

А.В. Овчинников. Казань: Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета, 2019. С. 341-347.

3. Головашина О.Г. Между достоверностью и идентичностью: преподавание истории антоновщины в тамбовских школах // Преподавание военной истории в России и за рубежом: Сб. ст. Вып. 2 / Под ред. К. А. Пахалюка. М.; СПб.: Нестор-История, 2019. С. 104-117.

4. Ankersmit F.R. In Praise of Subjectivity // The Ethics of History / Ed. by David Carr, Thomas R. Flynn and Rudolf A. Makkreel. Northwestern University Press, 2004. P.3-26.

5. Bevernage B. Narrating Pasts for Peace? A Critical Analysis of Some Recent Initiatives of Historical Reconciliation through 'Historical Dialogue' and 'Shared History' // The Ethos of History. Time and Responsibility / Ed. by St. Helgesson and J. Svenungsson. N.Y.; Oxford: Berghahn Books, 2018. P.71-93.

6. Levy D. Changing Temporalities and the Internationalization of Memory Cultures // Memory and the Future: Transnational Politics, Ethics and Society / Ed. by Y. Gutman, A.D. Brown, A. Sodaro. Palgrave Macmillan, 2010. P.15-30.

7. Rüsen J. How to Overcome Ethnocentrism: Approaches to a Culture of Recognition by History in the Twenty-First Century // History and Theory. 2004. Vol. 43. № 4. P. 118-129.

УДК 930.1

Л.С. Тимофеева, Н.А. Федорова*

РЕАЛИИ ИСПОЛНЕНИЯ ИСТОРИКОМ СОЦИАЛЬНОГО ЗАКАЗА (ИЗ ОПЫТА ПОДГОТОВКИ ЮБИЛЕЙНЫХ ИЗДАНИЙ)

В статье рассматривается актуальная проблема реализации социального заказа в современных условиях коммерциализации истории. На основе собственного опыта написания историй промышленных предприятий, приуроченных к юбилейным датам, авторы выявляют острые вопросы взаимоотношений заказчиков издания и профессиональных историков.

Ключевые слова: история; социальный заказ; промышленность; информация.

* © Тимофеева Людмила Сергеевна (lyutim77@yandex.ru), кандидат исторических наук, доцент кафедры всемирного культурного наследия, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

Федорова Наталья Анатольевна (nfyodoro@yandex.ru), кандидат исторических наук, доцент.

Сегодня специалисты в сфере самых разных, а не только гуманитарных наук, довольно часто обращаются к понятию «социальный заказ», что приводит к весьма широкому толкованию данного термина. В самом общем смысле под социальным заказом понимается выполнение определенной интеллектуальной работы в рамках идеологии официальной политики [3, с. 312]. Социальный заказ может структурироваться на трех уровнях. Первый уровень составляет государственный заказ (определение требований со стороны государства к организациям, учреждениям в соответствии с запросами и интересами общества, регламентированное в соответствующих документах). Второй уровень – заказ со стороны организаций и учреждений (выражает потребность в определенных видах продукции или услуг данного учреждения). Третий уровень формирует личностный заказ (конкретная общественная потребность личности в определенном виде продукции или услуг, актуальная для общества в целом или для определенной его части) [2, с. 244].

При этом надо помнить, что социальный заказ выступает в двух формах. Он может быть выражен в виде олозунгах, призывах и декларируемых ценностях, а может – в виде предлагаемой системы реальных, фактических действий. От того, как сформулирован социальный заказ, зависит быстрота, точность и полнота его выполнения.

В публикациях, посвященных проблемам современной науки, высказана идея о существовании трех видов социального заказа на исследовательскую деятельность – статусного, инновационного и военного [1]. В любое время и в любом обществе все три вида сосуществуют одновременно. Разница между ними – в конечной цели. В первом случае государство и общество заинтересованы в укреплении авторитета и прославлении достижений системы как в собственных глазах, так и перед широкой аудиторией. Второй вид социального заказа направлен на получение новых знаний, технологий, материалов и пр. Выбор направления исследований при этом определяется конкретными задачами и направлениями внутренней и внешней политики государства или властных структур. Третий, думается, в пояснении не нуждается. И вполне закономерно, что чаще всего представители исторической науки имеют дело со статусным социальным заказом.

