



СОДЕРЖАНИЕ

ТВОРЧЕСТВО А.П. ЧЕХОВА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ

(Материалы межрегиональной научной конференции 21-23 октября 2004 года) 5

Л.Е. Кройчик

КОНЦЕПЦИЯ ЖИЗНИ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ А.П. ЧЕХОВА 5

В.А. Свительский

ИДЕАЛ И РЕАЛЬНОСТЬ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ МИРЕ А.П. ЧЕХОВА 11

А.А. Фаустов

МЕТАМОРФОЗЫ “МАЛЕНЬКОГО ЧЕЛОВЕКА” В РАННЕЙ ПРОЗЕ А.П. ЧЕХОВА 14

А.П. Валагин

ПРОСТРАНСТВО В ХУДОЖЕСТВЕННОМ МИРЕ А.П. ЧЕХОВА 17

Б.С. Дыханова

УТРАТА БЕЗ ОБРЕТЕНИЙ

(ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАТИВНОСТЬ РАССКАЗА А.П. ЧЕХОВА “ИОНЫЧ”) 19

Т.Ф. Пухова

ЯЗЫЧЕСКОЕ И ХРИСТИАНСКОЕ В ПОВЕСТИ А.П. ЧЕХОВА “В ОВРАГЕ” 23

В.В. Ветохина

ДЕТАЛЬ В РАССКАЗАХ А.П. ЧЕХОВА 26

В.В. Инютин

“ДЯДЯ ВАНЯ”: ДИАЛОГ А. ЧЕХОВА С Ф. ДОСТОЕВСКИМ 28

Т.Н. Куркина

ДВА ГЕРОЯ СВОЕГО ВРЕМЕНИ: ТРЕПЛЕВ И ПРОТАСОВ 30

Б.Т. Удодов

ДИАЛОГИЗМ АВТОРСКОЙ ПОЗИЦИИ В ПОВЕСТИ А.П. ЧЕХОВА “ЧЕРНЫЙ МОНАХ” 34

С.А. Ларин

HISTORIA MORBI: “ОБЛОМОВ” И.А. ГОНЧАРОВА – “ЧЕРНЫЙ МОНАХ” А.П. ЧЕХОВА 36

Л.Г. Петракова

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ СЕМАНТИКА ТУРГЕНЕВСКИХ

РЕМИНИСЦЕНЦИЙ В ПОВЕСТИ А.П. ЧЕХОВА “ЧЕРНЫЙ МОНАХ” 40

В.В. Хорольский

А.П. ЧЕХОВ И АНГЛИЙСКАЯ КУЛЬТУРА ПЕРВЫХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ XX ВЕКА

(К ПРОБЛЕМЕ РЕЦЕПЦИИ ЛИЧНОСТИ И ТВОРЧЕСТВА) 43

ФИЛОЛОГИЯ 47

Н.М. Вахтель

РЕЧЕВЫЕ АКТЫ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

В ПОЗИЦИИ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА 47

В.Х. Гильманов

“PHILOLOGUS CRUCIS” И.Г. ГАМАН И ЕГО ГЕРМЕНЕВТИКА 50

М.Ю. Казак

ИНТЕГРАТИВНЫЙ ПОДХОД К ОПИСАНИЮ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ГНЕЗДА 54

Л.В. Куликова

ТИП КУЛЬТУРЫ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОММУНИКАТИВНЫЙ СТИЛЬ 62

Л.В. Лаенко

ПЕРЦЕПТИВНЫЙ ПРИЗНАК КАК ОБЪЕКТ НОМИНАЦИИ 71

Ю.Т. Листрова-Правда БИБЛЕЙСКИЕ И ИНЫЕ ТЕКСТОВЫЕ РЕМИНИСЦЕНЦИИ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ РЕЧИ	78
М.В. Погорелова ТИПОЛОГИЯ СЛОЖНЫХ СРАВНИТЕЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЙ	84
А.О. Стеблецова К ИССЛЕДОВАНИЮ НАЦИОНАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ КУЛЬТУР	89
М.В. Шаманова ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КАТЕГОРИИ <i>ОБЩЕНИЕ</i> В РУССКОМ ЯЗЫКЕ	96
ЖУРНАЛИСТИКА	106
А.Е. Богоявленский О ЛОГИКЕ “БЛУЖДАЮЩИХ АББРЕВИАТУРНЫХ ТЕРМИНОВ” (ОБОБЩЕННЫЕ МОДЕЛИ РЕКЛАМЫ И ПР)	106
Е.Е. Воронцова МИХАИЛ БАКУНИН И ПЕРВЫЕ АНАРХИСТСКИЕ ИЗДАНИЯ	115
А.А. Гарматин ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЕ В СИСТЕМЕ СМИ: ОСОБЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	121
М.Ю. Горохов АВТОР ИЛИ СОАВТОР? (СВОЕ И ЧУЖОЕ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ)	134
А. Долгополов КАТЕГОРИАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ ОБЪЕКТОВ В ГУМАНИТАРНОМ ИНТЕРНЕТЕ	139
О. Осетрова ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ ШРИФТА В РЕКЛАМЕ	145
А.Н. Потсар МАССОВЫЙ ТЕКСТ И КАТЕГОРИЯ ЛИЦА	151
Л.С. Щукина ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАК ГЛАВНАЯ ПРЕДПОСЫЛКА ЭФФЕКТИВНОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ	158
С.Х. Шайхитдинова К ПОНЯТИЮ “КОММУНИКАЦИЯ”	162
НАШИ АВТОРЫ	169
ПРАВИЛА ПУБЛИКАЦИИ ДЛЯ АВТОРОВ	170

CONTENT

A.P. CHEKHOV'S WORK IN MODERN CONTEXT

(Materials of interregional scientific conference, October, 21-23.2004)	5
L.E.Kroychik	
LIFE CONCEPT IN A.P. CHEKHOV'S WORK	5
V.A.Svyatelski	
IDEAL AND REALITY IN A.P. CHEKHOV'S ARTISTIC WORK	11
A.A.Faustov	
METAMORPHOSIS OF A "SMALL MAN" IN A.P. CHEKHOV'S EARLY PROSE	14
A.P.Valagin	
SPACE IN A.P. CHEKHOV'S ARTISTIC WORK	17
B.S.Dykhanova	
LOSS WITHOUT GAINING (ESTHETIC NON-FORMAT NATURE IN A.P. CHEKHOV'S NOVEL "IONYCH")	19
T.F.Pukhova	
PAGAN AND CHRISTIAN IN A.P. CHEKHOV'S NOVEL "IN THE RAVINE")	23
V.V.Vetokhina	
DETAIL IN A.P. CHEKHOV'S NOVELS	26
V.V.Inyutin	
"UNCLE VANYA": DIALOG BETWEEN A. CHEKHOV AND F.DOSTOEVSKY	28
T.N.Kurkina	
TWO HEROES OF THEIR TIME: TREPLEV AND PROTASOV	30
B.T.Udodov	
DIALOG-LIKE AUTHOR POSITION IN A.P. CHEKHOV'S NOVEL "BLACK MONK"	34
S.A.Larin	
HISTORIA MORBI: I.A.GONCHAROV'S "OBLOMOV" - A.P. CHEKHOV'S "BLACK MONK"	36
L.G.Petrakova	
THE ARTISTIC SEMANTICS OF TURGENEV'S REMINISCENCES IN THE A.P. CHEKHOV'S NOVEL "THE BLACK MONK"	40
V.V.Khorolsky	
A.P.CHEKHOV AND ENGLISH CULTURE OF XX CENTURY FIRST DECADES (TOWARDS A PROBLEM OF PERSON'S RECEPTION AND CREATIVE WORK)	43
PHILOLOGY	47
N.M.Vakhtel	
SPEECH ACTS OF EMOTIONAL INFLUENCE IN A NEWSPAPER HEADLINE ATTITUDE	47
V.H.Gilmanov	
I.G.GAMAN'S "PHILOLOGUS CRUCIS" AND ITS HERMENEUTICS	50
M.Y.Kazak	
INTEGRATIVE APPROACH TOWARDS DESCRIPTION OF WORD-FORMATIVE NEST	54
L.V.Kulikova	
CULTURE TYPE AND NATIONAL COMMUNICATIVE STYLE	62
L.V.Laenko	
PERCEPTIVE INDICATION AS A NOMINATION OBJECT	71
Y.T. Listrova-Pravda	
BIBLE AND OTHER TEXT REMINISCENCES IN RUSSIAN LITERATURE SPEECH	78
M.V.Pogorelova	
TYPOLOGY OF COMPLICATED COMPARATIVE COMMUNICATIVE CONSTRUCTIONS	84
A.O.Stebletsova	
TOWARDS RESEARCH OF NATIONAL BUSINESS COMMUNICATIVE CULTURES	89
M.N.Shamanova	
PSYCHOLINGUISTIC METHODS OF STUDYING THE COMMUNICATIVE CATEGORY "CONTACT" IN THE RUSSIAN LANGUAGE	96

JOURNALISM	106
A.E.Bogoyavlensky ABOUT LOGIC OF “WANDERING ABBREVIATION TERMS” (GENERALIZED MODELS OF ADVERTISING AND PR)	106
E.E.Vorontsova MIKHAIL BAKUNIN AND FIRST ANARCHIC PRESS	115
A.A.Garmatin INTERNET-BROADCASTING IN MASS-MEDIA SYSTEM: PECULIARITIES AND PRINCIPLES OF FUNCTIONING	121
M.Y.Gorokhov AUTHOR OR CO-AUTHOR? (THE OWN AND THE OTHERS’ IN PUBLIC WRITING)	134
A.Dolgopolov CATEGORY SIGNS OF OBJECTS IN “HUMANITARIAN” INTERNET	139
O.Osetrova PSYCHOLOGICAL PERCEPTION IN PRINT ADVERTISING	145
A.N.Potsar MASS TEXT AND PERSON’S CATEGORY	151
L.S.Schukina DIALOG AS MAIN PRETEXT OF EFFECTIVE ADVERTISING COMMUNICATION	158
S.C.Shaikhidinova TOWARDS A TERM COMMUNICATION	162
OUR AUTHORS	169
PUBLICATION RULES FOR AUTHORS	170

ТВОРЧЕСТВО А.П. ЧЕХОВА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ

(МАТЕРИАЛЫ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ 21-23 ОКТЯБРЯ 2004 ГОДА)

КОНЦЕПЦИЯ ЖИЗНИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ А.П. ЧЕХОВА

© 2004 Л.Е. Кройчик

Воронежский государственный университет

— Есть ли у господина Чехова идеалы? — строго спрашивал А. М. Скабичевский, и сама постановка вопроса предполагала недвусмысленный ответ: идеалов у господина Чехова нет, как нет и сколько-нибудь осмысленного отношения к жизни. Как нет и целостного понимания ее сущности.

И — в доказательство:

“Ничего не разберешь на этом свете” (“Огни”)¹.

“Никто не знает настоящей правды” (“Дуэль”) [С., VII, 454].

“Я, голубчик, не понимаю и боюсь жизни <...> Мне все страшно... Мне страшно потому, что я ничего не понимаю” (“Страх”) [С., VIII, 131].

“Вы боитесь жизни, — бросает Неизвестный Георгию Орлову в “Рассказе неизвестного человека”, на что тот признается: “Да, начать новую жизнь мне мешает трусость” [С., VIII, 189]

Впрочем, можно подобрать и другие цитаты.

Понятно, что точка зрения автора не сводима к точке зрения персонажей и что взгляд художника на мир определяется не выборкой цитат, а общим складом того, что именуется творческим наследием. Четверть века А. П. Чехов описывал жизнь во всех ее проявлениях — в событиях забавных и грустных, в поступках героев и в их переживаниях, в горестях и радостях. Слово “жизнь” мелькает в заголовках рассказов и повестей писателя, в подзаголовках пьес: “Жизнеописания достопримечательных современни-

ков”, “Жизнь в вопросах и восклицаниях”, “Жизнь прекрасна!”, “Житейская мысль”, “Житейские невзгоды”, “Моя жизнь”, “Сцены из деревенской жизни”, “Скука жизни”.

Какой же она видится художнику, эта жизнь?

Скучной, серой, бессмысленной, вялой, неинтересной, непостижимой, трудной, невероятной, состоящей из цепи случайностей. Но прежде всего — повседневной, обыденной, естественной.

В миниатюре “Жизнь прекрасна!”, опубликованной в “Осколках” в 1885 г., автор замечает: “Жизнь — пренеприятная штука, но сделать ее приятной очень нетрудно... Для того, чтобы ощущать в себе счастье без перерыва даже в минуты скорби и печали нужно: а) уметь довольствоваться настоящим и б) радоваться сознанию, что “могло быть и хуже” [С., III, 235].

Комическому писателю всегда свойственно проговариваться: двадцатипятилетний Чехов, великодушно дарящий свои остроты Антоше Чехонте, Брату своего брата, Человеку без селезенки, Улиссу, человек насмешливо-ироничный, говорит в данном случае вещи серьезные. Программные, если хотите, для молодого Чехова.

Не унывать! Не пасовать (“даже в минуты скорби и печали”)! Не сдаваться! Уметь переносить свалившиеся тяготы (У миниатюры этой, кстати, существенный подзаголовок — “Покушающимся на самоубийство”).

Это не просто тающий в возрасте оптимизм молодости. Это — концепция. Это — приглашение своих современников к диалогу о смысле жизни.

Завершая русский литературный XIX век, А. П. Чехов деликатно и ненавязчиво подводит человека к ответу на мучительный вопрос: “Кто виноват?”

Кто виноват в том, что жизнь складывается не так, хотелось бы? Что мечты не сбываются? Что усилия изменить жизнь оказываются напрас-

¹ Чехов А.П. Полн. собр. соч. и писем: в 30 т. тт.1-30. — М., 1974—1983. — Т. 7. — С. 140. В дальнейшем все ссылки на это издание даются в скобках в тексте, где С. — сочинения, П. — письма. Римская цифра обозначает том, арабская — страницу. Кроме оговоренных случаев, во всех материалах чеховского раздела произведения цитируются по этому изданию.

ными? Что удовольствие от прожитых лет не наступает?

Помните, с чего начинается “Чайка”?

— Отчего вы всегда ходите в черном? — спрашивает учитель Медведенко дочь управляющего имением Машу.

— Это траур по моей жизни, — отвечает Маша. — Я несчастна.

Персонажи многих чеховских произведений ощущают себя несчастными.

“Вы взгляните на эту жизнь, — говорит Иван Иваныч Чимша-Гималайский, герой рассказа “Крыжовник”, — наглость и праздность сильных, невежество и скотоподобие слабых, кругом бедность невозможная, теснота, вырождение, пьянство, лицемерие, вранье” [С., X, 62].

“Зачем же эта ваша жизнь, — переключается с ветеринаром Мисаил Полознев, — герой повести “Моя жизнь”, — которую вы считаете обязательной и для нас, зачем она так скучна, так бездарна, зачем ни в одном из этих домов, которые вы строите уже тридцать лет, нет людей, у которых я мог бы поучиться, как жить, чтобы не быть виноватым?” [С., IX, 278].

Легко эти вопросительные знаки объяснить — вслед за С. Н. Булгаковым — “бессилием добра в душе среднего человека” [2, 544], являющегося для Чехова (наравне с мужиком) главным объектом исследования. Несложно противопоставить этому бессилию души знаменитые чеховские слова из письма А. Плещееву: “Моя святая святых — это человеческое тело, здоровье, ум, талант, вдохновенье, любовь и абсолютнейшая свобода, свобода от силы и лжи, в чем бы последние не выражались” [П., III, 11].

Но дело не только в противопоставлении идеального и реального в жизни.

Не только в среде, которая “заела”.

Чехов апеллирует к личности.

Помните диалог двух выпускников Московского университета в пьесе “Иванов”?

“Иванов. В двадцать лет мы все уже герои, за все беремся, все можем, а к тридцати уже утомляемся, никуда не годимся. Чем, чем ты объяснишь такую утомляемость?”

Лебедев (живо). Знаешь что? Тебя, брат, среда заела!

Иванов. Глупо, Паша, и старо. Иди!” [С., XII, 52].

По Чехову, человек — хозяин своей жизни, так что винить за то, что в жизни что-то не так, следует только себя. Вот вам ответ на знаменитый герценовский вопрос: “Кто виноват?”

Чехов уповает на возможности человека. Не на абстрактную личность, наделенную интеллектом, а на конкретного доктора Михаила Львовича Астрова, на учителя словесности Никитина,

на инженера Ананьева, на профессора Николая Степановича, на студента духовной академии Ивана Великопольского, на литератора Бориса Алексеевича Тригорина.

Упования эти чаще всего не сбываются.

Почему?

Вспомним Митю Карамазова, объяснявшего противоречивость своего поведения: “Тут дьявол с Богом борется, а поле битвы — сердца людей” [3, 100]. Чехов, как известно, относился к Достоевскому достаточно прохладно, но в этом пункте классики сходятся: как и для Достоевского, для Чехова жизнь — это вечное противостояние самому себе, и в этом противостоянии не может быть компромиссов. Победить зло можно только вечной работой души.

Душа — одно из ключевых понятий этики Чехова. Как знак дееспособности личности. По Чехову, смысл жизни — в самой жизни. Какой бы она ни казалась человеку.

В общем-то, не трудно признать, что чеховские герои боятся жизни и не знают, как ею распорядиться. Что они — дуэлянты, вызвавшие к барьеру самую жизнь. Что многие из них (особенно те, кто задумывается) не знают, как связать концы и начала собственного существования.

(В скобках — лукавый Чехов и тут однозначного ответа не дает. В повести “Огни” студент института путей сообщения Штенберг, глядя на огни рабочих, строителей железной дороги, размышляет: “Знаете, на что похожи эти бесконечные огни? Они вызывают во мне представление о чем-то умершем, жившем тысячи лет назад, о чем-то вроде лагеря амалекитян или филистимлян... Когда-то на этом свете жили филистимляне и амалекитяне, вели войны, играли роль, а теперь их след простыл. Так и с нами будет... В сущности это ужасно” [С., VII, 107].

В рассказе “Студент” (“...Из моих вещей самый любимый мой рассказ “Студент” [4, 484], — признавался Чехов Бунину) студент духовной академии Иван Великопольский, бродя весной с ружьем в родных краях, думает о том, “что точно такой же ветер дул и при Рюрике, и при Иоанне Грозном, и при Петре, и что при них была точно такая же лютая бедность, голод, такие же дырявые соломенные крыши, невежество, тоска, такая же пустыня кругом, мрак, чувство гнета — все эти ужасы были, есть и будут, и оттого, что пройдет еще тысяча лет, жизнь не станет лучше” [С., VIII, 306].

Но нечаянная встреча у костра с женщинами на “вдовьих огородах”, слезы слушательниц, которым Иван напомнил евангельскую историю о Петре, заставляют студента подумать о том, “что, очевидно, то, о чем он только что рассказывал,

что происходило девятнадцать веков назад, имеет отношение к настоящему – к обеим женщинам и, вероятно, к этой пустынной деревне, к нему самому, ко всем людям <...> Прошлое, думал он, связано с настоящим непрерывной цепью событий, вытекавших одно из другого <...> А когда он переправлялся на пароме через реку... то думал о том, что правда и красота... по-видимому, составляли главное в человеческой жизни и вообще на земле; и чувство молодости, здоровья, силы – ему было только 22 года, – и невыразимо сладкое ожидание счастья, неведомого, таинственного счастья овладевали им мало-помалу, и жизнь казалась ему восхитительной, чудесной и полной высокого смысла” [С., VIII, 309].

Штенбергу – двадцать три-двадцать четыре года. Чехову – в год написания повести – двадцать восемь. Великопольскому – двадцать два.

Или другой момент. Позади Сахалин и в самом разгаре болезнь. Чехову – тридцать четыре. А впереди “Чайка”, художественный театр. Ольга Леонардовна Книппер...

В произведениях Чехова торжествует жизнь. В этом смысле вполне резонно считать Чехова предтечей мирового экзистенциализма. Писатель призывает человека ценить то, что ему даровано, и сожалеть о том, что люди не в состоянии распорядиться богатством, оказавшимся в их руках. Своим существованием на земле. Как в бытовом его варианте, так и в бытийном. Мир вовне и мир внутри в произведениях Чехова взаимосоотносимы.

Существование чеховских персонажей связано с реальностью. Четко вписано в быт. Мартин Хайдеггер не случайно расставил дефисы в своем определении “бытие-в-мире”. Человеческие переживания – производные объективного мира. Сердцевина восприятия всего сущего.

Персонажи чеховских произведений остаются один на один посреди огромного мира, пространство которого необычайно трудно освоить, но вне которого жизни не существует. Постигнуть великое таинство жизни так же невозможно, как невозможно получить ответ на вечное вопрошание человечества: Что есть истина?

Но ведь и не искать ответа нельзя. Чехов – ищет. Писатель ищет ответ, начиная с юношеской пьесы, атрибутируемой как “Безотцовщина”. Герой пьесы Платонов, “раздавленный, приплюснутый, скомканный” (автохарактеристика самого героя. – Л. К.), размышляет о самоубийстве: “Я боюсь жизни! Что будет, если я жить буду? Стыд заест один... (Прикладывает револьвер к виску.) Finita la commedia. Одним умным скотом меньше. Прости, Христос, мои грехи! (Пауза.) Ну? Сейчас смерть, значит <...> Нет

сил. (Кладет револьвер на стол.) Жить хочется. (Садится на диван.) Жить хочется” [С., XI, 175].

Жить хочется! Сквозь выстрелы, звучащие в чеховских рассказах, повестях, пьесах (“Володя”, “Дуэль”, “Иванов”, “Чайка”, “Дядя Ваня”, “Три сестры”), постоянно прорывается этот мотив – жить хочется. Несмотря ни на что.

Герой повести “Три года” Ярцев признается собеседнику: “Никакая философия не может примирить меня со смертью, и я смотрю на нее просто как на погибель. Жить хочется <...> Жизнь, голубчик, коротка, и надо прожить ее получше” [С., IX, 75]. Сказано, замечу, задолго до хрестоматийной фразы из романа Николая Островского “Как закалялась сталь”.

Жизневосприятие Чехова я бы назвал “оптимистическим скептицизмом”. В его концепции жизни нет безысходности. Финалы его произведений открыты, не только потому, что в них продолжается прежняя жизнь. Важно и другое – жизнь продолжается. Та самая жизнь, “обустроить” которую дано самому человеку.

Жизнь, действительно, прекрасна, если в основе ее лежит ощущение абсолютной внутренней свободы, правды и красоты, достоинства, веры в собственные силы и в справедливость. Сотворить такую жизнь возможно, если победить лень души, если не подменять реальность миражами.

– Неси свой крест и веруй! – говорит Нина Заречная. Вот очевидная материализация концепции оптимистического скептицизма: тяжкая ноша и вера – две составляющих повседневной жизни. Другой не дано.

Томас Манн в своем этюде “Слово о Чехове” писал о необычайно трезвом, критическом и скептическом отношении писателя к самому себе, о неудовлетворенности писателя всем трудом своей жизни. Но не менее скептически Чехов относится и к героям, которым даровал литературную жизнь. Это не был скепсис разочарованного и недовольного жизнью человека. За скепсисом и иронией – желание видеть человека иным.

И прежде всего – добивающимся своей цели. Подчеркну – цели нравственной.

В. А. Свительский в одной из своих работ, посвященной творчеству Н. С. Лескова, пишет о том, что тот превращает описание жизни Ивана Северьяновича Флягина в житие, в том высоком смысле, какой имело это слово в старину... “Но не к достижению святости направлено житие странника. Скорее человеческое начало испытывается в нем” [5, 324]. Чехов принципиально лишает жизнь персонажей своих произведений какого бы то ни было ореола святости. Что не отменяет их проверки на нравственную прочность.

Художники нередко подбрасывают своим героям произведений проверочные задания — своеобразные экзамены на мужество, стойкость, верность идеалам. И т. п.

Главное испытание чеховских персонажей — испытание бытом. Максимально ритуализированной повседневностью.

Быт у Чехова не противостоит бытию. Бытие всего лишь фамильяризуется до бытового уровня. До заурядности. До очевидной простоты. Выясняется, что сокровенное — это простые вещи, окружающие человека ежедневно. Все переживания чеховских героев вертятся вокруг простых вещей. Вокруг подробностей быта.

Герой “Скучной истории”, знаменитый на всю Европу профессор Николай Степанович, не знает, как ответить Кате на крик ее души: “Что мне делать? <...> Клянусь вам, что я не могу дальше так жить! Сил моих нет!” [С., VII, 308]. “Не знаю, — говорит светило науки. И добавляет: “Давай, Катя, завтракать”.

Бытовое пространство жизни не подменяется бытийным — они слиты воедино.

В рассказе “Архиерей” отец Сисой беседует с Марьей Тимофеевной, матерью преосвященного отца Петра: “Отец Сисой говорил о политике:

— У японцев теперь война. Воюют...

А потом послышался голос Марьи Тимофеевны:

— Значит, Богу помолившись, это, чаю напимшись, поехали мы, значит, к отцу Егору в Новохатное <...>

— А потом что? — спросил Сисой...

— А потом чай пили, — отвечала Марья Тимофеевна.

— Батюшка, у вас борода зеленая! — проговорила вдруг Катя с удивлением и засмеялась” [С., X, 192].

Слушающий этот разговор архиерей отец Петр, медленно угасающий от навалившегося на него недуга, думает о матери: “Похоже было, будто в своей жизни она только и знала, что чай пила”. Война с Японией, зеленая борода отца Сисоя, “чай пили” — все это явления соразмерные, одинаково важные для собеседников. Каждый живет своим. Каждый имеет право на свой голос. Или иначе — в мире, окружающем человека, все важно, все связано.

Все близко. Все может быть объяснено по-своему. Майя Туровская приводит высказывание В. И. Немировича-Данченко о Чехове: “Он знал жизнь трех сестер тем интимным знанием, каким мы понимаем без слов, что значит обмен или ремонт квартиры, поступление сына в институт или распределение на работу” [6, 267].

Слова найдены — “интимное знание”. Интимное знание свойственно и персонажам чехов-

ских произведений, которые не мыслят себя вне привычной обстановки, в которой чувствуют себя комфортно — в знакомой обстановке собственного дома, служебного помещения, на даче, в театре, в условиях привычного Ритуала. Ритуала, который упрощал отношения героя с миром.

Показательно, что Ритуал в чеховских вещах — не нечто, привнесенное в жизнь извне, а результат деятельности самих людей. Ритуал облачает ориентацию человека в мире. Делает жизнь привычно обустроенной. Создает иллюзию ее постижимости и понятности.

Всякий раз, когда Ритуал нарушается, герой попадает впросак: толстый человек в бане просит тонкого пройти веником по своей спине, что тонкий и исполняет. В предбаннике, когда герои надевают мундиры, выясняется, что тонкий толстого выше чином. В рассказе “Учитель словесности” милая ритуальная интеллигентность общения в доме Шелестовых оборачивается трагедией для учителя Никитина, вдруг разглядевшего пошлость и этого дома, и жизни, его окружающей.

Впрочем, почему — “вдруг”? Рассказ начинается с выезда героев на верховую прогулку. Никитин “глядел на ее (Маши Шелестовой. — Л. К.) маленькое стройное тело, сидевшее на белом гордом животном, на ее тонкий профиль, на цилиндр, который вовсе не шел к ней и делал ее старше, чем она была, глядел с радостью, с умилением, слушал ее, мало понимал и думал: “... Сегодня же объяснюсь с ней” [С., X, 310].

Целый набор характерных подробностей (“маленькое стройное тело”, “белое гордое животное”, “цилиндр, который не шел к ней и делал ее старше”) — и радость, умиление, “сегодня же объяснюсь с ней”. Может, потому — что “мало понимал”?

Чехов делает Ритуальное восприятие жизни частью сознания героя. Фамильяризует бытийное.

Эта фамильяризация проходит через все творчество писателя — от “Письма кученому соседу” до “Невесты”. Хотя понятно, что принципы взаимоотношений героя с миром и автора со своими героями претерпевают естественную эволюцию. От пародии и иронического гротеска в изображении отставного урядника Войска Донского Василия Семибулатова, легко и свободно размышляющего об устройстве Вселенной, до отца Андрея в рассказе “Невеста”, любящего порассуждать о вере.

“Вера значительно сокращает нам область таинственного”, — говорит отец Андрей [С., X, 205]. И фраза эта тут же монтажно стыкуется с маленькой подробностью происходящего: “Поддали большую, очень жирную индейку. Отец

Андрей и Нина Ивановна продолжили свой разговор. У Нины Ивановны блестели бриллианты на пальцах, потом на глазах заблестели слезы, она заволновалась” Помните – аналогичный монтажный стык в “Ионыче” при описании того, как Вера Иосифовна читает свой роман о том, чего никогда не бывает в жизни, а в открытое окно несутся соблазнительные запахи готовящегося ужина.

Быт не дискредитируется – он обретает статус значительного начала. Прежде всего – в глазах верящих в эту значительность персонажей чеховских произведений. Вера – и жирная индейка. Блеск бриллиантов – и блеск слез. А спорто идет о смысле жизни.

– В жизни так много неразгаданных загадок, – говорит Нина Ивановна.

– Ни одной, смею вас уверить, – возражает отец Андрей.

Кто прав? Чехов предлагает читателям самим поискать ответ на этот вопрос. Писатель смотрит на окружающий его мир глазами человека, понимающего, что суть реальности не в отвлеченных размышлениях о ней, а в повседневных заботах, тревогах, страхах, обидах, проблемах, поступках.

Главный герой чеховских произведений – мерное течение жизни. И – разумеется – ничем не замечательный обыкновенный человек. Масовидный. Один из... Человек толпы. Не Осип Степанович Дымов, а жена его Ольга Ивановна, дама, вошедшая в рассказ “Попрыгунья” без собственной фамилии. Просто – “попрыгунья”.

Утверждая, что повседневность – смыслодержущая составляющая жизни, Чехов отказывается от концепции героя как личности незаурядной, ведущей за собой остальных. Даже самые незаурядные принуждены растворяться в толпе. Вспомним, кстати, хвалу толпе из уст доктора Дорна в “Чайке”. Толпа – одна мировая душа. Подстать ей – и жизнь.

В повести “Степь” мелькнула среди описания необъятных просторов, открывшихся Егорушке, маленькая деталь: “Летит коршун над самой землей, плавно взмахивая крыльями, и вдруг останавливается в воздухе, точно задумавшись о скуке жизни” [С., VII, 17]. Со “Степи” на смену герою, воспринимающему жизнь такой, какая она есть на самом деле, приходит человек, пытающийся понять, почему жизнь скучна, неопытна и нет ли возможности хоть как-то ее изменить. Задумывающийся герой.

Потом – с “Чайки” – явится герой, идущий точку опоры. В вере. В иллюзии, в самообмане. В поисках идеала.

Надя Шумина, героиня рассказа “Невеста”, накануне замужества, о котором она мечтала,

вдруг почувствует, что все пропало, что будущее не радует ее: ей “почему-то казалось, что так теперь будет всю жизнь, без перемены, без конца!” [С., X, 202].

“Так” – это стук ножей на кухне, это запахи жареной индейки и маринованных вишен.

“Так” – это затворничество в новом доме, специально приготовленном для молодоженов.

“Я еще молода. Я жить хочу, а вы из меня старуху делаете! [С., X, 213] – говорит Надя матери. И как заклинание звучит:

– Я жить хочу!

И далее:

“О, если бы поскорее наступила эта новая, ясная жизнь, когда можно будет прямо и смело смотреть в глаза своей судьбе, сознать себя правым, быть веселым, свободным! А такая жизнь рано или поздно настанет” [С., X, 219].

“Жить хочется!” – в первом произведении Чехова. “Я жить хочу!” – в последнем. Кольцевая композиция творческой биографии Чехова определяет сюжет собственной жизни писателя – его готовности принять жизнь как чудо, сотворенное собственными руками.

Репетируя “Трех сестер”, Г. Товстоногов подчеркивал: чеховские персонажи постоянно стоят лицом к лицу с жизнью. Задача сводится к одному: “Надо взять жизнь на себя” [7, 119]. Сделать этот неимоверно трудно. Недостает желания. Проще – уйти в иллюзию. Выдумать жизнь такой, какой ее хочется видеть. Какой она могла бы быть.

Чеховские мечтатели – Соня, сестры Прозоровы, Петя Трофимов, Аня, Надя Шумина – знают хорошие слова о будущей жизни, но не знают дороги к ней.

– Если бы знать! Если бы знать! – вздыхают сестры Прозоровы.

– Покажите, что эта неподвижная, серая, грешная жизнь надоела вам, – призывает Надю Шумину тяжело больной Саша.

И Надя уходит из дома. Навстречу жизни новой, просторной, широкой, полной тайн.

Обратите внимание на противостояние реальности и мечты: неподвижная жизнь – новая; серая – и широкая, просторная; грешная – и полная тайн.

Одно смущает – прощальная реплика автора: “Надя пошла к себе наверх укладываться, а на другой день утром простилась со своими и, живая, веселая, покинула город – как полагала, навсегда” [С., X, 220].

“Оптимистический скептик” Чехов не обойдется без этой иронической пряности – “как полагала”...

Непостижимость жизни отменить невозможно.

* * *

ЛИТЕРАТУРА

14 февраля 1904 года в письме к Л. А. Авиловой Чехов советует: “Будьте веселы, смотрите на жизнь не так замысловато; вероятно, на самом деле, она гораздо проще. Да и заслуживает ли она, жизнь, которой мы не знаем, всех мучительных размышлений, на которых изнашиваются наши российские умы, — это еще вопрос” [П., XII, 35].

Через пять месяцев будут бокал шампанского в Баденвейлере и слова прощания: “Ich sterbe”.

“Ich sterbe” (“Я умираю”) — не подведение итогов, а грустное расставание с миром.

Прекратилась для Антона Павловича Чехова “жизнь, которой мы не знаем”.

А кто знает?

1. Чехов А. П. Полн. собр. соч. и писем: в 30 т. — М., 1974.

2. Булгаков С. Н. Чехов как мыслитель / С. Н. Булгаков // А. П. Чехов: Pro et contra. — СПб., 2002.

3. Достоевский Ф. М. Собр. соч.: в 30 т. — М., 1976.

4. Чехов в воспоминаниях современников. — М., 1959.

5. Свительский В. А. Русская литературная классика XIX века / В. А. Свительский. — Воронеж, 2003.

6. Цит. по кн.: Смелянский Анатолий. Наши собеседники / А. Смелянский. — М., 1981.

7. Товстоногов Г. Зеркало жизни / Г. Товстоногов. — Л., 1980. — Т. 2.

ИДЕАЛ И РЕАЛЬНОСТЬ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ МИРЕ А.П. ЧЕХОВА

© 2004 В.А. Свительский

Воронежский государственный университет

До сих пор не очень продумана типология историко-литературных эпох, не ясны их определяющие признаки. Думается, соотношение между идеалом и реальностью существенным образом характеризует и историко-литературные периоды, и художественные миры отдельных писателей.

С точки зрения общественно-исторического развития эпоха А. Чехова привычно характеризуется как по преимуществу период реакции, безвременье, пауза приостановленного исторического развития. Но конкретно-исторический период, начавшийся после гибели Александра II, совпадает еще и с завершающим этапом историко-культурной эпохи XIX века, подкрепляется естественным “дряхлением” века, его “окостенением”. Соответственно выстраивается и восприятие периода современниками и толкователями, идущими по его следам, — как “долгих, долгих буден” (И. Аксаков), “всероссийской летаргии” (Д. Овсяниково-Куликовский), “эпохи общественного мещанства” (Р. Иванов-Разумник).

Как ни субъективны эти определения, между ними есть общее. Возникают вопросы, как сумел Чехов — прозаик и драматург в это обезкураживающее, безрадостное время (сразу после Достоевского и Тургенева, при жизни Л. Толстого!) сказать свое слово, почему один и тот же период породил различные, порой противоположные художественные решения (Чехов и — Короленко, и Гаршин, и первые символисты, и молодой М. Горький).

Для более или менее убедительной характеристики открытий Чехова-художника и индивидуальных вариантов, которые мы находим в творчестве его современников, соотношение идеала и реальности показательно. Вот как выразительно передавал атмосферу периода, колорит исторического момента его чуткий “житель” поэт О. Мандельштам: “Я помню хорошо глухие годы России — девяностые годы, их медлен-

ное оползание, их болезненное спокойствие, их глубокий провинциализм — тихую заводь: последнее убежище умирающего века”. И он предлагает литературный “ключ эпохи” — “книгу, раскалившуюся от прикосновений, книгу, которая ни за что не хотела умирать и в узком гробу 90-х годов лежала как живая”. Речь идет о стихотворениях С. Надсона, собрание которых выходило до 1917 г. 29 раз, почти ежегодно (суммарный тираж — более 200 тысяч экз.).

О. Мандельштам продолжает в “Шуме времени”: “Вглядываясь в лицо вечного юноши — Надсона, я изумляюсь одновременно настоящей огненностью этих черт и совершенной их невыразительностью, почти деревянной простотой. Не такова ли вся книга? Не такова ли эпоха?..” И содержание поэзии Надсона, и восприятие ее поколением (среди восторженных почитателей его на первых порах Д. Мережковский, В. Брюсов, даже Н. Бердяев; его ценили А. Чехов, М. Салтыков-Щедрин; еще поразительнее массовое поклонение) свидетельствуют о созвучии поэта, его личности и судьбы с эпохой. Это порой чутко фиксировалось в критике: “поэт переходного времени” (А. Введенский), “поэт неудачной эпохи” (М. Меньшиков)...

Да, — можно согласиться с О. Мандельштамом, — мы сегодня “не понимаем и не слышим, как понимали и слышали они”... Однако пытаться объяснить явление — наша задача. Думается, явление “надсоновщины” обусловлено именно характером эпохи и прежде всего — присущим ей разрывом между идеалом и реальностью. “Деревянный монах с невыразительными чертами вечного юноши”, “вдохновенный истукан учащейся молодежи”, “пророк гимназических вечеров” (по характеристике все того же О. Мандельштама) выразил и идеал интеллигентской молодежи, и страстную упорную тягу к нему.

Примечательно, однако, что, выступая как критик, С. Надсон отвергает поэзию А. Фета и К. Случевского. П. Якубович (Мельшин) поста-

вил самого Надсона в ряд сразу вслед за Некрасовым (“Самый талантливый и популярный из русских поэтов, явившихся после смерти Некрасова...”). Стихи поэта несли весьма определенное содержание. Надсона читали (в том числе и в многочисленных списках), на надсоновские вечера шли те, “кто хотел разделить судьбу поколения вплоть до гибели”. Интеллигенция “в священном юродстве, не разбирающем пути, определенно повернула к самосожжению”. “Как высокие просмоленные факелы, горели всенародно народовольцы с Софьей Перовской и Желябовым, а эти все, вся провинциальная Россия и “учащаяся молодежь”, сочувственно тлели...” “...Сгорел”: так гласил язык поколения. Так говорили о Гаршине, и многие гибели складывались в один ритуал” (“Шум времени”).

Чуткий современник и незаурядный поэт зафиксировал в своих оценках-воспоминаниях специфику бытования идеала в русском общественном (интеллигентском) сознании, его романтический ореол, трагический разрыв между идеалом и реальностью. Поэтому поэзия и репутация С. Надсона подходят в качестве “ключа” к эпохе. Есть и достоверные свидетельства из самой эпохи, и они принадлежат... Чехову.

В письме Н. Лейкину от 26 января 1887 г. он замечает: “Из всей молодежи, начавшей писать на моих глазах, только и можно отметить трех: Гаршина, Короленко и Надсона” [П., 2, 21]. “Молодежь” имеется в виду относительная: Короленко на 7 лет старше Чехова, Гаршин — на 5 лет, лишь Надсон моложе — но всего лишь на 3 года. Здесь же звучит оценка в духе сообщенного автором “Шума времени”: “Надсон — поэт гораздо больший, чем все современные поэты, взятые вместе...” Эта оценка повторяется и в письме тому же адресату от 8 февраля. Чехов — на стороне Надсона в истории с клеветой, возведенной на него В. Бурениным [П., 2, 362] (он называет травлю поэта “убийством” [П., 2, 32], осуждает Буренина и в сентябрьском письме 1887 г. [П., 2; 116, 125]). В юмористической “Литературной таблице о рангах” (1886) Надсон (вместе с Короленко, Скабичевским, Боборыкиным, Н. Михайловским) зачислен в достаточно солидную рубрику “Надворные советники” [С., 5, 143]. Имя Надсона ставится как одно из наиболее показательных рядом с Короленко [П., 4, 69]. Стихи Надсона цитируются в читательском письме к Чехову [П., 3, 388]. И чисто внешне Надсон — символ эпохи [П., 4, 69]. Даже в 1898 г. Чехов — возможно, по его собственной просьбе — от одного из читателей получает портрет С. Надсона. Так или иначе, но писатель отдавал должное поэту, признавал его роль.

Короленко, Гаршина, Надсона в ряде произведений объединяет одна тенденция в утверждении идеала — романтическая, с трагическим оттенком. Упорное сопротивление злу, неравный и обреченный поединок с ним мы встречаем в рассказах Короленко “Чудная”, “Яшка” и др., у Гаршина в миниатюре “Attalea princeps” и гениальном “Красном цветке”, духом жертвенной борьбы пронизана поэзия Надсона, а его “чужак по имени Икар” будничной, долгой жизни предпочитает миг свободного полета к солнцу, заканчивающийся трагической катастрофой. Бесспорна печать романтизма на всех этих произведениях, как силен романтический элемент во всем творчестве Короленко или в поэзии Надсона.

Возможно, на читательском уровне надсоновские стихи выражали настроения Чехова. Примечательно и публицистическое выступление Чехова, где раскрывается в прямом высказывании его идеал. Это — заметка 1888 г. о Пржевальском. Чехов пишет: “В наше больное время, когда европейскими обществами обуяли лень, скука жизни и неверие, когда всюду в странной взаимной комбинации царят нелюбовь к жизни и страх смерти, когда даже лучшие люди сидят сложа руки, оправдывая лень и свой разврат отсутствием определенной цели в жизни, подвижки нужны, как солнце. Составляя самый поэтический жизнерадостный элемент общества, они возбуждают, утешают и облагораживают”. И он продолжает: “Их личности — это живые документы, указывающие обществу, что кроме людей, ведущих споры об оптимизме и пессимизме, пишущих от скуки неважные повести, ненужные проекты и дешевые диссертации, развратничающих во имя отрицания жизни и лгущих ради куска хлеба, что кроме скептиков, мистиков, психопатов, иезуитов, философов, либералов и консерваторов, есть еще люди иного порядка, люди подвига, веры и ясно осознанной цели” [16, 236-237]. Подчеркнуто мною. — В. С.). Хотя заметка была напечатана без подписи, проходной ее для Чехова считать нельзя. Он объясняет в письме: “Таких людей, как Пржевальский, я люблю бесконечно” [16, 498]. И это совпадает с тенденцией времени.

Однако, высоко оценивающий поэзию С. Надсона, отдающий должное Короленко и Гаршину, Чехов не случайно порой смотрит на них со стороны. У него свое место в эпохе, своя точка зрения, своя позиция — особенно как у художника. Именно как художник он находит свое решение проблем времени, свое соотношение идеала и реальности, что и позволило сказать ему свое слово, завершая историко-литературную эпоху XIX в.

Человек и косные, рутинные формы существования, человек и бытовая повседневность,

человек и общественно-историческая ситуация приостановленного, заторможенного развития, упадка, безвременья и неразлучные с ней настроения разочарования и уныния. Здесь Чехов находит ресурсы своей художественности. Важнейшим же ее фактором становится предельный разрыв между идеалом и реальностью (по-чеховски, “действительной жизнью”). Только, в отличие от Надсона, Гаршина, Короленко, он свой художественный мир ориентирует не на подтягивание к идеалу, не на романтический порыв к нему, а на реалистическое изображение наличной действительности во всей ее сложности, спорящих силах и составляющих. Художник вольно или невольно выбрал позицию – быть с жизнью, быть внутри нее, быть с человеком и в его сознании, в его душе.

Это решение, однако, обострило аксиологическую проблему в чеховском изображении, о чем свидетельствуют прежде всего произведения писателя, но и история восприятия творчества Чехова как современниками, так и потомками. До сих пор идут споры о Чехове: “Художник серых людей и серых буден” (В. Ключевский)? “Печальник, плакальщик нашей интеллигенции” (С. Трубецкой)? И т. п. Ряд таких определений можно было бы продолжить. Чего стоит только статья Л. Шестова “Искусство из ничего”!

Между тем сам Чехов избегал однозначной определенности в объяснении своих произведений. Он писал об “Иванове”: “Я хотел сориги-

нальничать, не вывел ни одного злодея, ни одного ангела (хотя не сумел воздержаться от шутов), никого не обвинил, никого не оправдал...”

На страницах “Дуэли” обсуждается вопрос: “Какою мерою нужно измерять достоинства людей, чтобы судить о них справедливо?”, говорится о тех, кто берется судить: “...не лучше ли им спуститься пониже и направить ненависть и гнев туда, где со стоном гудят целые улицы от грубого невежества, алчности, попреков, нечистоты, ругани, женского визга...” Даже философия смеха и иронии в условиях эпохи, разведшей идеал и реальность, приобретает особый характер: это и состояние духа, и жизненный принцип, и культура поведения.

Если взять рассказы “Дом с мезонином” (1896), “Печенег” (1897), “Случай из практики” (1898), “У знакомых” (1898), “По делам службы” (1899), произведения на материале крестьянской жизни “Убийство”, “Мужики” и “В овраге”, то можно сделать выводы о том, как настойчиво ищет Чехов ценностный баланс для своего изображения. Логика и выражение авторской оценки в произведениях писателя, способы подачи идеала в них – достаточно актуальная научная проблема, во многом еще не разрешенная. Несмотря на критическую разведенность идеала и “действительной жизни”, они, по Чехову, неразрывны и находятся в постоянном драматическом споре. Поиск их уравновешенного соположения – задача не только чеховских героев, но и самого автора.

МЕТАМОРФОЗЫ “МАЛЕНЬКОГО ЧЕЛОВЕКА” В РАННЕЙ ПРОЗЕ А.П. ЧЕХОВА

© 2004 А.А. Фаустов

Воронежский государственный университет

Характер “маленького человека” в основных своих чертах складывается у К. Н. Батюшкова и, в особенности, у Н. В. Гоголя, для того чтобы у Ф. М. Достоевского достичь наибольшей степени разработанности и, по сути, быть исчерпанным¹. Дальнейшая история “маленького человека” — отчасти “ухудшенное” повторение, отчасти подведение итогов, отчасти полемика с предшественниками, отчасти пародирование того, что кристаллизовалось в 1810-е — 40-е годы. Если иметь в виду доминанту этого характера в его “каноническом” варианте, то “маленький человек” — герой, способный идентифицировать себя лишь как Другого или, по крайней мере, в глазах Другого (представляющего, как хорошо известно со времен Ж. Лакана, инстанцию символического). Отсюда целый ряд характерологических следствий, к примеру — особое переживание пространства, когда герой преследуем стремлением очутиться не на “своем”, а на “другом” месте (в этом плане “маленький человек” противоположен “лишнему”, у которого как раз “своего” места нет²), или озабоченность проблемами самоутверждения, авторепрезентации, в разных ее семиотических режимах, прежде всего — в символическом (письмо, чин и пр.).

Едва ли не эффектнее всего финальное “перерождение” характера “маленького человека” проявляется в творчестве раннего А. П. Чехова — великого пересмешника шаблонов (и канонов) русской литературной классики, движимого “поэтикой раздражения” (по удачному выражению Е. Д. Толстой). Формула *маленький человек / человек* встречается у Чехова чрезвычайно часто,

причем употребляется она, как правило, не только и не столько в социально-психологическом смысле, сколько по своему “прямому назначению” (мера принудительности ее такова, что в “Степи” (1888) дважды повторяется сравнение, проецирующее эту формулу на неживой мир, — ветряная мельница, которая “...похожа на маленького человечка, размахивающего руками...” [6; 19, 21]³). Особенно любопытно в этом плане истолковывается “маленький человек” в письме Д. В. Григоровичу (1888) (в котором, кстати, сообщается об окончании “Степи”). Чехов тут — как раз по поводу своей повести — рассуждает о феномене *русских самоубийц*, выстраивая в две симптоматично “перепутанные” серии причины “человеческие” (“...мечты о широкой, как степь, деятельности...” и пр.) и “природные” (*необъятная равнина, славянская апатия* и пр.) и заключая: “В Западной Европе люди погибают оттого, что жить тесно и душно, у нас же оттого, что жить просторно... Простора так много, что маленькому человечку нет сил ориентироваться...” [11, 184]. “Малость” здесь определяется “географическим фактором”, своей геометрией, теряя символическое измерение.

В прозе Антоши Чехонте фигура “маленького человека” “остраняется” по-разному, но ключевой из задействованных при этом механизмов — обыгрывание “подвижности”, обретенной характером уже в раннем творчестве Достоевского, релятивизация основополагающей коллизии между “своим” и “другим”. Мы проиллюстрируем это на примере трех рассказов, в которых прямо упоминаются “маленькие люди”. Рассказ “Двое в одном” (1883) [1, 437–439] организован “неправильно” уже в нарративном отношении. Дискурс “маленького человека” предполагает, что повествовательная точка зрения почти непрерывно

¹ Настоящая заметка представляет собой фрагмент обширного исследования по характерологии “маленького человека”.

² См.: Фаустов А. А. Возникновение *лишнего* человека / А. А. Фаустов, С. В. Савинков // Очерки по характерологии русской литературы. — Воронеж, 1998. — С. 6–22.

³ Чеховские тексты цит. с указанием тома и страниц по изд.: Чехов А. П. Собр. соч.: В 12 т. — М., 1960–1963.

сфокусирована на “маленьком” персонаже, нередко сблизена с его кругозором, а иногда персонажу и передана. Чеховский рассказ выворачивает нарративную логику наизнанку: он написан от лица Другого — *лица высокопоставленного*, которое решило проехаться на конке, то есть очутилось — *incognito* — не на “своем” месте, заняв позицию вуайера (“Я ехал... и рассматривал сих малых...”). Благодаря этому Другой становится свидетелем метаморфозы, которую претерпевает один из его канцелярских служащих — “маленькое, пришибленное, приплюснутое создание”, окруженное в рассказе прозрачными “зоологическими” ассоциациями. Одет герой в *заячью шубенку*, и на службе ведет он себя подобающим образом: “При виде меня он дрожит... точно я съест его хочу или зарезать, а когда я его распекаю, он зябнет и трясется всеми членами <...> Даже и животных таких не знаю, которые были бы тише его...” (эти *распекания* и *тихость* — несомненные аллюзии на “Шинель”, герой которой даже, что, впрочем, вряд ли знал Чехов, во второй рукописной редакции и звался Тишкевич). И этот *пришибленный* человек вдруг рассуждает на весь вагон о политике, о Бисмарке, о филистерах, делает гневные внушения кондуктору, который недостаточно осветил вагон, и запрещает ему курить (“Я никому не позволю посягать на мою свободу!”) и т. д. Оказавшись на “другом” месте, герой столь разительно меняется, что *высокопоставленный* рассказчик поначалу даже никак не может узнать в нем своего чиновника. Лишь раскрыв *incognito*, Другой поставит зарвавшегося “маленького человека” на место (“Он сел и спрятал свой носик в заячьем меху”). И рассказчик с высокомерным возмущением подумает: “Верь после этого жалким физиономиям этих хамелеонов!” Двойничество “маленького человека”, обусловленное его тщетной устремленностью к “другому”, оборачивается у Чехова почти театральной способностью к перевоплощению (рассказ не зря озаглавлен — *двое в одном*). Да и в целом построен рассказ на поочередной двойной рокировке ролями между “маленьким человеком” и Другим. (Заметим, что первый опыт такой рокировки можно найти опять-таки у Достоевского — в “Скверном анекдоте” (1862). История там подается по преимуществу в перспективе Другого, который, случайно оказавшись “не на своем месте” — на свадебном балу мелкого чиновника, его подчиненного, ощутит себя совершенным господином Голядкиным: “Он чувствовал, что как будто катится с горы... что надо бы удержаться, уцепиться за что-нибудь, но нет к тому никакой возможности” [2; V, 28] и пр. Но в рассказе Достоевского запечатлена метаморфоза как раз Другого, а не “маленького человека”.)

Еще дальше заходит подобная мена ролей в рассказе “Свадьба с генералом” (1884). Ампула “маленького человека” достанется тут — Другому, отставному контр-адмиралу с двусмысленной фамилией Ревунов-Караулов (то ли при его виде кричали караул, то ли сам адмирал готов был это *реветь*). Героя *наймут* на свадьбу — причем без его ведома, так что он вдобавок падет жертвой интриги своего племянника, — а потом призывают к ответу и почти изгонят (“Мы вам не за то деньги платили, чтоб вы безобразили!” [2, 334]). Свою речь Ревунов-Караулов обильно уснащает обыкновенными для “маленьких людей” *тово* и *знаешь*, а за свадебным столом, не давая сказать никому ни слова, пустится в воспоминания и обрушит на гостей шквал морских терминов (в авторской редакции рассказ назывался “Маленький шантаж”!), пародирующих ту *ученость* “другого” мира, перед которой трепетал гоголевский Поприщин (как глубокомысленно выразится адмирал об этом наведшем на всех тоску и раздражение морском языке: “Всякое незначительное слово имеет, так сказать, свое таинственное... ээ... недоумение...” [2, 332-333]). Портрет героя выдержан в соответствующих красках — “маленький, старенький и заржавленный”; а при “ретираде” со свадьбы адмирал *засеменит* прочь. Вместо того чтобы облагодетельствовать “маленьких людей” и придать свадьбе “генеральский” облик, сам герой окажется в положении карнавального персонажа, “Другого на час”.

Наконец, в пародийном пасхальном рассказе “Лист” (1883) [1, 522-524] игра ролями совмещена с издевательской дискредитацией символических полномочий письма, представленного здесь листом для праздничных чиновничьих росписей. Рассказ разделен на три сценки. Первая открывается картиной того, как чиновники приниженно и старательно выполняют поздравительные обязанности: “В десять часов начинает вползать с улицы в переднюю маленький человек... подходит на цыпочках к столу, робко берет в дрожащую руку перо... <...> Кончив чистописание, он долго глядит на свою каллиграфию, ищет ошибки...”⁴ А закончится сценка изъявле-

⁴ Это *вползание* выдает “червеобразность” чеховского “маленького человека”, открыто запечатленную в фамилии бессмертного героя “Смерти чиновника” (1883) *Червяков* и навеянную курочкинской переделкой из Бранже “Знатный приятель”, более известной в виде комической песни А. С. Даргомыжского “Червяк”, с их рефренными строками: “Ведь я червяк в сравнении с ним! <...> С его сиятельством самим!” (Курочкин В. С. Стихотворения. Статьи. Фельетоны / В. С. Курочкин. — М., 1957. — С. 276 и сл.).

нием недовольства *его-ства*: “...не вижу ни одного знакомого почерка! Тут один чей-то почерк! Какой-то каллиграф писал <...> За что они меня так не уважают?”. Каллиграфические усилия чиновников приводят к противоположному результату, поскольку стирают их “Я” и оборачиваются — “неуважением” к Другому. Письмо целиком отчуждается от пишущего, и во второй сценке это завершится его (письма) овеществлением: заполненный лист еще одного *его-ства* украдет экономка, собирающая бумагу, чтобы продавать ее *на пуды*. В третьей же сценке *ваше-ству* в отставке, к которому никто не явится засвидетельствовать свое почтение, придется уп-

ражаться в *чистописании* (“Чтоб моя старуха не смеялась...”) самому при помощи швейцара. Перед лицом пустого листа Другой раздваивается, подобно “маленькому человеку”⁵, только, так сказать, в обратном направлении!

ЛИТЕРАТУРА

1. Чеховские тексты цит. с указанием тома и страниц по изд.: Чехов А. П. Собр. соч.: В 12 т. — М., 1960—1963.
2. Достоевский Ф. М. Полн. собр. соч.: В 30 т. — Л., 1973. — Т. 5. — С. 28.

⁵ Применительно к господину Голядкину ср.: Lachmann R. Gedachtnis und Literatur / R. Lachmann. — Frankfurt a.-M., 1990. — S. 476-477.

ПРОСТРАНСТВО В ХУДОЖЕСТВЕННОМ МИРЕ А.П. ЧЕХОВА

© 2004 А.П. Валагин

Воронежский государственный университет

Пространственный фактор как важнейший элемент художественного мира А. П. Чехова имеет прямое отношение к биографии писателя, к месту его рождения и родительскому дому. Диалектика (художественный контрапункт) “грандиозного” и “малого” пространства заложен в своеобразии Таганрога. С одной стороны, захудалый провинциальный город, с другой — морской порт, представляющий на чувственно эмоциональном уровне многообразие внешнего мира. Родительская лавка, в которой много времени проводил маленький Антоша, тоже представляет собой средоточие крохотного пространства и — с другой стороны — отражает экзотику дальних стран и приметы “инобытия” (кофе, пряности, обширный набор “колониальных” товаров).

На уровне не художественных, но жизненных представлений в судьбе А. П. Чехова фактор пространства весьма любопытен. Он явлен прежде всего в феномене неосуществленных путешествий, о которых, как известно, Чехов часто говорил и писал в письмах, предлагал многим из знакомых, замышлял и откладывал. Самой примечательной и единственной в своем роде была поездка на Сахалин с последующим возвращением. Поездка, с одной стороны, материализует мечты писателя о далеких путешествиях, с другой — поражает “страдательным”, едва ли не жертвенным характером самой поездки, ее целей (жизнь и быт каторжан и ссыльных), социальной мотивацией и личным мужеством самого писателя. Возвращение в Россию — Тихий океан, Гонконг, Сингапур, Цейлон, Индийский океан, Суэц, Константинополь — “изнанка” российской части пути, экзотический, “цветной”, “тропический” сегмент земного шара, который “проявил” писатель своим путешествием.

