujik. ucoz.ru

промышленного освоения. Фотография становится массовой и общедоступной около 1914 г. благодаря предложенной Джорджем Истменом системе Кодак (бывший банковский служащий стал изобретателем и в 1881 г. создал компанию Кодак).

Промышленное освоение радио относится к 1903 г., а после окончания Первой мировой войны хобби энтузиастов-радиослушателей послужило развитию мирового радиовещания. Возникновение киноиндустрии относится к началу 1900-х и, как заметил Фернан Леже, кино родилось из потребности во всех деталях запечатлеть движение, которое воспринимал житель большого города. Телеиндустрия — это 20—30-е гг XX в. Так что именно потребности нового урбанистического общества были решающим стимулом не только для изобретений, но и для более широкого распространения современных средств передачи информации.

С одной стороны, речь шла об удовлетворении духовных, мировоззренческих потребностей населения крупных городов, с другой — возраставший поток информации требовал новых приемов и способов ее передачи.

Скорее всего, явление массовой культуры — это существенное изменение культуры в целом. Характеристика этого процесса: развитие средств массовой информации и коммуникации (радио, кино, телевидение, большие тиражи газет, иллюстрированных журналов, интернет), индустриально-коммерческий тип производства и распределение стандартизированных духовных благ, относительная демократизация культуры, повышение уровня образованности масс при парадоксальном снижении духовных запросов.

Массовая культура и общество

Всплеск массовой культуры в конце XX в. в нашей стране, как представляется, схож с аналогичным явлением в исторический период конца XIX в. Некоторые ученые считают, что массовая культура — это особое состояние культуры в кризисный период общества, когда развивается процесс распада ее содержательных уровней.

Именно в этот период распался Советский Союз. Положение экономики было весьма плачевным. Бывшие республики, с радостью превратившиеся в независимые государства, плохо представляли, что последует за этой независимостью. Начался резкий миграционный скачок. Конечно же, одним из наиболее значимых факторов, порождающих миграцию, является мировая глобализация. Прогрессирующая неравномерность распределения мировых производительных сил и центров потребления привела к тому, что огромные массы людей вынуждены сниматься с места в поисках работы и пропитания. Поэтому большинство экономически развитых стран подверглись волнам миграции. Исключение составляет,

наверное, только Япония, где иммиграционное законодательство носит закрепительный характер (в соответствии с ним из числа иностранных граждан легально на неквалифицированную работу могут претендовать лишь иностранцы японского происхождения, иностранные студенты и стажеры). Советское руководство проводило жесткую политику управления миграционными потоками. При этом основными рычагами были меры административного характера, институт прописки, вербовка рабочей силы из трудоизбыточных регионов на комсомольские стройки.

Когда административные барьеры рухнули, начались процессы миграции, компенсирующие перекосы, допущенные в советский период. Часто эти процессы имели весьма болезненный характер.

Проблемами миграции в мире занимается Международная организация по миграции (МОМ), созданная в 1951 г. Членами МОМ являются сто двадцать семь государств и семнадцать имеют статус наблюдателей.

Существует несколько категорий мигрантов, к которым относят беженцев и вынужденных переселенцев, людей, ищущих убежище, репатриантов, эмигрантов, мигрантов, экологических и трудовых мигрантов. Проблемы миграции можно разделить на три группы: проблемы мигрантов, проблемы коренного населения, проблемы законодательной и исполнительной власти по работе с мигрантами. Подтверждения тому и поджоги машин во Франции, которые происходят уже более четверти века в канун праздников взятия Бастилии и Нового года, и шум вокруг выхода в свет книги Т. Саррацин «Германия: самоликвидация» (в этой книге, вышедшей в 2010 г., Саррацин, опираясь на статистику и факты, рассматривает миграционную политику, обращая внимание на нежелание мигрантов-мусульман интегрироваться в немецкое общество) и признание А. Меркель в Потсдаме на собрании молодежных организаций христианского демократического союза в том, что попытка построить мультикультурное общество в отдельно взятой стране полностью провалилась. Проблема интеграции мигрантов вслед за Германией вышла на первый план и в Великобритании — британский премьер Д. Кэмерон на конференции по безопасности в феврале 2011 г. также признал провал мультикультурной модели. В 2013 г. число международных мигрантов в мировом масштабе достигло 232 млн чел. Миграция может приносить существенные выгоды, но может иметь и негативные последствия[1]. Серьезно изменилась ситуация в Европе в 2015 г., «только в Германии зарегистрировано 1,1 млн беженцев из Ближнего Востока и Северной Африке. ...в Европу движется еще больше мигрантов: примерно 8 млн людей покинули свои дома (как правило из-за войны) в Сирии и еще 4 млн в соседних