Ставшая расхожей фраза о том, что историю пишут победители, приобретает особый смысл, когда речь идет о заказе на историче-

ское исследование, особенно если данная работа выполняется на коммерческой основе.

Мы ведем речь не о глобальной проблеме интереса общества и государства к своей истории, а о социальном заказе второго уровня, когда в роли «Заказчика» может выступать администрация того или иного учреждения, предприятия или административно-территориальной единицы. В последние годы стало модно выпускать книги (подчас даже красочные альбомы) к юбилейным датам. Вот тогда и складываются отношения «Заказчик» — «Исполнитель», в роли которого выступает профессиональный (а иногда и не очень) историк. Авторы на собственном опыте соприкоснулись с этой ситуацией и представляют вниманию читателей анализ специфики требований заказчика и возникающей при этом системы взаимоотношений.

Понятно, что конечная цель издания — прославить труд и подвиг причастных к конкретному объекту людей, но... При подготовке книги сразу возникает несколько достаточно сложных, острых вопросов.

Первый — сбор материала, поиск и подбор источников. Если документы советского периода можно найти в архивных фондах, то период «перестройки» и 1990-х годов с их нестабильностью и неопределенностью надо восстанавливать по рассказам и воспоминаниям, брать интервью, просить помощи у сотрудников отдела кадров предприятия, где находится текущий архив. Надо отметить, что сохранность письменных источников этого периода оставляет желать лучшего.

Уже на этом этапе «Заказчик» начинает вмешиваться в работу историка и предоставляет ему тех людей и ту информацию, которая вписывается в концепцию «У нас все хорошо». Включается административный ресурс для ограничения, отсеивания или прямого недопущения историка к информационным источникам.

Второй вопрос возникает в процессе общения с «героями» будущей книги. Рассказывая факты, эпизоды, случаи из жизни, они, как правило, просят не использовать их в будущей книге. Одни факты им кажутся мелкими и незначительными, другие бросают тень на коллег, третьи — вообще секретные. Часто мы сталкиваемся с такой фразой: «Да, что об этом писать? Всем тяжело было...». В этом проявляется свойственное рядовым читателям непонимание, что из этих мелких и незначительных, но конкретных, отра-

жающих время фактов и формируется история, а непосредственные устные рассказы могут оживить и украсить повествование.

Третья проблема – обсуждение предложенного «Исполнителем» текста. Здесь «всплывают» внутренние противоречия и разногласия, имеющие место в любом трудовом коллективе. У каждого имеется свой собственный, «единственно правильный» взгляд на события недавней истории. «Заказчик», как правило, хочет, чтобы изложение шло поступательно «от победы к победе», не понимая, что победа возможна только через преодоление трудностей и препятствий на пути. Кроме того, события 1990-х гг. были связаны с коренными изменениями формы собственности, дроблением предприятий, выделением из них новых субъектов. Эти процессы происходили крайне болезненно. Как следствие, со стороны «Заказчика» поступают настойчивые указания, что не следует упоминать те или иные события или личности.

На этом же этапе возникает вопрос о включении в текст общеисторического материала. Порой очень трудно объяснить представителям «Заказчика», что на работе данного конкретного предприятия не могла не отразиться ситуация в стране, реформы, смена власти в центре и на местах, подчас международная обстановка. «Заказчик» недоумевает: «Зачем об этом писать, это же не у нас на заводе (фабрике, в институте, в селе...) было?» Самое неприятное случается, если ответственный за книгу со стороны «Заказчика» не знает не только истории вообще, но даже истории своей отрасли. Поскольку ответственных, как правило, бывает несколько, ситуация дополнительно осложняется: у каждого из них свой взгляд и свои требования, часто диаметрально противоположные.