В прозе А. П. Чехова есть два произведения, в которых контрапункт “большого” и “малого” пространств не просто очевиден, но является своеобразным диалогом художественных смыслов.

Тем более, что оба произведения писались одновременно и опубликованы “рядом”. “Спать хочется” — не только один из самых коротких рассказов писателя. Он — рассказ — выстроен как набор “сужающихся” пространственных метафор (изнемогающая от бессонницы девочка хочет спрятаться в галошу, ее голова сжимается до размеров булавочной головки и т. д.). Детский плач, сводящий с ума Варьку — болезненный раздражитель, “спрятанный” в колыбели. Тема сна объединяет два произведения, но если в трагической судьбе Варьки главным является недостаток сна, то в путешествии Егорушки в повести “Степь” главное — избыток сна, позволяющий герою осмысливать окружающее необозримое пространство в мифопоэтическом контексте.

Рассказ “В ссылке” — образец использования метафоры “края земли” (речь идет о каторжанах и ссыльных на Сахалине) для художественного воплощения экзистенциального сознания. Герой рассказа — носитель абсолютной свободы одинокого бесстрашного человека, у которого ничего и никого нет, кроме личного мужества и пафоса тотального — на уровне богоборчества — отрицания. Пограничная ситуация в этом рассказе носит как топографический, так и философский характер. Герой Чехова, делая выбор в пользу бесконечного и необратимого одиночества, трагичен и привлекателен из-за мифологического контекста его местоположения “на краю” двух стихий (земли и воды).

В рассказе “Черный монах” пространственный фактор носит космологический характер. Система отражений, благодаря которой и возникает фантомное изображение монаха, придает пространству истории зеркальную бесконечность и призрачность. “Миражность” как основной принцип существования образа монаха обусловила и характер душевного самочувствия Коврина. Болезнь Коврина диагностирована в рамках “диалога с миром”, где собеседник — ускользающий в глубине веков фантом сознания героя.

В параметрах реальных пространственных обозначений герой постоянно “стеснен”, “зажат” заурядной обыденностью обстоятельств и удручающих закономерностей будничной жизни.

В рассказе “Гусев” мы наблюдаем весьма примечательные “смещения” пространственных координат. Пароход, на котором находится больной русский солдат Гусев, – в тропиках, “на краю света” с точки зрения крестьянского сознания (по ту сторону земного шара). Во сне герой видит российскую зимнюю деревню. Абсолютная несовместимость реального и иллюзорного миров подытоживается смертью героя. Писатель проникает в пространство иной – водной – стихии, населенной неведомыми и враждебными существами (акула). Мертвый Гусев, завернутый, “запеленутый” в парусину, подвергается нападению неведомого чудовища в неведомой стихии. Рассказ выстроен на использовании метафоры отторжения миров, на стыке которых – обреченный одинокий человек.

“Палата № 6” – художественное олицетворение “больного” пространства жизни. Безумие, которое своей совокупной энергией меняет саму природу пространства больничной палаты и больницы вообще, словно втягивает в свою энергетическую воронку все “здоровое” в окружающем мире. Палата № 6 – эпицентр жизненной “неправильности”, деформированности нравственных ценностей, искажения изначальных координат человеческого существования. Своеобразное художественное “производное” от “Палаты № 6” – рассказ “В овраге”. Овраг – метафора невидимой “свалки душ”. Среди изломанных, искаленных – в нравственном и физическом смысле – созданий – Липа с ребенком, жертвенные персонажи, олицетворяющие мифологический ужас российской обыденности. С другой стороны, овраг (в русле традиции И. А. Гончарова) – трещина, разлом в нравственном поле, источник преступлений, святотатств и жертвенных закланий.

УТРАТА БЕЗ ОБРЕТЕНИЙ (ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАТИВНОСТЬ РАССКАЗА А.П. ЧЕХОВА “ИОНЫЧ”)

© 2004 Б.С. Дыханова

Воронежский государственный педуниверситет

В школьном обиходе это произведение из десятилетия в десятилетие изучается в рамках, заданных “реальной критикой”, с чьей точки зрения обывательская рутина губительна для человека, не нашедшего общественного применения своим возможностям. Эта привычная схема обнаруживает свою ошибочность даже при самом поверхностном сопоставлении с текстовыми фактами. Главный герой, молодой врач Дмитрий Ионыч Старцев, вполне отвечает сложившемуся в литературе стереотипу. Человек мыслящий, абсолютно не приемлющий обывательского существования (на первых порах “обыватели своими разговорами, взглядами на жизнь и даже своим видом раздражали его”), убеждённый, что “без труда жить нельзя”, Старцев воспринимается окружающими через некоторое время как надменный чужак (“...его прозвали в городе “поляк надутый”, хотя он никогда поляком не был”). Не только образ мыслей, но и то обстоятельство, что чеховский герой — разночинец (сын дьячка), его род занятий и избранная стезя (Старцев служит в земской больнице) являются важным штрихом к портрету передовой личности.

Вполне в духе времени и устремления молодой героини, предпочитающей комфортному существованию замужней женщины следование своему призванию, “высшей блестящей цели”, к которой, по убеждению Котика, “должен стремиться человек”. Четыре года спустя разочаровавшаяся в собственном даровании и осознавшая эфемерность своих притязаний на “славу, успехи, свободу”, она тем выше оценивает осуществлённость не столь амбициозного, но в её теперешних глазах куда более значимого ежедневного подвижничества Старцева, “счастье быть земским врачом, помогать страдальцам, служить народу”. Она не подозревает, что все эти идеологические клише, ещё сравнительно недавно исполненные для Старцева огромного смысла (“Вы так любили говорить о своей больнице...”), уже ничего не значат для него, сегодняшнего (“Стар-

цев вспомнил про бумажки, которые он по вечерам вынимал из карманов с таким удовольствием, и огонёк в душе погас”).

И если возвращение Екатерины Туркиной под родительский кров легко объяснимо разочарованием в себе (“Я такая же пианистка, как мама писательница”), то причины, по которым умный, образованный, нравственный человек, хороший врач (о чём свидетельствует огромная практика в городе) в короткие сроки превращается в свою противоположность, не столь очевидны. Возлагать вину за стремительную деградацию личности чеховского героя только на провинциальную жизнь — значит игнорировать стилевое содержание чеховского письма, в языковом пространстве которого и реализуется вся полнота художественной истины.

Неявная символизация возникающих в повествовании образов совершается в тексте “Ионыча” уже на уровне, казалось бы, не поддающихся этому процессу деталей в описании бытового уклада Туркиных, традиционно воспринимаемого как объект авторской иронии. Взгляд на господскую жизнь как на паразитическую, а значит, духовно ущербную и безнравственную, сформированный идеологическими постулатами демократической беллетристики второй половины XIX в., всячески культивировался в советскую эпоху.

У Чехова, однако, мы не найдём оснований для оголтелого социологизма. Репутация “самой образованной и талантливой семьи” вовсе не столь беспочвенна у Чехова, как это принято считать. О гармоническом равновесии домашней жизни Туркиных косвенно сигнализирует ономастикон повести. Глава семьи Иван Петрович (с др.-евр. *Иван* переводится как “милость божия”, а *Петр* на др.-гр. означает “камень”) характеризуется в повествовании как милосердный, великодушный хозяин дома, его опора. Отчество его жены восходит к др.-евр. понятию “присовокупление, прибавление”, на

этимологическом уровне вместе с её именем характеризую хозяйку дома как верную спутницу, в полном согласии с христианской нормой *прилепившуюся к мужу* Даже шуточный флирт Веры Иосифовны с гостем, вызывающий искреннюю нежность у Ивана Петровича (“Ах ты, цыпка, баловница...”), является ещё одним знаком царящих в доме согласия и взаимной любви. Имя дочери, означающее “чистая, непорочная”, тоже вполне согласуется с душевной свежестью, чистотой и наивностью “молодого изящного существа”.

Старцев влюбляется в Котика не в последнюю очередь и потому, что она излучает то же тёплое доверие к людям, ту же открытость и “сердечную простоту”, которыми дышит вся атмосфера семейного очага с его наивной салонностью и культом семейных увлечений, свободных от какого бы то ни было прагматизма (“Вы печатаете свои произведения в журналах? — спросил у Веры Иосифовны Старцев. — Нет, — отвечала она, — я нигде не печатаю. Напишу и спрячу у себя в шкапу. Для чего печатать? — пояснила она. — Ведь мы имеем средства. И все почему-то вздохнули”).

Приватная жизнь, согласующаяся с нравственными патриархальными и культурными традициями “дворянского гнезда”, оценивается в эстетическом поле чеховского повествования иначе, чем у его отравленных идеями времени персонажей. Подчёркнутая фамилией исключительность Туркиных (“турки” — “не такие, как все”), в отличие от “польской” инородности Старцева, воспринимаемая окружающими с положительным знаком, вовсе не дезавуируется скромностью их “талантов” и уничижительным приговором главного героя (“Садясь в коляску и глядя на тёмный дом и сад, которые были ему так милы и дороги когда-то, он вспомнил всё сразу — и романы Веры Иосифовны, и шумную игру Котика, и остроумие Ивана Петровича, и трагическую позу Павы, и подумал, что если самые талантливые люди в городе так бездарны, то каков же город”). Не зря и не случайно с домом и садом Туркиных связаны самые счастливые мгновения в жизни главного героя, а его окончательным разрывом с их миром завершается *история Дмитрия Ионыча Старцева*.

“Большой каменный дом”, в котором “было просторно и летом прохладно”, а “половина окон выходила в старый сад, где весной пели соловьи”, является своеобразной сценой, на которой разыгрывается один и тот же жизненный сценарий. В саду на любимой “скамье под старым тенистым клёном” происходят встречи наедине влюблённого Старцева и Котика (“Ради бога, умоляю вас, не мучайте меня, пойдёмте в сад”). Туда же и

почти теми же словами (“Ради бога, пойдёмте в сад”), надеясь вернуть прошлое, зовёт Старцева повзрослевшая Екатерина Ивановна.

Образы дома и сада, как бы аккумулирующие всё, что наполняет человеческую жизнь радостью, — тепло семейного очага, красота природы, музыка, доносящаяся из городского сада, пение соловьёв — утверждают самодостаточную полноту жизни Туркиных-старших, лишённую социальных притязаний и приемлющую лишь то, что способствует сохранности дома как семейного прибежища, надёжно защищающего от равнодушия и холодности внешнего мира. Но онтологический смысл мифологемы “дом” и “сад” обретают в чеховском тексте только в их сопряжённости с образами бытийного.

Имеющий ключевое для понимания художественной концепции рассказа эпизод посещения городского кладбища ничего не меняет в сюжетном развитии, ничего не добавляет к психологической характеристике главного героя и в конечном итоге напрочь вытесняется из памяти Ионыча его громадной практикой и множеством хлопот так же, как и воспоминания о Туркиных (“это вы про каких Туркиных? Это про тех, чья дочка играет на фортепьянах?”).

Чрезвычайное значение этого фрагмента в другом: авторская художественная интенция, проявляющаяся во множестве мельчайших деталей, высвечивает знаковую природу бытовых реалий, связанных с жилищем Туркиных, переключая внимание читателя на бытийный план будничного и бытового. Не случайно впервые увиденный героем кладбищенский мир структурирован в неявном соответствии с мифопоэтической моделью вхождения героя в чужое пространство.

Приближаясь к преграде (в фольклоре это чаще всего лес или река), Старцев “с полверсты <...> прошёл полем” (“кладбище темнело в дали, как лес или большой сад”), подошел к ограде из белого камня и воротам, но пересек границу, входя через калитку (по древней традиции, кладбищенские ворота запирались на ночь). Однако все эти подробности, фиксирующие продвижение чеховского героя к цели, обретают особый смысл в связи с контекстом — полустиёршейся надписью на кладбищенских воротах: “Грядет час в онь же...”, предупреждающей входящего о пришествии рокового часа, а значит, и о неизбежном вхождении уже во *врата “вечного дома”*, мгновении, удалённом во времени от Старцева, находящегося на пике молодости с её надеждами на близкое счастье, но недаром он становится единственным зрителем некоего впечатляющего спектакля, сценической площадкой которого становится обозримое

кладбищенское пространство с бесплотными фигурантами, о коих напоминают надписи на могилах, о тех, кто в своё время так же упивался радостями жизни (“любили, сгорали по ночам страстью, отдаваясь ласке”).

Кладбищенский пейзаж и функционирует здесь как своеобразная театральная декорация, решённая в черно-белых тонах. Цветовая гамма, в своей амбивалентности гармонически сочетающая контрастные цвета, эстетически воплощает у автора умонепостижимую *тайну* человеческого бытия. *Белый цвет*, символизирующий радость, чистоту, праздник, одновременно служит и эмблемой отчаяния и смерти, которые воплощает *чёрный*, сопрягающий печаль и воздаяние за грехи с успокоением и освобождением от всех земных скорбей.

В лунном свете белые кресты, могильные плиты, мраморные надгробия, памятники и деревья, отбрасывающие тёмные тени на жёлтый песок аллей, участвуют в этой *мистерии*, как бы силясь приобщить живущего к некоему сокровенному таинству. Недаром Старцеву в увиденном и “не похожем ни на что другое” мире, “где нет жизни, нет и нет” — “в каждом тополе, в каждой могиле чувствуется присутствие тайны, обещающей жизнь тихую, прекрасную, вечную” (слово “мистерия” и означает буквально “*таинство*”). Каждая подробность чеховского описания оказывается герменевтическим сигналом читателю, призванному угадать, что же именно внушает чеховскому герою кладбищенский пейзаж. В библейской символике свет, олицетворяющий чистоту и святость, служит и эмблемой *знания*, воплощения его светоносной мощи. Лампада над входом в часовню, сооружённую над могилой итальянской певицы Деметти (чье имя рифмуется с именем героя), “отражала лунный свет и, казалась, горела”. Этот *отражённый свет* напоминает о сакральном значении обряда возжигания лампад, символизирующего водительство Божие, перед иконами в храмах и на кладбищах.

Разворачивающаяся под *звёздным небом* перед единственным свидетелем и для него одного мистерия могла стать откровением для чеховского героя. Ведь на мгновение, но приподнялась завеса, скрывающая тайну, но — “точно опустился занавес, луна ушла под облака, и вдруг всё потемнело кругом”: Старцев не придаёт значения увиденному и тому внезапному взрыву чувств неведомой ему доселе силы (“ему хотелось кричать, что он ждёт любви во что бы то ни стало...”). На один только миг открывается ему связь поколений, связь живых и мёртвых, но напоминание самой природы о конечности, бренности, краткости отмеренного человеку срока не транс-

формируется в понимание величайшей ценности дарованной человеку жизни.

Даже причастность к запросам времени — вовсе не гарантия полноценно прожитой жизни. Современный автору человек ограничен в своём духовном видении вовсе не чрезмерной привязанностью к быту и простым его радостям; его драма, по Чехову, — в низведении бытового, повседневного, частного существования до чего-то малозначающего, второстепенного, в гипертрофии социальных целей, замещении духовного социальным. Своеобразный дальтонизм чеховского героя проявляется в “бескрасочности” восприятия окружающего природного мира и во внимании к колеру, сигнализирующему о пересчитываемых денежных купюрах (“случалось бумажек — жёлтых и зелёных, от которых пахло духами и уксусом, и ладаном, и ворванью, — было понапихано во все карманы рублей на семьдесят”). Лишь однажды, обретя остроту духовного зрения в мире, который ему действительно “уже больше не случится увидеть”, Старцев оказывается не способен преодолеть морок ложных целей и представлений, а потому до конца дней своих окажется добровольным исполнителем им же сочинённого жизненного сценария, в котором уже не найдётся места для “маленькой пьесы на любительском спектакле”, какой кажется ему “глупенький конец” его любовной истории. Бескрасочность, бессобытийность, механичность жизни Ионыча — следствие, а не причина его душевной опустошённости. Современный человек у Чехова уже не способен воспользоваться формулой Достоевского, “полюбить жизнь прежде, чем смысл её”. И он наказан за это скудностью личного существования, обречён на душевное одиночество.

В чеховском рассказе особое значение приобретает ещё один мотив — бездомности, неприкаянности главного героя. У Ионыча “уже есть *имение* и *два дома* в городе, и он облюбовывает себе ещё *третий*, повыгоднее, и когда ему в Обществе взаимного кредита говорят про *какой-нибудь дом, назначенный к торгам*, то он без церемоний идёт в *этот дом*, проходя через все комнаты, не обращая внимания на не одетых женщин и детей...”. Каждая подробность этого краткого описания имеет особый смысл, связанный и с мифопоэтикой чисел, и с многозначностью повторяющейся лексемы. Число “три”, возникающее как суммарный количественный показатель (“имение” и “два дома”), означающее идеальную норму, находится в парадоксальном несоответствии с *качеством* жизни Ионыча, так и не обретающего домашнего очага (“по вечерам он играет в клубе в вист и потом сидит один за большим столом и ужинает”). Чеховский герой обездолен

не только в бытовом, но и в духовном смысле. Невозможно ответить на вопрос, зачем Ионычу *четвёртый дом*, которого он домогается, в чём его *выгодность*. Всё обесмыслено, и завоевание города (имя героя восходит к др. — греч. *Деметрий*, означающее “осаждающий город”) оборачивается для него пирровой победой. И преждевременное *старчество*, и утрата фамилии (как знак прекращения рода) сигнализируют о тупиковости устремлений человечества, если оно откажется от своей главной функции — длить жизнь, сохранять её вечное горение и тепло.

Произведение завершается эпилогом, где повествователь вновь возвращается к семье Туркиных. И, на первый взгляд, краткий конспект их сегодняшнего житья-бытья кажется очередным ироническим указанием на “бесмысленность” и “бессодержательность” их повседневного существования. Однако семейная гармония, сохранённая Туркиными, помогает им достойно переносить бытовые неурядицы, безмужество Котика, болезни, неизбежное старение и не утратить “сердечную простоту” в отношениях с окружающими, а значит, и их приязнь. Гарантия тому — сохранность равновесия между духовным и бытовым, линейной связи с источниками бытия. В этом контексте даже ежедневная четырёхчасо-

вая игра Котика на рояле и упоминание её детско-го имени знаменательны: её неудача не имеет определяющего значения для отношения близких, они не могут перестать любить её, а она не может не хранить и не поддерживать “огонёк” семейного очага. Драма Екатерины Туркиной — сродни драме Старцева. По наивности, молодости всерьёз принимавшая родительское восхищение её игрой и уверившаяся в своём блестящем будущем, она в своё время не захотела ограничить свою жизнь домашним кругом: семейная идиллия родителей не казалась ей самоценной и самодостаточной. Но с утратой иллюзий и полным крушением надежд на личное счастье именно родительское гнездо с его атмосферой взаимной терпимости и любви станет для неё не вынужденным пристанищем, а жизненным оплотом, над которым уже ничто не властно.

У Чехова оказывается, что человек не равен самому себе и не знает о себе главного. У этого писателя нет незыблемых нравственных установок, так как они уже не охватывают всей жизни личности. В рассказе “Ионыч” автор в очередной раз добирается до таких глубин, где принцип моральных оценок оказывается недостаточным и требуются другие, эстетические, мерила, новый эстетический контекст.

ЯЗЫЧЕСКОЕ И ХРИСТИАНСКОЕ В ПОВЕСТИ А.П. ЧЕХОВА “В ОВРАГЕ”

© 2004 Т.Ф. Пухова

Воронежский государственный университет

Мифологические представления русского народа представляют собой глубинный, уходящий в тысячелетнюю историю, пласт духовной и материальной культуры. И по сей день порой прорываются отголоски древнейших, прежде широко распространенных языческих верований. Разумеется, более полные, наглядные примеры таких поверий мы видим в сборниках дореволюционных фольклористов-этнографов, а также в литературных произведениях XIX в., в которых изображается жизнь патриархальной российской деревни.

Интересные свидетельства мифологических представлений мы наблюдаем в произведениях А. П. Чехова. Объективность повествования как важнейший художественный принцип позволила ему, может быть, в большей, чем другим художникам XIX в., степени, наглядно, выпукло отразить разнообразные взгляды героев. В чеховских рассказах и повестях перед нами проходят герои, глубоко и искренне верующие. Это и священнослужитель самого высокого ранга из рассказа “Архиерей”, и монах Николай, автор удивительных акафистов, влюбленный в красоту церковного слова (рассказ “Святою ночью”), и дьякон из повести “Дуэль”, искренне верящий в справедливость божьего слова и необходимость служения богу и людям, а также простая верующая, бывшая горничная, богомольная Ольга (повесть “Мужики”).

Особо показаны Чеховым религиозные верования простых крестьян. Их представления заметно отличаются от взглядов более или менее религиозно образованных героев. В их мыслях, чувствах явно ощущается сильное присутствие древних языческих представлений. Общеизвестен факт существования двоеверия на Руси и даже, по мнению В. Ключевского, троеверия (славянское язычество и христианство, финно-угорское язычество) [1, 309]. Порой религиозные представления крестьян являют собой причудливый сплав языческих и народно-христианских

представлений, что является прямым свидетельством двоеверия.

Обратимся к повести А. П. Чехова “В овраге”, написанной в 1900 г., к тем главам, в которых писатель показывает то громадное потрясение, которое переживает Липа, потерявшая крошечного сына. “Никифора свезли в земскую больницу, и к вечеру он умер там. Липа не стала дожидаться, когда за ней приедут, а завернула покойника в одеяльце и понесла домой” [С., X, 172].

Липу окружает великолепная весенняя, торжествующая природа: “Солнце легло спать и укрылось багряной золотой парчой, и длинные облака, красные и лиловые, сторожили его покой, протянувшись по небу. Где-то далеко, неизвестно где, кричала выпь, точно корова, запертая в сарае, заунывно и глухо. <...> Наверху в больнице, у самого пруда в кустах, за поселком и кругом в поле заливались соловьи. Чьи-то года считала кукушка и все сбивалась со счета, и опять начинала. В пруде сердито, надрываясь, перекликались лягушки... Какой был шум! Казалось, что все эти твари кричали и пели нарочно, чтобы все, даже сердитые лягушки, дорожили и наслаждались каждой минутой: ведь жизнь дается только один раз” [С., X, 173]. Постоянно подчеркивается зловещее сочетание красных, багровых тонов: “больница... вся светила от заходившего солнца и, казалось, горела внутри”; “мальчик в красной рубаше”; “солнце легло спать и укрылось багряной золотой парчой”.

Состояние героини противоположно окружающему радостному миру: “На небе светил серебряный полумесяц, было много звезд. Липа не помнила, как долго она сидела у пруда, но когда встала и пошла, то в поселке все уже спали и не было ни одного огня <...> Она глядела на небо и думала о том, где теперь душа ее мальчика: идет ли следом за ней или носится там вверху, около звезд, и уже не думает о своей матери? О, как одиноко в поле ночью, среди этого пения, когда

сам не можешь петь, среди непрерывных криков радости, когда сам не можешь радоваться, когда небо смотрит месяц, тоже одинокий, которому все равно — весна теперь или зима, живы люди или мертвы...” [С., X, 173].

В размышлениях Липы, обращенных к душе мальчика, мы замечаем чисто языческое, древнее представление о том, что душа умершего человека должна найти свое место у своей звезды. Перед нами отголосок древних ритуалов и обрядов, связанных с языческими похоронами. По свидетельствам ученых-археологов известно, что славяне разных племен по-разному хоронили покойников: “Одни хоронили (хранили) своих умерших предков в земле, считая, то те потом помогают живым с того света, оставляли им что-нибудь в пищу. Другие — сжигали умерших в ладьях (лодьях), отправляя их души в небесное плавание, полагали, что если тело сжечь, душа быстрее поднимется на небо и там приставится каждая к своей звезде (отсюда — преставился)”;

“По некоторым поверьям, звезды — это души умерших людей в момент смерти. Душа вылетает изо рта в виде яркой звезды и устремляется к небу. Падающие звезды — души умерших некрещеными детей (ср. обозначение Млечного пути как дороги душ)” [2, 166-167].

Липа страдает от одиночества “среди непрерывных криков радости”. “Когда на душе горе, то тяжело без людей. Если бы с ней была мать, Прасковья, или Костыль, или кухарка или какой-нибудь мужик” [С., X, 173]. Судьба подарит ей встречу с необыкновенно отзывчивым сострадательным человеком — попутчиком-стариком. Липа рассказывает ему о своем горе и впервые за все это время встречает сочувствие:

“Старик поднял уголек <...> подошел с огнем к Липе и взглянул на нее; и взгляд его выражал сострадание и нежность.

— Ты мать, — сказал он. — Всякой матери свое дите жалко”.

И здесь у Липы вырываются потрясающие по своей пронизательности и гениальной простоте слова:

— Вы святые? — спросила Липа у старика.

— Нет. Мы из Фирсанова.

— Ты давеча взглянул на меня, а сердце мое помягло. И парень тихий. Я и подумала: это, должно, святые” [С., X, 174].

Красавица Липа, выросшая “в ужасной бедности”, ходившая “на поденку”, увидела в старике возчике, потерявшем при переселении в Сибирь всю семью и живущем теперь в батраках, человека в самом высоком смысле слова. Чехов нарисовал нам, казалось, сцену из библейской истории: поле, костер, повозка, старик, страдающая мать... В словах Липы выражается чисто

народное понимание христианской святости как доброты, понимания, мудрости. Ее отношение к старику из Фирсанова тут же подтверждается. Ведь никто, кроме него, не понял лучше ее ужасное душевное состояние: “Ничего... Твое горе с полгоря. Жизнь долгая — будет еще и хорошего, и дурного, всего будет. Велика матушка Россия! Я во всей России был и все в ней видел, и ты моему слову верь, милая. Будет и хорошее, будет и дурное” [С., X, 175].

Но вернемся к мысли Липы о душе ее мальчика. Она сомневается, не зная точно: “где душа ее мальчика: идет ли следом за ней или носится там вверху, около звезд...”. Мы видим, как здесь встречаются два представления: языческое и христианское. По православному поверию душа только что усопшего человека находится некоторое время на земле. По свидетельству святых отцов, душе человека бывает страшно при выходе из тела, особенно тяжело в первые три дня вне тела. При выходе из тела душа встречает Ангела-хранителя, данного ей при святом крещении, и духов злобы (бесов). Вид последних так ужасен, что душа мятется и трепещет при виде их. “Когда св. Макарий Александрийский просил ангела, сопровождавшего его в пустыне, объяснить значение церковного поминовения в третий день, то ангел ответил ему: “Когда в третий день бывает в церкви поминовение (за душу усопшего), тогда душа умершего получает от стерегущего ангела облегчение в скорби, которую чувствует от разлучения с телом. В продолжение двух дней душа, любящая тело, скитается иногда около дома, в котором положено тело... В третий же день Тот, кто сам воскрес в третий день из мертвых, повелевает, в подражание его воскресению, вознестись христианской душе на небеса. В этот же день душе предстоит пройти так называемые “мытарства” — падшие духи (“мытари”) пытаются перехватить восходящую к Богу душу, уличая ее в совершенных (и несовершенных) грехах. Поэтому душе так важны защитники не только небесные, но и земные — люди, которые любят почившего, помнят его добрые дела” [3, 475-476].

В чеховской повести несколько раз звучит вопрос о положении души умершего. В начале VIII главы это мысли героини, дополненные рассуждениями автора, который как бы разъясняет, растолковывает ее позицию за нее. Затем вновь звучит тема души, но уже в форме разговора Липы со стариком и Вавилой. Автор как бы наблюдает за ними со стороны, обращая свое внимание на тот отклик, который имеют эти слова.

“— Дедушка, — спросила Липа, — когда человек помрет, то сколько дней его душа потом по земле ходит?

А кто ж его знает! Вот спросим Вавилу — он

в школу ходил. Теперь всему учат"[С., X, 176].

Липа и старик получают ответ от "образованного" Вавилы:

— Вавила, как человек помрет, сколько дней его душа по земле ходит?

Вавила остановил лошадь и тогда уж ответил:

— Девять дён. Мой дядя Кирилла помер, так его душа в избе нашей жила потом тринадцать дён.

— Почему ты знаешь?

— Тринадцать дён в печке стучало".

В словах Вавилы заложено противоречие: и 9 дней, и 13. Кроме того, известно по православному обряду, что с 3 по 9 день душа уже не скитается около тела, а пребывает в царстве небесном: "После тяжелого восхождения следует поклонение Богу. По его указанию следующие шесть дней душа умиротворяется рассматриванием райских обителей, забывая на время скорби своего земного существования. На девятый день после разлучения с телом она вновь предстает перед богом" [3, 176].

Но интересна не только ошибка Вавилы, но и его рассказ о душе дяди Кириллы. Заметно — Чехов придает этому разговору уже несколько иронический характер.

— Ну, ладно. Трогай, — сказал старик, и видно было, что ничему этому не верил" [С., X, 170].

Обратимся же к народным представлениям о душе. Как указывает С. М. Толстая, "локусы души, освободившейся от тела в момент смерти, определяются временем и маршрутами ее перемещений, совершаемыми ее круговыми движениями сначала вокруг покинутого тела, затем концентрическими кругами все далее и далее от тела до ее постоянного пристанища на "том свете" [4, 164].

Первый локус души, по данным словаря, — это "дом, в котором душа остается по разным свидетельствам от трех до 40 дней (чаще 3, 9, 12) или же в эти сроки каждый день приходит домой. В это время в доме не тушат огни, оставляют для души на окне хлеб, воду и рушники, не прибирают постель. Освободившись, душа мо-

жет находиться в разных частях дома: у окна, на печке (полес. "У нас говорят, что на печке у куточку сидит душа сорок дэнь") или на стенах дома (в виде тени ходит по стенам — полес.), поэтому печку и дом какое-то время нельзя белить" [4, 165].

Другое важное свидетельство о народных представлениях о душе мы также находим в фольклорных записях: "Душу нельзя увидеть, но можно *услышать* по стуку двери или окна, по шагам в доме и т. п.". Такой знак, подаваемый душой ("тринадцать дён в печке стучало"), по народным представлениям аналогичен знакам, подаваемым персонажами низшей славянской мифологии: домовым, кикиморой, упырем. Место обитания домового и кикиморы также связано с домом: домовый — за печкой, а кикимора — в подызбище.

Не случайна несколько ироническая реакция опытного в житейских ситуациях старика, не верящего словам Вавилы. Но по своим человеческим качествам он приравнивается Липой к святому, убежденно проповедует веру в человека, невзирая на все трудности жизни.

Итак, в повести "В овраге" А. П. Чехов отразил часть религиозных крестьянских представлений о душе умершего, в которых одновременно уживаются и языческие, и христианские взгляды и обычаи. Характерно, что эти представления, как убедительно показал писатель, сосуществуют вполне равноправно в сознании патриархального русского крестьянства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ключевский В. О. Соч.: В 9 т. / В. О. Ключевский. — М., 1987. — Т. 1.
2. Баженова А. Солнечные боги славян / А. Баженова // Мифы древних славян. — Саратов, 1993.
3. Энциклопедия обрядов и обычаев. — СПб., 1996. — С. 475-476.
4. Толстая С. М. Душа / С. М. Толстая // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: в 5 т. — М., 2001. — Т. 2.

ДЕТАЛЬ В РАССКАЗАХ А.П. ЧЕХОВА

© 2004 В.В. Ветохина

Воронежский государственный университет

Известно, что деталь в творчестве Чехова и особенно в его художественной прозе играет выдвинутую, чрезвычайно важную роль. Очень точно об этом написал Е. С. Добин в книге “Искусство детали”: деталь у Чехова является “смысловым фокусом, конденсатором авторской идеи, лейтмотивом произведения”.

Рассказы “Учитель словесности” и “Дама с собачкой” подтверждают это. На первый взгляд кажется, что оба рассказа связывает только тема любви. Но анализируя тексты, приходишь к выводу, что связь между ними глубже, они сходны по своей структуре. Это подтверждают и “перекликающиеся детали”.

Но прежде всего необходимо дать хотя бы рабочую классификацию деталей. Выделяются психологические детали: деталь-штрих, деталь-жест, деталь-действие, характеризующие особенности внешнего поведения и внутреннего самочувствия героя, речевые детали, предметные, портретные. Следует также учитывать, что все эти детали несут различные функции и по-разному выражают позицию автора.

Что касается литературы, рассмотренной мной по данной теме, то её можно условно разделить на две группы: 1) литература о творчестве Чехова в целом (А. Скафтымов, Н. Берковский, В. Лакшин, Л. Кройчик и др.); 2) работы, посвящённые непосредственно прозе Чехова и роли детали в ней (это в первую очередь книги З. Паперного, А. Чудакова и некоторые другие).

Начнём с психологической детали. Все её разновидности весьма часто встречаются в обоих рассказах. Так, деталь-штрих последовательно используется Чеховым для характеристики персонажей. Например, первое описание Вари Шелестовой из рассказа “Учитель словесности”: “Ей было уже 23 года, она была хороша собой, красивее Манюси, считалась самой умной и образованной в доме и держала себя солидно, строго, как это и подобало старшей дочери, занявшей в доме место покойной матери”. Пока это нейтральная характеристика. Но дополнительные детали-штрихи всё изменяют. Так, Варя разговаривала со своей младшей сестрой Манюсей “тонном классной дамы”, что говорит об искусственности, выделанности её поведения, снисходительно-ревнивом отношении к младшей сестре. О том же самом свидетельствует и другая деталь-штрих, включающая и речевую формулу: “Называла она себя старою девой — значит, была уверена, что выйдет замуж...”

В рассказе “Дама с собачкой” при характеристике жены Гурова читатель узнаёт, что она “не писала в письмах ъ, называла мужа не Дмитрием, а Димитрием”. Здесь чувствуется ироничное отношение автора к этой “мыслящей даме”. То, что она называла своего мужа устаревшим именем, имеющем отпечаток древности, обнажает налёт искусственности и фальши в её отношении к близкому человеку.

Детали-жесты также обнаруживаются и в одном, и в другом произведении. Вот как наивно и смешно реагирует “учитель словесности” Никитин на упорное несогласие Вари с его мнением, что Пушкин психолог: “...Он вскочил, схватил себя за голову и со стоном прошёлся вокруг стола, потом сел поодаль...” Эта реакция ещё раз обнаруживает его инфантильность и беспомощность в ситуациях взрослой жизни.

В этом рассказе психологическая деталь-жест служит преимущественно для создания комического эффекта. В рассказе “Дама с собачкой” иная ситуация. Здесь мы уже почти не встречаем комической и сатирической окраски, здесь всё происходящее серьёзно и лирично. Большее количество деталей-жестов относится к Анне Сергеевне. Они передают её женственность, её трепетную хрупкость, тонкость её душевных состояний и переживаний. Примеры: “Дама взглянула на него и тотчас же опустила глаза”; “Она спрятала лицо на груди и прижалась к нему”; “Она крепко сжала в руках веер и лорнетку”...

Теперь рассмотрим последнюю разновидность психологической детали — деталь-действие, характеризующее внешнее поведение и внутреннее самочувствие героев. В качестве примера можно вспомнить эпизод из рассказа “Дама с собачкой”, когда Гуров в номере Анны Сергеевны после их близости ест арбуз: “На столе в номере был арбуз. Гуров отрезал себе ломоть и стал есть не спеша. Прошло по крайней мере полчаса в молчании”. Здесь внешнее поведение (“ел не спеша”) передаёт внутреннее состояние героя, его спокойствие, даже равнодушие к тому, что произошло. Здесь отношения героев ещё не обрели глубины, и Гуров ведёт себя, как курортный Дон Жуан. К портретным, но весьма ёмким деталям относится молодость Никитина в “Учителе словесности”: она прямо выводит к такому существенному качеству героя в 1-й части рассказа, как его инфантильность.

В этом рассказе речевые детали придают однозначную окраску образу Вари Шелестовой. На все реплики своих оппонентов в споре она отвечает категорично, с излишним апломбом, с необоснованной раздражительностью: “Это старо!”; “Это плоско!”; “Аррмейская острота!”. Чехов сравнивает Варино “ррр...” с собачьим рычанием: “И это “ррр...” выходило у неё так внушительно, что Мушка непременно отвечала ей из-под стола: “ррр... нга-нга-нга».

Предметные детали очень важны для понимания произведений Чехова, так как его герои

часто погружены в быт, борются с его воздействием. Чтобы подчеркнуть бескрылую домовитость, слишком буквальную хозяйственность Манюси Шелестовой и одновременно её ограниченность, автор показывает, как она после замужества бережёт в доме каждый залежавшийся кусочек сыра: “...найдя в шкафу завалящийся, твёрдый, как камень, кусочек сыру, она говорила с важностью:

— Это съедят в кухне”.

А как Манюся заботится о своём молочном хозяйстве: “...у неё в погребе и на погребице было много кувшинов с молоком и горшочков со сметаной, и всё это она берегла для масла. Иногда ради шутки Никитин просил у неё стакан молока; она пугалась, так как это был непорядок”!..

В рассказе “Дама с собачкой” есть очень важная предметная деталь, приобретающая символическое значение. Это “забор, чёрный, длинный, с гвоздями”, за которым находится дом Анны Сергеевны. Это прямое указание на несвободу героини.

Итак, можно сделать вывод, что детали в чеховских рассказах выполняют различные функции: они передают душевное состояние героев, рисуют их облик, служат оценке того или иного персонажа. Именно это позволило нам провести параллели между такими, на первый взгляд, непохожими рассказами, как “Учитель словесности” и “Дама с собачкой”.

“ДЯДЯ ВАНЯ”: ДИАЛОГ А. ЧЕХОВА С Ф. ДОСТОЕВСКИМ

© 2004 В.В. Инютин

Воронежский государственный университет

В конце XIX века литература прямого психологического анализа, видимо, стала восприниматься как нечто архаическое, несоответствующее новому мироотношению. Произошло “перенапряжение психологизма”. Прежде всего — в творчестве Ф. Достоевского и Л. Толстого. Литература стремится возвратиться к изображению внешней пластики реальности и через это изображение — к психологии, к нравственно-психологическим проблемам.

Эта тенденция обнаружилась и в творческих поисках модернизма, и в произведениях А. Чехова. Неприятие самого художественного принципа прямого, исповедального психологизма (полуиронически, но всё же: психолог Пушкин, “Учитель словесности”) соотносится у Чехова с отказом от “идейного” героя, от героя-идеи. Видимо, сначала это проявилось в отторжении от литературного опыта восьмидесятых годов, от литературы народничества с её тенденциозностью, заданностью, назидательностью.

Потом дело дошло до “прародителей” литературного типа, схематизированного, упрощённого народниками — до героев Л. Толстого и Ф. Достоевского. Конечно, суть проблемы не только внутрилитературная. Это обстоятельство времени, эпохи: безгеройность, отсутствие сильной, цельной личности, инфляция слова и идеи.

А. Чехову трудно со всей резкостью возражать Л. Толстому: Чехов боготворил Толстого как личность. Это общеизвестно. И всё-таки не менее общеизвестно его размежевание с толстовским героем: Лида, старшая сестра Мисюся из рассказа “Дом с мезонином”, и др. По отношению к Ф. Достоевскому Чехов чувствовал себя свободнее и, на наш взгляд, явные достоевские параллели прослеживаются у него в пьесе “Дядя Ваня”. Это параллели со многими произведениями Достоевского: и с его ранними повестями (“Хозяйка”, мрачный старик, губящий судьбу женщины), с романом “Идиот” (Войницкий — Мышкин, Елена — Настасья Филипповна). Но в

первую очередь пьесу Чехова, по нашему мнению, можно соотнести с романом “Преступление и наказание”.

Разумеется, прямое отождествление некорректно. Речь может идти о некоей точке отсчёта, о желании Чехова “разыграть” достоевский сюжет в условиях своей эпохи. Чеховский персонаж сам обозначает эту соотнесенность, когда восклицает, что из него могли бы получиться Шопенгауэр или Достоевский. Не Тургенев — Достоевский!..

А. Чехов в своих произведениях констатировал мысль о раздроблении, измельчании сильной личности, сильного героя. В пьесе он выстраивает похожие на “Преступление и наказание” сюжетную ситуацию и конфликт: персонаж унижен и придавлен обстоятельствами, персонаж бунтует против них, другой персонаж стремится внушить ему вечные ценности. Однако выглядит это в значительной степени пародийно, если понимать этот термин по Ю. Тынянову: комедия — пародия на трагедию.

Выбрав достоевскую точку отсчёта, Чехов убеждается, что похожего героя в его реальности отыскать трудно. Человек измельчал, утратил идеалы. Герой распадается, отдельные стороны личности принадлежат разным персонажам. Войницкий поначалу даже скорее напоминает Разумихина, а не Раскольникова: упорство, трудолюбие, сосредоточенность. “Вдохновение идеи” вроде бы досталось Астрову. Но приземлённое мировосприятие (Разумихин) в момент начала действия уже не устраивает Войницкого, он раздражён, недоволен обстоятельствами. Конечно, Войницкий — традиционный чеховский персонаж: он прожил жизнь без высшего смысла, разменял её на суету быта. Однако обычно герои Чехова не знают об этом, не замечают этого. И тем более не бунтуют. В лучшем случае у них появляется миражная мечта, эрзац-идеал. Дядя Ваня уже бунтует... Вечное человеческое чувство — любовь — к Елене проявляет в герое

восприятие нравственной истины. Но прозрение пришло слишком поздно, “Раскольников” Чехова уже не умеет, не способен уничтожить зло. Его попытка в этом роде выглядит трагикомически: дважды не попал из пистолета в профессора Серебрякова.

Но и “вдохновение идеи” выглядит в мире чеховской пьесы выхолощено, опустошено. Суть дела не только в том, что доктор Астров всегда готов прервать свою одухотворённую речь, если появляется возможность выпить рюмку водки. Сама идея его умозрительна: лесов, прекрасной природы, о которых он произносит проникновенные монологи, давно нет, он их вычерчивает на бумаге. Это мираж, мечта. В этом он до определённой степени напоминает Раскольникова, умозрительного фантазёра.

Зло, против которого бунтует дядя Ваня, тоже распадается, расчлняется, раздваивается: начисто выжившая из ума старуха Мария Васильевна, читательница брошюр, и автор этих пустопорожних брошюр профессор Серебряков. Хотя в профессоре есть и мелочная корысть Лужина, он — пошлое зло, не мировая, а бытовая драма. Трагична судьба дяди Вани, погубившего жизнь ради пустоты.

Сложнее параллель — чеховская Соня и Соня Достоевского. Это опять же не прямое со-

ответствие, и всё же героинь сближает нерастраченность нравственного чувства, униженного пошлой средой, жертвенность. Вот только, спасти чеховской Соне никого не дано. Просто некого спасать. У Чехова каждый должен помочь себе сам.

Движение событий, вещество действия “Дяди Вани” по структуре и фактуре, с определёнными оговорками, тоже можно сопоставить с “Преступлением...”: заурядность бытовой реальности (петербургское лето — деревенские сцены), в которой происходит взрыв страстей. Но в “Дяде Ване” это всё же выстрел вхолостую, преступник без преступления, жизнь, ненужно изжитая...

В финале действия Соня Чехова, как и Соня Достоевского, остаётся с героем у края безграничного пустого пространства. Однако у Достоевского это начало мучительно долгого преобразования героя. У Чехова монолог Сони — заклинание, безнадёжная и не успокаивающая фантазия о неземном счастье.

Ю. Тынянов писал, что молодой Достоевский воспроизводил конструкции Гоголя, наполняя их новым, иногда противоположным, содержанием. В определённой мере это можно сказать уже применительно к “Дяде Ване” А. Чехова и Достоевскому.

ДВА ГЕРОЯ СВОЕГО ВРЕМЕНИ: ТРЕПЛЕВ И ПРОТАСОВ

© 2004 Т.Н. Куркина

Воронежский государственный университет

Общеизвестен факт, что мощным толчком в разработке замысла драмы “Живой труп” послужил творческий спор Толстого с Чеховым. Толстой был неудовлетворен просмотром чеховской пьесы “Дядя Ваня”. Эта внутренняя полемика помогла Толстому выявить собственные художественные задачи и одновременно многому научиться у своего оппонента. Поэтому наибольшее сближение Толстого с Чеховым ощущается как раз в “Живом трупе”, на что неоднократно указывали исследователи¹. Максимально близкие параллели вырисовываются при сопоставлении изображения героя своего времени в “Чайке” и “Живом трупе”, а именно – Треплева и Протасова.

В этих пьесах Чехов и Толстой предельно созвучны в отражении духа времени и характеристики современной эпохи, времени давящих противоречий, в котором так много болезненного и лживого, эпохи всеобщего духовного разлада, некоего глобального нравственного сдвига. Оба драматурга уверены, что существующие общественные формы изжили себя и находятся на грани краха. В пьесах с первых же реплик чувствуется высокое внутреннее напряжение.

“Чайка”:

“Медведенко. Отчего вы всегда ходите в черном?”

Маша. Это траур по моей жизни. Я несчастна.

¹ См.: Лакшин В. Я. Искусство психологической драмы Чехова и Толстого / “Дядя Ваня” и “Живой труп” /: автореф. дис. ... канд. филол. наук / В. Я. Лакшин. – М., 1958; Основин В. В. Драматургия Л. Н. Толстого / В. В. Основин. – М., 1982; Лотман Л. М. Драматургия Л. Н. Толстого / Л. М. Лотман // История русской драматургии: вторая половина XIX – начало XX века. – Л., 1987; Салманова И. Ф. Система нравственно-философских и художественных исканий Л. Н. Толстого 80–900-х годов (Путь к драме “Живой труп”) / И. Ф. Салманова. – Томск, 1990 и др.

Медведенко. Отчего? (в раздумье). Не понимаю... Вы здоровы, отец у вас хотя и небогатый, но с достатком. Мне живется гораздо тяжелее, чем вам. Я получаю всего 23 рубля в месяц, да еще вычитают с меня в эмеритурку, а все же я не ношу траура” [1, XIII, 5].

“Живой труп”:

“Няня. Можно у вас водицы?”

Анна Павловна. Можно. Что Мишечка?

Няня. Да беспокоен. Нет хуже, как сама барыня кормит. У них свои там горести, а ребенок страдает. Какое же молоко может быть, когда не спят, плачут.

Анна Павловна. Да, кажется, теперь успокоилась.

Няня. Хорошо спокойствие. Смотреть тошно. Что-то писали и плакали” [2, XXXIV, 9].

Здесь почти каждое слово несет в себе отрицательный заряд, выражает неблагополучие жизни и страдание героев. При этом оба художника с самого начала запечатлевают двухплановость мира, в котором быт и бытие почти несовместимы. У Чехова поэтический порыв героини сталкивается с сугубо плоским, бытовым восприятием жизни героя. Медведенко любит Машу, но и это его не окрыляет. На протяжении всей пьесы Чехов главным образом пытается передать сложную, причудливо парадоксальную тональность душевно-эмоциональной атмосферы эпохи: настроения бесприютности, горестной неустроенности, разобщенности людей и вместе с тем томление духа, надежды на счастье, порыв к лучшей, светлой жизни.

Толстой же с самого начала делает акцент, с одной стороны, на обличении социальных контрастов, а с другой, на духовном противостоянии личности. У Толстого резче и жестче обозначены грани социального и вневременного, религиозно-духовного среза жизни. Эту двухплановость выражает и символика зачина пьесы. Няня просит у барыни напиться водицы, что сразу обнажает проблему неравенства сословий и парал-

лельно в сочетании с названием пьесы побуждает зрителя размышлять о христианской антиномии живой и мертвой воды. Авторский протест и призыв имеют в толстовской пьесе вполне конкретное наполнение.

Чехову же свойственно более осторожное отношение к социальным противоречиям современности, его позиция менее определена. В духовном плане он свое время воспринимает достаточно пессимистично: старые идеи уже обветшали, а новые еще не родились. Символика его увертюры к пьесе более лирична, в ней звучат какие-то мистические и вместе с тем нарочито приземленные ноты.

В центр пьесы Чехов, а вслед за ним и Толстой в “обход” традициям драмы ставят героев неактивных. Жизненное поведение Треплева и Протасова ближе к пассивному, они больше воспринимают и переживают жизнь, чем пытаются на нее воздействовать. Оба драматурга актуализируют проблему ослабления воли, “усталости”, бесхарактерности лучших людей своего времени. Однако ни чеховский, ни толстовский герой не способен полностью примириться с окружающей действительностью. Каждый, правда, в силу разных причин, но все-таки разрывает паутину жизни, пусть и отчаянным актом самоубийства. Примечательно, что и тот, и другой герой делают две попытки самоубийства: в первой у каждого берет верх мотив самолюбования, а во второй проявляется подлинный трагизм незаурядной личности.

В характере героя своего времени и Чехов, и Толстой высвечивают слабые и сильные стороны. Здесь просматриваются черты разных литературных типов, созданных русскими писателями на протяжении XIX века. Без особого труда в Треплеве и Протасове можно обнаружить свойства характера лишнего человека. Та же “фатальная неспособность отыскать себе место, свить гнездо”. В любовной ситуации они также оказываются “в роли третьего лишнего, наблюдателем, а не участником”, принимая “вид чужестранца” везде, даже в родной семье. Та же “беспочвенность, подвешенность в воздухе”, неумение “обнаружить себя в будущем” из-за “единственно-возможного для себя события — смерти” [3, 13-19]. В Треплеве и Протасове есть типологические приметы слабого, странного человека, героя-индивидуалиста, героя-мечтателя, героя перепутья, героя-искателя и т. д. Оба драматурга подчеркивают потенциальное природное и душевное богатство натур своих современников. Их герои — это личности разносторонние, в высшей степени способные к саморазвитию и самопознанию, неуспокоенные, чуткие ко всякой фальши, поэтически одаренные, при этом в

Треплеве видны задатки художника-новатора. Однако в нем, как и в Протасове, почти нет дисциплины духа и, в достаточной степени, созидательной энергии. И в этом они оба, безусловно, являются детьми своего времени.

Моменты сближения героев резко оттеняют линии их сюжетного и внутреннего несовпадения. Чеховский герой по своему социальному положению — интеллигент. Он находится в обычной ситуации, в обстановке той театрально-литературной среды, в которой родился и вырос. Внешне к концу пьесы Треплев в определенном смысле достигает видимого благополучия. К нему приходит писательская известность, его печатают в журналах, о нем пишут в газетах. Внутренне же он падает духом, погружаясь “в хаос грез и образов”, и совсем теряет веру в свое призвание. В записной книжке Чехова есть такие строки: “Треплев не имеет определенных целей, и это его погубило... Талант его погубил. Он говорит Нине в финале: “Вы нашли дорогу, вы спасены, а я погиб” [1, XIII, 358]. По содержанию пьесы, написанной Треплевом, видно, что он по натуре романтик и его, как и лучшую часть интеллигенции 1880–90-х годов, не удовлетворяют примитивные постулаты философии вульгарного материализма. Это только люди с таким приземленным сознанием, как у Медведенко, могут довольствоваться суждениями типа “дух есть совокупность материальных атомов” [1, XIII, 15]. В Треплеве же Чехов отражает поиск интеллигенцией более сложных форм мировоззрения, попытку “придать духовным, прежде всего этическим, ценностям незыблемость и вечность материальных явлений” [4, 454]. Однако художник эти идейные метания своих современников оценивает во многом скептически. Его герой так и не находит духовной опоры бытия. Трагедия безверия Треплева обостряется творческой неудовлетворенностью, неразделенной любовью, психической неуравновешенностью, и он не видит другого выхода из жизненного тупика, кроме самоубийства. Тем не менее, в Треплеве всё-таки остается много неясного, он, подобно романтическим героям, уносит с собой некую тайну. Чехов отказывается выносить окончательный приговор своему современнику: в нем жива некая надежда...

Толстовский герой, в отличие от чеховского, принадлежит к аристократически-респектабельной среде и находится в экстремальной ситуации. Внешне Протасов деградирует. Он полностью порывает связь с семьей и добровольно отказывается от своего привилегированного дворянского положения, опускаясь на самое дно. В глазах общества он становится человеком без имени, просто “трупом”. Тогда как внутренне Протасов, на-

против, совершает восхождение, обретая духовную свободу. В конце драмы на суде он обличает мнимых блюстителей нравственности, обнажает фальшь законов, на которых держится существующий социальный порядок. В финале самоубийство Протасова – это сознательный акт самопожертвования во имя ближнего.

У Толстого резкая двуплановость мира проецируется на контрастное сочетание плотского и духовного в человеке. Раздвоенность человека, напряженность внутренней борьбы подчеркивает и название пьесы, которое вбирает в себя христианские антиномии жизни и смерти, духа и плоти. В дневнике Толстой о главной беде человека своего круга напишет: “несогласие нашей жизни с нашей совестью” [2, ЛШ, 53, 228]. Протасов – это тип опустившегося дворянина. В жизни Толстой не раз наблюдал за судьбами людей подобного типа. Художник видел, что большинство из них теряло внешнюю благопристойность, но сохраняло веру в христианские идеалы. Изнеженные вековым барством, они оказывались совершенно неспособными к активной жизненной позиции, полностью утратив героический дух своих служивых предков. Протасов так и говорит: чтобы “разрушать эту пакость, для этого надо быть героем, я не герой” [2, XXXIV, 76].

Остановимся ещё на одном моменте несоответствия героев. Беспочвенность Треплева и Протасова имеет разные характеристики. Треплев больше связан с семьей: он, несмотря ни на что, любит мать, хоть вскользь, но вспоминает об отце, киевском мещанине, известном актере. Однако в его мироощущении и жизненном поведении мало национальных черт, он весь погружен в поиски “мировой души”. В данном случае Чехов запечатлел космополитические блуждания русской интеллигенции рубежа веков, пророчески предвидя её духовный тупик в XX веке.

Толстовский герой в пьесе не упоминает ни о родителях, ни о сыне, ни о родственниках, т. е. его дворянская фамилия на нём обрывается. Без сомнения, это сознательный штрих художника, отразивший уже начавшийся процесс гибели дворянского сословия, но не его духовной культуры, которая вобрала в себя многовековые национальные традиции. Со слов современников, Толстой говорил о Протасове, что “это чисто русский тип. Он и алкоголик, и беспутный, и в то же время отличной души человек” [5, 98]. Недаром переводчики “Живого трупа” сетуют, что трудно растолковать англичанину или немцу фразу Протасова: “это не свобода, а воля” [2, XXXIV, 22]. Василий Розанов тоже считал Протасова “представителем особого типа русской “святости”. “Ибо Федя, – писал философ, – кро-

ме мечтателя и забулдыги, есть и праведный человек: отдаленно в тумане, это Божий человек. Своей смертью Федя всех оправдал, всех отпустил, всё “искупил” [6, 469]. В Протасове при всех его изломах всё-таки высвечивается вера писателя в русского человека.

Протасову в конце пьесы 40 лет, Треплеву – 27, а если учесть, что “Чайка” написана на четыре года раньше “Живого трупа”, то с точки зрения реального времени между героями разница примерно в десять лет, т. е. по возрасту чеховский герой принадлежит к поколению людей, идущих вослед за поколением толстовского героя. Однако преемственности между ними, особенно духовной, не видно. Протасов по складу души, по мировосприятию человек уходящего XIX века, а Треплев – наступающего XX века. Фигуры этих героев в русской литературе символически обозначают не просто смену эпох, а разлом культурно-исторического бытия нации.

На фоне чеховской пьесы создается ощущение, что Толстой многое о мире и человеке проговаривает и объясняет, поэтому в его полотне проглядывает некий схематизм, порой не хватает воздуха, неразберихи жизни, тайны, хотя он неоднократно указывал на то, что “в художественном лучше недосказать”. Чехов, напротив, часто уходит от определенных акцентов, у него многие вопросы о мире и человеке повисают в воздухе, запечатлен некий хаос бытия, что создает ощущение мистической глубины жизни. Однако если Толстой в зрителе проясняет и укрепляет веру в человека и жизнь, то Чехов, напротив, ослабляет ее, но заставляет тосковать по ней.

В заключении приведем “диалог” художников, который состоялся уже после смерти Чехова. В 1908 году в “Новом времени” был опубликован отрывок из чеховского письма к Суворину от 28 января 1900 года:² “Я боюсь смерти Толстого. Если бы он умер, то у меня в жизни образовалась бы большое пустое место. Во-первых, я ни одного человека не любил так, как его; я человек неверующий, но из всех вер считаю наиболее близкой и подходящей для себя именно его веру. Во-вторых, когда в литературе есть Толстой, то легко и приятно быть литератором; даже сознавать, что ничего не сделал и не делаешь, не так страшно, так как Толстой делает за всех” [1, XX, 28]. В марте того же года Толстой прочитал эти строки, и Маковицкий сохранил для нас простое и трогательное его признание: “Я не знал, что он меня так любил” [7, 22].

² Знаменательное совпадение, 1900 год – это время посещения Толстым постановки “Дяди Вани” и работы над “Живым трупом”.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чехов А. П. Собр. соч.: В 30 т. / А. П. Чехов. – М., 1986. Далее ссылки на это издание приводятся в тексте с указанием тома и страницы. Римская цифра обозначает том, арабская – страницу.

2. Толстой Л. Н. Полн. собр. соч.: В 90 т. / Л. Н. Толстой. – М.; Л., 1928-1958. Далее ссылки на это издание приводятся в тексте с указанием тома и страницы. Римская цифра обозначает том, арабская – страницу.

3. Фаустов А. А., Савинков С. В. Очерки характерологии русской литературы. Воронеж, 1998. С. 13-19.

