

Надписи и рисунки посетителей в барах Китай-города как отражение массового сознания

Научный руководитель – Максимов Борис Александрович

Черяпкин Даниил Александрович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

E-mail: cheryapkinda@gmail.com

Журналистика неразрывно связана с социологией. В 1960 году появился Институт общественного мнения при «Комсомольской правде». Его создал Борис Грушин, первый в стране человек, который соединил эмпирическую социологию с журналистикой. Мнение советских граждан он изучал по письмам, поступающим в редакцию. «Все мы вышли из “грушинской шинели”» [3], как говорят те, кто возглавляет ведущие социологические службы страны.

В 1980-х годах он выдвинул гипотезу о том, что анализ текстов позволит ответить на вопрос о массовом сознании гораздо более полным и надежным образом, чем это удастся сделать с помощью традиционных опросов общественного мнения.

Авторы исследования «К доказательству “гипотезы Грушина”» проанализовали результаты опроса про эпоху Брежнева различных социологических служб: «Внимательный разбор и последовательное сравнение результатов двух исследований показали, что различные, а порою и противоречащие друг другу данные получены в отношении “личных воспоминаний”, которые оказались весьма значимым элементом текстов массы и второстепенной составляющей в массовом опросе» [1].

Борис Грушин внес огромный вклад в изучение массового сознания, но в контексте этой работы нам интересна его «In pivo veritas» («Истина в пиве»): сборник цитат, афоризмов и других текстов, найденных Борисом Грушиным в пражских ресторанах, трактирах и пивных заведениях.

Через пивной фольклор он пытался постичь массовое сознание, отношение пражан к самым различным сторонам жизни.

Как он пишет в предисловии: «Речь идет о проявлении традиционного и современного народного юмора, в определенной мере — о специфическом способе видения мира и внешних обстоятельств, то есть о своеобразном слое массовой культуры» [2].

Грушин прав, когда пишет, что эти тексты могут многое рассказать о жителях города, их настроении, как бы мы сейчас сказали — общественных трендах.

Нас это навело на мысль, что опрос не всегда может в полной мере рассказать о массовом сознании. Ведь это не просто сумма мнений, а динамическая система знаков, символов и смыслов, возникающих в повседневных коммуникациях. А барные надписи, анализируемые нами, — это как раз и есть те спонтанные культурные единицы в содержании массового сознания, фиксированные в текстах и других знаках. Именно они отражают общественные настроения. и их можно анализировать методами, близкими к контент-анализу, как делал Борис Грушин. Сформированная выборка из найденных нами надписей в столичных барах позволит говорить о характеристиках массового сознания молодых москвичей, хоть и с определенной погрешностью. Для написания работы мы посетили около 30 баров Китай-города, но в итоговую выборку вошло около 500 надписей из 9 баров. В каждом из них мы проводили небольшое интервью с барменами и посетителями, чтобы узнать их мнение об этом феномене. Исследование проводилось в конце лета 2025 года.

Надписи можно рассматривать как коммуникативные, иногда креолизованные тексты, своего рода «оффлайн-социальные медиа». В строгом смысле это не всегда медиатекст, но при расширенном подходе — это малые локальные медиатексты. И даже более, не только как локальный медиатекст, но и как проявление массового сознания: в них кристаллизуются настроения и ценности определенной социальной группы, выраженные в неформальной, но коллективно понятной форме.

Можно проследить «медиатизацию» барного пространства (городского фольклора) — оно впитывает язык, риторику и настроения масс. Люди выражают себя благодаря информации, полученной в том числе в Сети, а потом через фотографии и цитирования снова публикуют эти же культурные коды в виде надписей, укрепляясь в своем мнении.

Очевидно, что надписи в барах — это формат, так как их наполнение может быть абсолютно любым и в разных жанрах, формах.

Видна гедонизация современного медиадискурса, его десакрализация и демократизация. Проблема заключается в том, что автор хочет оставить конкретную надпись (тема) из-за необходимости в удовлетворении личной потребности (функция). Иногда тема полностью совпадает с функцией (например, номер телефона с подписью «ищу мужа» может нам говорить об одиночестве и отсутствие партнера) или объединяет в себе их набор.

В процессе классификации цитат были продуманы 5 кодов, чтобы в дальнейшем мы могли получить новое знание: тематика; функция; форма; языковые средства; аффективная валентность.

Анализ всех надписей позволит сделать выводы: какие тематические блоки можно выделить, какие из них более многочисленные и, следовательно, актуальные, какие они выполняют функции, какой язык и форма надписей, какие знаковые системы используют авторы для передачи идей, какие культурные коды задействованы, что можно сказать об авторах текстов как личностях, определить их статусы и роли.

Пример кодировки цитаты:

«Я всегда буду здесь, веселиться, тусоваться и злиться как летящая птица-синица» → Алкоголь/тусовка/барный фольклор + Самопрезентация/след + Слоган/лозунг + Русский язык (неологизм, языковая игра) + Позитивная валентность + Надпись была в баре «Птица-синица» (контекст).

Результаты исследования важны для обнаружения действительно важных сущностных характеристик самовыражающейся массы.

Источники и литература

- 1) Аникина М.Е, Хруль В.М. К доказательству «гипотезы Грушина». Открывая Грушина // М.: МГУ, 2010. С. 194–215.
- 2) Грушин. М.А. In Pivo Veritas. Цитаты, афоризмы и другие заслуживающие внимания тексты из пражских ресторанов, трактиров и пивных. / Б.А. Грушин; пер. с чеш. и комм. И.Н. Шульц. — М.: ВЦИОМ, 2020. — [Электронный ресурс] URL: <https://www.litres.ru/book/b-a-grushin/in-pivo-veritas-citaty-aforizmy-i-dru-gie-zasluzhivauschie-vnim-63766396/chitat-onlayn/> (дата обращения: 20.02.2026).
- 3) Докторов Б.З. Все мы вышли из «грушинской шинели». К 85-летию со дня рождения Б.А. Грушина. М.: Радуга, 2014. — 100 с. — [Электронный ресурс] URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=3039&ysclid=mihcg35swe872933081> (дата обращения: 20.02.2026).