[1] URL: www. un.org /ru/ga/68/meetings/migration/

странах»[1]. События с нападениями на женщин в новогоднюю ночь 2015/2016 в Европе (120 заявлений о нападении только в Кельне) возмутило людей, радушие европейцев к прибывающим мигрантам быстро исчезает. После этих событий министерство внутренних дел Австрии приняло решение о выпуске инструкций по поведению для приезжающих.

Рисунки, содержащиеся в брошюре должны объяснить мигрантам современные европейские понятия того, что хорошо, что плохо. На одном изображен мужчина, который замахивается на женщину. Этот рисунок перечеркнут жирным красным крестом. На другом нарисованы целующиеся однополые пары. В знак одобрения на этом рисунке стоит толстая зеленая галочка. В Бельгии правительство выпустило для мигрантов специальную брошюру о флирте с европейскими девушками и объяснение, что если на ней подчеркнуто сексуальный наряд, это не значит, что она готова вступать в сексуальные отношения. Брошюры о правилах поведения иностранцев выпущены и в Казахстане, можно вспомнить и петербургское издание «Справочник трудового мигранта», вызвавший широкий общественный резонанс. Издатели таких брошюр, наверное, надеялись на то, что, прочитав и просмотрев их, мигранты сразу, как мальчик из стихотворения В. Маяковского «Что такое хорошо и что такое плохо?» скажут: «буду делать хорошо, и не буду плохо».

В нашей стране можно выделить три основных этапа влияния политической обстановки на миграционные процессы. Первый из них длился с 1989 г. по 1991 г. В этот период произошла довольно грубая ломка ценностных ориентаций людей, стереотипов мышления и норм поведения. Искаженно трактовались многие исторические события, вспоминались прошлые национальные обиды. Возникли межнациональная напряженность и отчуждение, грозящие перейти в открытый затяжной конфликт. Россию обвиняли в имперских замашках, наклеивании ярлыков на некоренное население («колонисты», «мигранты» и т.д.). Результат — первый мощный отток русского населения из бывших советских республик.

Второй этап был несколько короче — с конца 1991 г. до середины 1994 г. Для русскоязычного населения эти годы — время потрясений, связанных с необходимостью адаптации к жизни в новых независимых государствах. Оно осознает себя в роли национального меньшинства, нередко дискриминируемого, оказывается перед необходимостью выбрать гражданство и отечество.

Третий этап, начавшийся с июля 1994 г., носит уже менее массовый характер. (Наиболее обеспеченные и молодые уехали, оставшиеся, потеряв все накопленное и не имея возможности продать по

[1] URL: http: // www. vestifinance.ru

сходной цене даже свои квартиры и дома, остались фактически у разбитого корыта, с малой верой и надеждой на свою исконную родину, ее помощь и поддержку.) Сложность ситуации заключается в том, что, даже уехав, люди не могут решить свои проблемы. Как пример, материал, представленный в «Вестях» 27 февраля 2011 г.