4. Бялый Г. А. Драматургия А. П. Чехова // История русской драматургии вторая половина XIX – начало XX века. Л., 1987. С. 454.

5. Л. Н. Толстой в воспоминаниях современников: В 2 т. М., 1955. С.98.

6. Розанов В. В. О писательстве и писателях. М., 1995. С.469.

7. Маковицкий Д. П. У Толстого (1904-1910): Яснополянские записки // Лит. наследство. М., 1979. Т.90. Кн. 2. С. 22.

ДИАЛОГИЗМ АВТОРСКОЙ ПОЗИЦИИ В ПОВЕСТИ А.П. ЧЕХОВА “ЧЕРНЫЙ МОНАХ”

© 2004 Б.Т. Удодов

Воронежский государственный университет

Начиная с середины 1950-х годов и далее подходы к истолкованию чеховских произведений становятся более тонкими, исследователи делают попытки разобраться в “объективной манере” письма Чехова, в соотношении у него позиций героев и автора.

Большим толчком к углубленному изучению наследия писателя послужило издание в 1970–80-х гг. его Полного собрания сочинений и писем в 30 томах. В качестве центральной в изучении художественного мира автора “Черного монаха” выдвигается проблема “автор и герой”, которая является своеобразным ключом к разгадыванию тайн чеховского творчества.

В изучении этой проблемы сделано немало. Дальнейшее же исследование нуждается в системном рассмотрении таких литературно-эстетических категорий, как автор-художник (или автор-демиург) и автор-идеолог (или автор-мыслитель), а также образ автора.

По нашему убеждению, повести Чехова зрелой поры по-своему “сплошь диалогичны”. В этом-то и “загадка”, в этом причина их многозначности и противоречивости их истолкований. В них сталкиваются в “большом диалоге” множество равноправных голосов и правд, которые автор в свою очередь воспринимает диалогично, что-то в них приемля, что-то отвергая, стремясь через их контрапункт приблизиться к бесконечно развивающейся истине жизни. В творчестве Чехова, особенно в его повестях 1880–90-х и начала 1900-х годов, таких, как “Скучная история”, “Палата № 6”, “Черный монах”, “Дуэль” и др., находят своеобразное преломление краеугольные основания литературной полифонии, объясненной М. М. Бахтиным на примере Достоевского.

Я попробую показать это на конкретном анализе одного из этих произведений – “Черного монаха”, повести, считающейся самой загадочной, но к тому же, на мой взгляд, очень характерной для внутреннего диалогизма и художественной антропологии Чехова.

Однако в чеховедении вплоть до нашего времени преобладает монологическое прочтение повести, в соответствии с чем одни истолкователи рассматривают в позитивном плане изображение Чеховым Коврина (В. Лакшин, В. Кулешов, Е. Сахарова и др.), противостоящие им интерпретаторы – Песоцкого (М. Елизарова, М. Гушин, З. Паперный, М. Аронов и др.). Этот сугубо монологический подход к толкованию сложных, далеких от однозначности чеховских героев в “Черном монахе” дал основание одному из исследователей повести, В. Камянову, иронически окрестить одних ученых авторов “ковринистами”, других “песоцкистами” (Камянов В. Время после безвременья. М., 1989. С. 84).

Есть и третья группа исследователей, которые говорят о двойственности чеховских героев, о двойственности авторского к ним отношения, указывая не только на их противопоставленность, но и на определенную их общность (В. Катаев, А. Турков, И. Сухих, М. Рев, В. Линков, Л. Кройчик, В. Тюпа и др.). В этих работах как бы нащупывается путь к пониманию внутреннего диалогизма образов героев и авторского к ним отношения, намечаются подходы к уяснению чеховской художественной антропологии.

На мой взгляд, расхождения в истолкованиях повести “Черный монах” объясняются не только различиями в позициях и способностях интерпретаторов, но и своеобразием образно-смысловой структуры повести, наличием в ней взаимоисключающих и вместе с тем взаимосвязанных правд героев. На самом деле отношение автора к жизненным позициям его героев так же диалогически неоднозначно, как неоднозначны сами герои. Правды героев равновелики для автора в том смысле, что ни одна из них не приемлется, но и не отвергается автором полностью. Вместе с тем автор и не считает себя обладателем полной истины, он ищет ее не только с героями, но и вместе с читателем.

В образной системе произведения центральное место принадлежит Андрею Васильевичу Коврину. Чехов изображает магистра Коврина страстным, ищущим человеком, и этим он симпатичен автору. В Коврине живет жажда героического. Мы не знаем, чем конкретно занимается Коврин, о роде его деятельности мы узнаем лишь из его скупых слов: "Читаю психологию, занимаюсь же вообще философией".

Черный монах родился в глубинах сознания и подсознания Коврина, он — отражение его напряженных размышлений, олицетворение самых задушевных мыслей, надежд и стремлений героя. Коврин не случайно болен манией величия, его болезнь представляет собой особую форму неудовлетворенной духовной потребности постичь как можно глубже смысл жизни и назначение в ней мыслящего человека. Образ монаха мог бы остаться только миражно-зрительным. Но для раскрытия внутренней сущности Коврина Чехову нужно было, чтобы этот образ "заговорил" в буквальном смысле этого слова. Во внешне выраженных диалогах Коврина с монахом по сути звучит внутренний диалог героя с самим собой (т. е. его "микродиалог", по определению М. М. Бахтина).

Другой герой, являющийся своего рода антиподом Коврина — его опекун и воспитатель Песоцкий, "известный в России садовод" — вызывает к себе тоже сложное, далекое от прямолинейности авторское отношение. Старик Песоцкий занят любимым делом, сад — его детище и гордость, с ним связаны все его чаяния и надежды, он — сторонник абсолютной конкретности живого практического дела. У Песоцкого тоже есть своя "общая идея", которой он отдает всего себя и даже свою дочь. Так же как Коврин одержим своей идеей "высшей правды", Песоцкий полностью поглощен заботами о саде: "Это не сад, а целое учреждение, имеющее высокую го-

сударственную важность, потому что это, так сказать, ступень в новую эру русского хозяйства и русской промышленности".

Отношение автора к Песоцкому, как и к Коврину, внутренне диалогично. Невозможно не ценить его подвижничества и трудолюбия, но излишняя одержимость любимым делом поглощает его как человеческую личность, постоянно вытесняя, как и в Коврине, выражаясь словами Достоевского, "в человеке человека". При всем различии героев, автор не склонен безоговорочно принимать жизненную позицию ни того, ни другого. В чем то он относится к ним сочувственно и с симпатией, ценя их действительную неординарность, способность посвятить себя возвышенной идее и заниматься полезным не только для себя, но и для других делом. Но в то же время он видит их определенную человеческую ограниченность, превращающую каждого из них в "частичного человека", в придаток к идее и делу.

В чеховском художественном мире нет ни одного героя, который был бы носителем "вечной" правды или истины "в последней инстанции", ибо, как говорит один из чеховских персонажей в повести "Дуэль", "никто не знает настоящей правды". Поэтому автор и сталкивает правды, позиции героев, так как только в процессе диалогического взаимодействия и происходит приближение к глубинной правде жизни, к которой стремится вместе со своими героями и автор. Из авторской позиции вытекает и концепция человека, его художественная антропология. Она антиномична. В человеке диалогически противоречиво сосуществуют естественно-природное и социальное, физическое и духовное, индивидуально-неповторимое и общечеловеческое, земное и космическое. Такой Чехов видит и показывает многосоставную сущность человека. А каков отдельный человек, определяется тем, как соотносятся в нем эти разнородные начала.

HISTORIA MORBI: “ОБЛОМОВ” И.А. ГОНЧАРОВА – “ЧЕРНЫЙ МОНАХ” А.П. ЧЕХОВА

© 2004 С.А. Ларин

Воронежский государственный университет

Сразу обращает на себя внимание то, что сюжеты “Черного монаха” и “Обломова” представляют собой историю болезни главного героя, которая прослеживается в повествовании от момента ее возникновения вплоть до смерти персонажа. И если повесть Чехова, учитывая специфику жанра, открывается непосредственно словами, говорящими о расстроенном здоровье главного героя, то в романе Гончарова болезнь появляется уже во 2 главе 1 части и включается в характеристику Ильи Ильича.

Отметим, что близость данных произведений проявляется также в особом, как будто бы несерьезном тоне, которым сообщается о болезни героев. Так, в “Черном монахе” читаем: “Андрей Васильич Коврин, магистр, утомился и расстроил себе нервы. Он не лечился, но как-то вскользь, за бутылкой вина, поговорил с приятелем доктором, и тот посоветовал ему провести весну и лето в деревне” [С., VIII, 226]. В романе Гончарова серьезность предупреждения доктора – “умрете ударом” [2, 67] – нейтрализуется шутивным изображением обломовских недугов и рассказом о симуляции Ильей Ильичем болезни.

Разделение людей на особых, “избранных”, и обыкновенных, “стадных”, противопоставление, мотивированное болезнью Коврина, его манией величия, в особом ракурсе присутствует и в романе Гончарова и выражается в нежелании Обломова “равнять себя с “другими» [2, 74].

Характеристики, которые определяют “других” в “Обломове” (постоянное движение, “раздробленность”, пустота, противоположные “цельности”, целостности главного героя¹), могут быть отнесены и к обыкновенному, стадному человеку в повести Чехова. (Вспомним замечание повество-

вателя об особенном способе передвижения Песоцкого и его дочери, которые “ходили так быстро, что за ними трудно было поспеть” [С., VIII, 230].) Кроме того, “обыкновенного”, “другого” отличает особое, почти болезненное стремление к материальным ценностям (деньгам и чинам), а значит, к сиюминутному, земному. “Гостям” Обломова, Тарантьеву и Мухоярову, не уступает в этом отношении Егор Семенович Песоцкий, симптоматично называвший некоммерческую, декоративную часть своего сада “пустыками”.

Еще одним общим для данных героев признаком является их равнодушие, отстраненность от чужих проблем. Песоцкий прячется от мира в своей надежной раковине – заботе о саде, принося в жертву саду не только собственную жизнь, но и жизнь близких. В мире “других” “Обломова” отношения строятся исключительно на основе выгоды (характерный пример – “законное дело” Тарантьева и Мухоярова).

Обломов Гончарова и Коврин Чехова – герои, противостоящие мелочности и “приземленности” людей “обыкновенных”. Характерно, что болезнь в “Обломове”, как и “Черном монахе”, выступает своеобразным указанием на особое положение, исключительность героя. “Разве у меня такое здоровье, как у этих “других”?” [2, 74] – говорит о себе Илья Ильич. “Хочешь быть здоров и нормален, иди в стадо” [С., VIII, 243], – высказывает ту же мысль черныи монах только в более категоричной форме.

При всей непримиримости представителей двух лагерей, олицетворяющих различные жизненные позиции, писатели, однако, не показывают жесткого противопоставления, противостояния героев². Так, Штольц у Гончарова имеет

¹ См.: Фаустов А. А. Роман И. А. Гончарова “Обломов”: Художественная структура и концепция человека: дис... канд. филол. наук / А. А. Фаустов. – Тарту, 1990.

² О сходстве художественных принципов изображения у писателей см.: Гузь Н. А. Способы выражения авторской позиции Гончарова и Чехова (На материале романа “Обломов” и повести “Три года”) / Н. А. Гузь // А. П. Чехов:

двойственный статус: принадлежа к миру "других" по своему образу жизни и стремлениям, он в то же время находится в сфере "особого" героя – Обломова. Противопоставления Коврина Песоцким на уровне сознания героев вообще не происходит: Егор Семенович рассматривает бывшего воспитанника как единственного приемника и продолжателя своего дела.

И только сюжет чеховской повести демонстрирует очевидное отличие, противопоставленность героев. Изгнанием черного монаха завершается "противостояние" между ним и Таней Песоцкой. Коврин находится как бы между двумя полюсами, каждый из которых стремится захватить героя, овладеть им. Движение сюжета – чередование встреч Коврина с Таней и с черным монахом. При этом Андрей Васильич не может одновременно вступать в контакт с героями, олицетворяющими в повести разные начала, он в состоянии постоянного выбора между ними³. Наиболее ярко это показано в эпизоде, повествующем о появлении черного монаха "во время обеда". Предпочтения героя вполне определены: "...Егор Семенович и Таня <...> слушали и весело улыбались, не подозревая, что Коврин говорит не с ними, а со своей галлюцинацией" [С., VIII, 247].

В романе Гончарова главный герой также оказывается перед выбором: поддаться обаянию и настойчивым требованиям Ольги и Штольца изменить свою жизнь (что для Ильи Ильича значит расстаться с "поэтическим идеалом") – или сохранить прежний, так называемый обломовский, уклад, олицетворением и своеобразным хранителем которого выступает Захар.

Мы видим, что Гончаров и Чехов строят сюжет своих произведений по схожей модели: они ставят героя в ситуацию выбора. При этом в качестве своеобразного искусителя, функция которого – отвлечь, заставить уклониться от избранного пути, оказывается женщина, некоторое время являющаяся возлюбленной героя.

Определенным авторским намеком, позволяющим рассматривать историю взаимоотношений Коврина и Тани как своеобразную параллель "поэме любви" Обломова и Ольги Ильинской, выступает слово "ошибка", которым главный герой "Черного монаха" называет свою женитьбу на Песоцкой. Ошибка⁴ – ведущий мотив любовной линии Обломов-Ольга. Появляясь впервые в размышлениях героини и обозначая сомнения в правильности сделанного выбора, это слово прогнозирует последующие события, "программирует" сюжет. Постоянные сомнения (а для Ильи Ильича это становится еще средством защиты своего "покоя") приводят в конечном счете к тому, что герои расстаются, признав, что их любовь была лишь "ошибкой". Похожую ситуацию мы видим и в "Черном монахе". Но прозрение героев наступает уже после того, как они "переходят тот Рубикон", перед которым останавливаются Обломов и Ольга⁵.

Некоторые детали в изображении Коврина и его взаимоотношений с Таней позволяют предположить сознательную ориентацию Чехова при создании своего героя на образ гончаровского Обломова. Так, и Коврин, и Обломов оказываются "жертвами"⁶ своих расчетливых подруг: Ольга и Таня заранее уверены в том, что выйдут замуж за своих избранников (ср. 2, 223 и С., VIII, 245), и расстаются с ними, как только те перестают играть отведенную им роль. Оба героя не обретают счастья с возлюбленными (которые любят не их, а свою мечту), и каждый заканчивает свою жизнь с женщиной, заботящейся о нем, как о ребенке [3, 306].

Общей для двух произведений является и та роль, которую играет музыка: Коврин "изнемогает" от музыки подобно Обломову. Особое, магическое действие на героев оказывает женский голос, голос будущей возлюбленной, вызывающий к жизни "неведомые", разрушительные силы.

Обломов не долго может играть "роль влюбленного мальчика" [2, 249], следовать законам

(Проблемы жанра и стиля). Ростов-на-Дону, 1986. – С. 40-51; Зайцева Т. Б. А. П. Чехов и И. А. Гончаров: проблемы поэтики: автореф. дис... канд. филол. наук / Т. Б. Зайцева. – СПб, 1996. – 18 с.

³ Призывание Ковриным Тани в конце повести во время последнего появления черного монаха в данном контексте может быть истолковано как отчаянная попытка героя спасти свою жизнь.

⁴ Это слово используется в романе Гончарова для характеристики отношений Обломова и Ольги более 40 раз.

⁵ Появление одного из ключевых мотивов "Обломова" в повести Чехова призвано, вероятно, напомнить читателю ситуацию из гончаровского романа для того, чтобы более рельефно очертить образы героев "Черного монаха". Кроме того, оно может также рассматриваться как один из примеров скрытой, косвенной оценки писателем изображаемых событий.

⁶ Расставание с возлюбленными губительно для обоих героев. Обломов прямо говорит об этом Ольге, "предупреждает" ее: "Не уходи: помни, что если ты уйдешь – я мертвый человек!" [2, 221].

мира “других”, разрыв с Ольгой и вызванная им болезнь “переводит” героя в прежнее состояние. А согласившийся на лечение и признавший себя больным Коврин отказывается от “избранничества” и идет “в стадо”. Не случайно фамилия “оппонентов” черного монаха – Песоцкие. Учитывая большое количество цитат и реминисценций из Библии, образующих особый смысловой уровень в повести Чехова, представляется правомерным рассматривать данную фамилию в связи с библейским образом “песка”, который передает идею множественности (“...сделаю потомство, как песок земной...” [Бытие: 13, 16]).

Любопытно, что символический “постриг” герой принимает при вступлении на территорию обыкновенных, стадных людей Песоцких [4, 37]. “Изгнание” черного монаха и приобретение внешних признаков “монашества” (отсутствующих ранее у Коврина в отличие от Тани⁷ с ее “черными” бровями, “бледностью”⁸ и “худобой”⁹) изменяет не только образ жизни, но и образ мыслей¹⁰ Андрея Васильича, превращая его из свободного творца (не случайно в диалогах он равен черному монаху) в “подражателя”, “посредственного ученого” [С., VIII, 256].

Мания величия, которую символизирует черный монах, обозначает фиксацию героя на идее замкнутости, закрытости. Подобную семантику данного термина мы обнаруживаем уже в раннем рассказе Чехова, который в своем названии содержит упоминание данной болезни – “Случаи *mania grandiosa*” (“Осколки”, 1883, № 4). Несмотря на шуточный тон повествователя, все три случая мании величия (кроме общего для героев стремления реализовывать какую-либо свою идею) объединяются также мотивом закрытости-замкнутости. Явно данный мотив проступает во втором из описанных примеров,

в котором герой стремится ограничить свободу других, реализуя формулу “А посиди-ка, братец!” [2, 21].

Любопытно, что главный герой повести Чехова “Палата № 6”, своего рода предшественницы “Черного монаха”, Андрей Ефимович Рагин, собиравшийся, по словам повествователя, “постричься” “в священники” [С., VIII, 82], и только запрет отца не позволил ему сделать этого. В другом программном произведении Чехова, включенном в “футлярную” трилогию, рассказе “Крыжовник”, Чимша-Гималайский симптоматично называет стремление интеллигенции переселиться в усадьбу, уйти “из города, от борьбы, от житейского шума” эгоизмом, ленью, “своего рода монашеством, но монашеством без подвига” [С., X, 58].

Черный монах в повести несет идею отгороженности, отстраненности, замкнутости, близкую к культурно-христианской традиции, актуальной для Чехова¹¹. Не случайно в легенде он странник, блуждающий во Вселенной. Те, кто попадает под влияние черного монаха, становятся носителями идей, отклоняющих их к полюсу индивидуализма. Печать “черного монашества” лежит на всех героях повести. Если связь между Ковриным и черным монахом показана автором явно, то другие герои, на первый взгляд не имеющие ничего общего с ним, оказываются заражены более тяжелой формой болезни, символизируемой черным монахом. Однако только Коврина “прощает” автор, даруя ему “счастливую” смерть, которая становится для него успокоением.

Указание на близость Егора Семеновича к идеям, носителем которых выступает черный монах, можно увидеть в характерном для него противопоставлении мужского (дела) – женско-

⁷ На сходство в описании Тани и черного монаха указывают: Семанова М. Л. О поэтике “Черного монаха” А. П. Чехова / М. Л. Семанова // Художественный метод А. П. Чехова. – Ростов-на-Дону, – 1982. – С. 65; Кожевникова Н. А. Язык и композиция произведений А. П. Чехова / Н. А. Кожевникова. – Н. Новгород, 1999. – С. 51-52, 60.

⁸ Эпитет, который “переходит” к герою после его “выздоровления” (см. С., VIII, 250).

⁹ Данные атрибуты для несущих смерть героев “заимствованы”, по-видимому, из “Откровения Иоанна Богослова” [6: 8] и книги “Бытия” [41: 17-21]. Показательно, что семантика смерти делает их “взаимозаменяемыми”: определение Тани “тощая” [8, 402] (журнал “Артист” 1894 № 33) Чехов в последующих публикациях повести изменит на “бледная” [8, 240]. Одной из причин этого, вероятно, является “несоответствие” между “агрессивной” семантикой, которой обладало слово в “первоисточнике” (“...и съели тощие и худые коровы прежних семь коров тучных” [Бытие 41: 20] и эпизодом повести, объясняющим, почему “нравилась” герою “бледная, слабая, несчастная Таня” [С., VIII, 240].

¹⁰ “То, что в предшествующих главах характеризовало Песоцких (в 8 главе. – С. Л.), начинает характеризовать Коврина, которому приписываются признаки Песоцкого и Тани” (Кожевникова Н. А. Язык и композиция... С. 66 и сл.).

¹¹ См. письма к А. С. Суворину от 19.05.1892 г., 18.10.1892 г., к Н. М. Линтваревой от 20.06.1892 г., к В. А. Гольцеву от 15.06.1893 г. В одном из них Чехов объяснит свое тяготение к монашеству склонностью “к затворничеству” [П. 5, 69].

му. Достаточно двусмысленно звучат слова Песоцкого: "В нашем деле бабы – бич Божий" [С., VIII, 237]. Эти слова гармоничны не столько для садовода, сколько для монаха-отшельника. (Не забудем, что сам Егор Семенович живет с одной дочерью, замужество которой очень тяжело переживает, и в повести о его жене даже не упоминается.)

Можно сказать, что Таня Песоцкая в наибольшей степени подвержена болезни самолюбования, эгоизму. Героиня все время думает только о себе ("...у нас неинтересные знакомые..." [С., VIII, 230], "...он мне <...> испортил всю жизнь..." [С., VIII, 240] и др.), при этом она не имеет собственных интересов, увлечений (садом Таня занимается по инерции). Даже замужество – попытка извлечь определенную выгоду, разнообразить свою жизнь, сделать ее "интересной" ("...я приняла тебя за гения, – пишет она в письме Коврину, – я полюбила тебя, но ты оказался сумасшедшим..." [С., VIII, 255]¹²; ранее "...вы мужчина, живете уже своею интересною жизнью, вы величина..." [С., VIII, 228]).

И если Егор Семенович умирает, чем в некоторой степени сближается с Ковриным (попадая под луч авторского прощения), то сама Таня остается жить, отягощенная "ненавистью", а следовательно, обреченная на мучения: "Я ненавижу тебя всею моею душой и желаю, чтобы ты скорее погиб. О, как я страдаю! Мою душу жжет невыносимая боль..." [С., VIII, 255].

Связь болезни с мотивом закрытости-замкнутости характерна и для романа Гончарова и обнаруживается в различных точках повествования. Напомним, что в качестве своеобразного

лекарства и Обломову, и Коврину предлагается уехать. Причем в повести Чехова данный мотив усилен тем, что и выздоровевшему герою, так же как и больному, доктор "приказывает ехать в деревню" [С., VIII, 250].

Любопытно, что образ монаха присутствует и в "Обломове" и появляется в эпизоде, характеризующем особый, замкнутый образ жизни главного героя. Показательно, что в том же контексте присутствует и мотив смерти. Так, про Обломова говорится, что "он тихо и постепенно укладывался в простой и широкий гроб остального своего существования, сделанный собственными руками, как старцы пустынные, которые, отворачиваясь от жизни, копают себе могилу" [2, 368].

Обнаруженные параллели между "Черным монахом" и "Обломовым" позволяют рассматривать роман Гончарова как один из возможных "источников" "едва ли не самого загадочного" (Е. Сахарова) произведения Чехова.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чехов А. П. Полн. собр. соч. и писем: в 30 т. – тт. 1–30. – М., 1974–1983.
2. Гончаров И. А. Обломов / И. А. Гончаров. – Л., 1987.
3. Кубасов А. В. Проза А. П. Чехова: искусство стилизации / А. В. Кубасов. – Екатеринбург, 1998.
4. Гореликова М. И. Семантические оппозиции в поэтике позднего Чехова: реальное – ирреальное, идол – идолопоклонник (анализ повести "Черный монах") / М. И. Гореликова // Филологические науки. – 1991. – № 5.

¹² Своеобразным комментарием к данной ситуации могут служить слова Чехова в письме от 28 февраля 1895 г., адресованном Е. М. Шавровой: "Нехорошо, если жена бежит от больного мужа, ссылаясь на то, что болезнь заразная или скверная" [П. 6, 30].

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ СЕМАНТИКА ТУРГЕНЕВСКИХ РЕМИНИСЦЕНЦИЙ В ПОВЕСТИ А.П. ЧЕХОВА “ЧЕРНЫЙ МОНАХ”

© 2004 Л.Г. Петракова

Воронежский государственный педуниверситет

Антон Павлович Чехов высоко ценил творчество Ивана Сергеевича Тургенева. Известны строки писем А. П. Чехова А. С. Суворину: “Я читаю Тургенева. Прелесть, но куда жиже Толстого!” (13 февраля 1893 г.) [1, 171]; “Боже мой! Что за роскошь “Отцы и дети”! Просто хоть караул кричи. <...> “Накануне” мне не нравится всё, кроме отца Елены и финала. Финал этот полон трагизма. Очень хороша “Собака”: тут язык удивительный. <...> “Ася” мила, “Затишье” скомкано и не удовлетворяет. “Дым” мне не нравится совсем. “Дворянское гнездо” слабее “Отцов и детей”, но финал тоже похож на чудо” (24 февраля 1893 г.) [1, 174]. В письме 15 августа 1894 г. дана характеристика читателей Баранцевича: “Для этой публики Толстой и Тургенев слишком роскошны, аристократичны, немножко чужды...” [1, 311].

С другой стороны, осознавая различие и неповторимость двух творческих индивидуальностей — тургеневской и собственной, — Чехов говорил И. А. Бунину, что его “допекали “тургеневскими нотами» [2, 492].

В данной работе предпринимается попытка проследить, как мотивы и образы Тургенева, преломляясь и видоизменяясь, отразились в повести “Черный монах”.

Отсылку к рассказу И. С. Тургенева “Живые мощи” содержат размышления Коврина: “Искренно, в глубине души, свою женитьбу на Тане он считал теперь ошибкой, был доволен, что окончательно разошелся с ней, и воспоминание об этой женщине, которая в конце концов обратилась в ходячие живые мощи и в которой, как кажется, уже всё умерло, кроме больших, пристально вглядывающихся умных глаз, воспоминание о ней возбуждало в нём одну только жалость и досаду на себя” [3, 254].

У Тургенева в “живые мощи” превратилась красавица Лукерья: её “голова совершенно высохшая, одноцветная, бронзовая — ни дать ни взять икона старинного письма; нос узкий, как

лезвие ножа; губ почти не видать, только зубы белеют и глаза, да из-под платка выбиваются на лоб жидкие пряди желтых волос” [4, 327-328].

Контрастность прежнего и нового облика Лукерьи проявляется в авторском параллелизме таких черт героини, как “мумия” и “первая красавица во всей нашей дворне, высокая, полная, белая, румяная, хохотунья, плясунья, певунья” [4, 328], в “каменной неподвижности ... живого, несчастного существа” [4, 332]. Обращает на себя внимание читателей “лицо не только не безобразное, даже красивое, — но страшное, необычайное” [4, 328], с которого, “темного” и “неподвижного”, устремлены “светлые и мертвенные глаза” [4, 277]. В портретной характеристике постаревшей Тани содержится чеховская рефлексия на тургеневское описание: в ней “всё уже умерло, кроме больших, пристально вглядывающихся умных глаз”. Однако два образа “живых мощей” противоположны: живому существу с мертвенными глазами у Тургенева соответствует почти умершее с живыми глазами — у Чехова.

Происходящие в Тане перемены тоже чем-то напоминают состояние Лукерьи, но опять-таки в обратной проекции. При том, что Таня “за обедом ничего не ела, не спала по целым ночам, ожидая чего-то ужасного, и так измучилась, что однажды пролежала в обмороке от обеда до вечера”, “она уже не могла смеяться и петь” [3, 251], в то время как Лукерья пыталась улыбаться и пела песню “Во лузях”.

Схожи обе болезни: свою Лукерья понимает по-простонародному — “стала я сохнуть, чахнуть; *чернота* (выделено нами — Л. П.) на меня нашла” [4, 329]. Причина омертвения Тани — Черный монах, воцарившийся в сознании Коврина. Случай, имевший роковые последствия для тургеневской героини, произошел ночью в саду, где Лукерья слушала пение соловья, и ей почудилось, что её кто-то зовет голосом жениха. Она оступилась и, упав, почувствовала, “будто что-

то внутри порвалось”. В ночном саду звучит в повести Чехова серенада Брага, в которой “девушка, больная воображением, слышала <...> какие-то таинственные звуки...” [3, 232-233].

Несчастье, связанное с галлюцинацией, — ключевое событие не только в жизни Лукерьи, но и в судьбе Коврина. Но опять-таки и в этой конфигурации физическая болезнь Лукерьи не нарушает её духовного равновесия, у Коврина же галлюцинации — проявление душевного расстройства, впоследствии перерастающего в тяжкий недуг (“У него шла горлом кровь” [3, 253]).

Герои по-разному реагируют на свое новое состояние. Коврин напряженно осмысливает собственную жизнь и ее значение в истории человечества. Лукерья предпочитает “не думать”. Фаталистический стоицизм однако не означает полную бездумность как таковую: смиренно принимая свой крест, героиня Тургенева уверена, что “иным еще хуже бывает” [4, 330], “многим хуже моего бывает” [4, 330], находя утешение в окружающих: “Только думается мне: будь около меня люди — ... ничего бы я не чувствовала, кроме своего несчастья” [4, 333]. Для чеховского Коврина такое мироощущение чуждо: не испытывая физической боли, он в отчаянии от мук душевных. Возводя их в абсолют, герой винит своих близких и говорит: “Доктора и добрые родственники в конце концов сделают то, что человечество отупеет, посредственность будет считаться гением и цивилизация погибнет” [3, 251-252]. Вселенская масштабность заслоняет от магистра его жену и Егора Семеныча, и он не замечает страданий конкретных людей, заботясь о благе абстрактного человечества.

В отличие от Коврина, человек из простонародья знает, что каждый должен думать о душе сам (даже когда речь идет о физическом исцелении): “Да, барин, милый, кто другому помочь может? Кто ему в душу войдет? Сам себе человек помогай!” [4, 333]. В чеховской повести вхождение Черного монаха в душу героя происходит беспрепятственно, герой не в силах справиться с призраком, завладевшим его существом. Когда Коврин излечивается от галлюцинации, опустошается его душа и не остается ничего, кроме постыдных воспоминаний, как он “вымещал на ни в чем не повинных людях свою душевную пустоту, скуку, одиночество и недовольство жизнью” [3, 254].

Коврин расстаётся с Таней, рвет в клочки свою диссертацию и статьи, так и не обретя ничего взамен мании величия. У Лукерьи же есть то, чего нельзя отнять, — покровительство и заступничество: она учит девочку-сиротку петь песни, передавая ей духовный опыт русского народа, и просит барина сбавить оброк с крес-

тьян. Виденный ею сон: “Надеваю я месяц, ровно как кокошник, и так сама сейчас вся засияла, всё поле кругом осветила” [4, 335], — утверждает Лукерью в праведности ее жизни, в конечной награде за нее.

В таком контексте попытки механического деления людей на разряды и обнаружения в толпе “служителей высшему началу, живущих сознательно и свободно” [3, 242], обречены на неудачу. Беседу Коврина с Черным монахом на эту тему как бы “иллюстрируют” слова Лукерьи об ученом докторе: “Вот так-то раздоктор сюда приехал, осматривать меня захотел. Я его прошу: “Не тревожьте вы меня, Христа ради”. Куда! переворачивать меня стал, руки, ноги разминал, разгинал; говорит: “Это я для учености делаю; на то я служащий человек, ученый! И ты, говорит, не моги мне противиться, потому что мне за мои труды орден на шею дан, и я для вас же, дураков, стараюсь”. Потормошил, потормошил меня, назвал мне мою болезнь — мудрено таково — да с тем и уехал. А у меня потом целую неделю все косточки ныли” [4, 332].

Примечательно, что Лукерью даже болезнь не лишает способности чувствовать природу, ее ощущения обострены: “Смотрю, слушаю. Пчелы на пасеке жужжат да гудят; голубь на крышу сядет и заворкует; курочка-наседочка зайдет с цыплятами крошек поклевать; а то воробей залетит или бабочка — мне очень приятно” [4, 331]. У Коврина отношение к красоте окружающего мира меняется: сначала он любит ее, затем, осознав собственную посредственность и не желая мириться с ней, перестает наслаждаться природой. Лишь в последние минуты жизни Коврин понимает ценность того, что он потерял: “он звал Таню, звал большой сад с роскошными цветами, обрызганными росой, звал парк, сосны с мохнатыми корнями, ржаное поле, свою чудесную науку, свою молодость, смелость, радость, звал жизнь, которая была так прекрасна” [3, 257].

Два произведения, на наш взгляд, связывает мотив уходящей жизни. Последним минутам жизни героев сопровождают особенные звуки. Лукерья “в самый день кончины... всё слышала колокольный звон”, который “шел не от церкви, а “сверху”. Вероятно, она не посмела сказать: с неба” [4, 338], — таково завершение рассказа И. С. Тургенева, с его пафосом христианского смирения, прощения и обретения успокоения в праведной кончине.

Гораздо более сложен, загадочен и многозначителен финал повести А. П. Чехова. Писатель передает все подробности переживаний героя: при звуках серенады Брага у Коврина “захватило дыхание, и сердце сжалось от грусти, и чудесная, сладкая радость, о которой он давно уже за-

был, задрожала в его груди” [3, 256]. Коврин вновь лицезреет Черного монаха и опять преисполняется веры в свою избранность. Желая позвать Варвару Николаевну, он обращается к Тане, ощущает “невыразимое, безграничное счастье” [3, 257] и умирает с блаженной улыбкой на лице. Примирение чеховского героя с жизнью – лишь одна из возможных, но не окончательных трактовок последних строк “Черного монаха”.

Исходя из этих наблюдений, можно предположить, что образ Лукерьи явился своеобразной предпосылкой определенной интерпретации чеховских образов. Сопоставление двух далеких, на первый взгляд, литературных произведений может служить аргументом значимости духовного и душевного здоровья человека в процессе

осознания смысла жизни, понимания самого себя и обретения счастья в трактовке чеховских размышлений и вместе с тем – подтверждением творческой плодотворности любой авторской рефлексии на чужой текст.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чехов А. П. Полн. собр. соч. и писем: В 30 т. Письма. – М., 1977. – Т. 5.
2. Бунин И. А. Чехов // А. П. Чехов в воспоминаниях современников. – М., 1986. – С. 482-498.
3. Чехов А. П. Полн. собр. соч. и писем: В 30 т. Сочинения. – М., 1977. – Т. 8.
4. Тургенев И. С. Полн. собр. соч. и писем: В 30 т. Сочинения. – М., 1979. – Т. 3.

А.П. ЧЕХОВ И АНГЛИЙСКАЯ КУЛЬТУРА ПЕРВЫХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ XX ВЕКА (К ПРОБЛЕМЕ РЕЦЕПЦИИ ЛИЧНОСТИ И ТВОРЧЕСТВА)

© 2004 В.В. Хорольский

Воронежский государственный университет

Английский Чехов, как и русский Шекспир или немецкий Сервантес, интересен прежде всего с точки зрения различного восприятия художественных явлений в различных этнокультурных обстоятельствах. Национальными особенностями английской ментальности издавна считались культивируемая с детства сдержанность, сбалансированность аргументов и мнений, отказ от вынесения “приговора”, ведущий к преобладанию косвенно-оценочных суждений, открыто декларируемая любовь к этическим тонкостям в быту и искусстве, повсеместная тяга к ритуалу и традиционализму, толерантность (порой лишь внешняя), прагматизм, сакраментальное ханжеское отношение к табуированным темам, внимание к общественному мнению и в то же время неожиданная для иностранцев независимость и свобода в личной жизни, непринужденность поведения в любом обществе. Все эти качества можно в той или иной пропорции найти в героях А. П. Чехова, в его эстетике и мирозерцании. Возможно, что в этом кроется секрет успеха чеховских произведений в среде английской интеллигенции: родство душ дает о себе знать во многих откликах английской критики первых десятилетий XX в.

Однако проблема восприятия русского классика в Англии шире проблемы личностной рецепции. Речь должна идти и о культурологической актуальности чеховских идей для эволюции духовной жизни Европы в годы радикальных социальных сдвигов — а именно в этот период и пришел в Британию русский художник, выразивший, как и символисты, чаяния значительных масс людей, ожидавших глобальных потрясений и скорых перемен. Его “Вишневый сад” символизировал и отражал в переходную эпоху не только историческую “усталость” хозяев России, но также и настроения западного “викторианского” конца века — конца света, т. е. настроения эры “заката Европы”, и в то же время эры новой надежды “маленько-

го человека” на грядущее счастливое разрешение кризиса.

Рассматривая данную проблему сквозь призму культурологического метода, предполагающего взгляд на литературные факты с позиций антитезы “свое — чужое”, “традиционное-новаторское”, “искусство-жизнь”, “история-система”, “культура элитарная — культура массовая” и т. п., и также предполагающего акцентирование культурократической составляющей мирозерцания художников рубежа веков, можно увидеть амбивалентность присутствия образа А. П. Чехова в европейской культуре XX в., так как он все же был ближе к русской национальной традиции ангажированного искусства (“поэтом можешь ты не быть...”), а учитывая крайне противоречивую роль и функцию “чистого” искусства в культуре Серебряного века, можно говорить и о противоположности мирозерцания русского писателя эстетизму рубежа веков, а следовательно — и всему западному идейному “мейнстриму”. Принимая во внимание открытия символистов, мимо которых не мог пройти ни один серьезный мастер слова, можно увидеть как близость культуре Великобритании “переходного периода” чеховской “околосимволистской” импрессионистической манеры, так и явное несходство стилевых установок в его произведениях и в произведениях тех авторов (А. Беннетт, Б. Шоу), которые называли себя его учениками. Англичане слишком часто видели в произведениях русского классика то, что им хотелось видеть, поэтому сегодня, переоценивая вековую историю бытования чеховских образов в зарубежной культуре, необходимо констатировать как сходство в методах и стилях, так и существенные различия в ценностных ориентирах и идеологических критериях.

Как известно, Чехов пришел в англоязычный мир на рубеже веков, в эпоху эстетизма и символизма, в эпоху зарождения “нового” искусства. Реалисты (Дж. Голсуорси, А. Беннетт,

К. Мэнсфилд и др.) видели в нем представителя социально-аналитического направления в искусстве, мастера психологической детали, воссоздающей характерные стороны обыденной действительности, а модернисты (особенно символисты и “блумсберийцы”) усмотрели в его экспериментах близкое своим поискам начало, ведущее к мифологизации этой обыденной жизни, к символизации художественной детали, к общечеловеческим “архетипам”, а не к реалистическим типическим героям. В первых упоминаниях имени Чехова в журналах “Атениум”, “Ривью ов ривьюз”, “Фортнайтли ривью” и других его сопоставляли с Тургеневым и Мопассаном, отмечая при этом “пессимизм” и “мелкотравчатость” рассказов и повестей [1]. А. Беннетт одним из первых в самом начале XX века увидел “предельный реализм” [2] его прозы, ее “бессюжетность”, обратив внимание на подтекст и тональность в незамысловатых на вид зарисовках. Писатель-реалист подчеркнул “деликатность” героев и автора в прозе А. Чехова, призвав к адекватному восприятию его творчества [3]. Чехов, по мнению А. Беннетта, “совершенно неизвестен в Англии” [4]. Однако в те годы его активно переводили Р. Лонг, К. Гарнет, М. Фелл и другие мастера слова, подчеркивавшие такие трудности перевода, как обилие просторечий, невыразимую музыкальность слога, богатство экстралингвистических коннотаций. Вначале Чехова воспринимали как рассказчика, “русского Мопассана”, и невыразительного драматурга, потом возобладало противоположное мнение.

Еще в 1909 г., когда была опубликована статья Беннетта о Чехове, в Глазго была поставлена пьеса “Вишневый сад”, в том же году был опубликован сборник рассказов в переводе Р. Лонга. Но затем наступила некоторая пауза, которую можно объяснить повышенным интересом публики к поискам модернистов и театральной модой на Г. Ибсена. Критики в популярных газетах писали о культуре России преимущественно с точки зрения реализма середины и конца XIX в., восторженно отзываясь о Толстом, Достоевском и Тургеневе, а открытия рубежа веков оставались пока уделом профессионалов и элиты.

В Великобритании особенно широкий интерес к творчеству Чехова был зафиксирован сразу после первой мировой войны. В 1919 г. Б. Шоу написал пьесу “Дом, где разбиваются сердца”, названную им “фантазией в русской манере на английские темы”, причем о Чехове автор пишет в предисловии с глубочайшим почтением. В частности, в этом знаменитом программном для Шоу предисловии читаем: “В Англии, где театры являются просто обыкновенным ком-

мерческим предприятием, пьесы Чехова, менее доходные, чем качели и карусели, выдержали всего несколько спектаклей в “Театральном обществе”. Мы таращили глаза и говорили: “Как это по-русски!” А мне они не показались только русскими: точно так же, как действие чрезвычайно норвежских пьес Ибсена могло быть слегка перенесено в любой буржуазный или интеллигентский загородный дом в Европе, так и события этих чрезвычайно русских пьес могли произойти во всяком европейском поместье, где музыкальные, художественные, литературные и театральные радости вытеснили охоту, стрельбу, рыбную ловлю, флирт, обеды и вино. Такие же милые люди, та же крайняя пустота” [5].

Как свидетельствует данная пространная цитата, Шоу одним из первых обратил внимание на общечеловеческое звучание идей и образов Чехова. Б. Шоу видел в Чехове продолжателя ибсеновской традиции, творца интеллектуально-психологической драмы. Диалектика частного и общего в его творчестве не могла не привлечь внимания автора “Дома...”, причем интересно и продолжение его мысли: “И в частной-то жизни они нередко проматывали наследство, как герои “Вишневого сада”. Даже теми, кто жил по средствам, в действительности руководили их поверенные по делам или агенты, ибо господа не умели управлять имением или вести предприятие, если их все время не подталкивали другие, кому пришлось самим решать задачу: либо выучиться делу, либо умереть с голоду. От так называемой демократии при таких обстоятельствах нельзя было ожидать какой-либо помощи. Говорят, каждый народ имеет то правительство, которого заслуживает. Вернее было бы сказать, что каждое правительство имеет тех избирателей, которых заслуживает, потому что ораторы с министерской скамьи по своей воле могут просветить или развратить наивных избирателей. Таким образом, наша демократия вращается в порочном круге очередной порядочности и непорядочности” [6]. Переключка авторов и эпох здесь самоочевидна. Шоу увидел в пьесах Чехова экзистенциальное глобальное начало, которое подсказало и ему многие пророчества [7], сделавшие “Дом...” социально-футурологическим шедевром. Иным путем в интерпретации чеховской символики шли “блумсберийцы”.

В 1919 году В. Вульф написала знаменитую статью “Русская точка зрения”, целиком посвященную анализу мирозерцания русского писателя, которая и сейчас остается одним из самых пронизательных отзывов о его творчестве. Первое, что бросилось в глаза писательнице-модернистке, спорящей с реалистами о сути и назначении искусства, — это идейно-эмоциональная ам-

бивалентность авторского тона в прозе Чехова. Она считает, что “ощущение не простоты, а замешательства — вот наше первое впечатление от Чехова. О чем это и почему он сделал из этого рассказ? — спрашиваем мы, читая рассказ за рассказом. Человек влюбляется в замужнюю женщину, они расстаются и встречаются, и мы оставляем их за разговором об их положении и о том, как освободиться от этих пут. “— Как? Как? — спрашивал он, хватая себя за голову... И казалось, что еще немного — и решение будет найдено, и тогда начнется новая, прекрасная жизнь”. Это конец... Почтальон везет студента на станцию, и всю дорогу студент пытается заставить его разговариваться, но почтальон молчит. Вдруг он неожиданно произносит: “Посторонних не велено возить... Не дозволено!” и он ходит взад и вперед по платформе с выражением злобы на лице. “На кого он сердился? На людей, на нужду, на осенние ночи?” [8].

Ключевым словом у Чехова, по мнению автора “Русской точки зрения”, было слово “душа”, которое якобы и представляет смысл нашей национальной культуры. Быть может, считает В. Вульф, Чехова больше всего интересуют не взаимоотношения души с другими душами, но проблемы души и здоровья, души и добра, души как воплощения человеческого “эго”. Насколько Чехов искренен как выразитель русской души? Ответ на этот вопрос звучит в статье писательницы невнятно: ведь чеховские рассказы, по ее же признанию, неоднородны, амбивалентны. Думается, что рассказы, вопреки идее статьи, в высшей степени искренни, хотя часто “раскрывают какую-либо неестественность, позу, неискренность”. Какая-то женщина вступает в фальшивые отношения; “какой-то мужчина исковеркан бесчеловечностью жизненных обстоятельств. Душа больна; душа излечилась; душа не излечилась”. Ничто не разрешилось, чувствуем мы, ничто не сложилось должным образом. Такой вывод представляется верным, но он же и не дает права говорить о преобладании “душевной” мотивики у русского писателя. Более точным представляется следующий вывод: “Однако метод, которому, как кажется нам сначала, свойственны небрежность, интерес к пустякам, теперь представляется результатом изоциренно-самобытного и утонченного вкуса” [9]. Писательница хвалит у собрата по перу умение выразить через “пустяк” некий жизненный закон, богатый духовный опыт, сокровенное чувство, душу народа и т. п. А это и есть истинное искусство, которое пыталась поддержать и сама В. Вульф.

Есть еще одно любопытное суждение в обсуждаемой статье. Брошенному “в пучину волн, избитому и помятому о прибрежные камни ан-

лийскому читателю” Чехова нелегко почувствовать себя “непринужденно”. Он привык к обратному процессу в своей собственной литературе. В Англии царит не самовар, а чайник; время ограничено; пространство заполнено людьми; ощущается влияние других точек зрения, других книг, даже других эпох [10]. В Англии о теле думают больше, чем в России. Может быть, поэтому чеховский идеал гармонии душевного и телесного был столь популярен? Вопрос остался без ответа, но он ошутим в оригинальной статье члена кружка блумсберийцев.

Наиболее известны в Англии довоенного периода работы Дэвида Магаршака, Фрэнка Суиннертона, Джона Марри, Уильяма Джерхарди, У. С. Моэма. В статье Дж. М. Марри “Гуманность Чехова” (“Атенеум”, т. 159, 1920), написанной после выхода в свет переводов его писем, личность художника героизировалась; “чистота души”, “гуманность нового типа”, “нравственное совершенство” — таковы были выводы авторитетного критика [11]. В этом отношении Чехов сближается критиком с Т. Гарди. У. Джерхарди в книге “Антон Чехов: критическое исследование” (1923) демонстрирует умение русского прозаика показать “текучесть жизни”, “смысл незначительных случайностей”, “бессобытийность” бытия рядового мещанина [12]. Ф. Суиннертон в мемуарной книге “Литература в георгианский период” сравнил Чехова с К. Мэнсфилд, отдав предпочтение первому. Писательница К. Мэнсфилд, как известно, всегда называла Чехова своим учителем..

Однако наибольший успех пришел к У. С. Моэму — аналитику жизни и творчества Чехова в течение многих лет. Свои наблюдения писатель обобщил в ряде эссе, посвященных искусству короткого рассказа, где он сетовал на недопонимание англичанами величия русского классика [13]. Моэма волновал вопрос религиозности Чехова: “Верил ли Чехов в Бога, в потусторонний мир? Кажется, нет. Не верил. Веру в Бога ему в детстве отбил религиозный отец. Но иногда сомневался. Иван Бунин вспоминал, что Чехов “много раз старательно, твердо говорил, что бессмертия, жизнь после смерти в какой бы то ни было форме — суший вздор. Но в другом настроении еще тверже говорил противоположное” [14]. Политические убеждения писателя Моэм передавал несколько шаржированно: “Был у меня Шаляпин с очень странным маленьким человечком по фамилии Ульянов (с рекомендацией ко мне еще от живого Горького). Жутковато было читать эту рекомендательную записку, похожую на послание с того света. Покойник нахваливает Ульянова. Этот Ульянов, оказывается, младший брат известного казненного наро-

довольца, продолжает дело брата и создал свою марксистскую партию. К тому же он очень маленького роста и картавит. К тому же почти лысый, а где не лысый, там рыжий. Голова его так огромна, что перевешивает, раскачивает, тянет вниз все остальное тело, — так и кажется, что он сейчас упадет и ударится головой о землю” [15]. О литературе, с иронией вспоминал автор романа “Луна и грош”, Ульянов “имеет какие-то странные понятия. Льва Толстого называет “зеркалом русской революции”. Какое-то зеркало... Что-то отражает... Лужа тоже отражает. Медный чайник тоже отражает... Лев Толстой — чайник? Нет уж, господин Ульянов, но на чайник больше похожи вы!” [16].

Чехов и Ленин друг другу не понравились. Это имело свои отдаленные последствия. Мемуарную главу об Ульянове Чехов назвал “Чайник кипит!», а в конце жизни вернулся к этой теме, написал и передал — в нарушение хронологической правды — через Илью Эренбурга, который, по мысли Моэма, был ликвидирован за это органами НКВД, в Париж известнейшую на Западе повесть “Семья Гурьяновых”, где в главном герое легко угадывается Ленин. Это была, пишет Моэм, последняя художественная вещь Чехова, повесть о профессиональных революционерах, тема, к которой он в молодости не знал как подступиться или просто не имел никакого желания копаться в темных душах фанатиков [17]. С. Моэм писал в 1930-х годах: самые элементарные замечания о современной художественной прозе не могут обойтись без упоминания о русском влиянии, подразумевая прежде всего связанном с творчеством Чехова.

Таким образом, даже беглый взгляд на проблему восприятия Чехова в Англии показывает зависимость процесса рецепции от социокультурного фона и личной точки зрения критика. Но что гораздо важнее для историков литературы, суждения критиков и писателей 1910-х —

30-х гг. убеждают в наличии этнонациональных стереотипов, разрушать которые очень сложно и порой бесполезно. Английский Чехов не может быть идентичен Чехову русскому, японскому или угандийскому. И это нормально.

ЛИТЕРАТУРА

1. См.: “The Atheneum”. — L., 1889. — № 3219 (July 6). — P. 26-28.; “Review of Reviews”. — L., 1891. July-December. — Vol. 5. — P. 89-90.
2. Bennett A. Tchekhov — Books and Persons / A. Bennett // New Age. — L., 1909. — Цит. по: Литературное наследство. Чехов и мировая литература. — М., 1997. — Т. 100/ — кн. 1. — С. 448.
3. Там же. — С. 454.
4. Там же.
5. Шоу Б. Полное собрание пьес в шести тт. / Б. Шоу — Т. 4. Л., 1980. — С. 463.
6. Там же.
7. Цит. по: Шоу Б. Автобиографические заметки. Статьи. Письма / Б. Шоу. — М., 1989. — С. 434.
8. Woolf V. The Russian Background / V. Woolf // Times Literary Supplement. — 1919. — Aug. 14. Цит. по: Woolf V. Books and Portraits. V. Woolf. — L., — 1977. — P. 123.
9. Ibid. — P. 125.
10. Ibid.
11. Цит. по: Литературное наследство. Чехов и мировая литература. — М., 1997. — Т. 100. — кн. 1. — С. 481.
12. Gerhardie W. Anton Chekhov. A Critical Study / W. Gerhardie. — L., 1923. — P. 37, 31, 68, etc.
13. Моэм У. С. Подводя итоги / У. С. Моэм. — М., 1991. — С. 395.
14. <http://lib.web-malina.com>
15. Ibid. — P. 78.
16. Ibid.
17. Ibid.

ФИЛОЛОГИЯ

РЕЧЕВЫЕ АКТЫ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПОЗИЦИИ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА

© 2004 Н.М. Вахтель

Воронежский государственный университет

В лингвистической литературе неоднократно отмечалось, что адресант мало осознаёт в своих речевых актах коммуникативную цель. "...Сам говорящий сплошь и рядом не отдаёт себе полностью отчёта, что же именно он преследует своим высказыванием, зачем оно ему нужно, чего он им достигнет. Двигаться к цели он может ошупью, плутая, перебирая по пути что-то лишнее, ненужное, постороннее, пока не уяснит нужное" [4, 30-31]. Это замечание справедливо, видимо, лишь для устного общения. Журналист как автор заголовка не имеет возможности не знать, зачем ему нужен именно тот заголовок, который он придумал, а не какой-нибудь другой. Он чётко должен представлять себе, чего он хочет и как подать известную ему информацию. Имея ясную иллюкутивную цель, журналист часто хочет придать заголовку большую интенсивность по сравнению с речевыми актами, передающими знания и мнения. Этим, видимо, можно объяснить появление газетных заголовков, представляющих собой экспрессивные и эмоциональные речевые акты.

"Говорящий выражает вслух свои эмоции, как правило, не задумываясь, что он этим обязывает слушающего к определённым ответным действиям — разделить чувство говорящего или выразить какое-то другое чувство", — пишет И. В. Труфанова [23, 269], ссылаясь на правило хорошего тона, согласно которому невежливо выражать свои чувства в обстановке официального общения. Это предписание правил хорошего тона не имеет места в общении "журналист-читатель" несмотря на то, что оно относится к официальному виду общения. Сегодняшний журналист стремится к открытости. Использование им эмоционально-экспрессивных высказываний в позиции газетного заголовка вовсе не свидетельствует о его личном эмоциональном самовыражении, что имеет место в обычном диалоге в устном общении. Его субъективная эмоция обращена к читателям с целью внушить оп-

ределённое чувство приязни или неприязни к тому или иному явлению действительности или к тому или иному лицу или лицам. Кроме того, журналист желает достичь определённого перлокутивного эффекта, который может быть представлен следующими конечными результатами воздействия: нечто одобрить или, напротив, не одобрить, кого-то обрадовать или, напротив, испугать или упрекнуть, обвинить и даже оскорбить, вызвать восхищение или удивление. Учёт перечисленных перлокутивных эффектов даёт основание В. И. Карасику называть экспрессивно-эмоциональные речевые акты "эмоционально-каузативными" [5, 150-151].

Журналист экспрессивно выражает эмоцию не для того, чтобы "прийти к душевному равновесию", как это обычно бывает в обычном устном общении [23, 207], а как раз наоборот — для того, чтобы вывести из равновесия не имеющего ещё информации читателя, заставить его испытать то же чувство, которое было у него самого. В позиции газетного заголовка журналист, выбирая экспрессивно-эмоциональное высказывание, только обозначает своё отношение к тому положению дел, о котором пойдёт речь в самом тексте, где и актуализируется пропозиция. В коммуникативном фокусе таких высказываний находятся только эмоции, которые рождаются, согласно выдвинутому Э. Л. Носенко положению, от понимания несоответствия "бытия и долженствования" [19, 16].

Любой человек пребывает в мире ценностей, оцениваемых положительно. Факты или явления, нарушающие его ценностный универсум, заставляют работать не только интеллектуальный механизм отражения действительности, но и эмоциональный. Журналист на основе полученной информации о каком-либо положении дел порождает текст, после чего он должен назвать его так, чтобы сразу же сформировать у потенциального читателя определённое отношение к тому факту или событию, о котором сообщается в пуб-

ликуемом материале. Сам процесс придумывания заголовка носит творческий характер, особенно когда возникает интенция прямо повлиять на эмоциональное состояние реципиентов.

Сегодняшние газеты пестрят заголовками, представляющими собой речевые акты эмоционального воздействия. На выделении целой группы таких речевых актов, отличных от эмотивов и актов эмоционально-экспрессивной оценки, настаивает И. В. Труфанова [23, 265]. В. И. Телля называет их речевыми актами заражения [24, 35]. Пожалуй, впервые о речевых актах эмоционального воздействия заговорила Л. А. Киселёва. Она среди них выделила и некоторые разновидности: 1) Речевые акты, совершаемые ради заражения слушающего своим чувством; 2) Речевые акты, производимые в качестве средства применения социальных санкций к слушающему при регуляции межличностных отношений; 3) Речевые акты, совершаемые ради нанесения слушающему эмоционального ущерба [6, 20-21].

Среди речевых актов эмоционального воздействия обычно выделяют в качестве их частных видов акты жалобы, осуждения, упрёка, оскорбления, одобрения и неодобрения, шутки, насмешки. Все эти частные проявления речевых актов эмоционального воздействия изучались на материале устного межличностного общения в рамках спонтанного диалога, где они прямо, непосредственно направлены на адресата, на слушающего. Анализ газетных заголовков позволил обнаружить случаи широкого использования высказываний в данной позиции, представляющих собой речевые акты эмоционального воздействия, однако функционируют они совершенно иначе. Специфика их в том, что они направлены на мир, на те события, о которых идёт речь в публикуемом тексте, или на третье лицо или третьих лиц, о которых сообщается нечто. Обратимся к примерам.

Какое сфинкство! [15] — так назывался текст, содержащий информацию о туристическом сервисе в Египте. Читателю сразу становится ясно, что он не выдерживает никакой критики.

Вот это номер! [9] — текст содержал информацию о выигрыше квартиры. Только после прочтения текста становится понятно, что слово “номер” обозначает номер лотерейного билета.

Ох уж эти ямы! [17] — текст о плохом состоянии дорог.

Здорово, что улыбается больной [3] — текст о хорошей работе врачей.

Вот Вам! [22] — текст о долгожданной победе в футболе.

Скоро ёлка! [11].

О, Белла Донна! [16] — текст об известной фотомодели.

Кич, блеск, красота! [12] — текст был о современной моде.

Эх, Ирак! Ну, как же так! [10] — материал под эти заголовком содержал информацию о наличии у Ирака оружия массового поражения.

