

Секция «История»

«Журнал "Крокодил" 1920-х гг.: информационный потенциал и методы количественной обработки контента»

Попова Жанна Геннадьевна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Исторический факультет, Москва, Россия
E-mail: zhanparop@gmail.com*

Советская сатирическая пресса 1920-х гг. – это своеобразное и чрезвычайно интересное для изучения явление: создание советского государства породило необходимость появления эффективных средств пропаганды нового государственного устройства и нового мировоззрения. Эта задача весьма эффективно выполнялась на протяжении 1920-х гг. множеством сатирических журналов, например «Бузотёр», «Заноза» или «Прожектор», однако к началу 1930-х гг. в СССР фактически остался лишь один сатирический журнал – «Крокодил».

Он издавался каждую неделю с 1922 г., сначала как воскресное приложение к «Рабочей газете», затем отдельно. Принципы создания журнала, установленные его основателями, были чрезвычайно радикальны, но по мере того, как тиражи журнала росли, усиливался конформизм его авторов. В 1920-е гг. «Крокодил», поставивший себе задачу «добираться до всякой гнилости» (Д.Бедный), одинаково яростно высказывается и по внешнеполитическим вопросам, и относительно ситуации внутри страны, но уже десятилетие спустя на смену сатире в высказываниях об СССР и его гражданах приходит мягкий юмор.

С самого начала в журнале собралась первоклассная команда специалистов по пропаганде: Д.Моор (Орлов), М.Черемных, Б.Ефимов, Д.Бедный, В.Маяковский, В.Лебедев-Кумач, Н.Иванов-Грамен и многие другие. Однако один лишь профессионализм авторского коллектива не может объяснить выдвижения «Крокодила», как вряд ли могут объяснить это и исключительно внешние факторы, как, например, предпочтения партийных лидеров. Логично предположить, что главенствующая роль «Крокодила» обуславливается комплексом факторов, и в первую очередь – его содержанием. Для подтверждения этой гипотезы (или выдвижения другой) кажется наиболее разумным провести количественный анализ источника. Другой нуждающийся в чётком ответе вопрос, касающийся содержания журнала – как распределялось внимание авторов, какие вопросы считались более, а какие менее важными, как соотношение тем менялось на протяжении времени, а также с чем оно было связано. Далее, не менее интересным представляется выяснить, какие идеи авторский коллектив пытался навязывать аудитории, какие образы пытался сформировать.

В данном исследовании предпринята попытка выработать методику анализа этого достаточно сложного по структуре нарративного и изобразительно-графического источника. Его специфика позволяет предположить, что, наряду с традиционными качественными методами анализа, количественные методы (т.е. контент-анализ) помогут дать ответы на интересующие нас вопросы.

В материалах журнала представляется разумным выделить три крупные категории. Во-первых, это материалы, осмеивающие и осуждающие устойчивые проблем со-

ветского общества, например коррупции служащих или низкого уровня дисциплины на производстве. Во-вторых, статьи и карикатуры, посвященные новостям, в основном международным или экономическим. Наконец, работы, целью которых была пропаганда советского мировоззрения и новых ценностей, а также то, что можно обозначить как «формирование образа врага»: это, например, статьи о священниках, нэпманах или участниках белого движения.

Основным элементом анализа, смысловой единицей, был выбран любой отдельный материал, объединенный одной темой. Это может быть карикатура с подписью или памфлет, или заметка с иллюстрацией, или же опубликованные отрывки писем читателей. Так как производится анализ метаданных о тексте или картинке, а не полнотекстовый контент-анализ, который на начальном этапе исследования кажется неоправданно трудоёмким, то текстовые и графические материалы вполне могут считаться равнозначными. Затем была сформирована выборка из номеров журнала за март и октябрь 1922-1927 гг. (всего 43 номера), и все материалы каждого номера, за исключением незначительного количества рекламы, были описаны и представлены в виде базы данных. В ней указываются типе материала, дата его выпуска, страница, на которой он опубликован, его заголовок и автор, индикаторы, позволяющие определить тему и причислить материал к той или иной категории, а также упоминающиеся в материале персонажи, объект осуждения, и, наконец, темы и тематические подкатегории. Такой способ формализации и представления массового источника позволяет не только дать полную типологию источника, но и выявить и проанализировать неявную и структурную информацию, содержащуюся в источнике.

Литература

1. Бородкин Л.И. Многомерный статистический анализ в исторических исследованиях. М., 1986.
2. Гарскова И.М. Базы и банки данных в исторических исследованиях. Геттинген, 1994.
3. Стыкалин С., Кременская И. Советская сатирическая печать 1917-1963. М., 1963.