Тесно связан с этим и вопрос о том, как представлять систему управления предприятием. В советское время неотделимыми и весьма важными частями этой системы были общественные организации – партийная, комсомольская и профсоюзная. Если последняя и сейчас присутствует в жизни трудового коллектива, то деятельность партии и комсомола ушли в прошлое. Отсюда непонимание новым поколением их роли и степени влияния на процессы производства. У представителей старшего поколения наблюдается двойственное отношение. Одни требуют априори подчеркивания значимости этих организаций. Другие полагают, что не следует об этом писать вообще, по принципу «как бы чего не вышло». Мнение историков о необходимости объективного показа реалий того или иного исторического периода порой не встречает понимания.

Но ведь, с одной стороны, без показа деятельности партии и комсомола нельзя нарисовать объективную картину функционирования предприятия и его коллектива. С другой стороны, среди представителей этих организаций были яркие личности, игравшие важную роль в развитии предприятия или отрасли. Без рассказа о них история будет неполной.

Еще одной проблемой является разное понимание того, что, собственно, является историей предприятия. В понимании представителей предприятия, технократов, это описание технических особенностей производства, процесса разработки той или иной продукции, а также технических характеристик производимой продукции. А поскольку опыт авторов связан с предприятиями оборонного комплекса, то это дополнялось требованиями соблюдения режима секретности. Таким образом возникали серьезные, порой неразрешимые противоречия.

Личный опыт авторов, участвовавших в подготовке и выпуске семи юбилейных изданий, посвященных истории предприятий, расположенных в Республике Татарстан, позволяет сделать ряд выводов.

Конечный итог работы зависит от нескольких факторов. Прежде всего, от возможности историков познакомиться с максимально полной информацией и таким образом представить объективную историю предприятия в контексте развития отрасли и страны, то есть от доступности информационной среды. Без понимания этого обеими сторонами – «Заказчиком» и «Исполнителем» – конечный продукт не будет иметь научного значения, несмотря на попытки «Исполнителя» загрузить текст «наукоемкими» терминами, иностранными заимствованиями и количественными характеристиками производимой на предприятии продукции.

Далее, это профессионализм сторон. Под профессионализмом в данном случае понимается высокий уровень общего образования и кругозор, позволяющий сторонам понять позиции друг друга и взглянуть на проблему в целом.

Наконец, успех работы зависит от дипломатических способностей сторон, включая редакторов издания, и умения договариваться. Возможность достичь консенсуса обеспечивает, в конечном итоге, успешное создание объективной истории предприятия, в которой будут отражены победы и поражения, самоотверженный труд людей и их повседневная жизнь в контексте истории страны и народа.

Библиографический список

1. Коньшев В., Леонов А. Наука при новом феодализме // Новая газета. 2014. 14 февраля // URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2014/02/14/58354-nauka-pri-novom-feodalizme>
2. Лекомцева Е.Н., Суханова Ю.В. Опыт изучения социального заказа на дополнительное образование детей // Ярославский педагогический вестник. 2012. № 2. Том II (Психолого-педагогические науки). С. 244-248.
3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2008. 480 с.

УДК 93/94

В.Ю. Быстрыков*

ИСТОРИЯ КАК РЕСУРС ИДЕОЛОГИИ (ИСТОРИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ П.Н. САВИЦКОГО)

Евразийство – идейное и общественно-политическое течение первой волны эмиграции, возникшее в начале 20-х гг. XX века. Катастрофические события начала XX века, распад Российской империи, приход к власти большевиков заставили его представителей по-новому взглянуть на всю историю страны. Интеллектуальная генеалогия Евразии имеет свои закономерности развития. Каждый из евразийцев подошел к созданию нового континента со своим запасом идей, которые формировались еще до революции, то есть в рамках русской академической традиции, которая до 1917 г., несомненно, развивалась в русле европейской науки. В статье прослеживается преемственность взглядов лидера евразийства П.Н. Савицкого относительно ключевого для движения концепта – России-Евразии.

Ключевые слова: русская эмиграция; евразийское движение; П.Н. Савицкий; евразийская цивилизация; Российская империя; Россия-Евразия.

* © *Быстрыков Владимир Юрьевич* (bystrykov@pgsga.ru), кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории, права и методики обучения, Самарский государственный социально-педагогический университет.