Э! [13] — заголовок к рубрике “Очевидец”.

Ну и штучка, эта экономика! [1].

Не дай бог, чтобы когда-нибудь повторился Спитак [20] — текст был посвящён печальной дате землетрясения в Армении.

От лоха слышу [14] — этот заголовок представляется неудачным: он не выполняет необходимой для ГЗ прогнозирующей функции. Опираясь на него, нельзя построить гипотезу о содержании информации в тексте, что ведёт, с одной стороны, к возможному пробуждению интереса к публикуемому материалу, а с другой стороны, способствует порождению “эффекта обманутого ожидания”. В тексте под этим заголовком было рассказано о том, как пенсионер из Москвы засудил лохотронщиков на 187000 рублей.

Фэк вам! [21] — автору этого заголовка изменило чувство такта и вкуса.

Греф вам, Починок! [18] — этот заголовок более удачен по сравнению с предыдущим. Текст под ним содержал информацию о том, что из-за Починка инвалиды не получили причитающихся им денег.

Кто, кто... Лох в пальто [8].

Эх, “Спартак”, чуть-чуть не так... [7] — так уже в заголовке выражена укоризна.

И не такое видали [2] — текст был посвящён выборам.

Ай... Болит! [1] — так был озаглавлен текст-реклама нового лекарства.

Как видно из приведённых выше примеров, высказывания, занимающие позицию газетного заголовка, предельно мало информативно нагружены, но максимально отягощены эмоционально. Кроме того, довольно часто авторы прибегают к приёмам языковой игры, трансформациям прецедентных текстов и другим иногда не вполне корректным придумкам, привлекающим внимание потенциального читателя.

Сильная прагматическая направленность речевых актов эмоционального воздействия в позиции газетного заголовка заключается в том, что они, выражая большой спектр авторских эмоций, вызывают аналогичные эмоции у реципиентов, заражая их ими, формируя положительные и отрицательные их проявления. В этом видится и их перлокутивный эффект. Существенно, что под влиянием таких заголовков формируется и общественное мнение в целом по отношению к героям публикаций. Авторам речевых актов эмоционального воздействия в по-

зиции газетного заголовка это надо понимать и проявлять чрезвычайную осторожность при выборе эмоционально-экспрессивных средств.

ЛИТЕРАТУРА

1. АиФ. — 2004. — № 15.
2. Воронежский курьер. — 2004. — № 28.
3. Воронежский курьер. — 2003. — № 153.
4. Девкин В. Д. Диалог: Немецкая разговорная речь в сопоставлении с русской / В. Д. Девкин. — М., 1981.
5. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. — М.: ИЯЗ РАН, 1992. — 330 с.
6. Киселева Л. А. Вопросы теории речевого воздействия / Л. А. Киселева. — Л., 1978. — 160 с.
7. КП. — 1998. — 6 нояб.
8. КП. — 2000. — 20 окт.
9. КП. — 2003. — № 42.
10. КП. — 2003. — № 66.
11. КП. — 2003. — № 221.
12. КП в Воронеже. — 2004. — № 69.
13. ЛГ. — 2003. — № 29.
14. Мир новостей. — 2003. — № 46.
15. Моё. — 2004. — № 7.
16. МК. — 2004. — № 12.
17. Молодой коммунар. — 2003. — № 124.
18. МК. — 2003. — № 279.
19. Носенко Э. Л. Эмоциональное состояние и речь / Э. Л. Носенко. — Киев: Высш. шк., 1981. — 196 с.
20. Парламентская газета. — 2003. — № 201.
21. Российская газета. — 2003. — № 218.
22. Россия. — 2003. — № 195.
23. Труфанова И. В. Прагматика несобственно-прямой речи / И. В. Труфанова. — М.: Прометей, 2000. — 568 с.
24. Телия В. И. О различии рациональной и эмотивной (эмоциональной) оценки / В. И. Телия // Функциональная семантика: оценка, экспрессивность, модальность. In memoriam Е. М. Вольф. — М.: ИЯЗ РАН, 1996. — С. 31-38.

“PHILOLOGUS CRUCIS” И.Г. ГАМАН И ЕГО ГЕРМЕНЕВТИКА

© 2004 В.Х. Гильманов

Калининградский государственный университет

Иоганн Георг Гаман является одной из самых загадочных и, видимо, влиятельных фигур в духовной истории Германии. Однако его воздействие на духовные поиски эпохи Просвещения и последующие поколения лишь с трудом согласуется с реальностью его, на первый взгляд, заурядной и не богатой событиями жизни, большая часть которой связана с Кенигсбергом, где он родился и жил, зарабатывая на жизнь не гонорарами за свои необычные сочинения, а на посту среднего чиновника в конторе таможенного склада. Но этот прусский служащий считается отцом литературно-художественного движения “Буря и натиск” [1] и одним из вдохновителей немецкого романтизма. Гете находился под сильнейшим влиянием этого странного и таинственного “автора”, которого крон-принц Веймарской классики называл самой светлой головой своего времени [2]. Ему не было еще 33 лет, когда один из видных представителей немецкого Просвещения Фридрих Карл фон Мозер, занимавший высокий пост президента г. Дармштадта, “присвоил” ему прижизненный титул “маг с Севера”, который Гаман принял и с которым он вошел в посмертную традицию, с некоторой иронией именуя себя, однако, чаще как “magus ex telonio” [3], но осознавая себя при этом в силу христоцентричности его картины мира в роли, сравнимой с теми новозаветными магами (= волхвами), которые пришли с Востока поклониться новорожденному Иисусу [4].

Его верным и внимательным учеником был Иоганн Готфрид Гердер, перенявший многие идеи своего учителя, но, кажется, не постигнувший до конца всей глубины и высоты головокружительных полетов его мысли. Он является одним из важных истоков христианского экзистенциализма, в первую очередь, в связи с глубоким влиянием, оказанным на Серена Кьеркегора [5]. Над его замысловатыми сочинениями ломал голову Гегель, посвятивший Гаману большую статью и весьма критически оценивший его

“несистематизированное авторство” с прохладных высот своей трансцендентальной феноменологии [6]. Этот рыцарь бескомпромиссного духа отважно бросался в бой с такими великанами эпохи Просвещения, как Кант, М. Мендельсон, Лессинг и даже с “королем философов” Фридрихом Шлегелем. Вряд ли он победил, но и не был побежден.

Ему приписывают “коперниканский переворот” в философии языка, которая одновременно является у него теологией языка, поскольку, согласно Гаману, все мироздание имеет божественно-словесную природу и сущность языка может быть понята только как обращение и нисхождение Бога к человеку. Такая высокая оценка Гамана, с одной стороны, не лишена оснований, так как он предвосхищает в своем творчестве идеи таких ученых, как В. Гумбольдт, Я. Гримм, Витгенштейн, Сепир, Уорф, Леви-Стросс и др. Но с другой стороны, этой оценке он обязан довольно узкому кругу своих восторженных почитателей, которым хватило терпения и интеллектуального мужества для того, чтобы пройти по нескончаемым лабиринтам гамановских текстов, запутанных и усложненных многочисленными аллюзиями, требующих от читателя незаурядного горизонта знаний и высокого накала стремления понять. Гамана постарались понять и любили лишь немногие, и поэтому он, несмотря на бесспорное и весьма чувствительное воздействие на духовно-литературный и религиозно-философский процесс, затерялся в сутолоке прошлого и оказался практически забытым в истории как философии, так и литературы.

Гамана на самом деле очень трудно читать, понимать и излагать, по крайней мере, при первом приближении, поскольку он не принадлежит к традиции регулярной, систематической философии или теологии. Он не поддается “погребению” в склепе одной из классифицирующих рубрик прошлого, он ускользает от классификаторского рвения систематизирующих ана-

литиков: его легко назвать теологом [7], антирационалистом (как Гегель [8]), мистиком с гностическим уклоном (как Й. Надлер [9]), “яркой и особой главой в истории чувства” (как В. А. Кожевников [10]), экзистенциалистом, номиналистом, каббалистом (как П. Крафт [11]), “метакритическим философом”, смесью мистицизма и эмпиризма (как И. Берлин [12]) и т. п. Но в этом как раз и состоит беспокоящий феномен Гамана и трудность его интерпретации: он как бы все и ничего в отдельности.

Гаман стремится примирить философию и теологию, поэзию и науку, *ratio* и веру, однако условием примирения для него является понимание реальности Бога. Бог для него — “писатель”, “автор” трех основных “книг”, в которых Он обращается к человеку: это — “книга” Природы, “книга” Истории и “книга” Священного Писания. Научиться читать и понимать эти “книги” Бога — вот в чем, по Гаману, заключается основной смысл жизни каждого отдельного человека. Понимание этих “книг” возможно только как преображающее переживание действительности как Откровения, как “текстов” Бога, что обуславливает тот факт, что все вопросы и загадки, мысли и тайны, касающиеся Бога и человека, их взаимоотношений, центростремительно сводятся к проблеме “Слова”. Подобное понимание Бога как “писателя” обусловило то, что столицей примирения различных форм общественного сознания Гаман избирает филологию в качестве базовой науки всех наук, поскольку, если Бог — “автор” основных “текстов” жизни, то умение слышать и понимать язык этих текстов является ключом, Альфой и Омегой истинного познания. Себя самого Гаман называл “*philologus crucis*” (N II 249:31). В ответ на критику одного из своих сочинений со стороны “Писем о новейшей литературе” Гаман пишет: “Что же нам нужно сказать о вкусе филолога? Прежде всего, его имя означает почитателя живого, действительного, обоюдоострого, проникающего до разделения составов и мозгов, критического слова, перед которым нет твари, сокровенной от него, но все обнажено и открыто перед его глазами [К Евр. 4, 12]” (N II 263:49). Филологичность Гамана не ориентирована на точность картезианского метода, но это не значит, по нашему мнению, что ей не свойственна своя точность и логика, в чем нередко упрекают Гамана. Но эта логика тесно связана с поэтикой, с особой поэтической методологией, которая основана на типологической образности мышления Гамана. Поэтому вопрос об истинности у него всегда связан с вопросом о методе.

Понимание научного мышления у Гамана основано, как представляется, на традициях гу-

манистической филологии с ее полифоничностью и синтетичностью. Понятие “наука” конституируется у него на герменевтике “Слова”, или “образа”, с его герменевтическим ключом в Библии. Это понятие предполагает совокупное, неизолированное отношение к истории, философии и поэзии, “иначе из ораторов получаются болтуны, из знатоков истории — энциклопедисты, из философов — софисты, из поэтов — забавные весельчаки” (N II 176:25).

Гаман предвосхитил многие поиски современной герменевтики, исходя в своей теории понимания из необходимости соблюдать строгие и “нежные” правила понимающей морали в отношении познаваемого объекта, чтобы не “поранить” святое измерение его инобытийности, инаковости, особой единственности: это — “понятийное смирение”, “немое внимание”, “глубокое благоговение” и даже самопожертвование. “И я забыл все книги, я стыдился того, что когда-то сравнивал их с Книгой Бога, что иногда даже какую-нибудь из них предпочитал ей. Я узнавал мои собственные преступления в истории еврейского народа, я читал свою собственную биографию и благодарил Бога за его терпение с этим народом, потому что ничто не давало мне повода для такой же надежды, как такой пример. С этими размышлениями я читал вечером 31 марта 5 главу 5 книги Моисея и впал в глубокую задумчивость, думая об Авеле, о котором Бог сказал: Земля отверзла уста свои принять кровь брата твоего. Я чувствовал, как бьется мое сердце, я слышал голос его, вздыхающий и жалующийся в глубине, как голос крови, как голос убитого брата, и почувствовал, как переполняется мое сердце. Оно обливалось слезами; я дольше уже не мог, я не мог скрывать от Бога, что я был тот убийца, братоубийца Его кровного сына. Дух Божий продолжал, несмотря на мою большую слабость, несмотря на долгое сопротивление, которое я оказывал Его свидетельству, Его прикосновению, в Его желании открывать мне все больше и больше тайну Божественной любви и благодетельности веры нашего Спасителя. Среди стонов, издаваемых перед Богом толкователем, который дорог Ему, я продолжал читать Божественное Слово и чувствовал поддержку Того, Кем Оно было написано как единственный путь понять смысл этого Писания” (N II 40:37). Это — выдержка из исповеди Гамана о жизненном повороте в судьбе, который случился 31 марта 1758 года. Через чтение истории народа Израиля в библейском тексте он узнает свой собственный грех и вину по отношению к Богу и “другому”. В прочтении библейской истории ему встречается Слово Бога как ведущее к преодолению самого себя обращение, которое ведет к перелому, оп-

ределившему всю его дальнейшую жизнь. Герменевтически важным является положение о том, что понимание этой истории осуществляется Гаманом на пути самоидентификации: “Я читал свою собственную биографию”, – пишет он. При таком подходе происходит обратное модели “Я – Оно”, “Я – Не-Я” = той модели, которая основана на картезианской дихотомии “Субъекта – Объекта”. При таком подходе не Слово Писания экстраполируется в сегодня, а наоборот, читатель видит себя перемещенным в библейскую историю. Субъектом толкования является не человек, а Автор Писания [13].

Гаман создает совершенно удивительную в своей актуальности модель понимания. Поскольку для Гамана Бог – это суть “автор” текста, поскольку Его сказывание в библейском Откровении становится текстом, то этому тексту выпадает судьба всех текстов, а именно: то значение, которое мы приписываем тексту, не всегда совпадает с тем, что хотел сказать автор. Это как раз то, что П. Рикер описывает как “автономное бытие текста” [14] по отношению к интенции автора: автор бессилен повлиять на дальнейшее восприятие и историю воздействия своих высказываний. Поскольку Бог “выговорился” через пророков и Сына, поскольку Его речения и свидетельства стали текстом, то “книги” Бога оказываются во власти определенной “эстетики усвоения”. Классификаторское рвение интерпретаторов нередко приводит к тому, что при выявлении значений содержания текстов они редуцируются до определенной значимости посредством предзнания, предрасположенностей интерпретаторов. Это – одна из наиболее распространенных моделей восприятия текстов, когда они сводятся к уже имеющимся уровням отношений в фоновых знаниях читателя.

В этом плане любой текст так же, как текст Библии, как “писательство” Бога, означает беззащитность по отношению ко всем возможным формам его интерпретационного завладения, поскольку понимание как конституирование значений текста сильно зависит от рамок собственного горизонта интерпретатора, который, как полагает Гаман, отказывается от “понятийного смирения” и “немого внимания” по отношению к тексту и который не хочет отказаться от своего “уже знания” и не хочет тексту позволить “поучать” себя. У Гамана “смирение” по отношению к познаваемому объекту выступает как основополагающая предпосылка познания.

Эта гамановская герменевтическая директива, ориентированная на текст Откровения, оказывается релевантной для толкования не только библейских, но и всех остальных текстов. Гаман постулирует особого рода специаль-

ную научную мораль, выступающую в качестве требования особой этической корректности по отношению к объекту. Рикер также указывает на необходимость поворота традиционных герменевтических способов восприятия. “Понимание, – пишет Рикер, – это прежде всего самопонимание перед текстом” [15], что означает не навязывание тексту собственной ограниченной способности интерпретации, а “подставление” себя тексту, своеобразное “разоружение” перед текстом с тем, чтобы получить от него более широкое и более точное знание о себе как о “проекте бытия”, выступающем действительной формой соответствия “проекту мира”. Не субъект конституирует понимание, а наоборот, сама личность, лучшая сторона субъекта, конституируется “делом” текста. Рикер формулирует это с явным намеком на Евангелие от Марка: “Я, читатель, найду меня только тогда, когда потеряю себя” [16]. То есть то, что у Гамана выступает в качестве герменевтического принципа толкования текста Святого Писания – “смирение”, – является директивой и нормой герменевтической открытости субъекта в рамках теории интерпретации в целом.

Для современной герменевтики данные герменевтические директивы Гамана представляются чрезвычайно актуальными для преодоления интеллектуального “нарциссизма” радикально рационалистической и утилитарной картины мира Нового времени, следствием которой является драматичная неспособность человека к коммуникации с историей, природой, с другим, с Богом. Гаман стремится обручить друг с другом, казалось бы, противоположные грани бытия, противопоставляя “бракоразводному искусству” философии и науки Нового времени “венчальное искусство” единого интегративного мышления, для которого сущее означает единство чувственного и рационального, эстетики и логики, языка и разума, трансцендентального и имманентного.

ЛИТЕРАТУРА

1. См.: Жирмунский В. М. Очерки по истории классической немецкой литературы / В. М. Жирмунский. – Л., 1972. – С. 290.
2. См.: Kanzler Friedrich von Moller. Unterhaltungen mit Goethe, mit Anmerkungen versehen und herausgegeben von R. Grumach. – Weimar, 1982. – S. 109 (18. Dezember 1823).
3. См.: Hamann J. G. Briefwechsel. Bd. I – III, herausgegeben von W. Ziesemer und A. Henkel. Wiesbaden, 1955–1957; Bd. IV – VII, herausgegeben von A. Henkel / J. G. Hamann. – Wiesbaden, 1959, Frankfurt am Main, 1965–1979. – V. 291: 17.

4. См.: Матф. 2, 1.
5. См., напр., ссылки на Гамана в след. изд.: Кьеркегор С. Страх и трепет / С. Кьеркегор. – М., 1993. – С. 14, 114.
6. См.: Hegel G. W. F. Hamanns Schriften / G. W. F. Hegel. Hrsg. v. F. Roth. – Berlin, 1821–1825. (Jahrbuch für wissenschaftliche Kritik. – 1828. – Nr. 77-80. – S. 620-640). Перевод на русский: Гегель Г. В. Ф. О сочинениях Гамана // Гегель Г. В. Ф. Работы разных лет. – Т. 1. – М., 1970. – С. 575-642.
7. См.: Seils M. Theologische Aspekte zur gegenwärtigen Hamanndeutung: Theologische Dissertation / M. Seils. – Rostock, 1953.
8. См.: Hegel G. W. F. Указ. соч. – С. 624.
9. См.: Nadler J. Johann Georg Hamann. Der Zeuge des Corpus mysticum / J. Nadler. – Salzburg, 1949.
10. См.: Кожевников В. А. Философия чувства и веры в ее отношениях к литературе и рационализму 18 века и к критической философии / В. А. Кожевников. – М., 1897. – Ч. 1. – С. 141.
11. См.: Kraft P. Christliche Kabbalistik als sprachformendes Prinzip im Schaffen Johann Georg Hamanns / P. Kraft. – Wien, 1961.
12. См.: Berlin I. Der Magus in Norden. J. G. Hamann und der Ursprung des modernen Irrationalismus / I. Berlin. – Berlin, 1995.
13. В этом пункте подход Гамана совпадает с подходом Умберто Эко. См.: Eco U. Streit der Interpretationen / U. Eco. – München; Wien, 1987. – V. A. 15-29.
14. Ricoeur P. Philosophische und theologische Hermeneutik / P. Ricoeur // E. Juengel. Metapher. Zur Hermeneutik religiöser Sprache. – 1974. – S. 28.
15. Ricoeur P. Op. cit. S. 33.
16. Ebenda. – S. 119. См. Марк 8, 35: Ибо кто хочет душу свою сберечь, тот потеряет ее. А кто потеряет душу свою ради меня и Евангелия, тот сбережет ее.

ИНТЕГРАТИВНЫЙ ПОДХОД К ОПИСАНИЮ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ГНЕЗДА

© 2004 М.Ю. Казак

Белгородский государственный университет

Интегративный подход к описанию закономерностей, управляющих процессом образования новых лексических единиц, через языковую вертикаль (от уровня общекатегориального значения к лексической конкретике) имеет свои глубинные основания.

Появление в языке производного слова связано с его включением в иерархию категорий, в которой высший ярус занимает общекатегориальное значение [5; 8; 12; 24]. По отношению к частеречной категоризации все остальные включения слова — грамматические, деривационные, лексические — носят подчиненный, субкатегориальный характер.

Действие словообразовательного механизма, объективируемое в словообразовательном гнезде, зиждется на оппозиции корня и словообразовательных формантов и определяется балансом языковых форм и значений. Обладая устойчивостью и стабильностью, словообразовательное гнездо вместе с тем выступает открытой системой, способной к развитию, что ставит данное языковое образование в ряд самонастраивающихся систем.

В лингвистической литературе словообразовательное гнездо получает определение на основании нескольких критериев: общности корня, живых синхронных связей, упорядоченности и иерархии отношений в соответствии с направлением производности. Опираясь на существующие в современной лингвистике теории словообразовательного гнезда [5; 7; 17; 18; 20; 22], мы исходим в понимании нашего объекта из следующих постулатов: словообразовательное гнездо — это одна из самых сложных комплексных единиц словообразовательной подсистемы; одна из высших форм организации и обобщения производной лексики; классификационная единица, наиболее приближающаяся к естественным классификациям; микросистема, концентрированно отражающая все основные виды языковых отношений; двусторонняя единица слово-

образования, имеющая формальную и смысловую структуру.

Словообразовательное гнездо характеризуется стабильностью, устойчивостью, с одной стороны, и способностью к динамике, развитию, расширению, с другой стороны, что позволяет поставить гнездо в ряд открытых структур.

В настоящем исследовании гнездо вводится в круг парадигмальных образований, в отличие от традиционного понимания словообразовательной парадигмы как совокупности однокоренных слов от одного производящего [7; 18; 19]. Словообразовательное гнездо рассматривается как парадигма, в полном объеме его конструктивных составляющих, включая исходные слова, на том основании, что на общекатегориальном уровне абстракции оно демонстрирует свойства языковой парадигмы, с удивительным постоянством производя основные части речи. В гнезде происходит регуляция, взаимоиндуктирование классов слов. Появление в языке нового слова — любым способом (в том числе и путем заимствования) — неизбежно вызывает образование слов других частей речи (*спонсор* > *спонсорский*, *спонсировать*). Мы исходим из того, что именно парадигма регулирует “блокировку” и “поощрение”, замораживание процесса и его ветвление. Релевантным здесь выступает постулат тождества и различия в виде стабильной общности корня и дифференциальных словообразовательных формантов.

Таким образом, словообразовательное гнездо — это гиперпарадигма, организованная своими подпарадигмами: собственно *словообразовательной парадигмой* (устоявшийся термин), демонстрирующей образование кодериватов на базе одной и той же мотивирующей основы (*веселый* > *веселенький*, *веселье*, *весельчак*, *веселинка*, *веселеть*, *веселить*, *навеселе*), и *словообразовательной цепью*, отражающей отношения последовательной производности (*веселый* > *веселеть* > *повеселеть* > *повеселелый*). Парадигма в такой

интерпретации понимается шире, нежели при традиционном подходе.

Внутренняя неоднородность словообразования, формирующего разные участки системности в пространстве языка, вынуждает исследователей искать системные опоры в грамматике. Выход к проблемам словообразования через общекатегориальный уровень имеет глубинные основания, поскольку морфология “приспосабливает” к своим требованиям и возможностям общие закономерности и способы образования новых слов; механизм словообразовательной системы подчинен частеречной схеме конкретного языка. Профессор университета Эмори (США) пишет о том, что «грамматика охватывает высшие, “богооткровенные” законы мышления, которые, как “заповеди”, предписаны языку в виде аксиоматических правил и обычно не подлежат обсуждению. Грамматика — это не то, *что* мы думаем, а *чем* мы думаем, когда говорим, или даже *то, что думает нами*; это бессознательное нашего мышления» [23, 89]. Грамматические формы и правила выстраиваются в нашем сознании на уровне автоматизма и кодируют семантику, организуя ее в соответствии с законами конкретного языка.

В свою очередь, словообразовательные процессы “расподобляют” категориальные значения, разводя их по грамматическим и семантическим подгруппам, образуя “характеризованные разряды”. Более того, результаты транспозиционных процессов формируют в границах различных классов слов периферийные и переходные области.

Интегративный подход к исследованию словообразовательного гнезда исходит из органической, естественной связи двух языковых уровней — грамматики и словообразования. Возможность описания устройства гнезда на общекатегориальном уровне зиждется на следующих положениях:

- любое производное слово образуется в языке как представитель определенной части речи и в качестве таковой вступает в парадигматические и синтагматические связи с другими словами. Категоризация производной единицы отражает ее включение в иерархию категорий, в которой высшее место занимает общекатегориальный уровень [8; 12];

- в системе словообразовательных типов существуют инвариантные типы и аффиксы, значение которых формулируется только лишь на общекатегориальном уровне [20];

- результаты транспозиции могут быть представлены лишь на частеречном уровне [5];

- словообразовательное значение варьируется на языковой вертикали — от морфолого-сло-

вообразовательного до лексико-словообразовательного значения [24].

Проблема соотношения словообразования и частей речи связана с целым комплексом вопросов, касающихся критериальных признаков, понятийных оснований частей речи, определения границ тех или иных классов слов.

Влияние словообразования на формирование частей речи связано не только с опознавательной, формальной стороной слова или количественным пополнением классов знаменательных слов. Данную проблему необходимо интерпретировать в более широком контексте, в свете семантических и функциональных характеристик производного слова, с учетом его статуса “мотивированного знака, отсылающего к другому знаку” [13, 189].

Словообразование по определению количественно расширяет границы частей речи. Вместе с тем, являясь механизмом образования вторичных номинативных единиц, словообразование качественно преобразует состав тех или иных частей речи, поскольку вторичные значения могут идти “вразрез с основными (первичными) значениями” [10, 52]. Лексические единицы, транспонированные в другие части речи, формируют “периферийные классы синкретического характера” [4, 106], имеют неполный набор дифференциальных признаков [1] или “непропорционально скрещенное грамматическое значение”, с остаточным “фоном” исходной части речи [9, 13].

Поиски современной лингвистики направлены на выявление дополнительных оснований, позволяющих примирить неконгруэнтность формы и содержания, семантических, грамматических и функциональных признаков традиционной классификации частей речи. Одна из таких линий ведет к идее существования определенного ядра лексикона, которое рассматривается с многих ракурсов — с точки зрения членения лексикона и отражения языковой картины мира, в психолингвистических исследованиях, в лексикографической обработке словарного материала. В разных подходах высвечивается роль единиц первичного означивания (“семантических примитивов”) как базисного словаря языка [21], роль примарной лексики как фундамента, “на основе которого строится все здание лексикона” [12, 134].

Ядерную часть каждого из классов образуют слова, в которых сумма критериев — категориальных, референтных, функциональных — находится в гармонии, не противоречит друг другу. Носителем полного набора признаков обычно выступают непродуцируемые единицы в первичной номинативной [11] и первичной синтаксической функции [15]. Вторичные значения фор-

мируются “по образу и подобию” существующих в языке частей речи [11, 21], сохраняя, однако, в своей семантике связь с мотивирующей базой. Значимость деривационного фактора выступает еще ярче в свете цифр, характеризующих соотношение первичных и вторичных единиц в лексиконе. По разным источникам, производные слова варьируют в составе русского языка от 80 % до 95 %. По данным “Словообразовательного словаря русского языка” А. Н. Тихонова, дериваты занимают более 88 % (в этом показателе нами учитывались как непродуцируемые производящие единицы, так и слова-одиночки) [19, II, 440].

Дифференциация частей речи на примарные, непродуцируемые и вторичные, производные осуществляется в классификационной сетке словообразовательных гнезд. Наложение на частеречную иерархию словообразовательного критерия дает матрицу словообразовательных гнезд, и, напротив, при наложении гнезд на систему частей речи происходит распределение знаменательных классов по принципу первичности/вторичности. Совмещение двух языковых матриц организует знаменательные части речи в два иерархических круга: предметных и признаковых слов, а в пределах каждого из классов — разделение слов на первичные/вторичные.

Следует отметить, что распределение лексикона по принципу первичности/вторичности не полностью совпадает с понятием ядра и периферии того или иного класса слов. Так, и в составе примарных существительных выделяются конкретно-идентифицирующие и абстрактные имена, а в кругу непродуцируемых глаголов формируются семантические поля не только действия, но состояния и отношения. Ядро наречий образуют производные единицы, и только лишь сфера непродуцируемых прилагательных представляет собой относительно ровное поле качественных адъективов. С другой стороны, результаты словообразовательных взаимодействий не обязательно дисгармонируют с категориальными характеристиками частей речи.

Однако в целом применение к системе знаменательных классов принципа гнездовой организации и соответственно дифференциации на непродуцируемые/производные знаки следует признать весьма перспективным, поскольку это позволяет квалифицировать нетипичные для частей речи явления (в сфере производной лексики) как особый “способ представления той или иной концептуальной структуры” [13, 192].

Интегративный подход дает возможность формализовать необозримое множество словообразовательных гнезд в виде частеречных структур, моделей и зон. Первичная работа построена

на развертывании гнезда в словообразовательные цепи с конкретным лексическим наполнением и последующей их идентификацией, т. е. обобщением в частеречные модели. Модели представлены в символической записи, например, $СГ_1П_2Н_3$, где буквой русского алфавита обозначена часть речи: С — существительное, Г — глагол, П — прилагательное, Н — наречие, а цифра внизу справа указывает на ступень словообразования: 1 — первая ступень и т. д. до 7-й ступени (максимальная глубина русского слова).

Частеречные модели различной протяженности объединяются в частеречно-деривационные зоны. Под частеречной зоной мы понимаем совокупность цепей различной протяженности (от 1-й до 7-й), которая организуется по категориальной принадлежности производного первой ступени. Выделение зон необходимо как в общей концепции, так и непосредственно в практике исследования потому, что именно на материале таких зон производные первой ступени демонстрируют не только собственный потенциал, но и порождающую силу уже своих производных II-VI ступеней.

Используемый в работе алгоритм анализа — представление словообразовательного гнезда на горизонтальной оси, в конечном списке конкретных цепей и их идеальных конструкторов: моделей и зон — позволяет сделать некоторые выводы в отношении продуцирующих возможностей класса существительных.

Поскольку любое гнездо четко структурируется по принципу первичности/вторичности, описание устройства гнезда начинается с характеристики исходных слов. Выход к вершинам субстантивных гнезд позволяет сформулировать гипотезу: наиболее объемные словообразовательные гнезда должны возглавляться языковыми единицами, составляющими базисную лексику, “золотой фонд” словарного состава, т. е. частотными, прагматически значимыми, многозначными, стилистически нейтральными, исконно русскими по происхождению словами. Ядро существительных образуют единицы конкретно-предметной семантики, отражающие в полном объеме дифференциальные признаки класса [1; 4; 9; 11; 13].

Однако в сфере вершин объемных субстантивных гнезд исходные существительные анализируемых гнезд составляют достаточно неоднородную картину, которую нельзя полностью соотносить с частеречным ядром существительных. Образуется как бы двухъядерная модель класса существительных, частично совпадающая по принципу взаимопересекающихся кругов. Вместе с тем почти равное распределение исходных имен на конкретные и абстрактные (52 % и 48 %)

находит подтверждение на более частном, словообразовательном, уровне, поскольку деривационно релевантными для существительных являются их семиологические и логико-функциональные характеристики, делящие класс имен на идентифицирующие и предикатные слова.

Частеречная наполняемость субстантивных гнезд отражает следующие тенденции: приоритеты существительного в гнездах в целом (49,2 %) и на каждой из ступеней, работу исходного слова прежде всего на свою часть речи, большую типичность для субстантивных гнезд существительных и прилагательных, динамику в распределении классов по ступеням, связанную с ростом удельного веса глагола и уменьшением этих же показателей прилагательного, активность I–II ступеней (36,7 % и 35,9 % соответственно), практически исчерпанность продуцирующего процесса пятью ступенями (99,9 %).

В словообразовательных гнездах существительных образуется четыре зоны — субстантивная (Sub-зона), адъективная (Adj-зона), вербальная (Verb-зона), адвербиальная (Adv-зона), роль и значимость которых в формировании субстантивных гнезд принципиально различаются. Главный фактор, от которого зависит объем субстантивного гнезда, — это наличие в гнезде переходного глагола, способного иметь широкую префиксальную парадигму и продуцировать на последующих шагах глаголы, существительные и прилагательные.

Отсубстантивное словообразование проводит четко осознаваемую границу между непроемкой и производной мотивирующей базой. В отношениях непроемкого существительного и дериватов I ступени, составляющих полную частеречную парадигму, осуществляется максимальная концентрация словообразовательных значений, средств и способов (*коса > косенка, косовище, косьё, косырь, окосье, косный, косить; голова > головка, головенка, головушка, головища, голован, головач, головизна, главка, главарь, главенство, наголовник, оголовье, поголовный, безглавый, обезглавить*). Поэтому первая ступень в субстантивных гнездах выступает этапом (звеном) наиболее насыщенной реализации деривационных ресурсов, характеризующих существительное как словообразовательную подсистему.

Отсубстантивные производные I ступени включаются в словопорождающие процессы, организуя свои ветвления на следующем шаге. II ступень демонстрирует способность трех производных классов — существительных, прилагательных и глаголов — выступать базой для дериватов второго поколения (*головка > головочка, головчатый; поголовный > поголовица, поголовно; косить > докосить, закосить, обкосить, ко-*

совица, косец, косарь, косилка, косильный, кошенный). Производность знака, по определению, связана с ограничением его продуцирующих потенций. Поэтому каждая из линий — адъективная и глагольная — демонстрирует выбывание из словообразовательного диапазона определенных значений и типов. Отсубстантивные прилагательные и глаголы не могут в полной мере освоить деривационное пространство, характеризующее словообразовательные подсистемы класса прилагательных и класса глаголов.

Начиная с III ступени действие словообразовательного механизма приобретает унифицированный, стандартизованный характер в отношении всех деривационных ветвлений. На высоких ступенях нейтрализуются различия между производными различных структур, и, выступая в роли производящих единиц, вторичные знаки действуют в предсказуемом режиме.

Таким образом, в ракурсе словообразовательного гнезда действие словообразовательного механизма приобретает *иерархический характер*, проявляющийся в количественной и качественной “привязке” деривационных ресурсов к определенным ступеням — I-й, II-й, III-й и всем последующим.

Внутрисубстантивное словообразование демонстрирует зависимость продуцируемых способностей от типа и характера словообразовательного значения. Своеобразным “тормозом” для участия в последующих словообразовательных актах выступают модификационные значения (субъективная оценка, женскость, невзрослость, собирательность, стилистическая модификация и др.). Существительные модификационных значений пассивны, диапазон их действия может проявляться лишь в отдельных образованиях — существительных с вторичным суффиксом ласкательности (*листочек, шерстинка*), прилагательных (*цепочечный, шариковый*) и наречиях (*хвостиком, крестиком*).

Активнее вовлекаются в словообразовательные процессы существительные мутационных значений — наименования конкретных предметов и лиц. Они выступают базой прежде всего для существительных и прилагательных. Названия лиц могут организовать полную частеречную парадигму, включая глагол (*рыба > рыбак > рыбацка, рыбацество, рыбаков, рыбацкий, рыбацкий, рыбацить*). Однако подобные отношения не имеют регулярного характера, поскольку в образовании глаголов участвуют непродуктивные словообразовательные типы названий лиц [2, 85]. Движение же по цепи связано с ростом продуктивных образований, на высоких ступенях заполняющих словообразовательное пространство гнезда.

Образование существительных от существительных в цепочечной деривации регулируется общей закономерной направленностью к модификационным значениям. Диапазон модификационных значений соотносится с порядковым номером конечной ступени. Если на I ступени реестр словообразовательных типов представлен широко (*зубчик, головушка, рыбешка, голосина, ручища, сердяга, дурень*), то в протяженных цепях на завершающих звеньях обязательным выступают значения субъективной оценки и женскости (*масло > маслина > маслинка; символ > символизм > символист > символика; стекло > стеклярус > стеклярусник > стеклярусница*). Максимальная словообразовательная цепь, манифестирующая внутрисубстантивное словообразование на четырех ступенях (*рука > рукоять > рукоятка > рукоятчик > рукоятчица*), – это единственная в нашем материале цепь с аффиксальными производными.

Примечательно, что типичность данных отношений подтверждается динамикой отглагольного и отаффиксированного существительного во внутрисубстантивном словообразовании. Например, $СГ_1С_2С_3С_3$: *соль > солить > рассол > рассольник > рассольничек*; $СГ_1Г_2Г_3С_4С_3$: *голос > гласить > возгласить > провозгласить > провозгласительница*; $СП_1С_2С_3С_3$: *форма > формальный > формализм > формалист > формалистка*; $СП_1С_2С_3$: *винт > винтовой > винтовка > винтовочка*.

Осложнение существительного в межкатегориальном словообразовании оставляет за производным знаком потенциальную способность к образованию существительных (примеры см. выше) и прилагательных ($СГ_1Г_2С_3П_4$: *лицо > лицевать > облицевать > облицовка > облицовочный*; $СП_1П_2С_3П_4$: *нация > национальный > интернациональный > интернационализм > интернационалистический*). И напротив, существительное сложной деривационной структуры крайне редко является источником для глаголов и наречий.

Таким образом, движение семантики исходного существительного в цепочечном словообразовании осуществляется по направлению к модификационным значениям во внутрикатегориальном словообразовании (субъективная оценка, женскость) и к мутационным значениям в межкатегориальном словообразовании, представленным относительными прилагательными (*рукавичный, крестцовый, авиаторский*) и глаголами со значением “совершать действия, свойственные лицу” (*политиканить, подголосничать, главенствовать*).

Далее, “модельная” оценка словообразовательных потенциалов отсубстантивного прилагательного

свидетельствует, что аффиксы первой ступени выступают базой для всех основных частей речи. Одним из самых общих и обязательных условий для словообразовательных реализаций является принадлежность прилагательного к качественной категории. Если качественные прилагательные характеризуются достаточно высокими словообразовательными возможностями (*умный > умнейший, умнехонький, умник, умность, умничать, умнеть, умно, по-умному*), то относительные прилагательные в основном образуют существительные и наречия (*жир > жировой > жировик; политика > политический > политически*).

Внутриаффиксное словообразование осуществляется в рамках модификационных значений (исключая словообразовательный тип с суффиксом *-ист-*: *землянистый, маслянистый*). Суффиксальное образование прилагательных от прилагательных ограничивается одним шагом (*кругловатый, умнейший, светленький, умнехонький*), на втором шаге представлена лишь префиксация. Ср. цепь максимальной протяженности: *сила > сильный > сильнейший > наисильнейший, зло > злой > злющий > презлющий*.

Расширение качественного прилагательного, направленное к модификационным значениям, фиксируется также в словообразовательных цепях иного состава: *соль > солить > соленый > соленький, солоный > солончатый; клей > клеить > клейкий > клейковатый, зло > злой > злота > злостный > злостенький*. Однако варьирование прилагательного во внутрикатегориальном словообразовании на высоких ступенях достаточно редкое явление, объясняющееся тем, что, во-первых, качественные прилагательные образуются редко, и, во-вторых, отглагольные и отсубстантивные качественные прилагательные ограничены в подобном варьировании.

Активность отсубстантивного прилагательного проявляется в образовании существительных, поскольку источником транспозиции в предметную семантику являются как качественные, так и относительные прилагательные (*кровь > кровный > кровник, кровность, кровавый > кровавик*). Реализация существительных мутационных и транспозиционных значений зависит от ступени словопроизводства и, соответственно, от структуры мотивирующего прилагательного. Продвижение словообразовательных отношений по цепи, отражающих появление прилагательного как результата внутри- и межкатегориальных процессов, вызывает перераспределение в составе образующихся существительных, последние в основном представлены именами отвлеченного признака с суффиксом *-ость* (*маслянистость, солонцеватость*).

Прилагательное является основным источником формирования и пополнения класса наречий, ядро которых составляют отадъективные качественные наречия. Конкретная представленность типов наречий на завершающих звеньях подчиняется общему “гнездовому” закону: на невысоких ступенях состав наречий организован широким диапазоном значений и словообразовательных типов (*политически, по-домашнему, подобру, дотемна, вручную, накругло*), на высоких — преимущественно наречиями на *-о* (*умнехонько, сподручно, одушевленно, поверхностно*).

Отмеченная плодотворность отсубстантивного прилагательного в отношении существительных и наречий сохраняется как потенциальная возможность у прилагательного осложненной структуры. Ср. $СП_1П_2С_3С_4П_5Н_6$: *нация > национальный > интернациональный > интернационализм > интернационалист > интернационалистический > интернационалистически*; $СГ_1П_2С_3П_4С_5$: *соль > солить > соленый > солонец > солонцеватый > солонцеватость*.

Образование отадъективных глаголов детерминируется принадлежностью мотивирующих прилагательных к разряду качественных. Отсубстантивные качественные прилагательные на первом шаге (частеречная модель $СП_1Г_2$) достаточно активно транспонируются в глагольную семантику (“наделять кого- или что-либо признаком”: *кровавить, централизовать, наводнить, одомашнить*; “совершать действия, свойственные тому, кто имеет признаки”: *вольничать, умничать, безумствовать*; “приобретать признак”: *светлеть, безуметь*). Однако осложнение прилагательного как во внутрикатегориальных, так и межкатегориальных отношениях лишает его способности транспонироваться в глагольную семантику. Можно отметить лишь единичные примеры подобных проявлений — $СГ_1П_2Г_3$: *соль > солить > соленый > солонет*; $СП_1П_2Г_3$: *нация > национальный > интернациональный > интернационализировать, рука > подручный > сподручный > сподруничать*. Как показывает материал последних двух словообразовательных цепей, приставочные прилагательные несколько расширяют возможности производного прилагательного.

Таким образом, динамика отсубстантивного прилагательного направлена на модификационные значения во внутриадъективном словообразовании (*-оват-*, *-еньк-*) и на транспозиционные значения в сфере образования существительных и наречий.

Активность словообразовательных процессов, организуемых отсубстантивным прилагательным, исчерпывается одним шагом, продвижение же на следующий шаг лишает прилага-

тельное способности образовать глагол и ограничивает префиксацией внутрикатегориальную деривацию.

Далее, отсубстантивный глагол — единственная часть речи, манифестирующая поступенчатое расширение глагольной семантики на четырех шагах ($СГ_1Г_2Г_3Г_4Г_5$: *цена > ценить > оценить > недооценить > недооценивать > недооцениваться*). Наиболее частотные отношения внутриглагольного словообразования отражают движение отсубстантивного глагола через префиксацию — вторичную имперфективацию — постфиксацию ($СГ_1Г_2Г_3Г_4$: *жар > жар-и-ть > выжарить > выжар-ива-ть > выжаривать-ся*). Данная модель занимает в общем объеме глагольных цепей 34,8 %.

Если внутрикатегориальное словообразование существительных и отсубстантивных прилагательных резко снижает деривационные потенциалы данных частей речи, то отсубстантивный глагол организует порождающий процесс на II-IV ступенях, выступая источником для образования глаголов, существительных и прилагательных.

Количественная и качественная реализация именных образований на базе глаголов зависит от степени словопроизводства. Беспрефиксальные и префиксальные глаголы активны в продуцировании существительных мутационных и транспозиционных типов (*пыльщик, мыслитель, пересмешник, холодильник, косилка, грузило, жарево, солильня, перекресток, приспособление*) и прилагательных (*печатный, вычислительный, винтовой, обледенелый*). Продвижение глагола по цепи, в отношениях вторичной имперфективации, сокращает весь круг отглагольных образований, которые составляют названия лиц (*провозгласитель, склеивальщик*), имена действия (*недооценивание*), немногочисленные прилагательные (*испарительный, осветительный*). Таким образом, движение глагольной семантики в цепочечном словообразовании направлено к грамматическим значениям (во внутриглагольном словообразовании) и к транспозиционным значениям (в сфере существительных).

Итак, осуществленная в работе оценка потенциала производных классов — отсубстантивных дериватов — с опорой на различные показатели: квантитативные, “модельные”, остенсивные (графические), семантические — выстраивает части речи в следующем порядке: глагол, существительное, прилагательное, наречие.

В протяженных цепях можно наблюдать вторичное образование частей речи через другую часть речи, которое можно обозначить как явление цепочечной перекатегоризации: $СП_1С_2П_3$: *свет > светлый > светлица > светличный*; $СП_1С_2П_3С_4$: *верх > верхний > поверхность > по-*

верхностный > *поверхностность*; СГ₁П₂Г₃: *соль* > *солить* > *солоный* > *солонеть*; СГ₁С₂Г₃: *смех* > *насмеяться* > *насмешник* > *насмешничать*; СП₁С₂Г₃: *ум* > *умный* > *умник* > *умничать*.

Во вторичном образовании частей речи через ступень может возникать *словообразовательный круг* [14, 150], связанный с использованием одних и тех же суффиксов, например, суффикс *-н-*: *глаз* > *глаз-н-ой* > *глазница* > *глазнич-н-ый*, суффикс *-ов-*: *жир* > *жир-ов-ой* > *жировик* > *жировик-ов-ый*. В данных отношениях воспроизводится категориальное значение прилагательного, однако первое и второе прилагательные не тождественны в своих значениях, поскольку выражают отношение к разным по значению предметным именам.

В отношениях последовательной производности фиксируется и более сложное явление, которое получило в лингвистической литературе название *смыслового круга* — явление, связанное не только с вторичным образованием какой-либо части речи, но и с повторением лексического значения в словообразовательной цепи через другую часть речи, к примеру, *частый* — *частота* — *частотный* — *частотность*, *грубый* — *грубить* — *грубиян* — *грубиянить* [16, 74]. Комментируя отношения типа *целый* — *целость* — *целостный*, где прилагательные *целый* и *целостный* “совпадают по лексическому значению”, О. П. Ермакова отмечает важный для дублирования, вернее, повторения значения факт — смысловой круг “возможен тем скорее, чем менее фразеологична семантика промежуточного образования” [6, 46]. В нашем материале отмечаются цепи, фиксирующие пересечение значений через звено (“семантический круг”), например, СП₁С₂П₃: *лицо* > *личный* > *личность* > *личностный*, *цена* > *ценный* > *ценность* > *ценностный*, *свет* > *светлый* > *светлота* > *светлотный*; СП₁С₂П₃С₄: *благо* > *благодать* > *благодать* > *благодатный* > *благодатность*, *зло* > *злой* > *злость* > *злостный* > *злостность*, *зло* > *злой* > *злота* > *злостный* > *злостность*, *добро* > *добрый* > *доброта* > *добротный* > *добротность*.

Между тем возникшие через звено слова одной части речи, как правило, не бывают полными синонимами, расходясь в объеме значений, в сочетаемости и/или стилистической маркировке, ср. существительные типа *цена* и *ценность*, *свет* и *светлота*, *зло*, *злота*, *злостность*, *злость*, *злостность*, с одной стороны, и прилагательные *личный* и *личностный*, *ценный* и *ценностный*, *благодать* и *благодатный*, *злой*, *злостный*, *злостный*, с другой стороны. Так, в цепи *добро* > *добрый* > *доброта* > *добротный* > *добротность* общность всех членов держится на значении “сделанный хорошо” — значении, периферийном и устаревшем для слов *добрый*, *доброта* (*добрые сапоги*; *добро-*

та бумаги) и основном для слов *добротный*, *добротность*. Соответственно, *добрый* и *добротный*, *доброта* и *добротность* вступают в синонимические отношения лишь в одном значении (ср. *добротные/добрые сапоги*), образуя широкое поле несовпадающих значений.

В цепи *лицо* > *личный* > *личность* > *личностный* существительные *лицо* и *личность* могут иметь лишь отдельные синонимические словосочетания (в значении “индивидуум”): *романтическое лицо* — *романтическая личность*. Прилагательные *личный* и *личностный* (книжн.) имеют разный объем значений и сферу употребления: *личный* — многозначное слово, с широкой сочетаемостью, *личностный* — однозначное (книжн. *относящийся к личности*), неологизм, с узкой сетью отношений с другими словами. Между прилагательными могут возникать и синонимические (*личное* — *личностное отношение к кому-либо*), и паронимические отношения (*личная судьба* “жизнь конкретного человека” и *личностная судьба* “формирование и развитие личности”, *личные связи* “частные отношения” и *личностные связи* “духовные”) [3].

Сквозь призму словообразовательного гнезда и такую его конструктивную единицу, как словообразовательная цепь, объективирующей ступенчатый характер русского словопроизводства, действие деривационного механизма предстает отнюдь не в статике, а в динамике, отражающей полярную направленность в организации словообразовательной подсистемы той или иной части речи. Концентрация значений и форм осуществляется на одном полюсе — на I-II ступени, выхолащивание формального и семантического разнообразия — на противоположном полюсе, а именно — на высоких ступенях. В работе механизма образования вторичных единиц номинации происходит нивелировка различий деривационных возможностей производных слов, представленных упрощенным узлом прогнозируемых отношений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабайцева В. В. Явления переходности в грамматике русского языка / В. В. Бабайцева — М.: “Дрофа”, 2000 — 640 с.
2. Бахтурина Р. В. Значение и образование отыменных глаголов с суффиксом — *о-//и-(ть)* // Развитие словообразования современного русского языка / Р. В. Бахтурина — М.: “Наука”, 1966. — С. 74 — 112.
3. Бельчиков Ю. А., Панюшева М. С. Словарь паронимов современного русского языка / Ю. А. Бельчиков, М. С. Панюшева — М.: “Русский язык”, 1994. — 455 с.

4. Бортэ Л. В. Глубина взаимодействия частей речи в современном русском языке / Л. В. Бортэ – Кишинев: “Штиинца”, 1979. – 119 с.
5. Гинзбург Е. Л. Словообразование и синтаксис / Е. Л. Гинзбург – М.: “Наука”, 1979. – 264 с.
6. Ермакова О. П. Лексические значения производных слов в русском языке / О. П. Ермакова – М.: “Русский язык”, 1984. – 152 с.
7. Земская Е. А. О парадигматических отношениях в словообразовании // Русский язык. Вопросы его истории и современного состояния / Е. А. Земская – М.: “Наука”, 1978. – С. 63 – 77.
8. Зубкова Л. Г. Словообразование на перекрестке лексического и грамматического // Актуальные проблемы русского словообразования / Л. Г. Зубкова – Елец: ЕГУ, 2001. – С. 38 – 41.
9. Калечиц Е. П. Взаимодействие слов в системе частей речи (межкатегориальные связи) / Е. П. Калечиц – Свердловск: УрГУ, 1990. – 158 с.
10. Кацнельсон С. Д. Типология языка и речевое мышление / С. Д. Кацнельсон – Л.: “Наука”, 1972. – 216 с.
11. Кубрякова Е. С. Части речи в ономаσιологическом освещении / Е. С. Кубрякова – М.: “Наука”, 1978. – 115 с.
12. Кубрякова Е. С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира / Е. С. Кубрякова – М.: “Наука”, 1988. – С. 141 – 172.
13. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова – М.: “Языки славянской культуры”, 2004. – 560 с.
14. Кузнецова А. И. Словообразовательный круг в русском языке // Теоретические и экспериментальные исследования в области структурной и прикладной лингвистики / А. И. Кузнецова – М.: МГУ, 1973. – С. 14 – 27.
15. Курилович Е. Очерки по лингвистике / Е. Курилович – М.: Изд-во иностр. лит., 1962. – 456 с.
16. Панов М. В. Русский язык // Языки народов СССР. Т. I. Индоевропейские языки / М. В. Панов – М.: “Наука”, 1966. – С. 55 – 122.
17. Соболева П. А. Словообразовательная полисемия и омонимия / П. А. Соболева – М.: “Наука”, 1980. – 294 с.
18. Тихонов А. Н. Проблемы составления гнездового словообразовательного словаря современного русского языка / А. Н. Тихонов – Самарканд, 1971. – 387 с.
19. Тихонов П. Н. Словообразовательный словарь русского языка: В 2-х т. / А. Н. Тихонов – М.: “Русский язык”, 1985. – т. I. 856 с.; т. II 886 с.
20. Улуханов И. С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация / И. С. Улуханов – М., 1996. – 221 с.
21. Уфимцева А. А. Роль лексики в познании человеком действительности и в формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира / А. А. Уфимцева – М.: “Наука”, 1988. – С. 108 – 140.
22. Ширшов И. А. Теоретические проблемы гнездования / И. А. Ширшов – М., 1999. – 236 с.
23. Эпштейн М. Предлог “В” как философема. Частотный словарь и основной вопрос философии // Вопросы философии / М. Эпштейн – М., 2003. № 6. – С. 86 – 95.
24. Янценецкая М. Н. Семантические вопросы теории словообразования / М. Н. Янценецкая – Томск: ТГУ, 1979. – 242 с.

ТИП КУЛЬТУРЫ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОММУНИКАТИВНЫЙ СТИЛЬ

© 2004 Л.В. Куликова

Красноярский государственный педуниверситет

Для современного фона взаимоотношений русских и немцев характерна интенсификация контактов на политическом, общественном, экономическом и образовательном уровнях. Эффективность этих контактов находится, однако, как свидетельствуют многочисленные примеры, в отрицательной корреляции к интенсивности. Это в меньшей степени затрагивает сферу официального общения государственного уровня, регулируемого нормами международных стандартов, особого протокола и этикета. Межкультурные недоразумения и конфликты возникают чаще всего в ситуациях производственного сотрудничества, переговоров между представителями бизнеса, взаимодействия по линии образовательных программ.

Часто проблемы непонимания сопровождаются также контакты между русскими и немцами на уровне повседневного межличностного общения. При этом речь идет не только и даже не столько о знании иностранного языка. В большинстве случаев неудачи происходят из-за того, что участники коммуникативного акта выстраивают свое поведение в соответствии с нормами и правилами национального коммуникативного стиля, сформировавшегося в результате процессов инкультурации¹ в рамках собственного лингвокультурного окружения. Кроме того, не учитывается разница в видении мира, в подходах к организации дела, в культурно обусловленных коммуникативных стратегиях и тактиках.

Взаимные коммуникативные неудачи при этом оцениваются часто только на эмоциональном уровне и не основываются на объективном

анализе происходящего, на знании и понимании культурных различий, которые детерминируют национальные коммуникативные стили и, соответственно, дискурсивное поведение представителей двух культур в ситуациях межкультурного общения. В рамках нашего подхода национальный коммуникативный стиль отражает существующие в культуре предпочтения по выбору вербальных, невербальных и паравербальных средств в организации интракультурного или межкультурного общения.

Мы ставим в статье задачу выявить взаимосвязь между *типом культуры и национальным коммуникативным стилем*.

В соответствии с параметрической моделью Г. Хофстеде [6], Германия и Россия имеют разные позиции по большинству культурных параметров. Немецкая культура характеризуется как индивидуалистская, с доминирующими маскулинными тенденциями, малой дистанцией власти и относительно невысокой терпимостью к неопределенности. В русской культуре на фоне немецкой традиционно сильны коллективистские тенденции, большая дистанция власти, преобладают феминистские ценности. Порог терпимости к неопределенности мало отличается в обеих культурах, но имеет в реальности разные формы выражения и свою специфику в проявлении.

Приведенные типизированные особенности двух культур можно рассматривать как основу для их сравнения.

Как носители индивидуалистских и коллективистских ценностных представлений, немцы и русские по-разному ведут себя, сотрудничая в тех или иных структурах. Как правило, немецкие коллеги предпочитают дискуссионность общения, допуская конфликтную тематику, стратегии конфронтации по отношению к мнению других, критический подход к выработке решений. Для них характерно четкое разграничение проблемы и личности, что часто идентифицируется в русской среде, для которой смешение меж-

¹ Инкультурация понимается как вхождение индивида в конкретную лингвокультуру, в результате чего формируется его языковая, когнитивная, эмоциональная и поведенческая идентичность с членами данной культуры и отличие от членов других лингвокультур [5]; [12]; [20].

личностных отношений и служебных ситуаций не редкость. Эффективность для немецких коллег заключается преимущественно в правильности, полезности и качестве принятого решения, а не в соблюдении статусной иерархии и обеспечении бесконфликтности общения, что часто встречается в русской коммуникации.

Одна из ярких особенностей коммуникации в системе русской культуры – существенная разница в стиле общения со “своими” и “чужими”. Разделение на “своих” и “чужих” имеет здесь, как отмечает Ю. Рот, функцию поддержания групповой идентичности [11]. При этом, граница между “ингруппой” и “аутгруппой” поддерживается переключением регистра коммуникации. Русские всегда общаются с иностранцами по-другому, чем с членами своих групп. Это выражается, например, в чрезмерной опеке иностранных гостей, особой предупредительности к ним. Подобное поведение часто воспринимается представителями других, особенно западных культур, как излишняя навязчивость, покушение на их самостоятельность и автономию.

Русским трудно представить себе, что в других культурах, в том числе в немецкой, нормой считается соблюдение равнозначности партнера по коммуникации, независимо от того, иностранец он или нет.

В отличие от русских, индивидуалистически ориентированные немцы не делают больших различий между отношениями внутри группы и вне группы. Они могут одновременно являться членами разных групп, границы между которыми, в вербальном и невербальном выражении, жестко не обозначены. Однако в немецкой культуре идентификация с группой и зависимость от нее намного меньше, чем в коллективистской русской культуре. Эмоционально индивидуалисты обособлены от окружающих и имеют склонность к уединению. Это позволяет им чувствовать себя комфортно в любом окружении или в одиночестве.

Поскольку немцы ощущают себя прежде всего как индивидуумы, а лишь затем как члены какой-либо группы, в немецкой культурной традиции высоко ценится зона личной автономии. Это проявляется как на уровне вербальных, так и невербальных сигналов. В частности, немецкое речевое общение отмечено рядом коммуникативных табу речевого и тематического характера [19, 11], “охраняющих” границы индивидуального “пространства” личности. Опрос, проведенный нами среди немецких респондентов, позволяет в самом общем виде получить представление о ряде тем в современном общественном дискурсе Германии, маркированных той или иной степенью табуированности. Почти все оп-

рошенные² выделили такие темы, как “смерть”, “болезни”, “доходы”, “нацизм”, “враждебность к иностранцам”, “еврейский вопрос”, “интимные вопросы”, “личностные оскорбления” в качестве основных, не принятых к обсуждению между собеседниками. Отдельно респондентами-мужчинами были названы тематические группы, исключаемые из ситуаций общения в присутствии женщин, а именно: темы, связанные с сексом и порнографией, предыдущий любовный опыт, мужские слабости и чувства, финансовые проблемы, непристойные слова и выражения.