> Город Борисоглебск Воронежской области. В начале девяностых 1500 русских бежали из Средней Азии — преподаватели, инженеры. Душанбинская русскоязычная община обосновалась в этом городе, откуда родом предки многих. У них российские паспорта, но они переселенцы. Государство первоначально выделило деньги на временное жилье, но как у нас часто принято, относятся к ним с настроением «понаехали тут». За почти двадцать лет в поселке осталось в живых человек семьдесят — это поселок стариков, вдов и детей. В народе его называют «Бочки» из-за того временного жилья, которое им предоставили в девяностые: металлические полусферы, под металлом — стекловата в качестве утеплителя и фанерная обшивка стен, плюс электричество. Вода подается два часа в день из замерзшей трубы, до продуктового магазина два километра пешим ходом. Предоставить человеческое жилье старикам, детям, женщинам не могли, для этого требовалась сумма — 120 млн рублей.

После распада Советского Союза началось резкое падение уровня жизни в селе. Различия между городской и сельской жизнью подтолкнули большие потоки людей в поисках лучшей доли в столицу. Причинами внутренней миграции являются:

- отсутствие работы на местах;
- отсутствие перспективы жизни на селе и надежда как-то прожить на новом месте;
- плохие жилищные условия;
- слабая социальная защищенность;
- желание получить образование;
- желание повысить культурный досуг;
- желание получить промышленную профессию.

Все это доказывает, что в основе миграционных процессов лежит желание найти работу, способную обеспечить достойное проживание, да и вообще попытаться приблизить условия своей жизни к городским. Примером могут служить и летние пожары 2011 г. в стране. Руководство страны обещало погорельцам построить новые дома. Так, было немало случаев, когда те, у кого старые, покосившиеся дома чудом сохранились во время пожара, сами поджигали их, чтобы получить, по их мнению, более комфортабельное современное жилье (по словам жителей, главное — дом, свет, газ, водоснабжение, да и «москитные, как в городе, сетки» не помешают. Такой репортаж прошел в эфире «Вестей».

Переезд на новое место жительства почти всегда сопряжен со значительными психологическими переживаниями. Довольно часто многие мигранты не могут сразу приспособиться к жизни в новых условиях. У них возникают многочисленные социально-экономические, культурно-этнические и другие проблемы. В результате многие мигранты длительное время находятся в состоянии стресса.

Эти состояния мигрантов связаны и с переживанием так называемого состояния культурного шока. Попав в непривычные условия жизни, многие с трудом могут приспособиться к новым традициям, нормам жизни, особенностям взаимоотношений между людьми. Это делает актуальной проблему социально-психологической реабилитации мигрантов с целью их скорейшей адаптации к новым условиям жизни. Помощником в решении этой проблемы могут стать средства массовой информации и в первую очередь телевидение. Но, увы, российское телевидение «помогло» проектом канала «ТНТ» «НАША РАША» и «Бородач».

Коммуникативные проблемы, связанные с проблемами миграции, в значительной степени затрагивают интересы всех слоев общества, в той или иной степени связанных с производством, образованием и наукой. Сложные процессы межкультурного взаимодействия, особенно в молодежной среде, как мигрантов, так и представителей «титульных» наций обозначили для европейских стран и России проблему того, что маргинальность, связанная с миграцией больших групп населения, усиливает присущее для новых цивилизационных условий прошлого XX столетия явление социальной аномии. Это — нравственно-психологическое состояние индивидуального и общественного сознания, характеризующееся разложением системы ценностей, обусловленным кризисом общества, противоречием между провозглашенными целями (богатство, власть) и невозможностью их реализации. Все это выражается в отчужденности человека от общества, в апатии, разочарованности, преступности. Важнейшими причинами возникновения и живучести аномии (что очень важно) являются освобождение личности от традиционных коллективных связей и, следовательно, ослабление морально-нормативной регуляции поведения человека. Как следствие — увеличение преступности.

В последнее время в подтверждение этого в телевизионном эфире выходят материалы, снятые российскими журналистами в Европе. Хотя, как рассказывается в материале ТВЦ от 18 января 2016 г., в Европе скрывают преступления, совершенные беженцами. Полиция крайне неохотно принимается за такие дела. К примеру, в Швеции, как и в Германии, власти считают, что акцентировать внимание на преступлениях, совершенных мигрантами, значит накалять и без того непростую ситуацию. Международное агентство по миграции придерживается такой же позиции. По мнению дирек-