Зона личной автономии в немецкой культуре выражается также в невысокой, по сравнению с русской, степени контактности. Как правило, немцы ведут себя замкнуто, дистанцированно по отношению к незнакомым людям и очень редко сами проявляют инициативу в сближении с иностранцами. Создается впечатление, что они абсолютно не заинтересованы в знакомствах. Кроме того, явно выраженная активность иностранного партнера, проявляемая при знакомстве, может расцениваться ими как назойливость или излишняя навязчивость.

Степень первоначальной сдержанности немцев в межличностных отношениях значительно обусловлена нормой разграничения личной и профессиональной сфер. На рабочем месте действуют достаточно жесткие правила формальных отношений и официального тона, доминирует Вы-обращение, приватные дела обсуждаются очень редко и неохотно. Стиль и тон общения резко меняются в ситуациях неофициального взаимодействия, например на вечеринках, праздниках, во время совместных путешествий и т. д. [9, 34]. В этой связи А. Моосмюллер замечает: “...При публичном обмене мнениями немцы тяготеют к формальному, обезличенному поведению. Когда немецкая предметная дискуссия ведется на публике, эмоций стараются избегать, но она сильно заряжена эмоциями, когда имеет место в личном общении... В частном общении немцы склонны быть максимально открытыми и проникать в самые глубокие пласты личности партнера” [10, 201].

В материалах межкультурных тренингов иностранцам часто рекомендуется знакомиться и устанавливать более тесные контакты с представителями немецких деловых кругов на разного рода неформальных встречах и развлекательных мероприятиях. Здесь, однако, может скрываться потенциальный межкультурный

² Респондентами являлись студенты и преподаватели Мюнхенского университета им. Л. Максимилиана, всего 65 человек. Опрос проводился в 2003 г.

конфликт, в который нередко оказываются вовлечены русские. Приведем пример подобного эпизода из опыта общения русских предпринимателей с их немецкими коллегами.

Стажировавшиеся в Германии представители русского бизнеса были приглашены немецкими партнерами на небольшую вечеринку с традиционным фуршетом. Атмосфера party “без галстуков” была очень благожелательная и раскованная. На следующее утро при встрече с шефом немецкой фирмы в бюро, русские, поздоровавшись с ним по имени и фамильярно похлопав его по плечу, с недоумением “наткнулись” на холодный взгляд и явную дистанцированность отношений. Перенеся настроение неофициальности вчерашнего вечера на уровень делового общения, представители русской культуры явно не учли разницу норм поведения в немецкой культуре в зависимости от формального или неформального коммуникативного контекста.

В русской культуре, где ценятся общение и солидарность, зона приватности выражена не так ярко, как в немецкой. Сближение собеседников возможно до более близкого расстояния, намного чаще допускается “вторжение” в чужое личное пространство [19]; [14]. Это проявляется в коммуникативной активности русских, легкости установления контакта с незнакомыми людьми, открытости, способности открыть душу незнакомому человеку. С этими коллективистскими качествами русских коммуникантов связан феномен “кухонного общения” в русской культуре, а также особый тип “вагонного общения” [14, 214]; [21, 435].

Наряду с параметром “индивидуализм/коллективизм”, процесс межкультурного взаимодействия опосредован двумя следующими измерениями: “дистанция власти” и “терпимость к неопределенности”.

Степень расхождения русской и немецкой культур в отношении иерархического устройства общества и восприятия в нем неравенства очень существенна. Это прежде всего отражается в управленческом стиле, способе организации деятельности, а также в поведении подчиненных.

Обозначим возможные случаи непонимания между сотрудниками совместных немецко-русских предприятий, спровоцированные разницей дистанции власти в двух культурах. Немецкий руководитель ожидает, согласно принятым в его культуре нормам, индивидуальной ответственности и инициативы в решении проблем от русских подчиненных. Те, в свою очередь, настроены преимущественно на распоряжения и указания собственного начальника, в соответствии с большой статусной дистанцией, типичной для производственных отношений в русской куль-

туре. И наоборот, немецкие работники очень часто воспринимают традиционного русского руководителя как лицо слишком авторитарное и недостаточно компетентное. В свою очередь, он расценивает немецких сотрудников как недостаточно почтительных, слишком самостоятельных и даже как неуправляемых. Таким образом, взаимные ожидания и коммуникативная реальность не совпадают.

Скорость и продуктивность принятия решений в ситуациях русско-немецкого сотрудничества также зависят от дистанции власти и статусной иерархии, принятой в России и Германии. Полномочиями по принятию решений с русской стороны наделены обычно представители, занимающие высокие должности в своих организациях, и чаще всего это высшие управленцы. С немецкой стороны участвовать в выработке и принятии решений могут компетентные специалисты даже среднего звена. Причиной скрытого или явного конфликта в подобных случаях является разница в статусах, которая вызывает у русских партнеров нежелание общаться с “нижестоящими” немецкими коллегами, а у немецких – недоумение по поводу бюрократических проблем русских.

Однако, несмотря на то, что неравенство и иерархия в немецком обществе существенны для его формальной организации, отношение к авторитетам имеет здесь свои устоявшиеся традиции. Нормы общения студентов с преподавателями, работников с начальством носят уважительно-вежливый, сдержанный характер. К вышестоящим принято обращение по фамилии в сочетании с имеющимся титулом [9, 78].

В связи с вышесказанным интерес представляют исследования зарубежных авторов [1]; [13], рассматривающих эту проблему с точки зрения этического подхода. М. Клайн и А. Вежбицкая отмечают, что в последние десятилетия в немецких речевых стратегиях и, возможно, в лежащих в их основе культурных ценностях произошли изменения. Речь идет о заметном расширении сферы употребления “фамильярной” формы обращения (*du* вместо *Sie*), а также о более редком использовании титулов (например, *Herr Muller* вместо *Prof. Muller*), что свидетельствует о значительных изменениях в межличностных отношениях в направлении большего равноправия и отказа от формальностей.

Полемизируя с М. Клайном, который вызывает изменения в правилах выбора между *du* и *Sie*, особенно среди молодого поколения, с антиавторитарным переворотом, А. Вежбицкая указывает на отсутствие непосредственной семантической связи между этими двумя явлениями: “...в форме *Sie* нет ничего собственно авторитарного.

Обращаясь к одним, употребляя местоимение *Sie*, а к другим — *du*, говорящий проводит различие между двумя типами межличностных отношений; грубо говоря, с одной стороны, между отношениями с теми, с кем он хочет общаться как с людьми, которых он хорошо знает или как с равными ему, и, с другой стороны, с теми, с кем он не хочет общаться таким образом. Используя при обращении *Sie*, говорящий совсем не обязательно хочет показать, что он расценивает собеседника как обладателя власти” [13, 165].

Продолжая далее эту мысль, А. Вежбицкая подчеркивает, что вряд ли более редкое использование титулов само по себе свидетельствует об уменьшении числа сторонников авторитаризма. По ее мнению, титулы лишь определяют разницу в социальном положении, и тенденция к сужению их употребления в Германии отражает скорее распространение эгалитарных, чем анти-авторитарных взглядов. “В одних странах люди могут ценить неравенство и статусные различия, не желая при этом подчинять свою волю воле тех, кого они считают занимающими более высокое положение; в других — люди могут быть готовы подчинять свою волю воле тех, кого они считают представителями “законной власти”, не рассматривая их как находящихся выше по своему социальному положению” [13, 166].

В Германии, где дистанция власти намного меньше, чем в России, одним из главных принципов жизни является уважение правового порядка. Закон для немцев имеет абсолютный смысл. Здесь нет законов “существенных” и “несущественных”. Все законы существенны и важны, все они должны неукоснительно исполняться. И этот вопрос не подлежит обсуждению [2].

С этим связана высокая регулятивность немецкой культуры. Кажется, что в Германии нет ни одного кусочка действительности, для которого бы не существовало какое-либо правило или ограничение. Все сферы жизни строго регламентированы. Определенное время отводится работам на улице, например, уборке опавшей в частном саду листвы или снега. Шумные работы в квартирах также регулируются строго по времени [9, 68]. Внешнему наблюдателю кажется, что в Германии законы и правила ценятся выше, чем человек, для которого они собственно и издаются.

В русской действительности мы встречаемся, как правило, с обратным явлением. Любая директива может модифицироваться, преломляться под человеческий фактор. Вспомним известную русскую поговорку: “Закон, что дышло; куда повернул, туда и вышло” (“*Das Gesetz ist wie eine Deichsel: wohin man es dreht, dahin weist es*”). В Германии нарушения любого рода очень негативно воспринимаются и критикуются ок-

ружающими. Поведение немцев, определяемое с точки зрения русской нормативной системы как “наушничанье” или “подглядывание”, считается вполне приемлемым в немецкой культуре как поддерживающее дисциплину и порядок.

Первое, что часто бросается в глаза любому иностранцу в Германии — это большое количество всевозможных запретительных предписаний. Иногда, как замечает М. Горский [3, 102], слово “запрещено” является первым немецким словом, которое выучивает иностранец. Кроме того, “*Verboten*”, по его мнению может возводиться в степень, переходя в “*Streng verboten*” (строго запрещено). А. Вежбицкая [13, 186], анализируя немецкие речевые стратегии, отражающие ценностные установки немецкой культуры, обращает внимание на широкое использование в объявлениях наряду с “*verboten*”, выражения “*nicht gestattet*” (“не разрешается”). Обилие подобных общественных знаков указывает, с ее точки зрения, прежде всего на постоянно испытываемую немцами потребность в *Ordnung* [13, 170]. “Везде должен быть порядок” (*Alles muss in Ordnung sein!*) — принцип, имеющий большую актуальность в немецкой культуре.

В сегодняшней Германии наряду с привычными и прямолинейными требованиями (*Durchgang verboten!*; *Der Zutritt durch nicht berechnigte Personen ist nicht gestattet!*) встречаются объявления, стилизованные под форму современного молодежного языка, имплицитно тем не менее стремящиеся к традиционному немецкому порядку. Приведем пример такого объявления, замеченного нами на стенке примерочной кабины в одном из немецких магазинов: „*Hey Leute! Es ware voll cool, wenn Ihr unsere Klamotten wieder „einigerma?en“ ordentlich herausgebt. Das fanden wir echt geil!*“

Строгое следование правилам и инструкциям связано со стремлением немцев исключить, по возможности, все непредвиденные случаи развития событий, ошибочные решения и тем самым свести до минимума фактор риска. Любая неясность и неизвестность неприемлема для немцев. Неожиданные, незапланированные ситуации вызывают обычно у представителей немецкой культуры раздражение и даже стрессовые состояния. В этом плане их степень тревожности намного выше, чем у представителей русской культуры. Однако, сравнивая в общем *терпимость к неопределенности русских и немцев*, отметим, что, согласно количественному исследованию Хофстеде, индексные показатели по этому параметру в двух культурах расходятся незначительно.

С одной стороны, данное совпадение является несколько неожиданным и даже может выз-

вать удивление, поскольку поведение тех и других в реальной жизни нельзя назвать одинаковым. Более того, проблемы в общении возникают как раз на основе разных поведенческих стратегий русских и немцев, разных подходов к подготовке и организации совместных действий. С другой стороны, принимая во внимание наличие в русской культуре достаточно большого количества формальных и неформальных правил, бюрократических структур, традиций, суеверий, выступающих как своего рода руководство к действию, можно найти объяснение статистическим выводам Хофстеде.

Другое дело, что представители русской и немецкой культур не одинаково относятся к соблюдению имеющихся законов, предписаний и запретов. Если в Германии неукоснительное исполнение закона — дело само собой разумеющееся, отвечающее ценностным представлениям общества [9, 68], то в России отношение к директивам скорее лично-прагматическое. При любой возможности “неудобные” закон или правило интерпретируются в пользу конкретной ситуации или личности. Кроме того, концептуальный подход в рамках нашей работы позволяет объяснить противоречие между экспериментальными данными по измерению “терпимость к неопределенности” и реальным поведением коммуникантов из двух культур. Поскольку культурные параметры существуют не изолированно друг от друга, а в сложной функциональной взаимозависимости, очевидно, что коммуникативное поведение русских и немцев обусловлено целым комплексом свойств культур. Это значит, что “сцепление” всех аспектов культурной вариативности придает каждому из них определенное своеобразие и специфику реализации.

В связи с предложенным выше анализом особенностей русско-немецкого взаимодействия по трем параметрам Хофстеде интерес представляют взаимные наблюдения русских и немецких партнеров, касающиеся делового общения [11]:

- Русские о немецком деловом мире и немцах:
- господство планов и расписаний, недостаток гибкости при их вынужденном изменении;
 - отсутствие почтения к начальству;
 - обязательность участия каждого в обмене мнениями при переговорах и обсуждениях;
 - дистанцированность в деловом общении;
 - недоступность в нерабочее время;
 - соблюдение планов считается более существенным, чем поддержание человеческих взаимоотношений;
 - ценят рабочую дисциплину превыше всего;
 - не воспринимают предупредительность и помощь;
 - иное представление о гостеприимстве;

- предпочитают быть постоянно информированными, вместо того чтобы самим добывать информацию;

- отдают приоритет письменным предписаниям.

Немцы о русском деловом мире и русских:

- недостаточная готовность к самоинициативе и риску;

- замкнутость групп и недоступность членов этих групп для внешнего окружения;

- отсутствие высказываний, выражающих расхождение мнений, в обсуждениях и переговорах;

- почтительное отношение к начальству, даже при его профессиональной некомпетентности;

- активное участие в обсуждениях и переговорах только небольшой части коллектива при традиционно пассивном соучастии остальных;

- компетентность партнеров не всегда оценивается по их профессиональным способностям;

- отсутствие, как правило, ответственных или виновных за принятое решение;

- решение личных проблем во время рабочего времени (на рабочем месте) как норма;

- распространение влияния и власти вышестоящих на личное время нижестоящих;

- чрезмерное курирование зарубежных (немецких) партнеров или, наоборот, предоставление их самим себе;

- игнорирование плановых обязательств или повестки встреч;

- любопытствующее вмешательство в сферу личной жизни зарубежных партнеров;

- частые празднества и застолья (“распития”), принуждение к выпивке и тостам.

Завершая обзор русско-немецкого контекста взаимоотношений по измерениям Хофстеде, остановимся кратко на моментах сходства и различия двух культур по параметру “маскулинность/фемининность”.

В немецкой культуре доминируют маскулинные, в русской — фемининные черты. Немецкий индивидуализм и преобладание мужского начала в культуре — логично дополняющие друг друга, взаимосвязанные качества. Подобное сочетание ценностных установок немецкого общества обуславливает, прежде всего, стремление его членов к независимости и лидерству, настрой на конкуренцию. Нельзя сказать, что в русской культуре совсем отсутствует настрой на состязательность, но присущие ей коллективистские ценности и особый дух соборности определяют приоритетность человеческих взаимоотношений и высокую значимость сотрудничества в любой деятельности.

Что касается степени ролевой дифференциации полов, различающейся в культурах маскулинного и фемининного плана, то публикации по этому вопросу подтверждают скорее схожесть ситуаций в русской и немецкой культурах [14, 238]; [9, 128]. Как в России, так и в Германии заметно традиционное четкое распределение социальных обязанностей между мужчинами и женщинами.

Однако, понятия о мужественности и женственности, о разнице между полами имеют свои особенности в сравниваемых культурах. Так, являющиеся нормой русской культуры подчеркивание слабости и особого статуса женщины не типичны и даже оскорбительны в контексте немецкой. Преобладающие в ней мужские ценности накладывают определенный отпечаток на поведение как мужчин, так и женщин.

Не принято, без высказанной женщиной просьбы, помогать ей нести чемодан или сумку, поскольку это может показаться намеком на неравенство между мужским и женским полом. Нарушением «симметрии во взаимоотношениях» с негативными последствиями может обернуться традиционное для русского мира одаривание цветами коллег-женщин, например, к какому-либо празднику. Немки, в отличие от русских женщин, чаще посещают без сопровождения мужчин кафе и рестораны, не вызывая при этом «шлейфа» отрицательных ассоциаций. Как правило, равноправие между мужчинами и женщинами подчеркивается также тем, что каждый в Германии обычно платит сам за себя. Комментируя подобные ситуации в немецкой культуре с точки зрения «своей колокольни», русские перефразируют название известного немецкого романа „Jeder zahlt für sich allein, jeder stirbt für sich allein“.

Частым источником непонимания в контактах между представителями русской и немецкой культур является культурно детерминированная темпоральная парадигма, в соответствии с которой партнеры по коммуникации по-разному проявляют себя в совместных действиях. Времени как организационному и коммуникативному фактору придается чрезвычайно большое значение в немецкой культуре. Не будет преувеличением сказать, что концепт, заключенный в немецком слове „Zeit“, реализуемый в понятиях „Punktlichkeit“, „Planung“, „Terminkalender“, „Organisation“, относится к ключевым элементам национальной культуры.

Для большинства русских время не является жесткой максимой (принципом) их жизни. Поэтому отношение к нему чаще всего можно назвать легкомысленным, что находит отражение во всякого рода опозданиях, переносах мероприятий, изменениях повестки дня за-

седаний, несоблюдении графиков автобусов, поездов и т. д. Размытость и растяжимость отношения ко времени в русской парадигме проявляется также на вербальном уровне, что часто бросается в глаза иностранцам. Русский язык позволяет выразить договоренность, например о встрече, достаточно неопределенно, причем без эксплицитных маркеров, типа: *примерно, приблизительно, около*. Простое изменение порядка слов в словосочетании “в семь часов” на “часов в семь” вполне может служить коммуникативной помехой, особенно для немецкой точности. Русский не видит проблемы в том, что он лишь накануне предупреждает своего делового партнера о предстоящем визите, а для немецкого коллеги, у которого все распланировано заранее, это просто неприемлемо.

Пунктуальность немцев, с одной стороны, относится к известным стереотипам о них, с другой — многократно подтверждается самой жизнью. Соблюдение пунктуальности рассматривается ими, о чем свидетельствуют ситуации сотрудничества с представителями немецкой культуры, как гарантия надежности. Более того, как общество с низкой степенью терпимости к неопределенности, стремящееся максимально обезопасить свое будущее, предотвратить возможные проблемы, оно воспринимает пунктуальность и долгосрочное планирование в качестве способов противодействия непредсказуемости. В оценке немцев неумение планировать свое время и свою деятельность граничит с отсутствием профессионализма, безответственностью и некомпетентностью.

В свою очередь, гиперчувствительное отношение ко времени в немецкой культуре не отвечает русским представлениям о его эффективном использовании. Например, запланированные на определенную длительность семинары или совещания заканчиваются строго согласно регламенту, несмотря на то, что, с точки зрения русских, обсуждаемые вопросы были искусственно “растянуты” и не требовали такого количества времени. Такой подход вызывает недовольствие теперь уже у русских.

Доминирующей темпоральной тенденцией немецкой культуры считается ее монохронный характер. Явная склонность представителей немецкой культуры к планированию, соблюдению договоренностей, сосредоточенность на выполнении одного дела в определенный промежуток времени являются проявлениями монохронности.

Безусловно, в каждом обществе, как отмечалось выше, присутствуют элементы как монохронного, так и полихронного времени. В соот-

ветствии с концептуальным положением нашей работы об относительности специфических свойств любой культуры и “выпуклости” этих свойств только на фоне другой сопоставляемой культуры, можно смело говорить о значительно большей степени выраженности монокронной системы времени в Германии по сравнению с Россией.

Обратим внимание на работу продавца в немецком магазине, в том числе в крупном супермаркете, переполненном людьми. Каждый продавец обслуживает в один отрезок времени только одного клиента и никогда не будет одновременно отвечать на вопросы или требования другого посетителя. Нетерпеливых русских покупателей, стремящихся срочно получить информацию и товар, быстро рассчитаться и при этом задать множество вопросов продавцу-консультанту, часто раздражает подобное поведение сотрудников. Это вполне объяснимо, поскольку русская культура, без сомнения, тяготеет к полихронному способу деления времени и поэтому русские охотно переключаются с одного дела на другое, спокойно относятся к тому, что их прерывают. Немцев же просто сбивает с толку то, что во время их разговора с русским партнером тот часто отвлекается и занимается одновременно другими делами. В этом смысле русские как представители полихронной системы более мобильны и проявляют большую гибкость в решении вопросов.

Приоритет монокронного или полихронного использования времени вторгается также и в область межличностных отношений. Отрицательная реакция на вмешательство и помехи в служебной деятельности, представление об изолированности личной сферы являются незыблемыми устоями немецкой жизни. Это распространяется и на восприятие личной собственности, рассматриваемой как часть личного пространства, уважаемого и неприкосновенного для немцев. Отсюда вытекают также многие правила немецкого дискурса, например табуированность тем о зарплате, доходах, состоянии здоровья, семейном положении и детях. Само собой разумеющимся считается, что коллеги по работе не знают и не празднуют дат рождения друг друга, не занимают денег и не одалживают других вещей. С точки зрения русской перспективы, человеческие отношения приносятся в жертву линейной организации времени (напомним, что монокронному времени соответствует представление о нем как о линейной системе), принципами которой являются экономное расходование времени, концентрация внимания и личностная обособленность. В связи с этим немецкие коллеги редко приглашают своих иностранных партнеров к

себе домой, предпочитая совместный ужин в одном из ресторанов. Это часто обижает русских, живущих совсем по другим нормам и традициям. Для России всегда было характерно тесное переплетение личной и служебной жизни. Дружеские контакты, родственные связи имеют большое значение для русского мира.

Различия в поведении русских и немцев по темпоральному фактору связаны не только с микро-перспективой (полихронность/монокронность). Свой отпечаток на коммуникацию накладывает и макро-перспектива временной ориентации (направленность на прошлое, настоящее, будущее). В этом плане считается, что Россия более, чем Германия, ориентирована на прошлое. Подтверждением тому может служить русская реклама, в которой преобладают ценности дореволюционной России и бывшего СССР. Качество товара, его название вызывает больше доверия у населения, если оно коррелирует со старым добрым прошлым: “Кофейня на паях”, “Конфеты Коркунов”, “Наша марка “Красный Октябрь”, “Качество не моей мануфактуры” и т. д. В журнале “Реклама — ваш капитал” отмечается, что “большинство россиян больше любят доброе и консервативное, чем агрессивное и прогрессивное” [15]. В связи с этим не случайным представляется также, что при выборе музыки и слов нового гимна для России решение было принято в пользу старого варианта, вызывающего, по мнению политиков, положительные ассоциации у русских, бывших советских людей.

Немецкая культура, очевидно делая большой упор на традиции и историю, тем не менее, может рассматриваться по сравнению с русской как культура менее направленная на прошлое (по сравнению с США Германия, как и все западноевропейские страны, воспринимается как общество, ориентированное на прошлое).

На формирование национального коммуникативного стиля, а значит, и на характер русско-немецкой коммуникации, оказывает также влияние фактор, определяемый американским антропологом Э. Холлом как контекстность культуры. Напомним, что под контекстом понимается как объем информации, окружающий деятельность человека, и способы обмена данной информацией, так и роль неязыкового контекста в коммуникации. Между культурно обусловленными категориями “время” и “ориентация на контекст” существует очевидная взаимосвязь. Общества с полихронным отношением ко времени чаще всего высококонтекстны, общества с монокронной системой времени — преобладающе низкоконтекстны. Поскольку немецкая культура считается одной из самых низкоконтекстных культур, а русская, по мнению многих авторов,

тяготеет к культурам с высоким контекстом (особенно если принимать во внимание ее соотношение с немецкой), это, несомненно отражается в специфике коммуникативного стиля представителей данных культур и часто осложняет межкультурное общение.

Индивидуалистские тенденции, преобладание монокронного типа деления времени в немецкой культуре по сравнению с русской проявляются в недостаточности неформального информационного обмена между немецкими коммуникантами и в слабой зависимости интеракции от контекста. Большая часть информации передается знаковым кодом (словесно), а не через общий контекст сообщения. Коннотации, “чтение между строк” не играют значительной роли в немецком общении.

Приоритетным для немецкого дискурса является *прямой, эксплицитный коммуникативный стиль* [7, 25]. В этом смысле русская поговорка “Что на уме, то и на языке” имеет позитивный характер в условиях немецкой реальности. Свое намерение немец, как правило, выражает ясно и открыто, не предполагая, что оно будет понято из ситуации общения. Представляется, что не случайно немецкий фразеологический оборот “*mit j-m deutsch reden*” имеет значение “говорить без обиняков, напрямик”, а его вариация “*auf gut deutsch*” служит синонимом выражению “просто, прямо, недвусмысленно”. В одном из стихотворений Гете читаем: “*Drum sagt man ihnen deutsch ins Gesicht*”. Смысл данной идиомы — “говорить правду в лицо”, а слово *deutsch* понимается здесь как ясный, четкий, открытый, дополнительный оттенок — “чистосердечно”, “без прикрас или лжи”. С этим связана знаменитая цитата из “Фауста” Гете³: “Лжет речь немецкая, когда она учтивая” [16, 187]. Можно предположить, что эксплицитность как норма немецкой коммуникативной культуры имеет давнюю традицию, найдя свое отражение в немецкой фразеологии и литературе.

Итак, содержательный аспект в немецком общении (*что сказать*) ценится выше, чем поддержание межличностных отношений. Эмоциям и чувствам придается мало значения; доминируют достоверность, логика и аргументация высказывания, фактические знания и риторические способности партнеров по коммуникации. В первую очередь в расчет принимается дело, а не эмоции и гармоничность взаимоотношений. Даже жесткая критика произносится прямо, без предварительных разговоров и намеков.

³ „Im Deutschen lügt man, wenn man hoflich ist“: Немецко-русский фразеологический словарь. — 1975, с. 123-124.

Прямой открытый стиль коммуникации, принятый среди немцев, означает также, что все услышанное ими воспринимается дословно. Особенно это относится к выражению согласия и принятию приглашений в деловой и приватной сферах. В Германии не принято говорить “да” только для того, чтобы не обидеть, например, коллегу, зная заранее, что приглашение не будет принято. Ложное обещание расценивается как ненадежность и несерьезность партнера, который говорит не то, что думает, а делает не то, что говорит. Кроме того, подобное поведение всегда вызывает недоумение, поскольку ясный отказ считается вполне приемлемым и, по крайней мере, честным [9, 53, 54].

Корректность и вежливость общения в русском варианте имеет мало общего с пониманием таковых с точки зрения немецкой нормативно-ценностной системы.

Категорическое причисление России к полихронным высококонтекстным культурам вряд ли оправданно без масштабных экспериментальных исследований, однако имеющийся эмпирический материал обнаруживает большое количество признаков, свидетельствующих о том, что русскую культуру на фоне немецкой можно назвать высококонтекстной. Коллективистские тенденции русской культуры обуславливают высокую информационную обеспеченность всех участников коммуникативного процесса. В России традиционно велика роль неформального общения, которое считается более эффективным, чем официальное [18, 215]. Максимум внимания придается личным взаимоотношениям, устные договоренности предпочитают письменным. Для русских деловых контактов важно начальное знакомство и его дружеское развитие. Русский коммуникативный стиль характеризуется меньшей степенью эксплицитности, но большей “затекстовой” нагруженностью [14, 349], достаточно широким использованием в общении намеков, пресуппозиций, игры слов.

Анализируя особенности русского языка, отечественные лингвисты отмечают, что: “в русском языке гораздо богаче, чем во многих других, поле неопределенности” [17, 23]. Речь идет прежде всего о неопределенных местоимениях на — *то*, — *нибудь*, *кое-*, *некий*, *некто*. Зависимость русской коммуникации от контекста на вербальном уровне проявляется также в расплывчатости и неконкретности речи, избытии некатегоричных форм высказывания, слов типа: может быть, вероятно, возможно, как бы.

Подведем некоторые итоги. Типологическая контрастность немецкой и русской культур обуславливает разницу между русским и немецким коммуникативным стилем. Обобщая осо-

бенности русской и немецкой коммуникации, обусловленные типом национальной культуры (ср. также [4, 115], [18, 203–210]), можно утверждать, что в Германии доминирует *прямой, точный, лично-ориентированный, рациональный стиль* общения; русский коммуникативный стиль характеризуется как *интуитивный, статусно-ориентированный*, отмеченный такими качествами, как *общительность, контактность, искренность*.

Учитывая данные различия в коммуникативных стилях русских и немцев, можно понять причины или источники конфликтных ситуаций в деловом и повседневном общении между представителями этих культур, осуществлять их профилактику, а также предложить комплексное описание немецкой и русской коммуникативных культур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Clyne Michael (1995). The German language in a Changing Europe / Michael Clyne. — Cambridge University Press.
2. Frenkin A.: Die Deutschen aus russischer Sicht / A. Frenkin. — Mitschka Verlag, Leinfelden-Echterdingen, 1995.
3. Gorski M.: Gebrauchsanweisung fuer Deutschland / M. Gorski. — Piper Muenchen-Zuerich, 2002.
4. Gudykunst W. (Hrsg.). Intercultural Communication Theory. Current Perspectives / W. Gudykunst. — Newbury Park, 1988.
5. Herskovits M. Cultural Anthropology / M. Herskovits. — New York., 1955.
6. Hofstede G. Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management / G. Hofstede. — Muenchen, 2001.
7. Kartari A. Deutsch-tuerkische Kommunikation am Arbeitsplatz. Zur interkulturellen Kommunikation zwischen tuerkischen Mitarbeitern und deutschen Vorgesetzten in einem deutschen Industriebetrieb / A. Kartari // Muenchner Beitrage zur Interkulturellen Kommunikation. — Waxmann, 1997.
8. Kulturschock Rusland / Barbara Lowe. — Reise Know-How Verlag Peter Rump GmbH, 1999.
9. Markowsky R. Studienhalber in Deutschland: interkulturelles Orientierungstraining fuer amerikanische Studenten, Schueler und Praktikanten / R. Markowsky, A. Thomas. — Heidelberg: Asanger, 1995.
10. Moosmueller A. Learning Objective Intercultural Competence. Decoding German Everyday Knowledge from a Japanese Perspective. — In: Jensen et. al. (Eds.) Intercultural Competence. A New Challenge for Language Teachers and Trainers in Europe / A. Moosmueller. — Aalborg: University Press, 1995. — S. 191-208.
11. Roth J. Wir und die Anderen: Deutsch-russische Kommunikation im Postsozialismus / J. Roth // In: Ehlich E., Scheiter S. Interkulturelle Kommunikation analysieren. Bedingungen, Ziele, Verfahren. Muenchner Beitrage zur Interkulturellen Kommunikation. — Bd. 9 (1998).
12. Белик А. А. Культурология. Антропологические теории культур / А. А. Белик. — М., 1998.
13. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / Пер. с англ. А. Д. Шмелева / А. Вежбицкая. — М.: Языки славянской культуры, 2001.
14. Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: Монография / О. А. Леонтович. — Волгоград: Перемена, 2002.
15. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева. — М.: Эдиториал УРСС, 2003.
16. Межкультурная коммуникация: учебное пособие. — Нижний Новгород, 2001.
17. Падучева Е. В. Феномен Анны Вежбицкой / Е. В. Падучева // Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. — М.: Русские словари, 1997. — С. 5-32.
18. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. — Воронеж, 2001.
19. Стернин И. А. Очерк английского коммуникативного поведения / И. А. Стернин, Т. В. Ларина, М. А. Стернина. — Воронеж, 2003.
20. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. — М.: ИП РАН, Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000.
21. Шаповалов В. Ф. Россияведение: Учебн. пособие для вузов. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001.

ПЕРЦЕПТИВНЫЙ ПРИЗНАК КАК ОБЪЕКТ НОМИНАЦИИ

© 2004 Л.В. Лаенко

Воронежский государственный университет

Выявление номинативного потенциала языковых единиц, определение их семантических функций позволяет определить, как происходит обработка информации о мире в сознании носителей различных лингвокультур.

По справедливой мысли Г. В. Колшанского, номинация — это “языковое закрепление понятийных признаков, отображающих свойства предметов” [3, 15-16]. Исходя из того, что понятийные признаки суть уже не факт непосредственного (чувственного) восприятия действительности, а результат абстрагирующей деятельности человека, направленной на обработку наглядно-чувственной информации, то следует думать, что до совершения акта номинации как такового должно происходить формирование той структуры сознания, которая ищет формы своей фиксации. Слова объективируют и активизируют разные структуры сознания и вызывают в сознании разные образы, впечатления, картины и сцены. Чтобы подобная активизация структур сознания произошла, ей должны предшествовать процессы номинативной деятельности. Это обуславливает тесную связь когнитивизма и ономазиологии, поскольку номинация связана и с вещным миром, и с абстрагирующей деятельностью ума. Названия служат метками разных ипостасей самого объекта: имена означивают реальный объект в действительном мире, и в то же время имя объекта указывает на его смысл. При этом название в мире психическом отсылает лишь к части знаний об объекте. Помимо этого, названия (слова) способны при необходимости использоваться в новых значениях, отражающих новое видение объекта или помещение его в новую структуру деятельности, что позволяет под “крышу” одного и того же знака подвести знания различной структурированности. Слово, фиксируемое в словаре, служит этикеткой для называния всей той области референции, всего того денотативно-сигнификативного пространства, которое связано с данным словом в мозгу говорящего.

Поскольку обозначение представляет собой совокупность таких аспектов объектов, которые не могут представить весь объект, то в акте номинации должны быть выбраны такие релевантные части объектов, которые характеризуют самые яркие свойства их бытия во времени и пространстве.

Вместе с тем, получают название лишь те объекты, на которые направлена деятельность человека.

Удивительное свойство акта номинации заключается и в том, что, являясь первоначально актом индивидуальной деятельности и объективируя, в сущности, субъективную структуру сознания, он по своему результату становится достоянием говорящих на том же языке, одинаково соотносящих тело знака со сложившейся структурой сознания и с объектом действительности.

Суть акта номинации заключается в фиксации связи предмета, его имени, явления и его обозначения, структуры сознания и её объекта.

Акт номинации — процесс речемыслительный. Ранее, в рамках ономазиологического подхода, более всего изучались когнитивные основания номинации: осознание ономазиологического признака и предиката как мотива обозначения и т. п. Сегодня же справедливо подчеркивается, что в не меньшей степени акт номинации зависит и от коммуникативных актов. Данный факт позволил ведущим лингвистам современности выдвинуть утверждение о том, что означиванию в языке подлежат лишь те концепты, которые коммуникативно релевантны [7, 16].

Одной из насущных задач теории номинации при реконструкции номинативной деятельности является поиск ответа на вопрос о том, как сформированные основные онтологические понятия бытия — объекта, движения, признака и т. п. и их отдельные аспекты и разновидности послужили затем объектом номинации.

Когнитивный же подход дает возможность выдвинуть предположения, в частности, о том, почему окружающий мир оказался воспринятым и

осмысленным в том виде, в каком он есть — “через сетку определенных координат, устанавливающих отличия объектов от процессов, процессов от признаков и т. п.” [4, 64].

Таким образом, когнитивный подход и теория номинации тесно связаны между собой, поскольку одним из важнейших вопросов последней является вопрос о том, какая часть знаний об объекте получает отдельное наименование. Осмысление акта номинации с когнитивных позиций означает поиски ответа на вопрос о том, какие наборы концептов и почему вербализуются в данном языке и какая конкретная языковая форма выбрана при этом для решения этой задачи.

Объектом настоящего исследования являются русские и английские качественные (перцептивные) прилагательные, в семантике которых репрезентированы перцептивные образы признаков предметов, сформированные в сознании человека на основе работы его органов чувств.

Несомненен тот факт, что ощущения, возникающие при непосредственном контакте человека с объективным миром, о которых ему хочется сообщить, должны быть названы. Помимо этого, выражая ощущения посредством языка, мы одновременно оцениваем окружающую действительность, и оцениваем её двояко: объективно (т. е. пытаемся соизмерить наши ощущения с чужим опытом и знаниями о мире) и субъективно (в соответствии со своими индивидуальными особенностями). Для исследования описания окружающего мира на языковом уровне могут быть поэтому использованы аспекты, относящиеся к восприятию окружающего мира с помощью пяти внешних органов чувств: зрения, слуха, осязания, обоняния и вкуса, известные как модусы перцепции [6].

Имя прилагательное относится к знаменательным частям речи. Оно периодически привлекало внимание лингвистов в до-когнитивный период, но в меньшей степени по сравнению с глаголом и существительным, по праву считающимися знаменательными частями речи. Имя прилагательное исследовалось преимущественно как категория лексико-грамматическая, обладающая, безусловно, своими семантическими и грамматическими особенностями.

Признавая же, что “в основе категорий лежат в конечном счете отражения и обобщения явлений объективного мира” [7, 36], анализируя искомые прилагательные, мы должны, таким образом, попытаться найти ответ на главный вопрос современной лингвистики о том, что же в этих прилагательных отражено и обобщено, что является коррелятом этих признаков единиц как в объективной реальности, так и в сознании человека.

При наречении слово объективирует определенную структуру сознания — совокупность концептов, хранящую необходимое носителю языка знание об объекте — и является формой хранения этого знания. Помимо этого, являясь единицей языковой системы, слово является представителем существующей в языке определенной частеречной категории. Выяснение природы категории признака — первостепенная наша задача, так как её решение позволит выявить корреляции между прилагательными как языковыми единицами и их концептуальными структурами, а это невозможно без изучения данного типа признаков слов. С поставленной выше задачей соседствует другая, более конкретная, но не менее важная и актуальная: категория перцептивного признака, её “представительность” и объем в разных языках, наличие в ней одного или нескольких прототипов.

Исследуемые имена прилагательные чувственного восприятия, или, по нашей терминологии, перцептивные прилагательные, относятся к тем единицам, которые хранят в своих значениях информацию перцептуального характера о воспринимаемых объектах и явлениях мира. Полностью ли соответствует эта информация сущностным перцептуальным характеристикам объектов восприятия или все-таки она, будучи объективированной в семантике признаков единиц языка, хранится в ней в измененном виде, пройдя предварительную обработку сознанием носителей языков? Это ещё одна насущная проблема, которая требует решения: роль восприятия в познании и роль языка в означивании перцептивных концептов, с одной стороны, и статус качественного прилагательного как первичной языковой номинации, закрепляющей и объективирующей перцептивные признаки объектов мира, с другой.

Суть когнитивного подхода, важность применения которого к изучению фактов языка сегодня несомненна, предполагает рассмотрение последних с точки зрения их корреляций тем типам и структурам сознания, тем концептам, которые за ними стоят [4]. Так как языковая картина мира создается носителями той или иной лингвокультуры в процессе номинативной деятельности, то характер соотношения между концептуальной и языковой системами следует изучать посредством рассмотрения этой деятельности, её направления на обозначение определенных фрагментов окружающей действительности, через анализ реальных средств и приемов номинации с учетом национально-культурной специфики осмысления объектов означивания представителями лингвообщества, их мотивов и интенций.

Многообразие и разнохарактерность чувственно воспринимаемых объектов и реалий мира номинируется в языке многочисленными груп-

пировками качественных прилагательных, известными со времен до-когнитивной лингвистики как лексико-семантические группы (ЛСГ). Традиционно ЛСГ понимается как совокупность лексических единиц, связанных структурными отношениями и имеющих семантическую общность. Уточним, что это своеобразный контейнер смыслов в языковых означиваниях, связанных между собою отнесенностью к одной ментальной области.

Итак, в основе категорий лежат отражения и обобщения явлений объективного мира.

Познание мира изначально ориентировано на вычленение из его пространства предмета (вещи), действия, признака. Окружающая действительность представлена каждому из нас в непосредственно-чувственной форме. Эти впечатления структурированы в пространстве и времени, носят предметный характер и обнаруживаются там, где локализуется его источник — в среде, внутри или на поверхности тела человека. Как элементы внутреннего мира, они включены в организацию его психической жизни, и потому всё, что касается природы человека и его отношения к действительности, предполагает чувственную основу, или перцептивную составляющую.

Категория перцептивного признака имеет корреляции в сознании человека в виде образов ощущений, или перцептивных образов, которые человек формирует в процессе и результате восприятия мира. Сущность восприятия заключена в отражении объективной действительности, её наглядной представленности. Соответственно процесс восприятия выступает как процесс порождения и развития образа. Это центральный компонент перцептивного комплекса, основная предпосылка и результат активности субъекта восприятия. Перцептивный комплекс — это интегральное динамическое образование, включающее чувственную данность объекта в единстве с внутренними условиями её существования: перцептивной потребностью, оценкой, отношением, установкой и т. д. Он играет роль функционального органа, реализующего возможность отражения действительности и регуляцию перцептивной активности. Движение перцептивного комплекса и есть восприятие как психический процесс.

Перцептивный образ отличается высокой информационностью, он оперативен, многомерен, существует в форме процесса и результата и развертывается на разных уровнях организации перцептивной системы.

Необходимость его возникновения вытекает из необходимости активных форм приспособления индивида к среде, требующих непрерывной ориентировки в ситуации и регуляции поведения. В процессе жизнедеятельности образ не только

формируется, но и развивается, а его основу составляет не только индивидуальное, но и родовое бытие субъекта. Если содержание перцептивного образа можно уподобить строительному материалу, то его форму — архитектурному проекту, который вносит в конструкцию порядок и организованность.

Одним из структурных компонентов когнитивного опыта являются когнитивные схемы. Когнитивная схема — это обобщенная и стереотипизированная форма хранения прошлого опыта относительно строго определенной предметной области (знакового объекта, известной ситуации и т. д.). Это актуализированная система знаний о воспринимающем и его окружении, подчиненная стоящей задаче. Когнитивные схемы отвечают за прием, сбор и преобразование информации в соответствии с требованиями воспроизведения устойчивых, нормальных, типичных характеристик перцептивного события. Благодаря схемам, действительность воспринимается не хаотично, а как организованное целое [1]. Наличие схем является одним из условий инвариантного восприятия действительности. С помощью схем осуществляется категоризация среды, узнавание ситуации или ее элементов, понимание происходящих событий.

Поскольку актуальный перцептивный образ оказывается квантом или звеном непрекращающегося потока восприятия, он находится во взаимосвязи с предшествующим и последующим образами. Смежные модели ситуации не склеены, а пронизывают друг друга. Этот факт дает основания считать, что восприятие и дискретно, и непрерывно. Чувственный образ несет момент инновации, но не начинается с нуля и не исчезает бесследно.

Отмеченные свойства, строение и динамика чувственного образа характеризуют прежде всего сенсорно-перцептивный уровень отражения действительности, но не только его. Перцептивный образ содержит информацию, которая не имеет ситуационного референта. Последовательность перцептивных квантов свертывается в симультанное целое, обладающее панорамностью и схематизмом (уровень представлений). Перцептивный образ включает в себя и рациональное знание, с помощью которого субъект освобождается “от пут” наличного бытия, переходит из одной ситуации в другую, в том числе и мысленно конструируемую (вербально-логический уровень).

В языке перцептивные образы объективируются в семантике перцептивных прилагательных. Основное значение перцептивных прилагательных репрезентирует информацию об объективном чувственно воспринимаемом признаке. Образ-схема данного признака составляет концептуальную структуру такой категории лексических единиц.

Их основное значение контекстуально необусловлено, частотно, устойчиво, продуктивно и немотивированно. Перцептивные прилагательные, как и другие типы качественных атрибутивных ЛЕ, обозначают, как правило, непроцессуальные и атемпоральные признаки, что связано с их недифференцированной способностью выражать качество и качественное состояние.

Необходимость выявить национальную специфику представленности той или иной перцепции в двух языках потребовала анализа результатов концептуализации в двух языках — русском и английском — всех пяти модусов восприятия: осязания, вкуса, запаха, зрения, слуха.

Сообразно типу перцептуального канала получения информации, прилагательные образуют естественные лексические объединения — лексико-семантические группы, или микрополя, вместе составляющие лексико-семантическое поле “Восприятие”. В обоих языках налицо пять таких лексических микрополей, признаковые конститuentы которых объединяются на основе инвариантных категориальных сем: “воспринимаемый осязанием”, “воспринимаемый на вкус”, “воспринимаемый зрением”, “воспринимаемый органом обоняния”, “воспринимаемый на слух”. Каждая из таких категориальных сем репрезентирует родовую концепт, активизация которого открывает многомерный и сложно структурированный файл в голове человека — домен, хранящий обработанную его сознанием информацию о тех или иных ощущениях. В результате вся информация о перцептивных признаках предметов, объектов и явлений мира хранится в сознании человека в пространстве пяти доменов (концептуальных областей): “Осязание”, “Вкус”, “Обоняние”, “Зрение”, “Слух”. Наиболее востребованные видовые концепты из отмеченных доменов получают означивание посредством перцептивных прилагательных как их первичных номинаций, объединяющихся соответственно общей идеей той или иной концептуальной области.

Несамостоятельность признака, его жесткая принадлежность к объекту в случаях коммуникативной востребованности находит репрезентацию в особом типе номинаций — именных атрибутивных фразеосочетаниях. Поэтому семантическая структура отмеченных прилагательных исследуется посредством анализа их лексической сочетаемости [2]. В результате выявлены предметные и неперцептивные зоны приложения прилагательных, маркируемые именами существительными, с которыми означенные атрибутивные лексемы сочетаются.

Концепт каждого из перцептивных признаков содержит базовый компонент, определяющий его перцептуальную сущность. Данный компо-

нент репрезентируется в ядре семем Д1 (прямых номинативных значений) рассмотренных прилагательных и определяет стратегии развития их семантики.

При реализации семем Д1 все лексемы реализуют выделительную функцию при номинации воспринимаемого признака в результате взаимодействия или эксплуатации предметов/объектов реальной действительности. При каждом прилагательном при этом выстраивается ряд прототипических существительных, который, следует отметить, не всегда одинаков по составу, в чем выражаются национальные особенности концептуализации предметов и объектов мира по тому или иному перцептивному признаку.

Так, реализация эквивалентной семемы Д1 “легко поддающийся воздействию извне” английским прилагательным *soft* и русским *мягкий* возможна при условии их сочетания с прототипическими существительными, к которым относятся субстантивные ЛЕ следующих тематических групп:

- тело; части тела человека, животного (*body, hand, face, flesh; щёки, грудь*)
- волосы человека, шерсть животного (*fur, plumage; волосы, борода*);
- одежда, обувь (*coat, dress, slippers; платье, халат, сапоги*)
- предметы для лежания, сидения (*bed, armchair, chair, cushion; перина, подушка*)
- поверхность, покрытие (*carpet, ground, snow, grass, moss; ковёр, дорога, тропинка*)
- пища (в кулинарии) (*onion, potatoes, tomatoes; хлеб, пироги, бублик, пряник*)
- кожа, мех, шерсть, ткань (*leather, wool, silk; трикотаж*)
- материалы и вещества, подвергаемые обработке (*mortar, dough; воск, глина*).

Вместе с тем, группа существительных “пища”, с которыми сочетаются данные прилагательные, несколько отличается в русском и английском языках. Английскому языку свойственно употребление лексемы *soft* с существительными, обозначающими “овощи” (*onion, potatoes, vegetables, peppers, tomatoes*), а русскому — обозначающими “хлебобулочные изделия” (*хлеб, пироги, бублик, пряник, калачик, баранка*). Представляется, что причиной такой избирательности послужили национальные традиции и предпочтения.

В сочетаниях с существительными, не входящими в ряд/ряды прототипических существительных, но называющих, тем не менее, материальные объекты, перцептивные прилагательные развивают семемы Д2, образуя терминологические ФС: *soft drinks* (букв. мягкие напитки) — безалкогольные напитки; *hard measures* (букв. твердые меры) — жесткие меры, *smooth wine* — нетер-

пкое вино; *cold bag* (букв. холодная сумка) — термос, *холодные закуски*, *wet paint* — сырая (не сохшая) краска и др.

Семемы Д2 отличаются наибольшей национальной спецификой в силу социокультурной обусловленности процесса переноса перцептивного признака.

Инспирируемое определенными компонентами семантической конфигурации именной лексики варьирование сем в семантическом содержании перцептивных прилагательных позволило проследить развитие семантики последних и сделать выводы по поводу их номинативного и функционального потенциала.

ЛСГ по каждой из отмеченных категориальных сем имеют разный объем и структуру. Отличительной особенностью каждой ЛСГ является оппозиционирование позитивно ориентированных перцептивных прилагательных негативно ориентированным. Это связано с самой природой качественного признака, который способен градуально изменяться и даже параметризоваться (например, температурные признаки). Различная степень представленности в языке результатов концептуализации перцептуальной информации говорит о степени актуальности тех или иных типов признаков для жизнедеятельности и жизне существования человека в мире.

Так, микрополе перцептивных прилагательных с общим семантическим компонентом “воспринимаемый осязанием” состоит в обоих языках из нескольких ЛСГ, объединяющих 34 атрибутивных ЛЕ в русском и 29 в английском языках:

— ЛСГ прилагательных с общими семами “твердый”, “мягкий”

— ЛСГ прилагательных с общими семами “острый”, “тупой”

— ЛСГ прилагательных, обозначающих температурные ощущения

— ЛСГ прилагательных с общими семами “мокрый”, “сухой”.

Осязательная перцепция обладает наибольшей значимостью для жизни человека. Осязание предпослано остальным типам восприятия (вкусу, обонянию, зрению, слуху). Данное наблюдение подтверждается концептуализацией других типов ощущений через осязание, что демонстрируется переносом осязательного признака в другие перцептивные области:

— “Звук” (мягкий тон, *soft voice*, *rough sounds*, грубый голос, ровное звучание, *smooth voice* — *плавный голос*, резкий голос, *sharp voice*, *acute hearing*, острый крик; тупой стук; *a dull shud* — *тупой звук*; холодный тон; ледяной тон; *cold voice*, *frosty tone* — *неприятный тон*; сухой звук; резкий ответ)

— “Зрение: свет, цвет, форма” (*soft light*, *soft colour*, *soft hills*, мягкие линии, *rough features of the*

face, ровный свет, гладкая речь, *sharp sight*, *keen eyes*, *a dull day* — *тусклый день*; горячие/теплые цвета, холодный свет/цвет)

— “Запах” (*soft* мягкий аромат, резкая вонь, *a sharp/keen/acute sense of smell* — *острый запах*; острый запах гнили, *cold smell* — *несладкий запах*; *a cool smell of cheese* — *свежий запах сыра*)

— “Температура” (*soft warmth*, мягкая зима, резкое похолодание, острый воздух)

— “Вкус” (*hot curry*; *hard cheese*, *coarse taste*, *coarse food*, *rough wine*, *smooth wine*, *smooth paste*, *острая закуска*; *a moist cake* — сочный пирог; *сырой хлеб*; *dry bread* — немягкий, сухой хлеб; *dry wine* — сухое вино).

Второй по значимости перцепцией для человека является вкусовая в силу большой востребованности концептов этой концептуальной области для номинирования объектов не только вкусовой, но и невкусовой природы. Домен “Вкус” находит репрезентацию в обоих языках в семантике ЛСГ, объединяющих по 4 прилагательных: *сладкий*, *горький*, *кислый*, *соленый*; соответственно в английском — *sweet*, *bitter*, *sour*, *salty/salt*. Номинирование непрототипических объектов осуществляется посредством полирецепторного переноса. Так, в семантике анализируемых прилагательных наблюдается тенденция переноса вкусового признака в следующие семантические области:

1) “Вкус” > “Запах” (*горький ветер*, *кислый воздух*, *sweet smell*)

2) “Вкус” > “Звук” (*sweet song*, *сладкие звуки/музыка*)

3) “Вкус” > “Температура” (*bitter wind*)

4) “Вкус” > “Оценка” (*сладкий сон*, *sweet smile*, *горькая доля*)

При дальнейшем абстрагировании вкусовых признаков все их атрибутивные номинации развивают тенденцию перехода в семантические сферы “Чувство”, “Характер” на основе метафорических и метонимических переносов:

5) “Вкус” > “Чувство”, “Характер” (*сладкая тоска*, *blue mood* — “грустное настроение”).

При этом вкусовыми прилагательными реализуется выделительная функция с той лишь существенной разницей, что номинируемый признак не носит объективный характер, а приписывается субъектом объекту характерологизации.

Трансформация коннотативных семем вкусовых прилагательных происходит в результате двух типов взаимодействия:

а) взаимодействия сенсорных прилагательных внутри одной ЛСГ (оно выражается в установлении синонимических и антонимических связей);

б) взаимодействия между сенсорными прилагательными разных ЛСГ:

— с сохранением прилагательными сенсорных свойств (синестезия);

– с утратой сенсорных свойств (прилагательные обозначают различные эмоции, т. е. переходят в класс эмотивных прилагательных).

Наиболее характерные и частые случаи синестезии в статусе Д2 наблюдаются при взаимодействии прилагательных ЛСГ вкуса и ЛСГ обоняния: замена основной и дополнительной сем приводит к тому, что прилагательные теряют сенсорные свойства и сближаются с классом эмотивных прилагательных, так как приобретают функцию эмоциональной оценки. Эти случаи являются единственно возможными для лексем в статусе Д2: в смысловой структуре прилагательных появляются новые семы, мотивационно не связанные с исходной. Эмотивная симуляция является высшей стадией синестезии, показателем высокой идиоматичности данных прилагательных. Она свойственна не только вкусовым, но и всем перцептивным прилагательным русского и английского языков и является действенным средством обогащения их значений.

Домен “Запах” содержит информацию о приятных и неприятных запахах. Обонятельная перцепция по-разному представлена в языках. Ср.: две группы прилагательных собственно обонятельной семантики с общими соответственно для каждой группы оценочными интегральными компонентами “приятный запах” (4 прилагательных: *aromatic, fragrant, scented, odorous*) – “неприятный запах” (8 прилагательных: *pungent, malodorous, fetid, stinking, reeking, noisome, putrid, smelly*) – в английском языке; две группы прилагательных собственно обонятельной семантики с общими соответственно для каждой группы оценочными интегральными компонентами “приятный запах” (6 прилагательных: *ароматный, ароматический, благовонный, благоуханный, духовитый, душистый*) – “неприятный запах” (3 прилагательных: *зловонный, вонючий, смрадный*) – в русском языке.

Отличительной особенностью ЛСГ прилагательных, характеризующих обонятельные ощущения, является пополнение состава её конститuentов номинациями из других ЛСГ в силу бедности собственно обонятельных прилагательных. Данные признакововые номинации заполняют периферийные зоны пространства ЛСГ.

Зрительная перцепция представлена в работе лишь прилагательными, характеризующими цвет (по 11 прилагательных в обоих языках). Это не случайно, так как из всех зрительных ощущений именно цветовые ощущения – прототипические, они первыми получили формы объективации в языке. Все остальные типы зрительных ощущений предполагают уже логические операции. Они стали обрабатываться сознанием человека намного позднее, поэтому не стали предметом настоящего исследования. Основные значения цветовых при-

лагательных в двух языках имеют сходные структуры, различия возникают лишь в обозначении эталонного носителя признака. Ср.: прямое значение русской ЛЕ *коричневый* описывается как “темный, буро-желтый (цвета жареного кофе и жолудя)”, англичане же считают эталоном коричневого цвета землю, дерево, кофе (*brown* – “of the colour of earth, wood and coffee”). Отличие русских цветовых прилагательных состоит и в том, что они указывают чаще всего на один эталонный предмет как носитель этого признака, в то время как английские могут иметь несколько прототипических носителей признака, например, рус. *красный* – “цвета крови”, англ. *red* – “the colour of blood or fire” [5].

Развитие переносных значений рассмотренных прилагательных идет в основном по сходным моделям метонимического и метафорического переноса, но метонимические значения развиваются ими охотнее, чем метафорические. (Ср.: *серое лицо, седой старик, белый медведь, brown bear, black raven*). Поскольку реальные связи, существующие между зрительными признаками (а также между предметами – носителями этих признаков), легче обнаруживаются и вербализуются, то и метонимические переносы оказываются наиболее распространенным способом семантического развития прилагательным цветообозначения. Метафорические переносы, вскрывающие более тонкие, визуально не воспринимаемые отношения, встречаются реже. Наиболее типичными видами переносов становятся следующие переходы: цвет > эмоция (“прийти в негодование, сильно рассердиться, разозлиться” – *позеленеть от злости, to turn green*) цвет > оценка (“выглядеть свежим, приятным” – *to look red about the gills*).

В таких ситуациях прилагательные цветообозначения реализуют эмоционально-оценочную функцию. Несмотря на различия в конкретной реализации производных значений прилагательных цветообозначения, пути развития их коннотативных семем в сопоставляемых языках во многом сходны, поскольку они отражают общечеловеческую логику познания окружающей действительности.

Домен “Звук” репрезентирован в семантике прилагательных двух ЛСГ общими семами “громкий”, “тихий” как наиболее различимыми для уха человека характеристиками звука как физического явления (по 2 прилагательных в обоих языках).

Звуковая перцепция представлена и в русском, и в английском языках собственно звуковыми прилагательными, характеризующими звук не по всем присущим ему качествам (громкость, высота, тембр), а лишь по первому – громкости. Остальные присущие звуку параметры концептуализируются через другие модусы перцепции (ося-

знание, зрение и др.), что порождает огромный список характерологических метафорических номинаций звука: осязательных (*мягкий звук, soft sound, грубый голос, rough voice, теплая музыка, warm music, сухой голос, dry voice*), вкусовых (*сладкая музыка, sweet song, горькое рыдание, bitter crying, сочный баритон, juicy laughter*) и др. Данные метафоры свидетельствуют о большой значимости звуковых явлений в жизни человека. В речи первообразные атрибутивные номинации звукового признака реализуют в обоих языках выделительную и одновременно интенсифицирующую функции при реализации прямого значения.

При переносе звукового признака на непрототипические объекты основные звуковые прилагательные приобретают тенденцию формирования метафор оценки (*resounding success* — оглушительный успех, *громкий успех, quiet colour* — спокойный цвет, *глухая вражда*), интенсивности (*deafening silence* — оглушительная тишина; *loud clothes* — кричащие одежды; *оглушительный успех, запах, тишина, боль; звонкая слава, звучное имя*), экспрессивности (*громкий скандал, шумная статья, громкое дело, sonorous words* — напыщенные слова). Синестетическая метафора образуется лишь при переходе звукового признака из области “Звук” в область “Зрение”: *кричащие цвета, loud/quiet colours/clothes*. В каждой из отмеченных ситуаций прилагательные звукообозначения реализуют либо экспрессивно-оценочную, либо интенсифицирующую функцию.

Качественные прилагательные одной ЛСГ не обязательно развивают сходные семемы, хотя и сохраняют общую модель переноса от конкретного перцептивного признака к абстрактному, характеризующему человека как физиологическое и социальное существо.

Направление развития коннотативных семем у проанализированных качественных русских и английских прилагательных на основе метафорических и метонимических переносов имеет много общего. Наличие сходных процессов развития прилагательных в двух языках, номинирующих перцептивные признаки, и реализация ими в речи сходных функций объясняется наличием общей физиологической и психологической основы восприятия у всех людей. Различия, возникающие на уровне актуализации тех

или иных типов переносов, связаны не с отличием в восприятии реальных действительности русскими и англичанами, а с разницей в концептуализации и интерпретации полученной от органов чувств перцептуальной информации. Данная интерпретация во многом определяется коллективным и личным опытом носителей языка, а также сложившимися в данном лингвосообществе традициями и стереотипами, получившими отражение в формировании своеобразной для каждого народа концептосферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барабанщиков В. А. Восприятие и событие / В. А. Барабанщиков. — СПб.: Алетея, 2002. — 512 с.
2. Копыленко М. М. Очерки по общей фразеологии / М. М. Копыленко, З. Д. Попова. — Воронеж, 1989. — 142 с.
3. Г. В. Колшанский. Некоторые вопросы семантики языка в гносеологическом аспекте / Г. В. Колшанский // Принципы и методы семантических исследований. — М., 1976. — С. 5-30.
4. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. Академия наук. Ин-т языкознания / Е. С. Кубрякова. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — 560 с. — (Язык. Семиотика. Культура).
5. Лаенко Л. В. От семантики цвета к социальной семантике языка (на материале русских и английских прилагательных, обозначающих цвет): дисс. ...канд. филол. наук / Л. В. Лаенко. — Саратов, 1988. — 188 с.
6. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — Воронеж: Истоки, 2002. — 191 с.
7. Рузин И. Г. Когнитивные стратегии именования: модусы перцепции и их выражение в языке / И. Г. Рузин // Вопросы языкознания. — 1994. — № 6. — С. 79-98.
8. Степанов Ю. С. Имена, предикаты, предложения: Семиологическая грамматика / Ю. С. Степанов. — М., 1981. — 380 с.
9. Холодная М. А. Психология интеллекта: парадоксы исследования / М. А. Холодная. — М.; Томск: Барс, 1997. — 392 с.

БИБЛЕЙСКИЕ И ИНЫЕ ТЕКСТОВЫЕ РЕМИНИСЦЕНЦИИ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ РЕЧИ¹

© 2004 Ю.Т. Листрова-Правда

Воронежский государственный университет

В настоящей статье обобщаются наблюдения автора над отбором и использованием текстовых, прежде всего библейских, реминисценций в русской литературной речи на протяжении XIX и XX веков, а также материалы нескольких кандидатских диссертаций, подготовленных и защищенных в последние годы на филологическом факультете Воронежского государственного университета (С. Оноприенко “Библеизмы современного русского языка” [20], Е. Прибытько “Библеизмы в языке современных газет” [21], Е. Черногрудова “Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике” [33]).

Под текстовыми реминисценциями понимаются “точные, а также преобразованные цитаты или иного рода отсылки к более или менее известным — ранее произведенным текстам в составе более позднего текста” [29, 17]. Текстовые библейские реминисценции в русской литературной речи стали предметом активного изучения в последнее десятилетие в связи с развитием теории прецедентности. В большинстве же ранее проведенных исследований использовался термин “библеизм”, которым обозначают обычно слова, устойчивые сочетания слов и более крупные отрезки текста, прямо или косвенно восходящие к тексту Библии (или библейским сюжетам) [16, 75-76]. В данной статье оба термина используются в качестве синонимов.

В последнее десятилетие XX века и начале XXI века лингвисты отмечают активное употребление крылатых слов, фразеологизмов, прецедентных текстов, “говорящих имен и названий” [10, 37], восходящих к известным произведениям литературы, искусства. Данное явление объясняют тем, что современная отечественная культура не

склонна к текстопорождению. В дискурсах различных слоев общества налицо тенденция к ностальгическому переживанию текстовых ценностей прежней эпохи, к осмыслению и компиляции текстов других культур [23, 5]. Библия — один из таких текстов.

Длительное подавление авторитета Библии в советское время в России стало также одной из причин, приведших к тому, что после изменения в обществе отношения к религии Библия стала одним из популярнейших источников цитирования и в светской жизни. И поскольку язык современных газет наиболее чутко и быстро реагирует на все изменения в жизни общества и “может служить зеркалом современной жизни” [7, 23], то именно язык современной газеты стал объектом изучения многих лингвистов. Исследователей интересовало, какие библеизмы журналисты вводят в свои материалы, как их трансформируют, в каких функциях используют в текстах разного содержания и жанра.

Надо отметить, что библеизмы стали употребляться еще в текстах Киевской Руси с того времени, как на Русь пришло христианство и появился первый перевод Библии с греческого языка на церковнославянский язык. Обширные фрагменты библейского текста включались в церковную службу и в богословскую литературу, а затем в тексты светского характера; некоторые из них трансформировались, став пословицами и поговорками русского народа. Много позднее, в 1876 году, был сделан перевод Библии и на русский язык, и у нас стало две национальные Библии: на церковнославянском языке — языке богослужения — и на русском языке, так что в текстах отсылки стали делаться к обеим Библиям.

Был период, когда в русской литературной речи широко использовались библеизмы и на западноевропейских языках. Это было в XIX и начале XX века. Как считает акад. В. В. Виноградов, история русского литературного языка “в значительной мере определяется историей переводов с

¹ Статья написана на основе доклада, прочитанного автором на международной конференции “Мир идей и взаимодействие художественных языков в литературе нового времени” 17 декабря 2003 г. в Воронеже.

иностранных языков” [4, 198]. Эту мысль развил Р. А. Будагов, заметивший, что иногда “переводы обгоняли литературные языки, иногда они следовали за их развитием, но во всех случаях находились многочисленные контакты, определявшие формы взаимодействия между языком различных переводов и литературным языком этой же эпохи [2, 281–282].

В широко распространившихся в России в XVIII и XIX вв. произведениях западноевропейских писателей, философов, ученых часто употреблялись иноязычные вкрапления, в том числе библеизмы, на латинском, немецком, французском, английском, итальянском языках. Русские переводчики обычно сохраняли в переведенных текстах эти иноязычные вкрапления, которые затем использовались и в оригинальных русских текстах — художественных, публицистических, научных.

В заслугу А. С. Пушкину ставят то, что он заложил основы современного русского литературного языка и высвободил национальную русскую мысль “из-под гнета условных “приемов”, и это обеспечило вступление русского языка как равноправного члена в семью западноевропейских языков” [5, 294]. Широко используя в своем творчестве иноязычные вкрапления — цитаты из произведений мировой литературы, в том числе из Библии, и другие виды текстовых реминисценций, Пушкин выработал также и принципы отбора и использования иноязычных вкраплений как стилистической категории русской литературной речи, и эти принципы получили дальнейшее развитие в творчестве русских писателей-классиков; им следовали вплоть до Октябрьской революции, а некоторым из них следуют и в наши дни (подробнее об этом см. [11, 12, 19, 22]). Так, в Словаре иноязычных выражений и слов А. М. Бабкина и В. В. Шендецова (Л., 1987) помещено около 2000 иноязычных вкраплений, в том числе свыше 140 иноязычных вкраплений-библеизмов, извлеченных из переводных и оригинальных русских текстов, изданных в России преимущественно в конце XVIII — начале XIX вв.

Однако поток иноязычных вкраплений-библеизмов, хлынувших в XIX в. в русскую литературную речь из текстов на западноевропейских языках, встретил на своем пути не менее мощный поток библеизмов, входивших на протяжении многих веков в русский язык из других источников — Библии на церковнославянском и Библии на русском языках. Так, во Фразеологическом словаре русского языка конца XVIII—XX вв. под ред. А. И. Федорова помещено значительное число библейских выражений, ставших фразеологизмами русского языка, употребление которых иллюстрируется примерами из многих произведений писателей XIX в. Н. А. Некрасова, Н. В. Гоголя,

А. Н. Островского, А. С. Грибоедова, М. Ю. Лермонтова, И. А. Крылова, А. С. Пушкина, а также из произведений русских ученых и публицистов. Однако лишь часть из них соотносительна с иноязычными вкраплениями-библеизмами, помещенными в названном выше Словаре иноязычных выражений и слов: *всему свое время, поцелуй Иуды, Каинова печать, краугольный камень, шатия и братия, козел отпущения, в начале было слово* и др.

Русских фразеологизмов и афоризмов библейского происхождения, по данным словарей XIX века, было в два раза больше, чем иноязычных вкраплений-библеизмов. К тому же на русской почве некоторые библеизмы приобретали смысл, отличный от смысла иноязычных вкраплений-библеизмов. Так, на немецком языке библеизм *Babylonische Sprachverwirrung* сохраняет библейский смысл (“вавилонское смешение языков”), в русском же языке этот библеизм имеет значение “неразбериха при большом стечении народа” (видимо, имеет место явление народной этимологии: *столпотворение* ассоциируется с *толпой*). Интересно отметить, что использовался этот библеизм на немецком языке в русских текстах в том значении, какое он имел в немецком языке: *Вернувшись после долгой отлучки, дядя застал в семье Babylonische Sprachverwirrung*. Сын не ладил с матерью, а сестры между собой — пример взят из Словаря иноязычных выражений и слов А. М. Бабкина и В. В. Шендецова.

Библеизм же *архангел* в просторечном ироническом употреблении — это жандарм, полицейский в царской России. На основе библейских образов в русском языке сформировались библеизмы с национально-культурной спецификой значения, косвенно связанные с текстом Библии: *Андреевская лента, Андреевский флаг, Звезда Андрея Первозванного, Андреевский крест, Андреевская горка, Храм Христа-Спасителя*, и др., которые, разумеется, не имели смысловых аналогов в других языках.

Иноязычные вкрапления-библеизмы имели в русской литературной речи сверхкнижную стилистическую окраску и выполняли не только номинативную, но и так называемую престижную функцию, делали речь подчеркнута изысканной, о чем свидетельствуют следующие примеры из Словаря иноязычных вкраплений и слов А. М. Бабкина и В. В. Шендецова: *...Я сказал, в чем дело, отчего Россия guter Hoffnung sein, а Европа в импассе*. Герцен. Статья из “Колокола” 1869 г. (Библейское выражение “пребывать с благоприятными видами на будущее”); *В моем сердце живет ненависть, и это — не ненависть ко злу, а любовь к себе, и ничего больше. Ein wenig Sauergfeig verdirbt das ganze Feig*. М. Гершензон. Любовь Н. П. Огарева. (Библейская цитата “Малая закваска квасит всю опару”).

Многие же русские библеизмы имели нейтральную и даже разговорную стилистическую окраску (*Фома неверующий, блудный сын, бить себя в грудь, ни на йоту, наобум лазаря* и др.), хотя было немало книжных библеизмов, прежде всего с архаичными элементами (*вложить персты в язвы, возвращается ветер на круги своя, благую часть избрать, притча во языцех, темна вода во облацех, несть пророка в отечестве своем* и др.).

Таким образом, в XIX – начале XX вв. носителям русского литературного языка предоставлялась возможность широкого выбора из соотносительных по смыслу библеизмов на русском и западноевропейских языках. Образованные русские билингвы и полилингвы широко употребляли иноязычные вкрапления, в том числе и библеизмы на иностранных языках, в научных, философских, публицистических работах, в выступлениях на юридические темы. Много их, в частности, было в выступлениях знаменитого адвоката Кони.

В художественных же произведениях русских писателей иноязычные вкрапления-библеизмы употреблялись крайне редко и вводились автором, как правило, в речь персонажей. Так, в романе “Анна Каренина” Л. Толстой в качестве эпиграфа использовал библеизм *Мне отмщение и аз воздам* на церковнославянском языке, а не на латинском, как он дан в Словаре иноязычных выражений и слов А. М. Бабкина и В. В. Шендцова. Нередко персонажи художественных произведений приводили фрагменты русской или церковнославянской Библии в своем изложении, с использованием разных видов текстовых реминисценций (квасицитаты, аллюзия, упоминание, продолжение). Эти же виды библейских реминисценций, не считая полных цитат, нередко использовались в частной переписке и мемуарах представителями образованных слоев русского общества, а также в научных и публицистических работах и в выступлениях адвокатов.

Положение в российском обществе резко изменилось, как известно, после Октябрьской революции. В русской литературной речи продолжали употребляться, потеряв связь с Библией, библеизмы, ставшие фразеологизмами или пословицами русского языка (*соль земли, краугольный камень, ни на йоту, кто не работает, то не ест, бить себя в грудь, власть тьмы, во главу угла, волк в овечьей шкуре, капля в море, изливать душу* и др.), а иноязычные вкрапления-библеизмы использовались изредка лишь в художественном творчестве отдельных писателей, поэтов и в работах ученых, получивших образование еще до революции (К. А. Тимирязева, Л. Леонова, А. Ахматовой, М. Цветаевой и др.). В приложении же “Иностранные слова и выражения” к Толковому словарю русского языка, под ред. Д. Н. Ушакова, где

даны иностранные слова и выражения, которые “все-таки можно встретить в печати также и в иностранном написании”, иноязычные вкрапления-библеизмы отсутствуют.

В советский период практически перестали использоваться библеизмы на русском языке с архаичными элементами, а в тех, которые все же употреблялись, архаичные элементы заменяли на современные: *нет (из несть) пророка в отечестве своем; рвать одежды на себе (из разорвать на себе ризы); Иудин поцелуй (из лобзание)*. Стали редкими и библеизмы с именами собственными (*жена Лота, Иов многострадальный* и др.).

Однако несмотря на гонения самой Библии, некоторые библеизмы стали лозунгами строителей социализма: строчка “*Кто был ничем, тот станет всем*” в “Интернационале” восходит к Евангелию от Матфея (20, 16), где сказано: *будут последние первыми, и первые последними*; лозунг “*Кто не работает, тот не ест*” — из 2-го апостольского послания (2 посл. к фес. 3, 10), где сказано: *Если кто не хочет трудиться, тот и не ешь*; лозунг “*Кто не с нами, тот против нас*” — от высказывания Христа: *Кто не со Мною, тот против Меня* (Матф. 12, 30); “*Ученье — свет, а неученье — тьма*” — от слов Екклесиаста: “*Преимущество мудрости перед глупостью такое же, как преимущество света перед тьмою*” (Еккл. 2, 30) и др. На эти библейские афоризмы “гонения” не распространялись.

Таким образом, библеизмы в советский период быстрее, чем раньше, отдалялись от первоисточника, больше стали зависеть от современного контекста и от того, как понимали и трактовали их современные носители языка, что привело к расширению сферы употребления некоторых из них при общем сокращении численности.

В постсоветский период на рост состава библеизмов, частоту и характер их употребления повлияло не только становление церкви как общественного института, но и идеологический кризис в стране, который вылился в поиск новой идеологии. Многие люди увидели выход в обращении к Богу и стали сравнивать катаклизмы, происходящие в обществе, с библейскими. В этот период в газетах наиболее употребительными становятся библеизмы *конец света (апокалипсис), Голгофа, идти на Голгофу, Содом и Гоморра, смертный грех, золотой телец, вкусить запретный плод, власти предержащие, вавилонское столпотворение, возвращается ветер на круги своя, сильные мира сего, страшный суд, второе пришествие, манна небесная, переполнилась чаша терпения, нести свой крест, злачное место, анафема* и др. Стали чаще употребляться библейские собственные имена Иуда, Ирод, Левиафан, Хам, например: *Левиафан постоянно именуется свою страну Солженицын*

[26]; *Анафема, анафема тебе, распявшему огромную державу — далеко от Москвы звучат строки ярославского поэта Гусева* [28]; *Увы, Иуды не имеют пола, они живучи, как тараканы* [18]; *Автор пыжится доказать, что это “вовсе не значное место”, что стриптиз — такое же искусство* [24]; *Православные кладбища оскверняют и сравнивают с землей, а православных людей убивают, пытаются и ведут на Голгофу за то, что остались верны своей вере* [30].

В современной литературной речи, в первую очередь в языке газет, наряду с фразеологизмами и афоризмами библейского происхождения стали употребляться и любые более или менее устойчивые сочетания слов и отдельные слова, восходящие к библейским текстам, а также цитаты из Священного Писания с указанием на библейский источник (последние характерны для религиозных газет). Но в светских газетах преобладают библеизмы-фразеологизмы, отраженные в словарях русского языка, и лишь 20 % библеизмов, представляющих собой цитаты или квазичитаты, выступающие в качестве библейских текстовых реминисценций, были не представлены в словарях русского языка. Такие выводы делает Е. Н. Прибытько после рассмотрения библеизмов в центральных газетах конца 90-х годов XX века в своей кандидатской диссертации [3], где отмечает также, что в религиозных газетах тех же лет текстовых библейских реминисценций было использовано в несколько раз больше, чем в светских газетах, и только 40 % библеизмов было отражено в словарях русского языка. В газетах около половины отсылок было сделано к Новому завету, около 30 % — к Ветхому завету, а 14 % — к Ветхому и Новому завету.

В светских газетах многие библеизмы, выступая в переносном значении в качестве образных средств, выполняли номинативную функцию, передавали информацию нестандартно, с наибольшей точностью, экспрессивностью: их привлечение во многих случаях доставляло эстетическое наслаждение как автору, так и читателям, а главное — они помогали понять позицию автора, тот глубинный смысл, который в них был заложен, например: *“Нынешние “демократические” язычники поклоняются одному единственному идолу — золотому тельцу* [29]. Как объясняет смысл этой фразы Е. Прибытько, “по Библии, языческому идолу, отступив от Иеговы, молились в пустыне евреи, отдавая тем самым приход к “земле обетованной”. Для автора газетного текста важно не только то, что люди, наделенные властью, поклоняются “золотому тельцу” — деньгам, но и то, что, поклоняясь американскому доллару, они — “демократические” язычники — отдаляют процветание родной страны. Именно поэтому, осуждая,

автор сравнивает их с отступниками, “язычниками” [21, 86].

В номинативной функции используются текстовые реминисценции (цитаты, квазичитаты, упоминания) в заголовках статей, служа средством привлечения внимания читателей, например: *Посеявший ветер пожнет бурю* [25]; *Экстремисты — имя им легион* [17]; *Лотова жена* [14].

В отличие от светских газет, где библейские текстовые реминисценции чаще всего используются для передачи негативных реалий и их оценок, в религиозных газетах библеизмы в номинативной функции вводятся для выражения высоких чувств и мыслей, например: *Из года в год приходит в нашу жизнь немеркнущий свет Вифлеемской звезды, воссиявшей однажды в далекой Палестине и поныне путеводящей ко Христу всех ищущих спасения* [6].

Следует также отметить, что в основном библеизмы в религиозных газетах употребляются в прямом библейском значении и во многих случаях используются в персуазивной функции (убеждения), например: *Завершая, напомню слова Спасителя: Жатвы много, а делателей мало, итак, молитесь Господина жатвы, чтобы Он выслал делателей на жатву Свою* (Матф. 9, 37-38). *Призываю все богословские школы к сотрудничеству на ниве Господней* [31]. В текстах современных светских газет авторы тоже ссылаются на библейские тексты для подтверждения своих мыслей, но делают это намного реже — обычно тогда, когда соотносят современные события с библейскими, хотя в религиозных газетах такой способ убеждения используется часто. В светских газетах библеизмы выполняют функцию убеждения не прямо, не так, как в религиозных газетах, а завуалированно; многие библейские положения подаются в них как нравственные общечеловеческие ценности.

Библеизмы в людической функции (как языковая игра) используются исключительно в светских газетах, так как в основе языковой игры — установка на комический эффект или на развлечение автора и читателя, что неприемлемо для религиозных газет. В людической функции часто выступают квазичитаты, например: *Соль земли, соль в земле* (подзаголовок одной из частей статьи в разделе об экологии, в который говорится о вреде посыпания солью, химикатами, “всякой дрянью” дорог Москвы зимой [3]; *Жир наш насыщенный* (заголовок статьи, в которой в комическом тоне повествуется о новой “национальной идее — похудеть”) [8]. Языковая игра с библеизмами иногда выходит за рамки допустимого, когда не щадятся религиозные чувства верующих, например: *С полуулыбкой прелестницы передают друг другу благовест — любимой прокладки появились крылышки* [13].

Из видов библейских реминисценций в светских газетах чаще всего используется цитация, упоминание, квазичитация, а также аллюзия, например: *Мне тридцать три. Я жив. Ииу Иуду*, реже — продолжение. Иногда авторы используют в одной фразе несколько способов апелляции к Библии, например аллюзию и упоминание: *Надо учиться собирать налоги. Надо учиться платить налоги. Нечто подобное мы уже читали в Екклесиасте, только речь там шла о камнях* [1]. В религиозных же газетах чаще используется прямая цитация (около двух третей всех примеров) и упоминание (около трети примеров). Случаи квазичитации немногочисленны, а примеры продолжения в религиозных газетах, рассмотренных в кандидатской диссертации Е. Н. Прибытько, не отмечены вообще.

Е. Н. Прибытько в рассмотренных ею светских газетах отметила и случаи неточного и ошибочного использования библеизмов в результате того, что авторы употребляют библеизмы без учета их семантики и образности, например: *...все стали говорить о чрезвычайной ситуации. Молох подошел к критической точке*. [9]. Автор статьи не знает, что библеизм *молох* имеет два значения: 1) символ жестокой неумолимой силы, требующей человеческих жертв; 2) название языческого божества у финикийцев и аммонитян (16, 88). Ни *молох* — “символ”, ни тем более “божество” не могут подойти к какой-либо “критической точке”. Еще пример: *Позорный жулел* [27] (Сов. Россия 30.06.98). Автор не учел того, что слово *жулел* в переносном значении определяется как “нечто внушающее ужас, страх, отвращение; то, чем пугают” (Сл. Ож., 86, 186). Но то, что внушает страх, не может вызвать одновременно и презрения; к тому же сам библеизм в современном русском языке уже стилистически не нейтрален, имеет ироническую окраску, что исключает добавление к нему эпитета “позорный”.

Нередко в газетах осуществляется ошибочная с точки зрения норм русского языка контаминация библеизма с другими фразеологизмами, например: *В такое изменение “Литгазета” внесла свою заметную лепту* [14]. *Заметный вклад* контаминируется с библеизмом *внести свою лепту*, хотя *лепта* — самый маленький, минимальный вклад.

Подобных ошибок отмечено, к сожалению, в газетах немало. Приведем еще один пример. В газете *Хрипит иерихонской трубой Распутина, развалилась на сцене* [1]. Как известно, иерихонская труба имеет очень громкий, звучный, трубный голос. “Хрипеть”, “хриплый” с данным библеизмом семантически не сочетается. Не можем не указать к тому же на бестактность автора при описании поведения певицы (*развалилась на сцене*).

Можно сделать вывод, что отсылки к тексту Библии в светских и религиозных газетах в после-

дние годы начинают занимать то место, которое они занимали в литературной речи до Октябрьской революции. Что же касается иноязычных вкраплений-бibleизмов, то в современных газетах не отмечено ни одного случая их использования. Будучи одной из особенностей русской литературной речи Золотого и Серебряного века, в литературную речь XXI в. они не перешли.

Что же касается других текстовых реминисценций в современной литературной речи, то они были выявлены и рассмотрены в кандидатской диссертации Е. П. Черногрудовой, посвященной заголовкам с прецедентными текстами в современной публицистике [15], написанной на материале трех газет (центральной, областной и районной), выходивших в начале XXI века. Автор диссертации пришел к выводу, что самыми востребованными источниками прецедентных текстовых реминисценций для всех трех типов газет являются художественная литература и русские пословицы и поговорки, а также рекламные тексты, песни из мультипликационных фильмов, популярные телепередачи и телеигры, роман “Евгений Онегин” А. С. Пушкина. Кроме того, в качестве прецедентных феноменов в газетах используются исторические события мировой и российской истории, популярные эстрадные песни, песни из кинофильмов, а также Библия (3 % примеров). Меньше востребованы другие прецедентные тексты: анекдоты, выступления юмористов и сатириков, популярные народные песни.

В диссертации приводятся примеры удачного использования текстовых реминисценций в газетных заголовках — чаще всего это квазичитаты, выполняющие номинативную и людическую функции, например: *Треп мой — враг мой; Павел Буре с Анной на шее; Вам мат, великий и могучий... Ректоры ведущих вузов страны призывают дать решительный бой материне; Порошок в конверте — погоды, не шли; У меня замолчал телефон* и др.

Интересны примеры контаминированного цитирования — *Налево пойдешь — козленочком станешь; Шпионка Кэт в тылу бизнесмена; Почему атомная энергия для народа*.

Квазичитация как вид текстовой реминисценции чаще всего используется в “Комсомольской правде”, а в областной и районной газетах — цитация. Однако и в “Комсомольской правде” отмечены случаи бестактного использования некоторых текстовых реминисценций. Так, в одном из номеров этой газеты помещена статья с названием “В эту ночь решили наши люди перейти границу” (перефразирована строчка из некогда популярной песни — “В эту ночь решили самураи перейти границу у реки”; в публикации же говорится о россиянах и гражданах ближнего зарубежья. Другая статья в “Комсомольской правде” озагла-

лена *“Пусть ярость благородная вскипает, как волна”*, в ней говорится о кондитерской фабрике, хозяевами которой являются предприниматели Германии, требующие от работниц часто мыть руки, и те из-за этого фабрику называют сладкой каторгой. Использование в качестве прецедентного текста строчки из песни, с которой ассоциируется Великая Отечественная война с немецкими фашистами, в тексте о немецких хозяевах кондитерской фабрики, требующих от работниц чаще мыть руки, — политическая бестактность. Кстати, в статье говорится, что зарплата у работниц высокая, так что те дорожат своей работой.

Как показывают приведенные выше материалы, в современной литературной речи широко используются не только библейские, но и другие прецедентные текстовые реминисценции, среди них отсылки к прецедентным текстам, ставшим широко известными в последние десять-пятнадцать лет (Библия, эстрадные песни, телевизионная и уличная реклама, мультфильмы и другие телевизионные передачи последних лет). В то же время обращает на себя внимание использование в качестве прецедентных текстов русских пословиц и поговорок, произведений русской художественной литературы (в частности, *“Евгения Онегина”* А. С. Пушкина), некоторых советских кинофильмов (*“Семнадцать мгновений весны”*) и песен (*“Священная война”*, *“Три танкиста”*), посвященных событиям военных лет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аргументы и факты. — 1998. — № 17.
2. Будагов Р. А. Литературный язык и литературные стили / Р. А. Будагов. — М., 1967. — 375 с.
3. Ваше слово. — 1998. — № 9.
4. Виноградов В. В. Очерки по истории русского литературного языка XVII-XIX вв. / В. В. Виноградов. — М., 1982. — 448 с.
5. Виноградов В. В. Язык Пушкина / В. В. Виноградов. — М.; Л., 1935. — 455 с.
6. Воронеж Православный. — 1998. — № 1.
7. Земская Е. А. Клише новояза в языке постсоветского общества / Е. А. Земская // Вопросы языкознания. — 1996. — № 3. — С. 23-31.
8. Коммуна - 2000. — № 33.
9. Комсомольская правда — 1998. — 27 декаб.
10. Костомаров В. Г. Как тексты становятся прецедентными / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвинова // Русс. яз. за рубежом. — 1994. — № 1. — С. 297-302.
11. Листрова Ю. Т. Иносистемные языковые явления в русской художественной литературе XIX

века (на материале немецких вкраплений) / Ю. Т. Листрова. — Воронеж, 1979. — 155 с.

12. Листрова-Правда Ю. Т. Отбор и использование иноязычных вкраплений в русской литературной речи XIX века / Ю. Т. Листрова-Правда. — Воронеж, 1986. — 143 с.
13. Литературная газета — № 2, 1998.
14. Литературная газета — 1998. — № 9.
15. Литературная газета — 1998. — № 16.
16. Матвеева Н. П. Словарь-справочник библеизмов русского литературного языка / Н. П. Матвеева, В. И. Макаров // Русская словесность. — № 3. — 1993.
17. Московский комсомолец — 1998. — 26 декабря.
18. Московский комсомолец — 1999. — 25 декабря.
19. Олейникова О. Н. Иноязычные вкрапления в русской литературной речи советской эпохи (с 1917 по 1940 год): автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. Н. Олейникова. — Воронеж, 2001. — 20 с.
20. Оноприенко Сабине. Библеизмы современного русского языка: дис. ... канд. филол. наук / С. Оноприенко. — Воронеж, 1997. — 189 с.
21. Прибытько Е. Н. Библеизмы в языке современных газет: дис. ... канд. филол. наук / Е. Н. Прибытько. — Воронеж, 2002. — 180 с.
22. Скребов Г. Н. Иноязычные вкрапления в послевоенной художественной литературе: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Г. Н. Скребов. — Воронеж, 1997. — 24 с.
23. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. — М.: Academia, 2000. — 128 с.
24. Советская Россия. — 1998. — 29 января.
25. Советская Россия. — 1998. — 4 февраля.
26. Советская Россия. — 1998. — 21 мая.
27. Советская Россия. — 1998. — 31 июня.
28. Советская Россия. — 1998. — 6 ноября.
29. Советская Россия. — 1999. — 6 января.
30. Советская Россия. — Русь Православная — 3 декабря 1998.
31. Советская Россия. — Русь Православная — 6 января 2000.
32. Супрун В. И. Текстовые реминисценции как языковые явления / В. И. Супрун // Вопросы языкознания. — 1995. — № 6. — С. 17-29.
33. Черногрудова Е. П. Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике (на материале центральной, региональной и местной печати): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. П. Черногрудова. — Воронеж, 2003. — 21 с.

ТИПОЛОГИЯ СЛОЖНЫХ СРАВНИТЕЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

© 2004 М.В. Погорелова

Воронежский государственный университет

С точки зрения формально ориентированного способа лингвистического анализа, исторически и логически предшествующего содержательному, синтаксические конструкции, выражающие сравнение, достаточно хорошо изучены: формальные средства выражения сравнения исследованы и описаны в грамматиках и многочисленных работах, посвященных сравнительным конструкциям [1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9]. Но этот способ с точки зрения конечных результатов явно недостаточен, так как он не может выявить внутреннюю сущность анализируемых явлений, следствием чего становится противоречивость существующих концепций и классификаций таких конструкций.

Именно это обстоятельство делает необходимым обратиться к содержательно ориентированному способу координации языковых планов и попытаться создать единую и непротиворечивую классификацию сравнительных конструкций, собрав воедино и обобщив существующие наработки.

Мы предприняли попытку содержательной интерпретации синтаксических конструкций, выражающих значение сравнения. При этом, исходя из семантико-функциональных представлений, сложные сравнительные конструкции мы рассматриваем в двух аспектах: с точки зрения функции, которая выполняется сравнением, и с точки зрения характера компаративных ситуаций.

С точки зрения выполняемой сравнением функции все сложные сравнительные конструкции распадаются на три группы:

1) конструкции подобия: *Ведя бой, они оттягивали противника все дальше и дальше в сторону, как это делает тетерка, притворяясь подраненной и отвлекая охотников от своих птенцов* /Б. Полевой/; *Майор и автоматчики подвели танкиста, тот хрипло и часто дышал, мелко стучали зубы, как будто его голого ледяной водой окатили* /Ю. Бондарев/;

2) конструкции соответствия: *...вы вернетесь домой еще крепче и здоровей, чем были!* /Ю. Трифонов/; *Деревья в тумане казались больше, чем они были на самом деле* /К. Паустовский/; *Гражданского мужества у Гумилева было больше, чем требуется* /И. Одоевцева/;

3) конструкции обобщения опыта: *Мы помолчали. Погибший Витенька был еще с нами. (Но недолго, как и жил...)* /В. Маканин/; — *А что, Гога? — спросил Кузнецов, называя его по имени, как называл и в училище* /Ю. Бондарев/; *И даже во сне буду ждать, как всегда ждал наяву, счастливых неожиданностей и перемен* /К. Паустовский/.

Предложения подобия — это такие конструкции, в которых сравнение привлекается для характеристики какого-либо явления действительности посредством отсылки к другому явлению, обладающему сходными признаками: *...художник читал задумчивым, доверительным полупрошептом, будто выдавал секрет, но не свой* /Ю. Трифонов/; *...одежка такая, точно она ее на помойке подобрала...* /Ф. Абрамов/. Специфика предложений подобия проявляется при их трансформации, в результате которой появляются общие семы: *подобно тому как делают, выдавая секрет, но не свой; ...одежка подобная той, которую можно на помойке подобрать...*

Предложения подобия в свою очередь являются неоднородными. Среди них различаются конструкции предсказуемого и непредсказуемого подобия.

В случае предсказуемого подобия в главной части конструкций присутствует синсемантическое местоименное слово, информативная неполнота которого указывает на позицию придаточной компаративной части: *Барс говорил с необычайной быстротой и всегда так, словно ему необходимо в кратчайший срок выразить очень извилистую мысль со всеми ее придатками, ускользающими хвостиками, захватить, подправить все это* /В. Набоков/; *А со стороны все выглядит так славно, почти идеально, как всегда бывает со сто-*

роны /В. Токарева/. При характеристике конструкций предсказуемого подобия необходимо учитывать функцию, которую выполняет компаративная часть. На этом основании выделяются конструкции с косвенно-номинативной функцией компаративной части: *Они бегут так, как будто за ними кто-то гонится...* /Е. Шкловский/ и конструкции с уподобительно-распространительной функцией компаративной части: *...это было для него так же дико и невероятно, как если бы речь шла об Илье Муромце или сподвижнике Спартака* /В. Пьецух/.

Косвенно-номинативная функция компаративной части предполагает, что одно из содержательных звеньев основной части обозначено опосредствованно, путем сравнения. Косвенная номинация в таких сравнительных конструкциях свободно используется для выражения определения, относящегося к предметному члену предложения (*У него был **такой** вид, как будто он только что проводил делегацию арабских шейхов, прилетавших его провести* /Ф. Искандер/; *Он кивнул и быстро пошел к себе с **таким** видом, будто очень куда-то спешил* /Б. Акунин/); обстоятельства при глагольном или второстепенном сказуемом, при главном члене односоставного предложения (*...он работал **так**, как будто вокруг него были не живые люди, а автоматы, производящие те или другие действия, полезные для развития науки* /В. Каверин/; *Он говорил с **непокрытой** головой, стискивая в руке ушанку и от волнения напругая голос **так**, словно площадь была очень большая...* /К. Симонов/; *Печет внутри **так**, точно там, в желудке, поставлен горчичник* /Ю. Трифонов/); сказуемого (*Вид у Миркаса был **такой**, будто он только что старушку топором зарубил* /Л. Улицкая/); главного члена односоставного предложения (*Петерсу стало внутри **так**, будто его задавило трамваем* /Т. Толстая/).

В предложениях с уподобительно-распространительной функцией компаративной части местоименные слова содержат проекцию на обязательную компаративную часть, формируя основную часть как незавершенную в смысловом и формальном отношении. В отличие от конструкций с косвенно-номинативной функцией, где местоимения обозначают позицию того элемента, который будет представлен при помощи сравнения, здесь синсемантические слова присоединяются к элементам основной части, уже названным посредством прямой номинации. Они служат для указания на высокую степень проявления названного признака и на необходимость присоединения придаточной части, содержащей дополнительную образную информацию: *Он был очень широк в плечах... с копной черных, начинающих сесть волос и с такой густой*

щетиной на лице, как будто собирался отпускать бороду... /К. Симонов/; *...это было для него так же дико и невероятно, как если бы речь шла об Илье Муромце или сподвижнике Спартака* /В. Пьецух/.

При выражении *непредсказуемого подобия* главная часть конструкции предстает перед нами как самостоятельное, в смысловом и формальном отношении законченное предложение: в ней отсутствуют какие-либо формально-грамматические признаки, свидетельствующие о необходимости добавления придаточной части (кроме интонационный незавершенности), функцию компаративной части в таких конструкциях можно назвать ассоциативно-характеризующей: *...она наслаждалась стряпней, как музыкант наслаждается музыкой, рождающейся от его пальцев* /Л. Улицкая/; *Он осведомлялся деловито, как осведомляется доктор о симптомах болезни...* /Ю. Трифонов/.

Конструкции соответствия предполагают сравнение степени проявления признака или количественной характеристики предметов и подразделяются на два подтипа:

– предложения, в которых устанавливается соответствие степени признака: *...комбинация еще сложнее, чем он думал сперва...* /В. Набоков/; *Изворот был унижающий, все явилось куда некрасивей, чем предполагал Лосев...* /Д. Гранин/;

– предложения, в которых устанавливается соответствие количества: *Ишек у нее было меньше, чем требуется человеку...* /Т. Толстая/; *Гражданского мужества у Гумилева было больше, чем требуется* /И. Одоевцева/.

Конструкции, выполняющие функцию обобщения опыта, – это конструкции, в которых сравнение служит для установления факта сосуществования в действительности двух явлений, обладающих сходными или различающимися признаками: *Лейтенант Кузнецов... сначала испытывал азартное чувство какой-то одержимой поспешности, как испытывали это и все, слушая заглушенные расстоянием обвальные раскаты в стороне светлого сегмента неба* /Ю. Бондарев/; *– А что, Гога? – спросил Кузнецов, называя его по имени, как называл и в училище* /Ю. Бондарев/. Конструкции, выполняющие функцию обобщения опыта, по своему значению выделяются среди других функциональных типов сравнительных конструкций: здесь сравнение служит не столько целям констатации сходства явлений, сколько для логического объединения в один ряд двух или нескольких явлений или, напротив, для указания, что явления, которые на каком-то основании могли бы быть объединены, являются противопоставленными. Как отмечает Р.С. Иткина, подобные конструкции «служат средством логико-грамма-

тического уточнения признаков» и «характеризуются отсутствием образности» [4, 89].

Среди сложных конструкций обобщения опыта выделяются две разновидности:

а) конструкции приравнивания: *В возможность своей смерти он не верил, как не верит в нее никто, не побывав на краю жизни, не осознав чужую смерть, как собственную, отраженную в другом* /Ю. Бондарев/;

б) конструкции противопоставления: *Лучников не готовил свою машину специально к гонкам, не вносил в нее никаких ухищрений, как делает большинство гонщиков* /В. Аксенов/.

Специфику конструкций обобщения опыта, как и конструкций подобия, можно выявить, используя метод трансформации, хотя трансформации здесь совершенно иного рода: сложные конструкции обобщения опыта могут быть трансформированы в простые с союзом *как и* или союзным сочетанием *в отличие от (...как свойственно большинству женщин — ...как и большинство женщин...; ...так же как сам любил выводить свой полк на трудные занятия... — ...как и выводить свой полк на трудные занятия...; ...он на нее не смотрит, не ищет повода с ней заговорить, как это делали все неженатые мужчины в гостинице — ...он на нее не смотрит... в отличие от всех остальных неженатых мужчин в гостинице)*.

В целом функционально-семантическая классификация сложных сравнительных кон-

струкций предстает в следующем виде (см. схема 1).

Анализ характера компаративных ситуаций предполагает в первую очередь учет модальных свойств придаточной части.

На основании объективной модальности все компаративные ситуации членятся на два типа, дифференцируемые при помощи союзов: реальные и ирреальные ситуации. *Реальные ситуации* предполагают отсылку к прошлым, наличным или только планируемым фактам действительности и вводятся с помощью союзов реального сравнения (**как, так же как, подобно тому как, прямо как, как и, как ... так, чем, нежели, будто, словно, точно, как будто**) или союзного слова **какой**: *...вдруг он содрогнулся от жалости и стиснул ее так сильно, точно хотел защитит* /Ю. Трифонов/; *Говорила она всегда на покойной ноте, как скучные люди читают вслух* /В. Пьецух/. *Ирреальные* (гипотетические) ситуации указывают на факты, которых нет в действительности, но которые могут стать реальностью в каких-то иных условиях. Такие ситуации вводятся в сравнительные конструкции при помощи союзов ирреального сравнения **как если бы, как бы, словно бы, как будто бы, ровно бы**: *В тот денежный день я даже двигался по-иному: шел улицей, как если бы в кармане таилась не бумажка, а нечто, меняющее мою суть* /В. Маканин/.

Схема 1



Реальные ситуации в свою очередь подразделяются на две разновидности на основании субъективной модальности компаративной части, передаваемой союзными средствами связи частей:

– достоверные ситуации, вводимые союзами и союзными словами **как, так же как, подобно тому как, прямо как, как и, как ... так; какой, чем, нежели**: *И радости, и горе, и проблемы – все решается сообща! Прямо как было в Олимпиаду* /В. Пьецух/; *Как всегда, осознание приходило к нему позже, чем следовало, и тем сокрушительней* /Ю. Трифонов/; *И лицо не переменилось – какое было, такое и осталось* /К. Симонов/;

– недостоверные ситуации, в которых используются союзы **будто, словно, точно, как будто, ровно**: *Послышался звук, словно кто-то с размаху расколол полено...* /Б. Акунин/; *Глашенка... сжимаемая виски, смотрела на карты, точно ждала спасения от этих растрепанных карт* /В. Каверин/; *Как будто сбрасывал с себя тяжесть, распрямился, плечами повел с таким удовлетворением, что Рогинский рот приоткрыл* /Д. Гранин/.

В системе предложений, выражающих **достоверное сравнение**, выделяются два основных семантических типа компаративных ситуаций: **идентифицирующие** и **эталонные ситуации**.

Идентифицирующие ситуации – такие ситуации, которые не могут служить эталоном для сравнения, так как не являются типичными, генерализованными, но вместе с тем они позволяют установить сходство сравниваемой ситуации с единичными или повторяющимися ситуациями: *Через час волна будет бить в дамбу и взлетать*

над ней, как сейчас она взлетает над морем /В. Аксенов/; *Левкина мать Алина Федоровна осталась совершенно такой же, как была в довоенной жизни* /Ю. Трифонов/.

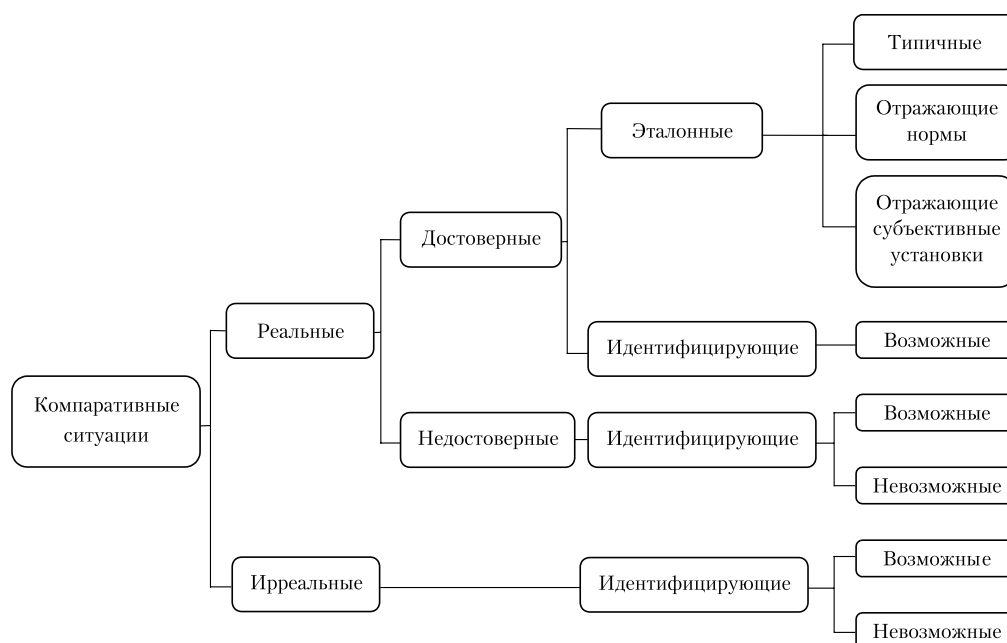
Эталонные ситуации – это ситуации, соотносящие сравниваемое с общеизвестным, обычным, тем, что может служить эталоном для сравнения: *Говорила она всегда на покойной ноте, как скучные люди читают вслух* /В. Пьецух/; *Нет, в этом доме все совсем не так, как кажется с первого взгляда!* /К. Симонов/. Среди эталонных ситуаций различаются три разновидности: 1) типичные ситуации, 2) ситуации, отражающие общепринятые нормы, и 3) ситуации, отражающие внутренние установки говорящего.

Типичные ситуации – это ситуации генерализованные, которые происходят обычно, при определенных условиях: *Она приезжала, как приезжают с ежедневной работы* /В. Белов/.

Ситуации, отражающие общепринятые нормы, – это такие компаративные ситуации, которые отсылают слушателя некоторой норме, принятой определенным кругом людей: *На сохранившейся фотографии видно, что «Черный квадрат» расположен в углу, под потолком – там и так, как принято вешать икону* /Т. Толстая/.

Ситуации, отражающие внутренние субъективные установки – компаративные ситуации, которые соотносят происходящую в действительности ситуацию с представлением о ней, сложившемся у воспринимающего субъекта до реального восприятия: *Там есть чудесные места и вовсе не так скучно, как некоторые полагают* /В. Аксенов/.

Схема 2



Недостовверные и ирреальные компаративные ситуации могут быть только *идентифицирующими*, то есть такими, которые сами по себе не служат эталоном для сравнения, но позволяют установить сходство сравниваемой ситуации с единичными или повторяющимися ситуациями.

При этом идентифицирующие ситуации (как в конструкциях с союзами реального недостаточного сравнения, так и в конструкциях с союзами ирреального сравнения) подразделяются на два подтипа: ситуации, существование которых говорящим представлено как теоретически возможное: *Пахнет розами. Как будто мы попали в розовый сад* /Л. Петрушевская/; *Тишина подступает, как если б одеяло кто на уши наложил* /Т. Толстая/ и ситуации, возможность существования которых говорящий заведомо отрицает, так как в действительности существует противоположная ситуация: *Смешок, вздох сочувствия, горделивый хмык, как будто не про восемнадцатый век, а про семейные дела, про дядю родного рассказывает* /Д. Гранин/; *Вздуря паводок переводной литературы, из которой мы с изумлением узнали, что сатин и вельвет — одежда королей, совершенно как если бы они были доярками и механизаторами* /Т. Толстая/.

Если говорить о соотношении двух уровней классификации сложных сравнительных конструкций — на основании функции и на основании типа компаративной ситуации, — то можно отметить, что употребление реальных недостаточных и ирреальных ситуаций возможно только в сравнительных конструкциях подобия; реальные достовверные ситуации (как эталонные, так и идентифицирующие) встречаются во всех функциональных типах сложных сравнительных конструкций.

Типология компаративных ситуаций может быть отражена в следующей схеме (см. схема 2).

ЛИТЕРАТУРА

1. Абсаматов С.Б. Структурно-семантические особенности синтаксических единиц

со значением сравнения: Дис. ... канд. филол. наук / С.Б. Абсаматов. — Тамбов, 1997. — 28 с.

2. Белова Т.Г. Некоторые типы сложных предложений, выражающих отношения сравнения и сопоставления / Т.Г. Белова // Иностранные языки в школе. — 1958. — №1. — С. 27-40.

3. Гуляева Л.Н. К вопросу о параллелизме в сравнительной конструкции / Л.Н. Гуляева // Синтаксические связи в русском языке: Межвуз. темат. сб. — Владивосток: Изд-во Дальневосточ. ун-та, 1980. — С.84-92.

4. Иткина Р.С. Сравнительно-сопоставительные обороты с союзами *как, как и* при соотносительных местоименных словах / Р.С. Иткина // Известия Воронежского гос. пед. ин-та. — 1964. — Т. 44. — С. 89-96.

5. Киселева Л.А. Неполные придаточные предложения с сравнительными союзами в современном русском литературном языке / Л.А. Киселева // Вестник Ленинградского гос. ун-та. — 1957. — №14. — Серия истории языка и литературы. — Вып. 3. — С. 143-155.

6. Киселева Л.А. Полные придаточные предложения с сравнительными союзами в современном русском языке / Л.А. Киселева // Ученые записки Ленинградского гос. ун-та им. Жданова. — 1958. — №235. — Серия филол. наук. — Вып. 38. — С. 103-113.

7. Черемисина М.И. Некоторые вопросы синтаксиса (сравнительные конструкции современного русского языка) / М.И. Черемисина. — Новосибирск, 1971. — 181 с.

8. Черемисина М.И. Сравнительные конструкции русского языка / М.И. Черемисина. — Новосибирск: Наука. Сибирское отделение, 1976. — 270 с.

9. Широкова Н.А. Синтаксические конструкции, вводимые сравнительными союзами, в составе простого и сложного предложения: Автореферат дис. ... докт. филол. наук / Н.А. Широкова. — Казань, 1967. — 41 с.

К ИССЛЕДОВАНИЮ НАЦИОНАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ КУЛЬТУР

© 2004 А. О. Стеблецова

Воронежский государственный университет

Глубинные связи между языком и культурой общепризнанны, но то, как именно модели коммуникативного поведения соотносятся с системой культуры, представляет большой интерес как для общей теории коммуникации, так и для описания и анализа коммуникации внутри отдельного языкового сообщества.

При описании коммуникации мы пользуемся понятиями, давно и прочно вошедшими в научный обиход представителей разных гуманитарных дисциплин: культурологии, социологии, политологии, теории коммуникации, лингвистики. Словосочетания *национальная и коммуникативная культура, коммуникативное поведение* и др. кажутся привычными и понятными, однако в зависимости от области исследования изучаемого объекта их толкование может существенно различаться.

В данной работе используются термины “коммуникативная культура”, “деловая коммуникативная культура”, “национальная культура”, где ключевым понятием является “культура”. Насколько сложен и многогранен сам феномен культуры, настолько многозначно и разнообразно использование этого понятия в разных контекстах разными науками. Поэтому представляется необходимым пояснить, в каком именно смысле этот термин используется нами.

Вслед за Э. Сепиром мы используем термин “культура” как “общие установки, взгляды на жизнь и специфические проявления цивилизации, которые позволяют конкретному народу определить свое место в мире” [2, 469]. Данная концепция наиболее близка нам, так как, говоря о британской, русской или иной культуре, мы неизбежно пытаемся выделить те специфические черты народа, в которых проявляется его национальная и культурная самобытность.

Поэтому под *национальной культурой* мы понимаем не только и не столько те материальные и духовные ценности, ею созданные, сколько ее специфические проявления, которые по-

зволяют четко обособить ее от других культур.

Коммуникация, в свою очередь, является довольно широким понятием, часто соседствующим в определениях с понятием культуры, и не случайно. *Коммуникацию* можно определить как процесс вербального и невербального взаимодействия людей; это общение в разнообразных ситуациях, с различными участниками, в разных формах, видах, моделях, по разнообразным поводам и на разные темы.

Коммуникация является одним из способов существования культуры, так как исторически сложившиеся модели, жанры, традиции и нормы коммуникации, отличающиеся у разных языковых сообществ, позволяют говорить о *коммуникативной культуре* народа. Таким образом, *коммуникативная культура* народа — это та часть национальной культуры, в которой отражаются языковые идеалы и представления, традиции и обычаи, нормы и правила общения представителей данного общества.

Понятие коммуникативной культуры народа охватывает все сферы человеческой деятельности. Наше внимание привлекает сфера *деловых отношений*, то есть таких, целью которых является организация и оптимизация предметной/материальной деятельности людей: производства, торговли, коммерции и т. п. Очевидно, что данная сфера столь широка и важна в жизни общества, что сама по себе является неотъемлемой частью национальной культуры. Общение в сфере деловых отношений регулируется исторически сложившимися нормами и правилами, имеющими устойчивый характер. Поэтому можно говорить о *деловой коммуникативной культуре*, то есть такой части коммуникативной культуры народа, которую составляют традиции и нормы поведения ее носителей в процессе делового (экономического, производственного и т. п.) взаимодействия.

Изучение деловой коммуникативной культуры отличается широким разнообразием мето-

дов и подходов. Западные исследователи предлагают модели описания и анализа деловых культур, собственные типологии, в основе которых лежат некие общекультурные критерии, имеющие особую значимость в сфере деловых отношений.

Так, Р. Льюис [1, 24] предлагает типологию деловых культур мира на основании того, каким способом в них организована деятельность во времени. Исходя из этой типологии, деловые культуры разделяются на

– Моноактивные – культуры, в которых деятельность подчинена четкому планированию. Для них свойственно составлять расписание/план и придерживаться его, организовывать действия в определенной последовательности, заниматься одним делом в данный момент, разбивать проект на этапы и последовательно их осуществлять. Для моноактивных культур характерна приверженность принципу “конечного срока” – *deadline*, который является временной точкой завершения дела и нарушать который недопустимо. Яркими представителями данного типа являются американская, британская, многие европейские (немецкая, швейцарская, датская и др.) деловые культуры.

– Полиактивные – культуры, характерными чертами народов которых являются активность, подвижность, общительность. Для них обычным является братья за несколько дел одновременно. Очередность дел обуславливается не расписанием, а степенью относительной привлекательности и значимости того или иного мероприятия в данный момент. Планирование осуществляется в общих чертах, планы могут меняться. Представителями данного типа являются некоторые южно-европейские культуры (итальянская, греческая), латиноамериканские, арабские культуры.

– Реактивные – культуры, деятельность которых организуется не по строгому и неизменному плану, а в зависимости от меняющегося контекста, как реакция на эти изменения. Народы таких культур придают наибольшее значение вежливости и уважению, предпочитая молча и спокойно выслушивать предложения собеседника. Представителями данного типа являются азиатские культуры (китайская, корейская), японская деловая культура, а также финская.

Данные краткие характеристики деловых культур автор существенно дополняет и расширяет за счет некоторых типичных психологических деловых черт характеристик, способов сбора информации, особенности манеры общения и др. Приведем примеры лишь некоторых.

Так, согласно Р. Льюису, британцы как представители моноактивной деловой культуры об-

ладают следующими *психологическими характеристиками*: интроверты, ровные, бесстрастные, ориентированы на работу, любят уединение; при *сборе и представлении информации* пользуются статистикой, справочниками, базами данных и строго придерживаются фактов; в *общении* придерживаются официального вежливого тона, сдержанной жестикюляции и мимики, редко перебивают, в споре опираются на логику.

Представители российской деловой культуры, которые согласно Р. Льюису относятся к полиактивной культуре, обладают следующими *психологическими характеристиками*: экстраверты, нетерпеливые, общительные, ориентированы на людей, эмоциональны; при *сборе информации* стремятся получить ее из первых рук (устно), могут подгонять факты; в *общении* стараются определить ключевую фигуру, в споре эмоциональны, часто перебивают, обладают богатой жестикюляцией и мимикой.

Модель описания деловых культур Г. Хофстеде основана на пяти социокультурных категориях, представленных в виде оппозиций.

1. Категория индивидуализма, т. е. приоритет интересов индивида или интересов группы индивидов, позволяет представить деловые культуры как

– индивидуалистские, в которых господствует интерес индивида, в которых личности отличаются высокой степенью самоуважения и независимости, а также характеризуются недостатком толерантности к противоположной точке зрения;

– коллективистские, в которых господствует вера в могущество коллектива, его благо ценится выше личной свободы, интересов или успеха, в которых члены коллектива стараются сосуществовать гармонично, с минимумом конфликтов или психологического напряжения.

2. Категория “отношения к власти”, т. е., с точки зрения Хофстеде, степень принятия в обществе факта, что власть распределяется не равно. Так, на основании этой категории культуры могут быть представлены как

– относящиеся с большим уважением к власти, которые демонстрируют сильную зависимость подчиненных от начальников и стремление к четкой иерархической структуре. Эмоциональная дистанция между начальником и подчиненным достаточно велика, подчиненные редко противоречат начальникам, и признание власти основано на более высоком иерархическом положении ее носителей. Таковы культуры Мексики, Венесуэлы, Индии, Сингапура, Франции, Испании, Японии;

– относящиеся с меньшим уважением к власти, которые демонстрируют относительно не-

большую зависимость подчиненных от начальника и тяготеют к отношениям сотрудничества с ними. Эмоциональная дистанция между начальником и подчиненными невелика: подчиненные с готовностью вступают в общение с начальником и нередко ему противоречат. Таковы культуры Дании, Ирландии, Великобритании, Германии, Австралии, Канады и США.

3. Категория “отношения к неопределенности и переменам”, т. е. до какой степени представители культуры могут испытывать опасения и страх в неопределенной или неизвестной ситуации. На основании этой категории культуры делятся на

– культуры с “высокой степенью страха перед неизвестным” – их представители больше полагаются на экспертов или власти, когда надо принимать решение, стремятся избегать неясных или непредсказуемых ситуаций, предпочитают рутинный ход событий или бюрократический порядок вещей. К таковым относятся восточно-европейские, японская, южно-корейская, пакистанская культуры;

– культуры с “низкой степенью страха перед неизвестным” – их представители уверены в своей способности принимать решения и влиять на власть, отличаются позитивным отношением к переменам, которые воспринимаются скорее как предоставление новых возможностей, а не как возникновение новых угроз. К данным культурам Хофстеде относит англосаксонские и нордические, а также некоторые азиатские культуры.

4. Категория “мужского/женского типа поведения” – агрессивное или пассивное поведение в достижении целей. Культуру можно охарактеризовать как культуру “мужского типа”, если в ней есть четкое разделение социальных ролей по гендерному принципу: мужчины отличаются большей настойчивостью и агрессивностью в достижении целей, а цели в основном материальны; “женского типа”, если в них социальные и гендерные роли пересекаются, мужчины и женщины больше ценят гармоничные отношения, высокое качество жизни и проявляют заботу к окружающим.

5. Категория временного отношения к деловым отношениям – рассмотрение последних в долгосрочной или краткосрочной перспективе. Культуры с “долгосрочным взглядом” на деловые отношения проявляют большую приверженность к работе, трудолюбие и ценят свой деловой имидж; с “краткосрочным взглядом” на деловые отношения проявляют меньшую настойчивость и меньший интерес к поддержанию прочных деловых связей, прохладнее относятся к упорному, кропотливому труду.

Во многом сходной с вышеописанной концепцией Г. Хофстеде является и модель анализа коммуникативных культур Ф. Тромпенаарса, основанная на семи культурологических принципах, которые сам автор называет дилеммами. Пять из них можно обозначить как принципы культуры, характеризующие отношения с людьми, а два принципа – как характеризующие отношения представителей культуры ко времени и к природе.

1. Культуры “универсальные”, в которых “универсальные” культурные нормы преобладают над личными отношениями и следование нормам не зависит от обстоятельств, и культуры “частностей”, в которых узы личных отношений могут быть сильнее, чем общие правила, а подчинение последним зависит от обстоятельств.

2. Культуры индивидуалистские, рассматривающие личность как главную цель на пути коллективных усилий, и культуры коллективистские, рассматривающие коллектив как конечную цель развития индивидуальных возможностей.

3. Культуры эмоционально открытые и культуры эмоционально сдержанные.

4. Культуры “аналитичные”, в которых существует четкое разделение/разграничение типов отношений по целям, задачам, партнерам и т. д., например, четкое разграничение между деловыми и личными отношениями, и культуры “синтетичные”, или диффузные, в которых различные типы отношений могут смешиваться.

5. Культуры “присвоенных” статусов, в которых социальные статусы присваиваются по возрасту, классовой принадлежности, полу, образованию, т. е. культуры, в которых важно “кто ты”, и культуры “достигнутых” статусов, в которых статус, титул, положение присваиваются в зависимости от достижений личности, т. е. культуры, в которых важно “что ты сделал”.

6. Культуры “синхроничные”, представители которых могут заниматься несколькими делами в одном промежутке времени и для которых пунктуальность не является приоритетом, и культуры “последовательные”, представители которых придерживаются линейного подхода в организации дел, следуют расписанию и пунктуальны.

7. Культуры с “органичным взглядом” на окружающую среду, то есть представляющие себя как часть природы, и культуры с “механистичным взглядом” на окружающую среду, стремящиеся управлять природой, контролировать ее с помощью современных технологий.

Можно отметить, что все авторы вышеперечисленных моделей описания деловых культур придерживаются синтетических (holistic) подходов в своих концепциях. Это объясняется вполне

практическими соображениями и нуждами современных процессов межкультурной коммуникации. Проблемы коммуникативных и межкультурных барьеров, непонимания и конфликтов, так называемых “well-meaning clashes”, возникающих вследствие того, что представители разных коммуникативных культур действуют согласно собственным культурным нормам и представлениям, которые часто противоречат нормам и представлениям других культур, требуют глубокого и всестороннего анализа и объяснения культурологических причин подобных явлений.

Также естественно и стремление ученых-лингвистов выявить и проанализировать языковую составляющую коммуникативной культуры вообще и деловой коммуникативной культуры в частности. Ведь именно в вербальной коммуникации наиболее ярко отражаются *этические* или культурно-специфические значения, идеи, концепты, интерпретации, модели коммуникативного поведения, которые уникальны в той или иной культуре.

Стремлением выявить взаимосвязь и взаимовлияние национальной и культурной специфики и коммуникативного поведения проникнута концепция Э. Холла, в которой автор предлагает свое видение типологии коммуникативных культур как двух глобальных групп low-context и high-context.

Под low-context коммуникативными культурами автор понимает такие культуры, в которых намерения говорящих и значения сообщений лучше выражаются посредством эксплицитных высказываний. Под high-context коммуникативными культурами понимаются такие, в которых намерения и значения лучше передаются в социокультурном контексте (например, через социальные роли и статусы) и через невербальные элементы (например, паузы, молчание, тон голоса) высказываний. В целом, в коммуникативных культурах “низкого контекста” чаще используются коммуникативные модели прямого характера — прямой коммуникативный подход, стремление к ясности высказывания. От говорящего ожидается создание ясного убедительного высказывания, которое слушающий может легко декодировать. И наоборот, в коммуникативных культурах “высокого контекста” используются коммуникативные модели косвенного характера — косвенные речевые стратегии с обилием невербальных элементов, когда слушающий или интерпретатор высказывания принимает обязанность выявить скрытые контекстуальные значения высказывания, от него ожидается умение “читать между строк”, выявить тончайшие невербальные нюансы, сопровождающие высказывание, чтобы его декодировать.

Таким образом, основными характеристиками коммуникативной культуры “низкого контекста” являются:

- индивидуалистические ценности;
- линейная логика интеракции;
- прямой стиль общения;
- лично-ориентированный, часто самовозвеличивающий стиль общения;
- в фокусе интеракции находится говорящий;
- вербальная интерпретация высказывания.

Основными характеристиками коммуникативной культуры “высокого контекста” являются:

- групповые или коллективистские ценности;
- циклическая логика интеракции;
- косвенный стиль общения;
- статусно-ориентированный, часто самоуничижительный стиль общения;
- в фокусе интеракции находится слушающий;
- контекстуальная интерпретация высказывания.

По мнению Э. Холла, коммуникативные культуры Великобритании, США, Канады, Германии, Швеции и др. являются примерами коммуникативной культуры “низкого контекста”, тогда как коммуникативные культуры Японии, Китая, Южной Кореи, Мексики, Нигерии, Саудовской Аравии относятся к культурам “высокого контекста”.

Не располагая необходимым материалом по всем представленным коммуникативным культурам, но изучая деловую коммуникативную культуру Великобритании, мы попытались выяснить, насколько деловые тексты данной культуры отражают вышеперечисленные характеристики и какие именно языковые средства при этом используются.

ПРЯМОЙ СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ

Определяя понятие прямого стиля общения как использование выражений, ясно отражающих коммуникативное намерение адресанта делового текста, можно заключить, что деловой текст британской коммуникативной культуры демонстрирует именно такой стиль. Собранный корпус примеров деловых писем различных жанров показывает, что автор делового текста ясно и недвусмысленно декларирует свое намерение совершить некое действие, используя при этом разнообразные языковые конструкции, ядром которых является соответствующий перформативный глагол:

I am writing to **inform** you... (Пишу, чтобы сообщить вам...), I am delighted to **tell** you... (Я рад

сообщить вам...), We can **confirm** that... (Мы можем подтвердить, что...), This is to **certify**... (Настоящим подтверждаем...), We are delighted to **announce**... (Мы рады объявить...), This is to **acknowledge**... (Настоящим подтверждается...), I am **applying** for the position of ... I am writing to **complain** about.... (Обращаюсь к вам с жалобой...), It gives me great pleasure to **invite** you to... (С удовольствием приглашаю вас...), The Company XXX hereby **declares** Mr. Michael Hendson as the Head of (Компания XXX назначает господина...), I would like to **resign**... (Я ухожу с должности...), We must **apologise** for ... (Мы вынуждены извиниться за ...) и многие другие.

Еще одним проявлением прямого стиля общения является современная тенденция отказа от клишированных высокоформальных фразеологических оборотов “бизнес-жаргонизмов” и синтаксически перегруженных конструкций, затрудняющих интерпретацию смысла сообщения, и замены их на стилистически нейтральные лексические средства и более простые синтаксические конструкции (см. табл.).

В первой колонке таблицы представлены традиционные, но несколько устаревшие конструкции, насыщенные лексикой высокоформального стиля делового регистра (herein in respect of, hereby, at our disposal, in the vicinity of). Во второй колонке представлены современные способы выражения тех же значений. В третьей колонке — наш перевод.

Следующим примером прямого стиля общения является все более распространенное использование дескриптивных заголовков в деловых текстах разных жанров, включая тексты деловых писем. Использование заголовков позволяет адресату еще до прочтения текста узнать его тему.

Так, например, из заголовка письма-жалобы менеджеру круглосуточного супермаркета можно составить представление о сути жалобы: **Not much left for late-night shopping** (Недостаточно товаров для “вечерних” покупателей). Или из заголовка доклада, содержащего предложения по повышению эффективности работы компании, можно понять суть самого предложения: **We can cut costs by 20 % in six months** (Мы можем сократить расходы на 20 % в течение 6-ти месяцев).

Прямой стиль общения в деловых текстах британской коммуникативной культуры проявляется и в преимущественном использовании способа подачи информации “от наиболее важного к менее важному”, особенно в текстах докладов, отчетов, меморандумов, информационных записок, электронных сообщений, писем-предложений, писем-запросов. Автор представляет ключевой пункт своего сообщения в самом начале текста (в письме — в первом абзаце), под-

крепляя его затем необходимыми деталями, аргументами, подробностями и т. п. Адресат, таким образом, получает возможность сразу понять суть текста. Предлагаем в качестве примера отрывок делового письма.

REF: *Your letter of 7 August 2001 inviting me to comment on you tax proposal*

Dear Mrs Thornton

More headlines needed in proposal

I'd like to suggest that you adopt a more headline-driven approach to your draft tax proposal so that readers can catch key points at a glance.

(Относительно Вашего письма от 7-го августа, приглашающего меня высказать свои замечания проекту предложения о налогах.

Уважаемая госпожа Торнтон,

в проекте необходимо больше заголовков.

Я предлагаю использовать больше заголовков в тексте проекта Ваших предложений по налогам, так как это поможет привлечь внимание читателей к его ключевым моментам).

ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ

Безусловно, наиболее очевидные проявления личностно-ориентированного стиля делового общения в британской коммуникативной культуре отмечены в устном общении.

Личностно-ориентированный стиль часто диктует неформальное коммуникативное поведение, что вербально выражается в обращении по имени (даже к вышестоящим партнерам по коммуникации), в побуждении коммуникантов выразить собственное мнение и в его последующем эксплицитном выражении, использовании одних и тех же речевых стратегий при общении с противоположным полом, проявлении уважения к уникальным личностным качествам коммуникантов.

В деловых текстах британской коммуникативной культуры проявление личностно-ориентированного стиля можно наблюдать

— в **благодарственных письмах**, в которых с помощью лексики позитивной оценки подчеркиваются личные заслуги адресата: I would like to thank you personally for your attention to detail in the planning, coordination and flawless execution of our project... (Я хотел бы поблагодарить Вас лично за *Ваше постоянное внимание* ко всем деталям планирования, координации и *безупречное* выполнение нашего проекта...).

— в **письмах-просьбах**, например, из благотворительных фондов с просьбой о пожертвовании: If you care about animals... (Если *Вы неравнодушны* к животным...).

— в **письмах-требованиях**, например, об оп-

лате просроченных платежей (collection letter), в которых апелляция к положительным личным и деловым качествам адресанта-должника является своеобразным прагматическим инструментом воздействия на него: You have always been *a reliable customer...* (Вы всегда были нашим надежным клиентом...). Over the past four months, we have tried to get you to fulfill your obligations to us. We assumed, since you had an *excellent credit rating* and have always been *responsible in paying your bills before*, that some small oversight was to blame. (В течение четырех месяцев мы пытались добиться от Вас выполнения Ваших обязательств по отношению к нам. Учитывая Вашу *кредитоспособность* и *прежнюю аккуратность в оплате счетов*, мы предполагали, что задержка платежа вызвана простым недосмотром с Вашей стороны).

– в **электронных сообщениях (e-mails)**, в которых коммуниканты, как правило, придерживаются неформального тона, используют обращение по имени, сокращения, простые, иногда неполные, предложения, лексику разговорного стиля: Dear Richard. We've stopped making this fly spray... However, I can sell you a maximum of 20 boxes from our stocks... (Дорогой Ричард. Мы больше не производим этот спрей... Однако я могу продать тебе 20 упаковок, оставшихся на складе...).

SELF-ENHANCEMENT (“САМОВОЗВЫШАЮЩИЙ”) СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ

Данная характеристика стиля общения или коммуникативного поведения заключается в подчеркивании собственных достоинств и достижений, их провозглашении и рекламировании.

В англоязычной деловой коммуникативной культуре эту характеристику можно заметить

– в **деловых текстах рекламного характера**, ярко высвечивающих достоинства компании:

Dear Mr. Cannon

We are a *major player* in this business. Since our inception in 1980, we have done work for most major corporations, including Coca Cola, Kodak, ...we are committed to offering you the *highest quality* pins at the lowest prices... I'll be happy to send you numerous samples and to provide you with a list of *notable references*.

(Уважаемый господин Кэннон. Являясь *ключевым игроком в данном бизнесе*, мы сотрудничали с такими корпорациями, как Кока-Кола, Кодак и др. Мы предлагаем Вам булавки *высшего качества* по самым *низким ценам*...).

– в **текстах рекомендательных писем (references)**, в которых фактологическая информация сопровождается выражением оценки

профессиональных и личных качеств рекомендуемого: Thank you for the pleasant opportunity to recommend to you Mr. Bill Andersohn for your position of Accountant Executive. Not only is he one of our top Assistant Accountant Executives, he is also an especially *mature, personable, and insightful individual*. He is a *self-starter* and a person who *predictably meets deadlines*. I often notice his *impressive creativity*'-a characteristic he had applied in the design of some brochures. (Личные и деловые качества человека описываются при помощи эмоционально-экспрессивной лексики положительной семантики, эпитетов: *опытный, вдумчивый, приятный в общении, добросовестный, с впечатляющими творческими способностями* и др.).

– в **текстах Curriculum Vitae**, которые представляют собой профессиональный “портрет” автора и в которых кроме описания специальности/квалификации, образования, опыта и навыков автора обычно содержится информация о его личностных качествах и амбициях, а также сведения о достижениях и успехах в общественной жизни, спорте и других сферах. Языковым средством выражения является в основном лексика эмоционально-экспрессивного характера со значением позитивной оценки: *efficient* – эффективный, *highly-motivated* – с высокой мотивацией, *adaptable* – легко адаптирующийся, *experienced* – опытный, *client-facing* – умеющий работать с клиентами, *friendly* – дружелюбный и пр.

Рамки статьи позволяют рассмотреть лишь некоторые характеристики деловой коммуникативной культуры в аспекте их лингвистического и лингвостилистического описания. Безусловно, это еще далеко не полный анализ такого сложного явления, как деловая коммуникативная культура, описание которого (как видно из обзора западных подходов к анализу культуры) может вестись в русле многих гуманитарных дисциплин: культурологии, социологии, политологии, теории коммуникации. Без социокультурных, политологических, этнографических данных анализ коммуникативной культуры вряд ли возможен. Однако очевидно и то, что деловая коммуникативная культура может и должна быть предметом теоретического анализа, в котором собственно языковой/лингвистический аспект исследования будет чрезвычайно важен. При этом дискурсивный анализ делового текста (т. е. анализ текста сферы деловой коммуникации в совокупности его лингвистических, прагматических, социокультурных, интерактивных отношений) является одним из эффективных методов научного исследования деловой коммуникативной культуры.

1	2	3
Enclosed herein is your tax return in respect of the year 2002.	Here is your tax return for 2002.	Прилагаем расчет Вашего налогового вычета за 2002 год.
Receipt is hereby acknowledged of your income tax return in respect of the current year.	We have received your tax return for the current year.	Подтверждаем получение расчета вычета Вашего подоходного налога за текущий год.
In the event of a tenant finding that committee room booked for a meeting is not available, the tenant shall contact the staff member on duty at reception who will then allocate that tenant an alternative venue.	If a committee room that you have booked is not available, please inform reception and they will provide you with an alternative one.	Если заказанный Вами зал совещаний занят, проинформируйте администрацию, и Вам будет предоставлено другое помещение.
The research that we currently have at our disposal suggests that Company A will acquire the entire issued share capital of company B for a total consideration likely to be in the vicinity of \$15 m.	The research we have suggests that Company A will acquire Company B for about \$15m.	Наши данные свидетельствуют, что компания А приобретет компанию В за 15 млн. долларов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Льюис Р. Деловые культуры / Р. Льюис. – СПб: Норинт, 1998.

2. Сепир Э. Культура подлинная и мнимая // Избранные труды по языкознанию и культурологии. – М.: Прогресс, 2001.

3. Gentle R. Business Writing that Works. – London: Prentice Hall, 2002

4. Hall E. T. Beyond Culture. – New York: Doubleday, 1976

5. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. – London: McGraw – Hill, 1991.

6. Ting-Toomey S. Communicating Across Cultures. – New York, London: The Guilford Press, 1999.

7. Trompenaars F. Riding the Waves of Culture: Understanding Culture Diversity in Business. – The Economist Books, 1993.

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КАТЕГОРИИ *ОБЩЕНИЕ* В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

© 2004 М.В. Шаманова

Борисоглебский государственный педагогический институт

Составной частью когнитивного сознания нации является коммуникативное сознание. Под коммуникативным сознанием, по определению И. А. Стернина, понимается “совокупность знаний и механизмов, которые обеспечивают весь комплекс коммуникативной деятельности человека. Это коммуникативные установки сознания, совокупность ментальных коммуникативных категорий, а также набор принятых в обществе норм и правил ведения общения. Для русского человека это совокупность знаний о том, как надо вести общение в России” [4, 11]. Коммуникативные категории содержат информацию о том, “как тот или иной носитель языка понимает категоризируемое явление, что он включает в состав данного явления” [3, 30–31].

Под коммуникативными категориями понимаются наиболее общие по своему содержанию коммуникативные концепты, содержащие наиболее существенную для коммуникативного сознания и обобщенную коммуникативную информацию.

Категории — это вторичные зонтичные концепты, то есть обобщающие и включающие в себя первичные, более конкретные концепты.

Используется следующая методика выделения коммуникативных категорий как единиц национальной концептосферы:

1) составляется список всех имеющихся в концептосфере коммуникативных концептов;

2) выявляются наиболее обобщенные из них (зонтичные, то есть покрывающие ряд других коммуникативных концептов);

3) определяется важность, актуальность концептов для национального сознания;

4) анализируется степень лексической объективации концепта (категории должны иметь высокий уровень лексической объективации — ключевые слова-репрезентанты концепта должны возглавлять большое, многотысячное лексико-фразеологическое поле; репрезентанты концепта должны иметь обширное ассоциатив-

ное поле с высоким уровнем согласованности ассоциативных реакций); высокий уровень языковой объективации является показателем устойчивости концепта как ментального явления национальной концептосферы;

5) наиболее важные, актуальные и обобщенные концепты с высоким уровнем лексической объективации определяются как *категории*.

В русском коммуникативном сознании к категориям можно в указанном выше смысле отнести такие коммуникативные концепты, как *общение, язык, вежливость*.

Исследование коммуникативных категорий возможно как лингвистическими, так и психолингвистическими методами.

Лингвистические методы описания коммуникативного сознания предполагают, в частности, анализ семантических связей, в которые вступает ключевое слово-репрезентант концепта (категории) — анализ синонимических рядов, антонимических пар, построение деривационного, лексико-фразеологического, лексико-грамматического поля ключевого слова концепта. Как отмечал Б. Ю. Норман, “в языковой системе, в том числе в тематической организации лексики, отражаются особенности познавательного опыта конкретного народа, черты его материальной и духовной культуры, а также определенная, принятая данным языком “конвенция” [2, 163].

Так, анализ словарных дефиниций ключевых слов-репрезентантов коммуникативной категории *общение* (*общение, общаться*), исследуемой нами, и их синонимов (*общение — соприкосновение — сношения; общаться — соприкасаться — знатья — водиться — якшаться — путаться — валандаться*) позволяет выявить некоторые признаки названного концепта:

— установление знакомства между людьми;
— поддержание определенных связей, отношений;

— характер связей (поверхностные или более глубокие — приятельские, дружеские и т. п. связи);

- необходимость общения (желательное / нежелательное);
- моральный характер (предосудительное);
- польза от общения (полезное / бесполезное).

Нами был использован также метод построения лексико-фразеологического поля ключевого слова-репрезентанта. Лексико-фразеологическое поле, репрезентирующее концепт *общение*, — одно из самых больших полей русского языка. Оно насчитывает 2102 лексемы и 1098 фразеологических единиц. Это подтверждает категориальный статус данного концепта, показывает, что данная категория является значимой для процесса мышления, а также является устойчивой ментальной категорией, поскольку только устойчивые концепты имеют обширные языковые средства вербализации.

Отметим, что использование исключительно лингвистических методов описания концептов ограничивает возможности полного, комплексного исследования той или иной ментальной категории. Опора только на данные словарей оказывается недостаточной. Психолингвистические экспериментальные процедуры “позволяют выявить и описать содержание языковых знаков и структур в том виде, в каком они реально присутствуют в сознании носителей языка” [4, 12]. Такие методики позволяют выявить *психологически реальное значение* слова в языковом сознании носителя языка, которое, как правило, существенно отличается по объему и структуре от его лексикографических описаний.

Описание психологически реального значения слова позволяет с помощью применения к полученному описанию методов когнитивной интерпретации более полно представить когнитивную структуру и содержание соответствующего концепта, нежели это удастся только на основе его лексикографических описаний.

Для определения психологически реального значения лексемы *общение*, являющейся ключевым словом-репрезентантом концепта *общение* в русском языке, мы использовали метод субъективных дефиниций.

Испытуемым предлагалось письменное задание:

“Продолжите фразу *общение — это... (общаться — это...)*:

- 1.....
- 2.....
- 3.....”

Время на выполнение задания не ограничивалось.

Первоначально проводилось два различных эксперимента на стимулы *общение* и *общаться*,

но при анализе материалов экспериментов выяснилось, что полученные реакции в таком случае различаются не по смысловому признаку, а по грамматическому оформлению (*общение — это обмен информацией, общаться — это обмениваться информацией*), что позволило объединить результаты экспериментов.

В эксперименте принимало участие 900 человек, жители крупных, средних и малых населенных пунктов (в каждой группе по 300), из них — 437 мужчин, 463 женщины, 320 человек в возрасте от 20 до 30 лет, 373 человека в возрасте от 31 до 60 лет, 207 человек в возрасте свыше 60 лет.

Результаты эксперимента

Обработка результатов эксперимента позволяет следующим образом представить содержание значения слова *общение*: *разговор 104, беседа 90; обмен информацией 76; разговаривать 56; разговор между людьми 47; диалог 35; обмениваться информацией 29; дружба 27; передача информации 26; радость 18; встреча 17; обмен мнениями 16; получение информации 14; беседовать; взаимопонимание; деловая связь; дружить; любовь 13; обмениваться мнениями; разговор двух или более людей; разговор двух человек 12; вести беседу; диалог двух или более людей; узнавать что-то новое 11; взаимодействие людей; жизнь; лекция 10; времяпрепровождение; знакомство; контакт; переписка 9; дружеская связь 8; общие интересы; отношения между людьми; переписываться; понимание; приятное времяпрепровождение; разговор нескольких человек; удовольствие 7; взаимоотношения между людьми; встречаться; информация; отдых; приятная беседа; спор 6; взаимоотношения; дружеская беседа; друзья; жить; интерес; интересно проводить время; контакт между людьми; обмен мыслями; обмен опытом; обмен эмоциями; передавать информацию; поддерживать отношения; познание; проводить время; развлекаться; слушать; собрание 5; беседа между людьми; болтать; веселье; взаимные отношения; делиться впечатлениями; диспут; интересный разговор; хорошо проводить время; компания; находить общий язык; обмениваться новостями; обмениваться своими мыслями; обсуждение; обсуждение различных тем; обсуждение чего-л.; отношения; поддерживать разговор; получать информацию; получение новой информации; понимание собеседника; понимать друг друга; процесс взаимодействия людей; развитие; разговор с людьми; разговоры; свидание; способ обмена информацией; способ передачи информации; способ познать себя; уважение; удовлетворение 4; беседа двух или более человек; беседа с друзьями; вести диалог; взаимопомощь; высказать свое мнение; говорить; говорить на одном языке; гулянка; делиться информа-*

цией; делиться мыслями; диалог нескольких лиц; дружеская связь людей; интересная беседа; коммуникативный процесс; коммуникация; контактировать с другими людьми; монолог; находить общие интересы; необходимость; обмен информацией между людьми; обмениваться впечатлениями; образ жизни; общность интересов; отдыхать; письмо; познавать; познание друг друга; познание нового; праздник; приятный разговор; проведение времени; работа; работать; развлечение; разговаривать друг с другом; разговор между двумя или более людьми; разговор по душам; речь; решение проблем; с кем-то говорить; связь; смысл жизни; советоваться; способ взаимодействия людей; умение говорить; умение разговаривать с людьми; умение слушать; хорошее времяпрепровождение 3; беседа людей; беседа по душам; беседа с близким человеком; беседа с людьми; беседовать с подругой; беседы; веселая компания; веселиться; весело проводить время; взаимные сношения; взаимный обмен информацией между двумя или более людьми; взаимодействие; взаимодействие двух или более людей; взаимодействие двух или нескольких людей; взаимосвязь людей; вместе проводить время; возможность узнать много интересного; встреча друзей; встречи с интересными людьми; выражать свои мысли; высказывать свою точку зрения; выяснение отношений; делать что-либо вместе; здорово проводить время; делиться опытом; делиться своими мыслями; диалог двух людей; диалог между людьми; дискуссия; дружеская встреча; духовное и нравственное развитие своей культуры; духовное обогащение; жесты; застолье; иметь друзей; иметь общие интересы; иметь отношения с людьми; искусство; источник информации; когда люди находят общий язык друг с другом; когда человеку нужно выговориться; контактировать с определенным кругом лиц; любопытство; мимика; молчание; находить общий язык с людьми; не быть замкнутым человеком; новости; обмен знаниями; обмен информацией между двумя или несколькими людьми; обмен чувствами; обмениваться интересной информацией; обмениваться чувствами; обсуждать интересующие темы, вопросы; обсуждение интересующих тем; общаться семьями; отношения с людьми; партнерство; передавать друг другу информацию; передавать свои мысли другим; передача жизненного опыта; передача какой-л. информации; передача своих мыслей; поддержание определенной связи; поддержание отношений; поддержание разговора; познание жизни; полезный разговор; положительные эмоции; получение необходимой информации; польза; помогать; понимание друг друга; посещать культмассовые мероприятия; посещение театра; потребность человека; проводить свободное время; разговаривать с друзьями; разго-

варивать с людьми; разговор двух или более лиц; разговор двух или более человек; разговор двух или нескольких людей; разговор людей; разговор между двумя людьми; разговор между друзьями; разговор на интересную тему; разговор на интересующую тему; разговор на определенную тему; разговор по телефону; рассказ; рассказывать что-л.; расширять кругозор; самовыражение; свадьба; секс; симпатизировать друг другу; смех; смотреть телевизор; совещание; совместный отдых; сотрудничество; сплетни; способ знакомства; способ познания; способ познать окружающих; способ получения информации; средство познания; узнавать; узнавать для себя что-то новое; узнавать новости; узнавать что-то новое о людях; умение выслушать; умение выслушать собеседника; умение говорить на любые темы; умение налаживать контакт с людьми; умение находить общий язык с людьми противоположных взглядов; уметь разговаривать; умственная нагрузка; универсальная форма бытия человека, поддерживаемая различными формами человеческих отношений; урок; установление контакта; утверждение себя как личности; учиться; форма взаимодействия людей; хорошие впечатления 2; единичные реакции: анализировать, обсуждать и делать выводы; атмосфера, в которой происходит обмен информацией; атмосфера, в которой происходит обмен эмоциями; аудиенция; банкет; банный день; без общения человек не может существовать; беседа в коллективе; беседа в компании; беседа в кругу друзей; беседа в тесном кругу; беседа двух или нескольких лиц; беседа друзей; классно проводить время; беседа за столом; беседа на равных; беседа о чем-л.; беседа с другим человеком; беседа с другими людьми; беседа с окружающими; беседа с соседями; беседовать на общие темы; беседовать с интересным человеком; беседовать с кем-либо на какую-то тему; беседовать с нужным партнером; беседовать с человеком о чем-л.; беседовать с человеком, имеющим общие с тобой интересы; близкая беседа; близкие отношения между людьми, не равнодушными друг к другу; близость; близость духовных или иных интересов в своей среде; болтать о чем-н.; болтать с соседями; болтовня; болтовня с другими людьми; быть в компании друзей и близких; быть в хорошей компании; быть в центре внимания; быть веселым в компании, даже если она тебе не нравится; быть вместе; быть внимательным человеком; быть выслушанным; быть добрым человеком; быть понятым другими; быть счастливым; быть тактичным, неназойливым; быть хорошим собеседником; важнейшая жизненная потребность человека; важное свойство человеческого общества; вежливое отношение друг к другу; вербальный контакт; веселая вечеринка; веселиться в обществе; весело; весело бе-

седовать с кем-либо; весело разговаривать; веселое, хорошее настроение; веселые компании; веселый разговор; вести беседу с людьми; вести беседу со знакомыми людьми; вести дружескую беседу; вести непринужденную беседу; вести общую беседу; вести правильный разговор; вести приятную беседу; вести разговор; вести разговор, сидя в кафе за бутылочкой пива, и говорить на излюбленные темы; вести светские разговоры; вечеринка; взаимная беседа; взаимная симпатия общающихся; взаимное обращение с кем-то; взаимное понимание; взаимное понимание между людьми; взаимные связи; взаимовыручка; взаимодействие в речи; взаимодействие граждан путем устного, письменного, физического переноса информации; взаимодействие группы людей друг с другом; взаимодействие двух или более объектов; взаимодействие двух людей; взаимодействие людей в процессе разговора; взаимодействие людей друг с другом с помощью речи, жестов, мимики; средство коммуникации человека с человеком посредством языка, жестов, мимики, звуков; взаимодействие людей посредством письменной или устной речи; разговор двух или более людей как в письменном, так и в разговорном стиле; взаимодействие между двумя индивидуумами; взаимодействие между людьми; взаимодействие нескольких людей; взаимодействие при помощи речи; взаимодействовать в процессе разговора; взаимодействовать с другими людьми; взаимодействовать с людьми при помощи речи; взаимоотношения различных интересов в обществе; взаимоотношения двух или более людей; взаимоотношения людей в какой-то период времени; взаимоотношения между сотрудниками; взаимоотношения между членами какой-л. группы; взаимоотношения человека с окружающим миром; взаимоотношения, контакт между людьми; взаимопонимание двух общающихся сторон; взаимопроникновение души в душу; взаимосвязанные мысли, выражающие сходные или противоположные взгляды на что-л.; взаимосвязь между людьми; взгляд; визуальное; визуальные контакты; влечение друг к другу; вместе жить; вместе работать; внимание; воззвание; возможность выразиться; возможность высказать свое мнение; возможность высказаться; возможность донести информацию; возможность контакта между двумя людьми; возможность людей выражать свои чувства, переживания; возможность познания; возможность познания окружающего мира; возможность получить информацию; возможность расширить кругозор; возможность реализовать свои знания и умения; возможность узнать о человеке; возможность установления контактов; возможные контакты людей между собой; воспитание; воспоминание; воспринимать другого человека; воспринимать те проблемы, которые

интересуют других людей; восприятие друг друга; восприятие информации; восприятие окружающего мира; впечатления; вращение людей в разных социальных сферах; временная работа ума и языка; времяпрепровождение в компании; времяпрепровождение в кругу близких людей; времяпрепровождение с интересными людьми; всплеск эмоций; встреча близких людей; встреча людей; встреча хорошо знакомых людей; встречаться по деловым вопросам; встречаться с другими людьми; встречи между людьми; вступать в разговор; вторая сигнальная система; входить в контакт с другими людьми; выводы; выезд на природу друзьями; вынужденно улыбаться; выплеск отрицательной энергии; выплескивать все плохое настроение; выражать свои мысли, идеи, взгляды; выражение желаний; выражение мыслей; выражение своей мысли; выражение собственных мыслей; выражение чувств, эмоций; высказываться; выслушать мысли других; выслушивать друг друга; выслушивать то, что говорят; выставка; выход или выезд компанией друзей на природу; выход семьей в театр с последующим обсуждением спектакля; выходить в свет; выходные дни, праздничные дни; выявление своих возможностей; глупое общение, когда люди болтают без толку; говорить на злобу дня; говорить на разные темы с разными людьми; говорить на серьезную тему; говорить нужную информацию; говорить о ком-либо или о чем-либо; говорить о разном; говорить обо всем; говорить правду; говорить приятные вещи; говорить с близкими людьми; говорить с кем-н. о чем-н.; говорить с соседями, знакомыми; говорить то, что нужно; говорить что-то, чтобы развлечь вокруг тебя людей; готовность выслушивать других; давать полезные советы; дар речи; дар, данный человеку природой; двигаться; движение; действовать вместе; делать отношения более близкими; делать сделки; деление опытом; делиться знаниями; делиться мыслями; делиться новинками; делиться новостями, говорить последние новости; делиться своими взглядами и мыслями; делиться своими секретами; делиться своими чувствами; делиться тем, что ты знаешь; делиться чем-либо; деловая связь людей; деловитость; деловой разговор; деятельность; деятельность человека; диалог двух молодых людей; диалог людей с поставленной для каждого из беседующих целью; диалог между двумя людьми; диалог между несколькими людьми; диалог на интересующую тему; диалог очень хороших, близких вам людей; диалог, тема которого зависит от жизненной ситуации; дискуссия между взрослыми и детьми; дискутировать; добро; доброта; доверие друг к другу; доверие к человеку; доверительные взаимоотношения; доказывать свою точку зрения; доносить важную информацию до людей и получать от них ответ; доносить

друг до друга информацию; доносить информацию в любых интерпретациях; доносить необходимую информацию; достижение деловых целей; достижение человечества перед животным миром (животные не могут общаться словами); драка; дружба двух личностей или более; дружба с дедом; дружба с соседями; дружеская связь между людьми одного или разного пола; дружеские отношения с кем-то; дружеское застолье; дружить на расстоянии; дружить семьями; дума; думать об одном и том же; духовная взаимосвязь; духовное взаимодействие двух или нескольких человек; духовное взаимопонимание; душевная взаимосвязь; единение; единственная отдушина; единственная роскошь; есть что-то сходное, что объединяет; ждать, когда тебя спросят; желание быть в обществе; желание людей понимать друг друга; жизнерадостность; жить в дружбе с соседями; жить среди людей; заниматься одним делом; заявление; знакомиться; знакомиться с другими людьми; знакомство с новыми людьми; знания; игра; играть в общественные игры; изливание души; изливать душу; изливать накопившуюся психическую энергию; изменять свой характер; иметь возможность высказать свои мысли; иметь общие взгляды с соседями; иметь общее хобби; иметь общую тему; иметь общую тему для разговора; иметь отношения с каким-либо кругом лиц; иметь приятельские отношения; иметь точные мысли, чтобы передать их; иметь устные, письменные или визуальные контакты; иметь широкий кругозор; иногда надоедливое занятие; интерес к собеседнику; интерес к теме разговора; интерес узнать что-нибудь новое; интересная дискуссия; интересная тема разговора; интересно; интересно разговаривать; интересное времяпрепровождение; интересное занятие; интересный разговор с элементами беседы; интересоваться о других; информация о происходящем; информация, которую передает один человек другому; информация, которую передают друг другу люди; информировать друг друга; использование другого человека; источник знаний; кайф; когда группа разговаривает; когда два или более людей делятся информацией между собой в процессе разговора; когда два любимых человека разговаривают между собой; когда два человека или более о чем-то разговаривают; когда два человека или несколько делятся мыслями; когда два человека или несколько разговаривают; когда два человека находятся рядом; когда их двое и им хорошо; когда люди друг друга понимают; когда люди обмениваются информацией; когда люди общаются между собой; когда люди разговаривают друг с другом; когда люди разговаривают письменно; когда люди разговаривают по Интернету; когда люди разговаривают по телефону; когда люди решают какие-л. проблемы; когда один человек

взаимодействует с массой людей; коллектив; коллективизм; коммуникабельность; коммуникативная способность; коммуникативные навыки; коммуникация между людьми; коммуникация со всеми членами общества; консенсус; контакт двух или более лиц; контакт нескольких человек; контакт с кем-либо; контакт с окружающим нас миром; контакт с целью самоутвердиться в обществе; контакт с целью узнать новое; контакт человека с человеком; контактирование; контактировать; контакты с окружающими; культура; личная близость с людьми; личные беседы; луч света в темном царстве; любить; люди; манера; межличностный контакт; меняться внутренними переживаниями; мировоззрение; муки ада; мысленно говорить о чем-то сам с собой; навязчиво; накопление знаний и их передача; накопление и передача знаний; налаживание контактов; наличие каких-либо отношений с людьми; находить близких по духу людей; находить общий язык с окружающими; нахождение друзей; не быть в одиночестве; не стареть; не только говорить, но и мило улыбаться; необходимое средство для жизни в обществе; необходимое условие для существования; необходимое условие существования общества; необходимость для каждого человека; необходимость для самовыражения; необходимость для сосуществования; необходимые людям взаимоотношения; неотделимая часть жизни; непринужденная беседа о чем-л.; неприятное проведение времени; ничто не ценится так дешево и не стоит так дорого; новые взгляды на жизнь; новые возможности; новые друзья; новые знания; новые люди; норма поведения; нужно всем; обмен впечатлениями; обмен жизненно необходимой информацией; обмен информацией в словесной форме между людьми; обмен информацией между людьми с помощью слов, мимики, жестов; обмен информацией между субъектами; обмен информацией разного рода; обмен какой-л. информацией; обмен мысленными впечатлениями; обмен мыслями с окружающими людьми; обмен накопленным опытом и знаниями; обмен переживаниями; обмен полезной информацией; обмен поступками; обмен чувствами с окружающими людьми; обмениваться знаниями; обмениваться интересами; обмениваться мыслями, суждениями по взаимно интересующим вопросам; обмениваться необходимой информацией; обмениваться общими интересами; обмениваться опытом; обмениваться своими мыслями, новостями с теми, кого относишь к своим друзьям; обогащение информацией; образование; обращение; обсуждать интересующие темы; обсуждать общие интересы; обсуждать прошедший день; обсуждать ту или иную проблему; обсуждение какого-то интересующего всех события; обсуждение определенной мысли; обсуждение проблемы; общаться в

рабочей обстановке; общаться с родственниками; общаются, когда есть какая-то проблема; общение в кругу знакомых или друзей; общение в кругу рабочего коллектива; общение в кругу семьи; общение с незнакомыми людьми в транспорте, магазине и т. п.; общение с природой; общение с природой, с животными; общение среди друзей и близких; общие дела; общие интересы в быту и на работе; общие положительные эмоции при взаимном контакте; общие праздники; общие проблемы; общие темы; общий кругозор, подходить по взглядам; объясняться; объятия; один из признаков развития человечества; один из способов обмена информацией; один из способов снятия стресса; одна из главных потребностей человека; одна из форм и видов человеческой деятельности; одна из форм коммуникативной деятельности человека; одна из форм человеческого взаимодействия; оказывать поддержку другим людям; оказывать помощь; основа взаимоотношений между людьми; отвечать; отдавать эмоции; отдых вместе с другим человеком; откровение; открытая беседа; открытость; отношения между человеком и окружающим его миром: флорой и фауной; отношения людей; отношения людей, которые имеют общие интересы и потребности; охота; память; предсовет; передавать нужную информацию; передавать что-то интересное друг другу; передача данных от одного человека к другому; передача информации людьми; передача информации на расстоянии; передача информации от одного к другому; передача информации от одного человека другому; передача информации при помощи слов, жестов, мимики и других подручных средств; передача информации с помощью слов, жестов, технических средств и т. п.; передача мыслей; передача настроения; передача сведений; передача своих ощущений; передача своих чувств, желаний; передача сообщений; передача чувств, эмоций; перекинуться словечком; перемигиваться; перепись; петь; петь вместе; письменное общение; письменные контакты; побуждение к дальнейшей деятельности; поведение на уровне инстинкта; повод оказать помощь; поддержание отношений с кем-то; поддерживать близкие отношения; поддерживать взаимные отношения; поддерживать дружеские взаимоотношения; поддерживать кого-то духовно; поддерживать контакт с людьми; поддерживать контакты с интересными людьми; поддерживать отношения с близкими людьми; поддерживать отношения с близкими, знакомыми; поддерживать отношения со знакомыми; поддерживать связь; поддерживать хорошие отношения с друзьями; поддерживать хорошие отношения с людьми; поддержка отношений; поделиться мыслью; поделиться переживаниями; поделиться своими проблемами; познавательно; познавать новое; по-

знавать окружающий мир; познание людей; познание мира; познание мира вокруг себя; познание новой информации; познание самого себя; познание чего-то нового в процессе общения с людьми, обладающими обширными знаниями, от которых можно чему-то научиться; познание, изучение какой-либо темы; полезное изречение мыслей; положительное решение возникающих вопросов; получить духовное удовлетворение; получать интересующую вас информацию от одного или более собеседников; получать новые знания; получать поддержку в решении различных проблем; получать полезную информацию; получать положительные эмоции; получать удовольствие; получать удовольствие от разговора с человеком и ждать новых бесед; получать удовольствие от собеседника; получение интересной информации; получение какой-л. информации; получение новой информации и ее передача; получение новых данных; получение новых знаний; получение новых сведений; получение полезной информации; получение положительных и отрицательных эмоций; помогать высказаться; помогать другим советом; помогать кому-либо, получать помощь от кого-либо; помогать советом; понимание между людьми; понимание партнера; понимание того, что говоришь; понятие такое; порядочность; посещение больших спортивных площадок: стадионы и т. д.; посещение знакомых людей; посиделки; потребность; потребность человека, людей как социальных существ; поход в кино; поход в лес; поход в театр; правильно выражать мысли; правильное и грамотное ведение диалога; предавать свою информацию другим; прекрасно; прием информации; прийти к другу с неприятностью; приличие; приносить себе удовольствие; приобретать новых знакомых; приобретать опыт; приобретение знаний о внутренней сущности, мотивах поведения, интеллекте людей; приобретение новых друзей; приобретение опыта; приятная для души беседа; приятно проводить время; приятно проводить время с людьми; приятно разговаривать; приятное воздействие на слуховой аппарат; приятное препровождение времени; приятное проведение времени; приятные минуты; приятный разговор с каким-л. человеком; проведение времени с интересными тебе людьми; проведение времени с людьми, близкими тебе по духу; проведение досуга; проведение свободного времени с друзьями, родственниками; проверка на совместимость; проводить время в игре; проводить время за разговором; проводить время за разговором с целью получить какие-л. данные; прогулки; прогулки под луной; прогулки с друзьями; продолжение жизни; просить совета; просто беседовать обо всем; просто вести разговор; профессиональный разговор; процесс беседы с людьми; процесс взаимного обмена информацией; про-

цесс взаимодействия двух лиц; процесс взаимосвязи людей; процесс нахождения общего языка с посторонними людьми; процесс обмена информацией; процесс обмена информацией посредством устной и письменной речи и другими средствами коммуникации; процесс обмена личными мнениями; процесс передачи информации; процесс целенаправленного обмена информацией; проявление интереса к человеку; проявление норм этики; проявление себя; проявление человеческой сущности; проявлять себя; работать с интересными людьми; равноправно разговаривать, беседовать; радость жизни; радость среди печали; развивать речь; развиваться умственно; развитие личности; развитие человека; развлечение с кем-то; развлечься и отдохнуть в разговоре; разговаривать в данный момент; разговаривать длительное время; разговаривать на излюбленные темы; разговаривать на интересную тему; разговаривать на интересующую тему; разговаривать на какую-либо тему; разговаривать на различные темы; разговаривать на разные темы; разговаривать о хозяйстве; разговаривать о чем угодно; разговаривать о чем-н.; разговаривать при встрече; разговаривать со всеми людьми; разговаривать со знакомым человеком; разговаривать со знакомыми; разговаривать со знакомыми людьми; разговаривать, получая от этого удовольствие; разговор в компании; разговор в определенном кругу людей; разговор влюбленной пары; разговор двух друзей; разговор двух любящих людей; разговор людей между собой; разговор между группами людей; разговор между двумя или более собеседниками; разговор между двумя лицами; разговор между людьми с целью получения информации; разговор между несколькими людьми; разговор между стариками; разговор на какую-л. тему; разговор на какую-либо серьезную тему; разговор на одну тему нескольких человек; разговор на различные темы; разговор ни о чем; разговор о друзьях; разговор о ком-л. или о чем-л.; разговор о личной жизни; разговор о работе; разговор о работе, охоте, рыбалке; разговор о чем-л.; разговор по смыслу; разговор с двумя или более людьми; разговор с интересным человеком; разговор с интересными людьми; разговор с любым человеком; разговор с обществом; разговор с приятелем; разговор со знакомым человеком; разговор среди людей; разговорная связь между людьми; разговоры друг с другом; различные разговоры между людьми; размышление на тему; разные ощущения от общения; раскрытие своего духовного мира; рассказы про охоту и рыбалку; рассказывать о себе; рассказывать о чем-либо с помощью слов, жестов, мимики; рассказывать что-то интересное; расширение контактов; расширять словарный запас; речевая связь; речь, возникающая на какую-н. тему; решать совместные вопросы и дела; решение како-

го-л. вопроса; решение трудовых, бытовых, семейных проблем; родственники; роскошь; рыбалка; с нужными людьми в нужный момент; с очень хорошего общения начинается культура, общение — это культура; с хорошим человеком ума набраться, с плохим — последний потерять; самовыражаться; сближаться, контактировать с людьми; сближение; сближение людей; связь друг с другом; связь людей; связь с обществом; семейные мероприятия; семья; сказать свое и услышать собеседника; сказать свое мнение; сказка, а через 9 месяцев коляска; скрыть одиночество; словесная дуэль; словесная нагрузка; словесный контакт; слушать то, что скажут другие; снятие стрессов; собеседование; совместная жизнь; совместно вести деловые отношения; совместно отдыхать; совместное времяпрепровождение; совместное времяпрепровождение близких людей; совместное дело; совместные встречи; совместные развлечения; совместный быт; создавать по возможности интересное высказывание; сознательный и рационально оформленный обмен информацией между людьми; сообщать информацию; сообщать что-то новое другим; сообщение друг другу разных новостей; сообщение информации; сообщение кому-то чего-то; сообщение новостей; сообщество; соприкосновение; сострадание; сотрудничать; сохранение родственных связей; специфическая деятельность, свойственная человеку; специфическая форма взаимодействия человека с другими людьми как членами общества; сплетни о других людях; сплоченность; спорить; спорить с кем-либо; спорить, отстаивая точку зрения; способ ведения разговора; способ взаимоотношений; способ взаимоотношений человека с окружающим миром; способ выражения взаимоотношений; способ выражения мыслей; способ выражения мыслей между людьми; способ выражения своей мысли; способ выразить свое мнение; способ выразить себя; способ знакомства с новыми людьми; способ избегания одиночества; способ обмена эмоциями; способ обмена, передачи информации; способ отношений между людьми; способ передачи и получения информации; способ передачи мыслей; способ поддержания отношений между людьми; способ познания другого человека; способ получения знаний, а также их передачи; способ получения новой информации; способ получения положительной энергии; способ получения умений и навыков, а также их передачи; способ понять другого человека; способ понять окружающих; способ самовыражения; способ самовыражения человека; способ уйти от одиночества; способ усвоения социально-исторического опыта; способность вести разговор; способность заинтересовать человека; способность одного человека передавать информацию, мысли, чувства другому

человеку; способность одного человека слушать другого человека; способность поддержать разговор в любой компании; способность рассуждать, обсуждать; способность увлекательно вести диалог; способность узнать друг друга; способность человека входить в контакт с объектом; способность человека общаться с окружающей средой; способность человека расположить собеседника к разговору; спрашивать что-л.; спросить совет по какому-л. вопросу; средство для передачи информации; средство передачи своих мыслей; средство передачи своих чувств, желаний; средство существования; ссора; стараться помочь другим людям; стиль; стремление двух человек или группы людей лучше понять друг друга; стремление двух человек или группы людей сблизиться друг с другом; суждение; существовать; существовать в социуме; сфера жизни людей, без которой они не могут обходиться; сходить в кино; счастье; таинство взаимодействия людей между собой, в котором они взаимно создают или уничтожают друг друга; тактичность; танцевать; танцевать вместе; танцы; телеграмма; телепатия; телесная близость; телефонный звонок; терпение; тесное общение с людьми; то, без чего невозможно жить; то, без чего невозможно существовать; тогда, когда люди умеют правильно направить свои мысли; туризм; тягость; убивать время; уважать человека, с которым встречаешься; уверенность в себе; увлечение; удивлять; удовлетворение от общения только при одинаковых взглядах на жизнь; удовольствие быть с кем-то рядом; узнавание чего-то нового; узнавать друг друга; узнавать друг о друге; узнавать какую-либо информацию; узнаешь много интересного; узнаешь нужную информацию; узнаешь что-то новое; умение беседовать; умение быть нужным; умение быть счастливым; умение вести беседу; умение вести диалог; умение вести себя в обществе; умение высказать свою точку зрения; умение высказать то, что нужно и умолчать, не обижая человека; умение выслушивать; умение говорить как с аудиторией, так и с отдельным человеком; умение дарить радость; умение делиться своими мыслями с другими; умение доходчиво объяснять свою мысль; умение заинтересовать собеседника; умение ладить; умение мыслить; умение находить общий язык с людьми; умение находить общий язык с окружающими; умение обращаться с детьми, взрослыми, стариками; умение объяснить; умение поддержать беседу; умение поддержать разговор; умение поддержать разговор на любую тему; умение поддержать разговор с незнакомыми людьми; умение поддерживать отношения с другими людьми; умение проводить различные мероприятия; умение разговаривать; умение раскрыть себя; умение слушать друг друга; умение уступать и быть терпимым;

уметь выбрать нужный стиль общения; уметь выслушать, не перебивая собеседника; уметь выслушивать другого; уметь понимать другого человека; уметь понять; универсальная реальность бытия человека; усваивание информации; условие, необходимое для развития человека; условие, необходимое для становления человека; успех; успокоение души; успокоить человека; устанавливать контакты; устанавливать контакты с людьми, порождаемые потребностями совместной деятельности; устные контакты; устраивать застолье; учеба; факс; форма выражения своих мыслей человеку и принятие информации от него; форма контакта между людьми; формула жизни; функция головного мозга; характер, доброта, гостеприимство русского человека; хорошее настроение; хороший отдых; хорошо; чаепитие; человек общается с другими в коллективе на работе, семье, быту; человеческое отношение друг к другу; чисто попить водки; чтобы не было скучно; чувствовать себя уютно в кругу людей, подходящих по интересам; чудесно; широкий круг друзей; эмоциональное удовлетворение; эмоциональные контакты между людьми; эстетическая потребность; я, ты, он, она; язык; языковое взаимоотношение между людьми; языковой обмен информацией; отсутствие ответа 12.

Всего получено 1139 различных реакций.

Обработка результатов

Первым этапом обработки результатов эксперимента на субъективную дефиницию является объединение полученных реакций в смысловые зоны (семантические гештальты, по терминологии Ю. Н. Караулова).

Наполненность той или иной смысловой зоны позволяет выявить ядерные и периферийные смысловые зоны значения стимула и представить полевою структуру значения лексемы общения следующим образом.

Ядро значения

1. “Содержание общения”: беседа; разговор между людьми; взаимодействие; отношения между людьми; контакт между людьми; коммуникация и др. (всего 570 реакций).

2. “Цель общения, стремления собеседников”: обмен информацией между людьми; передача информации; передача данных от одного человека к другому; сообщение информации, получение информации; говорить что-то, чтобы развлечь вокруг тебя людей; поделиться своими проблемами; высказывать свою точку зрения; установление контакта; совместное времяпрепровождение; выяснение отношений; обмен впечатлениями; обмен мнениями; познавать окружающий мир и др. (532).

3. “Характер отношений собеседников”: *беседа на равных; тесное общение с людьми; поддерживать хорошие отношения с людьми; доверительные взаимоотношения; деловая связь людей; дружеские отношения; любовь; симпатизировать друг другу* и др. (201).

Ближняя периферия

1. “Познавательная ценность общения”: *интересный разговор; разговор на интересную тему; интересное времяпрепровождение; возможность узнать много интересного; получение новой информации; познание нового* и др. (108).

2. “Число общающихся”: *диалог нескольких лиц; беседа двух или более человек; взаимодействие нескольких людей; когда один человек взаимодействует с массой людей* и др. (89).

3. “Коммуникативные умения”: *умение вести беседу; умение говорить на любые темы; правильное и грамотное ведение диалога; умение поддерживать разговор с незнакомыми людьми; умение выслушать собеседника; умение заинтересовать собеседника* и др. (64).

4. “Место протекания общения”: *банкет; застолье; играть в общественные игры; лекция; поход в кино; посещение театра; посещать культурные мероприятия; рыбалка; собрание; урок* (64).

5. “Круг общения”: *встреча хорошо знакомых людей; разговор со знакомым человеком; поддерживать отношения с близкими людьми; общаться с родственниками; общение в кругу семьи; беседа с друзьями; поддерживать контакты с интересными людьми; беседовать с интересным человеком* и др. (59).

6. “Сфера протекания общения”: *беседа в коллективе; совместный быт; совместное дело; отдых; семья; учеба* и др. (54).

7. “Эмоциональный результат общения” (54):

а) положительный: *веселое, хорошее настроение; хорошие впечатления; радость; счастье; получать духовное удовлетворение; удовольствие; положительные эмоции* (50).

б) отрицательный: *выплескивать плохое настроение, отрицательные эмоции* (4).

8. “Потребность в общении”: *необходимость для каждого человека; необходимые людям взаимоотношения; обмениваться необходимой информацией; потребность человека; смысл жизни; без общения человек не может существовать; сфера жизни людей, без которой они не могут обходиться* и др. (53).

Дальняя периферия

1. “Оценочная характеристика общения” (47):

а) положительная оценка: *приятная беседа; приятное времяпрепровождение; классно проводить время; приятные минуты; хороший отдых; прекрасно; хорошо; чудесно* (42);

б) отрицательная оценка: *неприятное проведение времени; иногда надоедливое занятие; муки ада; тягость; навязчиво* (5).

2. “Используемые средства”: *взаимодействие людей посредством письменной и устной речи; взаимодействие людей с помощью речи, жестов, мимики; передача информации с помощью слов, мимики, жестов* и др. (38).

3. “Деловой результат общения”: *расширение контактов; приобретать новых друзей; получить поддержку в решении разных проблем; консенсус; польза* и др. (34).

4. “Степень территориальной близости общающихся”: *дружить на расстоянии; переписываться; разговор по телефону; телеграмма; факс* и др. (29).

5. “Характеристика качеств человека в отношении к общению”: *деловитость; доброта; жизнерадостность; открытость; порядочность; терпение; уверенность в себе; быть веселым человеком; быть добрым человеком; тактичность* и др. (28).

6. “Познавательный результат общения”: *возможность расширить кругозор; духовное обогащение; развитие личности; обогащение информацией; расширять словарный запас* (22).

7. “Эмоциональная характеристика общения”: *веселый разговор; веселье; весело проводить время; смех* и др. (21).

Крайнюю периферию составляют следующие семантические зоны: “Тематика общения”, “Широта обсуждаемых тем”, “Участники общения”, “Содержательность общения”, “Широта круга общения”.

По результатам эксперимента на субъективную дефиницию может быть сформулировано психологически реальное значение слова, включающее семантические компоненты, выделенные испытуемыми в ходе эксперимента и упорядоченные по полювому принципу от ядра к периферии.

Описание психологически реального значения слова *общение* по результатам проведенного эксперимента будет иметь следующий вид.

Общение — это: беседа, разговор 439, обмен информацией 223, взаимоотношения между людьми 151, дружеские отношения 132, приятное времяпрепровождение 115, разговор нескольких лиц 88, взаимодействие людей посредством устной или письменной речи, с помощью жестов, мимики 82, взаимопонимание между людьми 70, потребность человека 62, обмен мнениями 59, обмен интересной информацией 55,

получение новой информации 51, познание мира 48, деловая связь 43, самовыражение 40, умение вести беседу 39, обмен полезной информацией 35, положительные эмоции 33, обмен эмоциями и впечатлениями 32, пустые разговоры 30, передача информации на расстоянии 27, учебное общение 27, разговор с поставленной целью 25, знакомство 21, умение слушать 20, времяпрепровождение 20, спор, выяснение отношений 19, веселье 18, решение проблем 17, любовь 17, развитие человека 16, разговор по душам 11, взаимопомощь 11, взаимоотношения человека с окружающим миром 7, уважение 5, дружба с соседями 4, тягость 4, снятие стресса 4, секс 3, роскошь 2, дар, данный человеку природой 2, молчание 2, движение 2.

Другие экспериментальные методики (свободный ассоциативный эксперимент, подбор симиляров) подтверждают данные, полученные в ходе описываемого в статье эксперимента.

Направленный ассоциативный эксперимент (*Общение какое?*) позволил также дополнительно выделить некоторые новые семантические зоны:

“Характер протекания общения”: *активное, бурное, азартное, возбужденное, живое, быстрое, в темпе, вялое, сонное, скучное, нудное, монотонное, изнурительное, утомительное, напряженное* и др.

“Характеристика общения по используемым речевым средствам”: *диалектное, жаргонное, красноречивое, грамотное, остроумное.*

“Знание предмета разговора”: *понятное, непонятное, внятное, невнятное, осмысленное.*

“Регулярность общения”: *постоянное, редкое, нерегулярное, периодическое, частое, ежедневное, регулярное.*

“Культурный уровень общения”: *вульгарное, грубое, некультурное, нецензурное, культурное, интеллигентное, уважительное, учтивое, вежливое, любезное, тактичное, эстетическое, красивое, моральное.*

Таким образом, использование различных экспериментальных методик (методика субъек-

тивной дефиниции, свободный и направленный ассоциативный эксперимент, подбор симиляров) позволяет более полно представить в дальнейшем когнитивные классификаторы, когнитивные признаки и когнитивные компоненты изучаемой категории и тем самым полнее представить содержание концепта как в сознании носителей языка в целом, так и в сознании представителей разных гендерных, возрастных и территориальных групп носителей языка. Полученное описание психологически реального значения слова может быть подвергнуто верификации при помощи опроса информантов с заданием подтвердить или отвергнуть выделенные семантические признаки. Может быть также проведен эксперимент на ранжирование испытуемыми по яркости выделенных семантических признаков.

Применение в совокупности лингвистических и психолингвистических методов исследования концепта расширяет возможности комплексного описания мыслительной категории и повышает достоверность полученных когнитивных моделей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Караулов Ю. Н. Показатели национально-го менталитета в ассоциативно-вербальной сети / Ю. Н. Караулов // Языковое сознание и образ мира. — М., 2000. — С. 191-206.
2. Норман Б. Ю. Главы из книги: Грамматика говорящего / Б. Ю. Норман // Общая психолингвистика: Хрестоматия. Учебное пособие [Составление К. Ф. Седова]. — М.: Лабиринт, 2004. — С. 151-193.
3. Попова З. Д. Язык и национальная картина мира. — З. Д. Попова, И. А. Стернин. — Воронеж, 2002. — 60 с.
4. Уровни описания языкового сознания / И. А. Стернин // Филология и культура: Материалы IV Международной научной конференции 16-18 апреля 2003 года [Отв. ред. Н. Н. Болдырев; Редкол.: Е. С. Кубрякова, Т. А. Фесенко и др.]. — Тамбов, 2003. — С. 11-14.

ЖУРНАЛИСТИКА

О ЛОГИКЕ “БЛУЖДАЮЩИХ АББРЕВИАТУРНЫХ ТЕРМИНОВ” (ОБОБЩЕННЫЕ МОДЕЛИ РЕКЛАМЫ И ПР)

© 2004 А.Е. Богоявленский

Воронежский государственный университет

В настоящей статье мы поставим вопрос о самой возможности корректного позиционирования родственных и сопредельных понятий рыночных коммуникационных институтов в рамках “аббревиатурной терминологии”.

Еще с конца XIX века предпринимались попытки разработать некую обобщенную теоретическую модель рекламного воздействия, описать этапы и структуру психических процессов, на которые должна опираться рекламная стратегия. Исследователи выделяют несколько наиболее распространенных схем (моделей), на основе которых те или иные рекламисты пытались построить эффективную стратегию психологического воздействия на аудиторию.

Мы предлагаем обратить внимание на возможность не только построения обобщенной теоретической модели рекламного воздействия, но и заметного проявления диффузии сопредельных понятий рыночных коммуникационных институтов внутри подобного процесса. В дополнение к “коммерческой диффузии” ПР и журналистики, нашедшей выражение в предлагаемом нами термине “пиаристика”, мы считаем возможным далее рассмотреть тему в рамках “аббревиатурной диффузии”.

Диффузная теория рыночных коммуникационных институтов связана с именем американского исследователя Э. Роджерса. Он анализировал распространение новых идей, товаров и т. д. и увидел разную предрасположенность к новому у разных сегментов рынка. Не следует поэтому воздействовать на все группы общественности, а в первую очередь необходимо постараться убедить критическую массу, составляющую, по мнению Ф. Роджерса, лишь пять процентов. Указанная цифра — 5 % — достигается при информационном воздействии (как правило) не более чем на половину от общего числа потенциальной аудитории. Когда же идея овладевает умами 20 % (т.е. составляет четырехкратную величину “критической массы”), остано-

вить ее уже невозможно. (Не стоит, однако, забывать и то, что, когда идея полностью овладевает массами, массы доводят ее до абсурда).

Диффузию он определял как процесс коммуникации инновации через определенные каналы за конкретный промежуток времени к членам социальной системы.

Э. Роджерс выделил в процессе адаптации новой идеи шесть этапов:

1. Внимание.
2. Интерес.
3. Оценка.
4. Проверка.
5. Принятие.
6. Подтверждение [1].

Диффузная теория Роджерса имеет существенное значение для нашего исследования, поскольку многие информационные кампании в области рекламы и паблик рилейшнз как раз связаны с вводом *идеи* нового продукта в массовое сознание.

По нашему мнению, шесть этапов процесса адаптации новой идеи соотносятся с четырьмя этапами известной формулы (или, если угодно, стереотипом формулы) рекламы — AIDA (AIMDA), а также ее последующими трансформациями. Авторитетные американские исследователи Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум отмечают: “Первая задача <...> (отметим пропущенный фрагмент. — А. Б.) — привлечь *внимание* целевой аудитории общественности. Вторая задача — стимулировать *интерес* к содержанию сообщения. Третья задача — сформировать *потребность и намерение* действовать в соответствии с этим сообщением. И, наконец, четвертая задача — направлять *действия* тех, кто ведет себя в соответствии с этим сообщением” [2; 281-282].

Итак:

A — Attention — внимание;

I — Interest — интерес;

D — Desire — желание;

A – Action – действие.

Несколько позже был добавлен еще один элемент – “M” – Motive (мотив) и формула приобрела такой вид – AIMDA.

При всей условности этой формулы ею привыкли пользоваться для обозначения направленных основных процессов и технологий рекламной деятельности. Однако не все так просто, и не потому единственно, что даже внутри самой идеологии создания формулы *рекламы* существуют попытки создавать все новые формулы-оппоненты (ACCA, DIBABA, DAGMAR, DRAB и т. д.)

Классификацию основных моделей 1995 г. предпринял украинский специалист в области рекламы и маркетинга Е. Ромат [3].

Комментируя предложенную еще в 1896 (!!!) г. американским рекламистом Элмаром Левисом схему AIDA, российский исследователь-психолог А. Лебедев-Любимов отмечает неясность взаимодействия элементов этой модели. “Каким образом, начинаясь с привлечения внимания, рекламное воздействие заканчивается покупкой товара. (Формула не раскрывает психологической структуры рекламного воздействия как системы взаимосвязанных элементов или его этапов).

Между привлечением внимания и поступком существует сложная последовательность причинно-следственных связей, определяемая большим количеством психологических и других факторов... Очевидно, что покупка товара также не является прямым следствием привлечения внимания, как может показаться, если буквально воспринимать данную формулу” [4;142].

Рассуждая далее, А. Лебедев-Любимов справедливо замечает: “Кроме того, в данную формулу не попали такие важные переменные, как потребности, память, эмоции, ассоциативное мышление, социально-психологические установки и пр., что играет очень важную роль в процессе принятия решения о покупке рекламируемого товара или услуги. Введение элемента “мотив” и преобразование формулы AIDA в AIMDA также ничего существенного не добавило. Значимых факторов оказалось намного больше, чем их можно было вставить в краткую формулу” [4; 143-144].

Российский философ Е. В. Грицай среди подобных значимых факторов выделяет **моду**, рассуждая таким образом: “Сегодня моден не товар, а потребитель, товар вторичен. Очертания предмета моды размыты в силу их бесконечной сменяемости вплоть до визуального исчезновения, что в эпоху кинодискурсов и пассивности чувственности оказывается определяющим. Предмет потребления как бы исчезает из процесса потребления, тем не менее стимулируя его;

благодаря этому возникает и закрепляется потребительская направленность личности, мотивация, организованная потребностью потреблять.

Потребительский мотив возникает и закрепляется, если предмет человеком, во-первых, вожделен. Мода является той формой, в которой образцы субкультурных смыслов (воплощенных или идеальных) становятся желаемыми. Она – механизм порождения желаний, точнее говоря, навязывания. Она стимулирует человека приобретать и диктует, что именно. Во-вторых, предмет вожделения не должен представляться человеку совсем уж недоступным (об этом подробно пишет, например, Бауман в книге “Мыслить социологически”) [5;173].

Отметим трактовку Е. В. Грицай в контексте наших рассуждений о значении термина “мода” в практике Российских рыночных экономических коммуникаций середины–конца XIX века. (Поскольку в России в настоящее время по-прежнему наиболее популярной остается формула AIDA (AIMDA), далее мы используем ее для обоснования возможности создания в рамках данной методологии нового схематизированного обозначения ПР).

Добавим, что введение нового параметра, где вместо “M” (мотивация) следует обозначить “M” (мода), позволяет по-новому оценить содержание этой аббревиатуры.

Возникшая существенно позже модель ACCA (Attention – внимание; Compreltension – восприятие аргументов; Convection – убеждение; Action – действие) в качестве основных элементов воздействия включает восприятие аргументов и убеждение. Отметим, что усиление рационального аспекта восприятия позволяет говорить о более высоком уровне этой схемы по отношению к предыдущей.

Преимуществом модели, описываемой формулой DIBABA, которая была разработана в 1953 г. немецким исследователем Г. Гольдманом, является не только “ориентация на потребности покупателя, понимание роли процесса принятия решений, сравнения, осознанного выбора, использование законов мышления, понимание роли эмоций и позитивного отношения человека к товару и продавцу” [4; 143], но и чрезвычайно важная характеристика современных коммуникаций – введение в модель механизма “обратной связи”. Модель включает:

- 1) определение *потребностей* и желаний потенциальных покупателей;
- 2) *отождествление* потребительских нужд с предложением рекламы;
- 3) “*подталкивание*” покупателя к необходимым выводам о покупке, которые ассоциируются с его потребностями;

4) учет предполагаемой *реакции* покупателя;
5) вызов у покупателя *желания* приобрести товар;

6) создание благоприятной для покупки *обстановки*.

Еще позже, в 1961 г., американским специалистом Расселлом Колли была предложена еще одна модель – DAGMAR.

Формула образуется из начальных букв английской фразы Defining Advertising Goals – measuring advertising results (определение рекламных целей – измерение рекламных результатов). Ее отличие от предыдущих характеризуется исходной посылкой, трактующей подобного рода коммуникации с маркетинговых позиций: совершение покупки определяется четырьмя основными элементами комплекса “4 P”, который включает в себя товар, цену, место, систему продвижения товара.

Представляя указанные модели, обратим внимание на время, в которое появлялись эти формулы. Самая “свежая” дата – 1961 (!) год.

Разумеется, развитие теории и практики маркетинговых коммуникаций с тех пор существенно продвинулось вперед. Поэтому и относящееся к указанным моделям замечание А. Лебедева-Любимова мы сочтем “сугубо специализированными с точки зрения научной психологии”: “Далее попытки разработать модель структуры воздействия рекламы на потребителя с элементами психологии в виде простой и удобной для практиков формулы предпринимались неоднократно. Но они, как правило, оказывались лишь субъективным отражением практического опыта авторов и не объясняли глубокую природу данного явления с точки зрения научной психологии” [4; 143-144].

Разумеется, одним научно-психологическим подходом невозможно объяснить те собранные воедино несоответствия, когда означенные формулы характеризуют совершенно разные этапы маркетинговых коммуникаций (начиная с прамаркетинговой эпохи!), а соответственно, обозначают не только состояние рекламы, но и содержание иных феноменов.

Так, аббревиатурой AIDA вполне можно обозначить и другую дисциплину, поскольку в ранее цитируемом нами фрагменте классического учебника по ПР Катлипа, Центера, Скотта вместо точек стоит... “PR-коммуникаций” [2; 281-282] (выделено нами. – А. Б.).

Российские исследователи тоже не оказались в стороне от этой “аббревиатурной интеграции”.

Обратим внимание на некоторые иные особенности реализации аббревиатурно-стратегического подхода к ПР-деятельности.

Обозначим позицию Е. Ивановой, доцента Российского университета дружбы народов [6; 18-19], которая (по мнению автора) позволяет на основе модели AIDA выделить комплексы стратегий.

Исходя из ключевых понятий (Attention – Interest – Desire – Action: Внимание – Интерес – Желание – Действие), Е. Ивановой формулируются:

– *привлекающая стратегия*, цель которой трансформировать произвольное внимание в произвольное;

– *провоцирующая стратегия*, направленная на возбуждение интереса целевой аудитории;

– *побуждающая стратегия* “призвана подготовить целевую аудиторию к действию: сформировать желание поступить определенным образом”. В связи с этим возникает проблема манипуляции;

– *стимулирующая стратегия*: в зависимости от фазы PR-кампании могут использоваться тактики как поощряющие действия целевой аудитории, так и отвлекающие ее, блокирующие определенные действия” [6; 18-19].

Комментируя более современную модель AIDMA (Atencion – Interest – Desire – Motive – Action: Внимание – Интерес – Желание – Мотив – Действие) Е. Иванова отмечает: “В этой модели кроме вышеназванных компонентов присутствует мотивационная стратегия. В зависимости от целевой аудитории это, к примеру, могут быть стратегии и тактики личностной или социальной мотивации. В зависимости от цели и задач PR-кампании речь может идти о психогенной мотивации и т. д.” [6; 18-19].

Обозначим возможность иной (нежели “стратегическая”) интерпретации мотивационных характеристик указанной формулы.

Как уже было указано ранее, включение в формулу ПР литеры “М” может быть связано со словом “Мода” и уже в данном контексте соотнесено с глубокой идеей Ж. Бодрийера, актуализирующей наличие “несуществующих различий” моды, являющихся, по мнению философа, неизбежным следствием определенного экономического уклада.

Ж. Бодрийер пишет: “Сам строй производства безудержно стимулирует потребление с помощью несущественных различий” [7; 119].

«Мода является механизмом, который, конечно же, быстрее выходит из строя и “физически”, и “морально” – со сменой вкуса, – размышляет философ Е. В. Грицай. – Потребляется не товар (ибо его потребительная стоимость иллюзорна, представлена как статус), а покупательская способность человека» [5; 173–174].

Очевидно, что такая взаимосвязь существует и даже вошла в анекдоты [8].

“Выходит, — продолжает Е. В. Грицай, — в покупке модной вещи потребителем выступает вещь, точнее, **статус, который она обещает**, а потребляемым — человек. Завороженный соблазнами статуса, обещаемого вещью, он сам же и продается, при этом с восторгом, поскольку уверен в том, что он — покупатель” (выделено нами. — А. Б.) [5;174].

Добавим, что в период электоральных компаний, когда, условно говоря, “Вещью” выступает некий ведущий кампанию кандидат, при помощи политтехнологий функция “Покупателя” несколько трансформируется. “Покупатель” теперь уверен в том, что он — “Избиратель”.

Отметим и еще одну популярную формулу — **RACE (Research — Actions — Communications — Evaluation: Исследование — Действия — Коммуникации — Оценка)**. В литературе по паблик рилейшнз эта формула обозначает модель решения проблем. Авторство идеи формулы RACE может быть оспорено. Так, идея концепции “Системы RACE” появилась в 1952 г. в работе Скотта Катлипа и Аллена Сентера “Effective Public Relations”. А уже в 1963 г. сама формула была обозначена известным американским специалистом Джо Марстоном в книге “The Nature of Public Relations” [9; 390-391]. Справедливости ради добавим, что, возможно, идея Катлипа и Сентера может быть описана схожей (и, на наш взгляд, более удобной) формулой RPCE, где вместо “А” — “Actions” стоит “Р” — “Planing”.

В Россию эту формулу чаще всего принято соотносить с именем популяризатора этой идеи — С. Блэка, из книг этого автора она перекочевала в работы многих российских исследователей.

Так, Е. Иванова, возможно несколько вторично рассуждая, развивает эту формулу в направлении стратегических решений паблик рилейшнз, отмечая, что «**исследовательская стратегия** применяется для выяснения потребностей, предпочтений, ориентиров целевой аудитории... Компонент “действия” (actions) в данном случае можно назвать **стратегией реализации**...

В состав стратегического комплекса RACE также входят **коммуникативная стратегия**» [6; 18-19].

Разделяя авторскую мысль о том, что “при определенных условиях ее также можно назвать стратегией посредничества, или в терминологии Беттеке ван Рулер стратегией диалога (dialog strategy), или же стратегией достижения согласия (consensus creation strategy)” [6;18-19], все же отметим, что этими “определенными условиями” у голландского исследователя являются только модели двусторонней коммуникации, располагающиеся соответственно в квадрантах “двухстороннее движение” — “откровение” (dialogue basic strategy) и квадрантах “двухстороннее движение” — “влияние” (consensus creation basic strategy), то есть занимая ровно половину пространства приведенной ниже схемы коммуникативного воздействия.

При этом сама Беттеке ван Рулер, рассуждая о степени разработанности темы, отмечает: “Что касается стратегий диалога и достижения согласия, то они представлены в теории управления коммуникациями куда более скудно” [10; 64-65].

В то же время в условиях “монологичных ПР” (позволим себе термин) коммуникативную стратегию возможно также соотносить с ранними идеями Э. Бернайза, а также начальными уровнями ПР модели Дж. Грюнига и Т. Ханта.

Поэтому полагаем, что и другая половина схемы голландского специалиста в области паблик рилейшнз (в контексте указанного стратегического подхода) имеет полное основание для ее соотнесения со стратегическими аспектами ПР-коммуникации.

Однако здесь, на наш взгляд, отмечаются трудности при идентификации важнейших коммуникационных дисциплин. При переложении указанных теоретических положений Беттеке ван Рулер в ее ситуационной модели управления коммуникациями (situative model of communicateds managemenet) наряду с двусторонним движением информации обозначено **контролируемое одностороннее** движение информации (см. схему).

Контролируемое одностороннее движение информации

	Информация	Убеждение	
<i>Откровение</i>	_____	_____	<i>Влияние</i>
	Диалог	Формирование согласия	

Двустороннее движение информации

Квадрант “одностороннее движение” — “откровение” соответствует основной стратегии информирования (information strategy).

На пересечении значений “одностороннее движение” и “влияние” находится основная стратегия убеждения (persuasion basic strategy), которая в терминах теории популяризации (позиционирования) определяется как “убеждающее информирование” (persuasive information).

Эта стратегия — краеугольный камень “**рекламы и пропаганды**” [10; 64-65].

Таким образом, голландский исследователь допускает соотношение монологичных уровней ПР с обозначениями рекламы и пропаганды, что, на наш взгляд, требует дополнительного пояснения.

Очевидно, что схема “ситуационной модели управления коммуникациями” не является исключительной моделью управления ПР-коммуникациями, как принято иногда считать. По нашему мнению, схема Беттеке ван Рулер допускает гораздо более современную интерпретацию коммуникационного воздействия, интегрирующую в новую среду и развивающую в ней значения важных понятий, скрывающихся за плохо спозиционированными устаревшими терминами. Вместе с тем признаем, что голландский исследователь не дает особых комментариев по этому поводу, но в то же время отметим, что, по нашему мнению, этот сравнительно мало известный подход представителей голландской школы публичных рилейшнз развивает и существенно дополняет модель Грюнига/Ханта.

Возвращаясь к комментариям схемы RACE исследователя из университета Дружбы народов, отметим, что **оценочная стратегия** также достаточно бесхитростно трактуется Е. Ивановой в направлении стратегических коммуникаций. Она “используется после осуществления определенных ПР-коммуникаций. Это необходимо, с одной стороны, для того, чтобы подвести итог ПР-кампании, с другой — связано с проблемой координации ПР-усилий, корректировки действий ПР-специалиста” [6; 18-19].

Для нашего исследования оказывается необычайно интересным, что некоторые из приведенных выше “ПР/рекламных” формул оказываются настолько универсальными, что вполне позволяют описывать не только стратегические “внутренние дела” ПР, но и их основные направления. Так, в журнале “ПР в России” [11] дана формула “media-relations”. Особенностью этого подхода является не только то, что термин написан наполовину в латинском обозначении, наполовину в кириллице (случай, редкий даже для ПР-терминологии), но и то, что расшифровка

второй буквы в известной аббревиатуре RACE дается как Analysis — Анализ.

Статья построена на разъяснении сути формулы, по которой может строиться деятельность в области media-relations (RACE).

Research — исследование. Главная задача — создание контакта со СМИ.

Analysis — определение тактики медиа-контакта, детальный анализ редакционного совета и состава публикаций.

Communication — установление контактов. Здесь принято выделять 3 направления:

1. Фоновые, регулярные информационные атаки (пресс-релизы, справочная информация, рассылаемая специально для журналистов т. п.).

2. Базовые публикации о компании (упоминания в новостях, тематических и обзорных статьях).

3. Спецпроекты для СМИ (пресс-конференции, пресс-туры, крупные публикации о компании и ее лидере).

Evaluation — оценка результатов ПР-работы.

Симптоматичным кажется замечание, что дословное значение аббревиатуры RACE — “гонка” (англ.). А гонка — это всегда скорость, и значит, зачастую некогда подумать о сути значений. Об этом не следует забывать, в частности, в стремлении формализовать и регламентировать ПР-деятельность.

Гораздо более современной модификацией формулы RACE является модель ROPE (Research — Objects — Programming — Evaluation: Исследование — Цели — Программирование — Оценка), предложенная в 1998 г. американским исследователем Джерри Хендриком [9; 390-391].

Отметим значение этой модели для **измерения воздействия** ПР-кампании. Хендриком предлагается делить цели ПР-кампании на две категории: цели с точки зрения результатов и цели с точки зрения влияния. При этом вторая категория делится на три составляющие: информационные цели (получение сообщения, понимание и сохранение информации); позиционные цели (создание, усиление и изменение); поведенческие цели (создание, усиление и изменение).

Включение понятия “Программирование” в комплекс ROPE позволяет рассматривать текущий проект в долгосрочной перспективе, конкретизируя стратегические и тактические цели, связывая их реализацию с определенным временным сроком.

“В конечном итоге, если ПР-цель сформулирована правильно и для ее реализации выбран нужный стратегический комплекс, то при соблюдении принципа последовательности и воплощении на практике соответствующих той или иной стратегии ПР-тактик можно в определенной степени гарантировать эффективность ПР-усилий [6; 18-19].

И вновь отметим некую символичность названия модели ROPE, которое в данном контексте можно перевести как "связывать ПР-усилия". При этом выражение "знать (выучить) систему ROPE" ("to know (to learn) the ROPE") имеет значение "хорошо ориентироваться", "знать все ходы и выходы".

Добавим, что дословное значение подобных аббревиатур может быть не столь символичным и даже благозвучным.

Отмечая стратегическое значение предлагаемых формулировок, известный специалист по маркетингу Эл Райс, написавший в соавторстве с дочерью Лорой «один из самых гениальных в мире учебников по маркетингу и рекламе – "Расцвет Пиара и упадок рекламы"» [12], рассуждает: "*Маркетинговая кампания* (здесь и ниже курсив наш. – А. Б.) для большинства товаров и услуг строится на основе стратегии, состоящей из следующих четырех этапов:

1. Компания разрабатывает новый продукт или услугу.
2. Проводятся исследования, чтобы убедиться, что новый продукт или услуга принесет потребителям ощутимую пользу.
3. Нанимается рекламное агентство, чтобы запустить кампанию, устроенную по принципу "большого взрыва".
4. Со временем реклама формирует из нового продукта или услуги мощный брэнд.

Четыре стадии *рекламной кампании* приобрели в анналах истории бизнеса статус незыблемых основ: разработка, исследование, реклама, формирование брэнда. Теоретически в этом четырехступенчатом процессе нет ничего плохого, кроме неблагозвучной аббревиатуры" [13; 11].

Отметим весьма небезупречную логику представления подобной формулы (Development, Research, Advertising, Branding – DRAB) в "лучшем руководстве к действию для сотен тысяч профессионалов во всем мире" и "дерзкой и умной книге, раз и навсегда перевернувшей мир маркетинга" [14].

В первом случае говорится о четырех этапах *маркетинговой кампании*, во втором, прибегая к той же аббревиатуре, – о четырех стадиях *рекламной кампании*, приобретших "статус незыблемых основ".

Совершенно очевидно, что подобная логика создает существенные трудности в позиционировании родственных и сопредельных понятий рыночных **коммуникационных институтов**, что не позволяет их корректно идентифицировать в рамках подобной "блуждающей аббревиатурной терминологии".

Отметим далее, что доля условности, сопровождающая попытку обозначить современные

коммуникационные институты некой формулой, с развитием коммуникационных процессов становится все более значительной, а сами формулы – все более спорными. **Между тем сами размышления на эту тему, как нам представляется, способны разрушить обличенные в аббревиатурную формулу стереотипы, ограничивающие восприятие маркетинговых коммуникаций.** Для иллюстрации нашего тезиса обратимся к анализу наиболее известной формулы – AIDA. При ее анализе неизбежно возникают вопросы, на которые мы и попытаемся ответить, соблюдая всю ту же долю условности:

1. Может ли быть вызвано желание (Desire – D) приобрести товар без предварительного создания атмосферы доверия (введем термин "императив доверия") к этому товару (и/или фирме-производителю)?

Известные американские исследователи Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум пишут: "Любая информационная кампания (разумеется, рекламная и ПР-кампания) входят в их число. – А. Б.) начинается с создания атмосферы доверия. Этот климат создается действиями со стороны организации, отражая ее искреннее стремление послужить всем заинтересованным сторонам и общественности. Получатель должен доверять отправителю и пребывать в уверенности, что тот лучше всех разбирается в освещаемом предмете" [2; 467].

2. Возможно ли пользоваться схемой AIDA для обозначения процесса ПР, как это делают те же авторы? [2; 281-282].

3. Какова последовательность процессов и правильно ли она обозначена на "универсальной" схеме ПР?

4. Можно ли рассматривать этот процесс шире – в категориях традиционных маркетинговых коммуникаций, последовательно рассуждая таким образом: *стратегия* (доверия – "Trust" – "Т" – "Трастинг") – ПР; *тактика* (желания) – Реклама; и основные *технологии* маркетинговых коммуникаций – SP, DM, например, специальное мероприятие ПР – "Выставка" – по сути представляет *технологию* (инструмент) DM.

Если на представленные вопросы мы получим утвердительные ответы, то, используя в качестве основы для нового обозначения аббревиатуру AIDA, получим формулу "волшебного порошка" маркетинговых коммуникаций – TAIDA ("Т" – "Trust" – "Доверие"). Одновременно обратим внимание на перманентность процесса коммуникаций маркетингового воздействия (маркетинг начинается с потребителя и кончается потребителем) и, вновь включив в эту идеологию категорию "Доверие" ("Trust" – "Т"), предложим следующее "закольцованное" обозначение – TAIDAT. Рассуждая

таким образом, обнаружим, что при обозначении маркетинговых коммуникаций тактическая “формула рекламы” находится как бы “внутри” обозначения стратегии доверия ПР. Помимо того, что устанавливается некая родовая/видовая связь, в нашей формуле подчеркивается (чего нет в AIDA) чрезвычайно важная для понимания сути процесса непрерывность рекламного и ПР воздействия.

Рассуждая далее, можно обнаружить, что наша формула позволяет сделать знак равенства между маркетинговыми коммуникациями (промоушн) и ПР при рассмотрении ПР внутри концепции института маркетинга.

Следствие из этого рассуждения можно сформулировать таким образом:

Поскольку значение ПР соответствует значению промоушн (при рассмотрении ПР и промоушн внутри концепции маркетинга), то ПР становятся не только маркетинговой коммуникацией, но и одновременно инструментом маркетинга внутри классической схемы “4 Р”. Отметим, что предпринимавшие ранее известные автору предложения обозначить одним из “Р” маркетингового комплекса собственно паблик рилейшнз имели отличное от нашей идеи основание. Эти попытки допускали лишь количественное включение ПР на правах “пятого элемента” (“пятого колеса”?) схемы маркетингового комплекса, а не предполагали качественной замены промоушн на ПР в схеме “4 Р”.

При этом точно так же, как маркетинг является непрерывным процессом, непрерывен процесс ПР в определенном маркетинговом контексте, соответствующий значению маркетинговых коммуникаций (МК). Таким образом, можно предположить, что на определенном этапе (по нашему предположению — с 30-х годов XX века) развития маркетинговых коммуникаций реклама, сейлз промоушн, директ маркетинг обеспечивают тактическое воздействие на рынок.

Стратегическое воздействие на рынок соответствует идеологии ПР-воздействия. При этом маркетинговое значение ПР соответствует значению “кампания промоушн”, что в свою очередь может быть обозначено как маркетинговые коммуникации. Как следствие наших размышлений отметим, что сам термин “промоушн”, по сути, включен в термин “коммуникация”.

Далее, на более высоком этапе (мы считаем — с начала пятидесятых годов XX века) и в определенном маркетинговом смысле, происходит модификация маркетингового значения ПР в соответствии с концепциями ATL/BTL технологий.

С 80-х годов XX века мы предлагаем рассматривать ПР как некий феномен, объединяющий “активные инструменты маркетинга” (введем

термин), то есть инструменты, непосредственно участвующие в реализации идеологии интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). В дальнейшем возникает концепция интегрированных коммуникаций, в которой, по нашему мнению, могут быть интегрированы функции ПР, обозначенные в контексте маркетинговых коммуникаций и управленческие характеристики ПР, рассматриваемые с позиций функции менеджмента.

Попробуем с этих общих позиций дать еще одно определение ПР. Разумеется, оно не способно охватить все понятие ПР, подчеркнем, что это определение стоит рассматривать только в данном, представленном выше, контексте.

Наше маркетинговое “контекстное” определение может быть достаточно простым: ПР — информационная культура и информационная политика фирмы, занимающейся маркетинговой деятельностью. В более широком контексте наше определение может выглядеть так: ПР — достижение конкурентных преимуществ путем гармонизации отношений с общественностью. Первое из данных определение способно, по нашему мнению, уточнить и некоторые, скажем так — “контекстные”, особенности родственных институтов. Так, если мы допустим, что правы те, кто утверждает, что журналистика стала не просто пропагандистским, но и экономическим институтом, то из данного определения следует, что ее вполне можно рассматривать в маркетинговом контексте. Что в принципе и происходит, и о чем пишут многие авторы, да и мы писали в уже далеком 1992 г. [15]. А отсюда можно сделать вывод о существовании журналистики в качестве инструмента маркетинга или маркетинговой коммуникации.

В русле наших рассуждений попытаемся также дать определение рекламы (особо отметим, что мы считаем данный термин избыточно перегруженным, в том числе несвойственной маркетинговым коммуникациям семантикой):

Реклама в контексте маркетинговой идеологии — внутренняя форма маркетинговой коммуникации (ПР-деятельности), функцией которой является реализация тактических задач ПР-кампании при помощи скорейшей передачи сообщения, что достигается преимущественно за счет оплаты места эфирного, печатного и/или иного носителя.

Наше определение, разумеется, не исключает возможности другой интерпретации этого термина в рамках маркетинговой идеологии.

Тем не менее, считаем важным отметить, что характерным свойством нашего подхода к качеству определения, в частности, коммуникационных терминов “Реклама” “ПР”, “МК”, “Журналистика” и т. д. является их погружение в опре-

деленный социально-экономический контекст.

По нашему мнению, возможно следующее соотношение анализируемых понятий:

- реклама включена в маркетинговые коммуникации, которые, в целом, при современном прочтении, подчиняются идеологии стратегических коммуникаций публич рилейшз (и могут быть обозначены как интегрированные маркетинговые коммуникации, а далее – интегрированные коммуникации).

При этом мы характеризуем рекламу как способ весьма ограниченной трансляции ценовых преимуществ, а также преимуществ потребительской стоимости товара;

- маркетинговые коммуникации **определим как организацию и более совершенную (по отношению к указанному значению термина “реклама”) трансляцию материальных преимуществ потребительской стоимости и нематериальных преимуществ потребительской стоимости организации при помощи сочетания технологий информационного воздействия на потребителя;**

- **публич рилейшз (в данном контексте) обозначим как накопление и трансляцию нематериальных преимуществ “особого вида капитала, которым обладает рыночный субъект, функционирующий в пространстве публичных коммуникаций) [16; 88] путем создания и трансляции своеобразной потребительской стоимости самой организации, подчиненной идеологии корпоративной социальной ответственности.**

Отметим, что для понимания нашей концепции публич рилейшз важно определиться с толкованием самого термина, который, по нашему мнению, принципиально не может быть истолкован в единственной формулировке.

Мы понимаем термин публич рилейшз в одном из представленных ниже экономических значений как

– предтечи и пратехнологии ПР:

1. Формы домаркетинговых коммуникаций, внешне схожих с маркетинговыми технологиями и имеющих потенциал для подобного развития;
- собственно публич рилейшз:
2. Маркетинговая коммуникация.
3. Надмаркетинговая функция организации внутри философии “Outside-in”.

При этом чрезвычайно важно отметить, что каждая из этих форм имеет свое определение, свое местоположение в коммуникационной среде (включая параметры односторонней, двусторонней коммуникации и вводимого нами параметра *мультисторонней гиперкоммуникации*), свою терминологию, свои функции и свою историю.

По нашему мнению, такого рода классификация может иметь перспективу попытки обосновать более широкий взгляд на истоки и

современное положение публич рилейшз в рамках историко-философского подхода к теории ПР.

Поэтому категорически неприемлемо рассуждать о “неких публич рилейшз вообще”.

Очевидно, что и допускать некие сопоставления возможно лишь на конкретной основе, точно определившись в одном из представленных нами маркетинговых значений этого феномена, что, повторяем, не исключает возможности иного его истолкования в рамках иной дисциплины.

В завершение темы отметим, что следует отличать бытовое применение термина “реклама” от профессионального (в маркетинговом понимании) по новому параметру – только что предложенному нами “закольцованному” свойству непрерывности воздействия.

Поэтому то, что потребитель воспринимает как “рекламу” или как совокупность “точечных” единичных воздействий, часто надоедающих своей назойливостью, на самом деле представляют собой, возможно, не очень удачную рекламную кампанию. Причем, с нашей точки зрения, ее качество и эффективность обратно пропорциональны нарастающему в аудитории “ощущению назойливости”.

На самом деле, для тех, кто делает рекламу, для профессионалов-практиков термин “реклама” обозначает рекламную кампанию.

Точно также значение “публич рилейшз” соответствует значению ПР-кампания.

С нашей точки зрения, указанный синдром “назойливости” рекламы и других маркетинговых коммуникаций призваны снять ПР-мероприятия.

Продолжим наши рассуждения, представляя указанные феномены следующим образом:

Реклама – односторонне ориентированная информация.

ПР – диалектически переходящая в новое состояние односторонне, двусторонне и мультисторонне ориентированная коммуникация.

По нашему мнению, “реклама”, трактуемая как внешняя, изолированно выступающая вне программы маркетинговых мероприятий фирмы и односторонне ориентированная на потребителя информационная деятельность, более не существует в крупных современных корпорациях.

Такая деятельность остается лишь в организациях, не имеющих никакой иной долгосрочной коммуникационной стратегии, кроме стратегии выживания.

Очевидно, что следствием наших рассуждений является утверждение нами не только институционального, но и диалектического подхода к публич рилейшз, базирующегося на фило-

софских законах отрицания — отрицания, перехода количества в качество, единства и борьбы противоположностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Center A.H., Jackson P. Public relations practices. Managerial case studies and problems / A.H. Center, P. Jackson. — Englewood cliffs, 1990.

2. Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблик Рилейшнз. Теория и практика / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум. — Восьмое изд. — М.—СПб.—Киев: Вильямс, 2001.

3. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга. Учебное пособие. / Е. Ромат. — Харьков: Харьк. гос. Академия технол. и орг. питания, 1995.

4. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы / А. Лебедев-Любимов. — СПб.: Питер, 2002.

5. Грицай Е.В. Инициация постмодерна (на полях у Бодрийяра) / Е.В. Грицай // Вопросы философии. — 2003. — № 9.

6. Иванова Е. Стратегия, которая привлекает, провоцирует, побуждает... / Е. Иванова // PR-диалог. — 2003. — № 2-3 (25-26).

7. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. — М.: Добросвет, 2000.

8. В Америке встречаются двое «новых русских», у одного из них на шееновый, красивый (почти как у Незнайки) галстук.

— Вот, смотри, за тысячу долларов купил!

— Да Вас нагло обманули, шер ами! Тут за углом точно такой же за полторы продается!

9. Ньюсом Даг, Терк Джуди Ван Слайк, Крукеберг Дин. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз / Даг Ньюсом, Джуди Ван Слайк Терк, Дин Крукеберг. — 7-е изд. Пер. с англ. — М.: Консалтинговая группа ИМИДЖ-Контакт; ИНФРА-М, 2001.

10. Ван Рулер Беттеке. Коммуникационная сеть: ситуационная модель стратегического уп-

равления коммуникациями / Беттеке ван Рулер // PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. Пер с англ. — М.: Консалтинговая группа ИМИДЖ-Контакт; ИНФРА-М., 2002.

11. Формула медиа-relations // PR в России. — 2003. — № 2.

12. Вынесенная на обложку русского издания цитата из «USA Today». Райс Эл, Райс Лора. Расцвет Пиара и упадок рекламы. Как лучше всего представить фирму / Эл Райс, Лора Райс. — М.: ООО Изд-во АСТ; ЗАО НПП. Ермак. — 2004. — 313 с.

13. По первым буквам Development, Research, Advertising, Branding получается DRAB, что означает «потаскуха». Райс Эл, Райс Лора. Расцвет Пиара и упадок рекламы. Как лучше всего представить фирму / Эл Райс, Лора Райс. — М.: ООО Изд-во АСТ; ЗАО НПП. Ермак. — 2004.

14. Вынесенные на обложку русского издания цитаты из «Houston Chronicle» и «Business & Economics». Райс Эл, Райс Лора. Расцвет Пиара и упадок рекламы. Как лучше всего представить фирму / Эл Райс, Лора Райс. — М.: ООО Изд-во АСТ; ЗАО НПП. Ермак. — 2004.

15. Богоявленский А.Е. Современные российские СМИ и маркетинг / А.Е. Богоявленский // Пути совершенствования и проблемы повышения эффективности средств массовой информации на современном этапе: Тез. науч. сессии, апр. 1992 г. — Воронеж. — 1992. — С. 25-27. Богоявленский А.Е. Типология СМИ и маркетинг / А.Е. Богоявленский // Оптимизация средств массовой информации: опыт и перспектива: Тез. науч.-практ. конф., 13-17 мая 1996 г. — Воронеж. — 1996. — С. 51-52.

16. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / А.М. Шишкина. — СПб., 1999.

МИХАИЛ БАКУНИН И ПЕРВЫЕ АНАРХИСТСКИЕ ИЗДАНИЯ

© 2004 Е.Е. Воронцова

Нижегородский филиал Российской академии образования

Анархизм — это, прежде всего, философское, мировоззренческое, а затем и общественно-политическое направление, существующее уже два века и выдвинувшее целую плеяду ярких теоретиков и практиков, оставивших не только глубокий след в российской и мировой истории, но и находящих своих последователей в современном мире.

Идея личной свободы и независимости, связанная с безгосударственным и безмонопольным устройством общества, надолго оставила свой след в первомайских праздниках солидарности трудящихся в память о казненных в Чикаго анархистах (Сакко и Ванцетти), в анархистской (Гуляйполевской) республике Н. Махно, чьи повстанческие отряды освобождали Украину и способствовали разгрому армий Деникина и Врангеля, в толстовских мирных коммунах, существовавших в России вплоть до 30-х годов XX в., в анархистской Парижской коммуне, в “Интернационале” анархиста Эжена Потье, в Юрской (анархической) федерации в Швейцарии, в аргентинской организации анархосиндикалистов ФОРА, в итальянской УСИ и испанской НКТ, первыми принявшими на себя удары фашизма. Бунтующая студенческая молодежь 60-х годов, черные знамена “Красного мая”, движения панков, автономистов и антиглобалистов — это тоже анархизм.

Вот почему важно и актуально проследить исторические корни анархизма, в том числе и в России, выявить его идеологические и пропагандистские концепции, снять толстый слой хвалебного и негативно-ярлыкового налета, подобно папье-маше закрывшему суть анархизма, создав его карикатурный муляж.

Литература об анархизме на русском языке составляет свыше 400 книг, брошюр и статей. Львиную долю занимает литературное наследие ведущих русских идеологов анархизма М. А. Бакунина, П. А. Кропоткина и др. В советской историографии преобладал взгляд на анархизм как

на движение, чуждое пролетариату и марксизму. Исследования историков посвящались в основном борьбе партии большевиков против анархизма [1]. В период либерализации 90-х годов стали появляться более объективные и обстоятельные работы об анархизме и анархистах в России [2].

В этих работах периодическая печать анархистов упоминается лишь как один из исторических источников. Сами анархистские издания непосредственно не изучались. Исследователи называют лишь некоторые из них. Нет достоверных данных о количестве анархистских изданий. С. Н. Канев приводит количество анархистских изданий с 1917 по 1922 гг. (1917 — 21, 1918 — 55, 1919 — 28, 1920 — 8, 1921 — 10, 1922 — 3) [3], но не называет их.

Вместе с тем, ни одно политическое движение не может быть объективно и полно изучено без исследования его периодической печати. Именно в периодике сконцентрированы программные и тактические концепции, агитационные лозунги, пропагандистские цели, отношения к другим партиям, союзам и движениям. Попыткой хотя бы частично восполнить существующий пробел в исследовании периодической печати российских анархистов начала XIX в. и является эта работа.

Анархизм, как и марксизм, был привнесён в Россию из Европы. Прародители его — англичанин Вильям Годвин (1756—1836) и немец Макс Штирнер (Иоганн Каспар Шмидт, 1806—1956). Оба мыслителя попытались обосновать необходимость уничтожения государства и децентрализации общественной жизни и производства. Однако их взгляды на пути достижения главной цели не совпадали.

В. Годвин в книге “Исследования о политической справедливости и ее влияние на всеобщую добродетель и счастье” (1793) исходил из постулата о природной доброте человека, на которую негативно влияют государственные институты, предлагал анархо-коммунистическую програм-

му социальных преобразований, в том числе путем пропаганды.

М. Штирнер в работе “Единственный и его собственность” (1844) во главу угла своих рассуждений поставил личность (Единственный), которую нельзя свести к каким-либо социальным ролям и проявлениям. Он призывал Единственного низвергнуть надличностные фетиши и деспотические учреждения, осознать свои истинные интересы и, соединяясь с другими Единственными, начать борьбу за свое освобождение. При этом Штирнер признает за “восставшей личностью” право на забастовки, экспроприации собственности, на создание свободного “союза эгоистов”.

Так наметились два направления анархистского мировоззрения — коммунистическое, имеющее своей целью построение свободного и справедливого общества, и философски-индивидуалистическое, подчеркивающее уникальность отдельной личности. Различные сочетания этих доктрин и породили впоследствии многочисленные течения в анархистском движении.

Если у Штирнера и Годвина, мало известных широкой публике, анархической идеал носил преимущественно абстрактно-философский характер, то Пьер Жозеф Прудон (1809—1865) развил и популяризировал анархическое мировоззрение, подготовив тем самым целую плеяду теоретиков и практиков анархизма. Выдающегося французского мыслителя по праву называют “отцом анархизма”. Государственной власти, иерархии, централизации, бюрократии и праву он противопоставлял принципы федерализма, децентрализации, взаимности (мутуализма), свободного договора и самоуправления. Чтобы избежать крайностей между правами личности и правами общества, французский анархист рекомендовал разрушить государственную власть и социальную иерархию, заменив их добровольным союзом свободных личностей, общин и местностей [4].

Русский анархист Михаил Александрович Бакунин (1814—1876) развил прудоновские идеи в цельное мировоззрение, превратив его в мощное революционное движение под анархическими лозунгами почти по всей Европе. Он внес в это движение пафос бунта и бескомпромиссной борьбы за освобождение личности и общества. Анализируя проблемы государства и социальной революции в связи с национальными особенностями различных европейских народов, с их историей и культурой, М. А. Бакунин рассматривал славянские народы как среду, стихийно порождающую анархистов.

Позже Н. А. Бердяев скажет: “Россия — самая безгосударственная, самая анархическая

страна в мире... Все подлинно русские, национальные наши писатели, мыслители, публицисты — были все безгосударственниками, своеобразными анархистами. Анархизм — явление русского духа...” [5].

М. А. Бакунин одним из первых революционеров восстал против идеи “диктатуры пролетариата” К. Маркса, утверждая, что это неизбежно приведет к появлению нового класса — “красной бюрократии”. Борьба бакунинцев и марксистов шла не только в генеральном совете Интернационала, но и вылилась на страницы печати. В анархистском журнале “Народное дело”, который издавал в Женеве с 1 сентября 1868 г. М. А. Бакунин вместе с Н. Жуковским, произошел политический раскол. Бакунин вынужден был выйти из состава редакции, а журнал перешел в руки Н. И. Утина, В. Нетова (В. И. Бартенева) и А. Д. Трусова, поддерживавших постоянные отношения с Марксом. Уже с № 2 (3 окт. 1869 г.) новая редакция меняет программу и резко выступает против анархизма. Переслав свою программу Марксу, новые руководители “Народного дела” заявили в своем коллективном письме, что не имеют “абсолютно ничего общего с г. Бакуниным и его немногочисленными сторонниками” [6]. Однако даже новая редакция не смогла преодолеть заманчивости анархистско-народнических идей общинного социализма, привнесенных М. А. Бакуниным, о чем свидетельствует статья “Крестьянская реформа и общинное землевладение” [7].

“Народное дело” в 1870 г. стало органом русской секции I Интернационала. Главной своей задачей журнал ставил поддержку руководимого Марксом генерального совета Интернационала в его борьбе с раскольнической деятельностью Бакунина. Особенно резкой стала критика Бакунина после того, как он поддержал С. Г. Нечаева.

М. А. Бакунин принял участие в издававшемся в Женеве в 1869 г. журнале С. Г. Нечаева “Народная расправа”. Журнал был задуман как орган революционно-заговорщической организации “Народная расправа”, которую Нечаев пытался создать в России осенью 1869 г. В статье “Главные основы социального строя будущего” (№ 2) Нечаев, ссылаясь на “Манифест коммунистической партии”, изложил свои социально-политические воззрения, которые Маркс и Энгельс квалифицировали как образчик “казарменного коммунизма”. Под влиянием Бакунина журнал стал приобретать анархическую направленность, однако прекратил свое существование после выхода второго номера.

Анархическим, федералистским по духу было почти все движение революционного на-

родничества. Один из крупнейших идеологов этого движения П. Л. Лавров, не соглашаясь с бунтарской тактикой Бакунина, довольно активно пропагандировал основные постулаты анархизма. Лавров в 1873–1877 гг. издавал сначала в Цюрихе, а затем в Лондоне журнал “Вперед!”. Всего вышло пять номеров. В 1875–1876 гг. помимо журнала под тем же названием выходила в Лондоне двухнедельная газета (вышло 48 номеров).

В программе “Вперед!” крестьянская община признавалась зародышем, из которого должна развиться в России революция. Революция, по мнению Лаврова, должна привести к уничтожению государства и к замене его федерацией земледельческих и промышленных товариществ.

Лавров в своих изданиях настойчиво пропагандировал теорию “героев” и “толпы”, утверждая, что “критически мыслящие личности” творят историю, а народ лишь слепо следует за интеллигенцией. Поэтому именно интеллигенция, по Лаврову, должна стать движущей силой в грядущей революции. На идейную подготовку интеллигенции к народному восстанию и были направлены главные пропагандистские усилия “впередовцев”.

Особой популярностью у читателей пользовался отдел “Что делается на родине?”, где помещались острые обличительные материалы.

В борьбе, происходившей между сторонниками Маркса и последователями Бакунина, издания Лаврова заняли примиренческую позицию. Лавров считал, что спор между бакунистами и сторонниками генерального совета Интернационала не имеет принципиального значения и приносит только вред международному революционному движению. Энгельс писал по этому поводу о Лаврове: “По своей философии друг Петр является эклектиком, который старается из самых различных систем и теорий выбрать наилучшее... Он знает, что во всем есть своя хорошая и своя дурная сторона и что хорошую сторону следует усвоить, а дурную отбросить... Человек, который держится таких взглядов, пытается примирить всех... взаимно борющихся людей и серьезно убеждает их не доставлять больше реакции этого скандального зрелища, а нападать исключительно на общего врага” [8]. Энгельс указывал, что принятие точки зрения Лаврова означало бы капитуляцию перед бакунистами и измену делу интернационала.

Надо сказать, что разрыв марксистов с Бакуниным действительно привел к крупному расколу Интернационала. После исключения Бакунина из руководства Интернационала на Гаагском конгрессе 1872 г., большинство секций Интернационала — бельгийская, французская,

английская, испанская, итальянская, голландская, швейцарская и американская — отвергли решения, принятые в Гааге, и отказались подчиняться генеральному совету, поддержавшему Маркса. Многие из этих секций, соединившись, образовали новый, анархический интернационал, просуществовавший до 1879 г. Именно поэтому П. Л. Лавров, несмотря на давление и откровенное “заигрывание” со стороны К. Маркса и Ф. Энгельса [9], не мог принять их сторону.

Вряд ли можно назвать в какой-либо степени марксистскими такие статьи в журнале: “Вперед! Наша программа”, “Счеты русского народа”, “Из истории социальных учений”, “Очерк развития Международной ассоциации рабочих”, “Фикция судебной правды” (№ № 1, 3), “Кому принадлежит будущее”, “Революционеры из привилегированной среды” (№ 2) и др.; в газете: “Новый 1875 год” (№ 1), “Русские либералы и консерваторы” (№ 2), “Рабочий вопрос в России и повсюду” (№ 3), “Политическое безлюдье” (№ 4), “Парижская коммуна” (№ 5), “Почва для социальной революции в России” (№ 27), “Роль народа и роль интеллигенции” (№ 34), “Формы социально-революционной пропаганды” (№ 46) и др. Редакция “Вперед!” высказывалась против политической борьбы в различных ее формах (стачки, демонстрации и т. д.), утверждая, что такие выступления препятствуют ведению мирной социалистической пропаганды, настораживают правительство и этим мешают подготовке революционного взрыва, о котором мечтал Бакунин. Сам М. А. Бакунин после неудачи с “Народным делом” неоднократно, но тщетно пытался наладить издание какого-нибудь журнала. Поэтому подробное изложение своих взглядов на революцию вообще и в России в частности ему пришлось излагать в книгах, брошюрах и прокламациях. Лишь в 1875 г. группе его последователей удалось наладить издание газеты “Работник”. Она выходила в Женеве в 1875–1876 гг. в количестве 15 номеров. В подзаголовке была обозначена аудитория — “Газета для русских рабочих”. “Работник” был рассчитан на малоподготовленных читателей — рабочих, выходцев из крестьянства. Соответственно язык газеты был стилизован под народный, а в самой программе популярно излагались анархистско-бунтарские идеи бакунистов. В редакцию входили последователи Бакунина — Н. И. Жуковский, З. К. Ралли, А. Л. Эльсинец, В. А. Гольдштейн, Н. А. Саблин и представитель петербургского рабочего кружка Н. А. Морозов.

“Мы хотим, — заявляла редакция в первом номере, — по мере сил и возможности познакомиться русский рабочий люд с житьем-бытьем и делами рабочих других земель; мы хотим позна-

комить их с тем, что думают другие работники о своем горьком положении и каким средством хотят выйти из него”. Отождествляя фабричных работников с крестьянами, редакция внушала им: “Как у земледельцев, так и у работников городских дел... одно, хотят они одного”. И это общее дело, по мнению редакции “Работника”, заключалось в том, чтобы разрушить государство русское и устроить свой “вольный союз общин”, т. е. “всякое правительство, какое бы оно ни было, всегда будет врагом народным” [10].

Наряду со статьями программного характера в “Работнике” помещалась информация о развитии рабочего движения в Западной Европе, редкие корреспонденции из России, обличающие самодержавие, капиталистов и помещиков, очерки беллетристического характера, предназначенные для революционной пропаганды. Таким был, например, материал “Внушителя схватили”, в котором рассказывалось об аресте полицией пропагандиста [11].

Приступая к изданию “Работника”, редакция обратилась к читателям с призывом сотрудничать в газете: “Найдутся люди в России, — говорилось в обращении, — которые доставят нам всякие сведения и о крестьянстве, и о городских рабочих, и газета наша послужит, может быть, к тому, чтобы русские рабочие сблизились друг с другом и сговорились бы, как добыть волю всему народу русскому” [12]. Однако отклика на этот призыв так и не последовало.

Связь газеты с Россией была довольно слабой, поэтому жизни рабочих в 15 номерах было посвящено лишь 10 небольших материалов. Н. А. Морозов в своих воспоминаниях пишет: “Прежде всего обнаружили полную нашу оторванность от России и отсутствие из нее каких-либо корреспонденций о местной жизни и деятельности, а между тем для журнала это было крайне необходимо. Приходилось писать корреспонденции большей частью по воспоминаниям или рассказам приезжих, здесь же на месте... Не того я ждал от своей новой деятельности! Я ждал, что мы здесь будем писать только руководящие статьи, а факты нам будут доставлять оттуда, из глубины России. А оттуда ничего не было” [13].

Основная тема “Работника” — призыв к сговору и бунту, к восстанию против царя и помещиков. Типична в этом отношении, например, статья “Бунт и реформы”. В ней говорилось: “У нас на Руси крестьяне верят еще в царя. Думают, что этот помещик из помещиков может дать им волю. Пора бы догадаться, что такому делу никогда не бывать, что надо в самих себе искать силы и брать волю с бою. Не реформами, а бунтом добьется русский рабочий люд своей заветной воли... Надо раз навсегда перестать надеять-

ся на царя. Надо сговориться и поднять бунт по всей Руси” [14].

Что последует после бунта, к установлению какого общественного порядка призывала своих читателей редакция? Ответ на эти вопросы дан в статье “Русское государство”: “Голодные не поверят больше никаким благодетелям; они не вдадутся в обман и не заведут нового правительства; не будет меж ними генералов, полковников, атаманов, начальников. Голодные победят сытых, уничтожат их государство и на его развалинах создадут свой вольный союз вольных общин” [15].

Крестьянская тематика преобладала над рабочей. В каждом номере газеты редакция рассказывала о непосильных налогах на крестьян, о правах царских чиновников над ними, о крестьянской и рабочей нищете.

Рассматривая революцию как стихийный взрыв, редакция отрицала необходимость политической борьбы и политических организаций рабочих и крестьян. В международном рабочем движении редакция выделяла деятельность профсоюзных объединений, ремесленных союзов, кооператоров, а отнюдь не марксистского Интернационала. Например, в статье “Сговор” говорилось о том, что западноевропейские рабочие давно поняли, как надо объединяться в товарищества, и между ними идет сговор.

“С каждым годом, — говорилось в статье, — все больше и больше народу сговаривается; тысячи рабочих обществ рассеяны по всем государствам; мало того — рабочие завели свои газеты, в которых они сами обсуждают свои нужды и толкуют о том, как помочь людскому горю, как установить справедливый порядок, как добиться, чтобы всяк, кто здоров, по силам бы работал, да по усталости отдыхал” [16].

Наиболее ярко бакунистские взгляды на будущей общественный строй выражены в статье “Как живет и борется чужеземный рабочий?” [17]. Автор статьи рассказывает о том, что в Швейцарии давно уже установлен республиканский строй и формально власть принадлежит народу. Однако фактически власть сосредоточена в руках богачей, а рабочий человек по-прежнему находится в кабале у богатых. Подытоживая, автор пишет: “Невдомек рабочему человеку, что совсем бы ему порешить пора с властителями да правителями; забрать бы земли да фабрики в общее пользование всех рабочих, да и жить и управляться самому: живет себе деревня, сама правит своими делами и знать не знает никаких властей; так же бы и фабрики или опять заводы; а по надобности деревня с деревней промеж себя договор делает, чем сообща пользоваться будут: дорогу построить, училище или другое что. И чудесно

бы без правителей” [18]. Собственно, в той же Швейцарии открыто действовала созданная Бакуниным Юрская анархическая федерация, ставшая идейным центром бакунистов. С нее-то и “списывала” редакция “Работника” освобожденные от власти деревни и фабрики.

Последние три номера газеты выходили с иллюстрациями. В № 13 помещен такой рисунок: на переднем плане деревенской улицы шагает крестьянин в косоворотке и лаптях, с топором в одной руке, в другой — знамя с надписью “Земля и воля”. За ним идет толпа крестьян, вооруженных косами, кольями и т. п. Подпись под рисунком гласит: “Песня о земле и воле”. В последнем сдвоенном номере (№ 14-15) два рисунка иллюстрируют материал под названием “Раек”. Действительно, редакция широко использовала на страницах газеты рассказы в форме народных сказок и райка, помещала стихи о крестьянской жизни.

Газета “Работник” не получила широкого распространения в России и не смогла зажечь сердца своих читателей — работников — идеями анархистского стихийного бунта.

Позже, в 1878—1879 гг., последователи Бакунина Н. И. Жуковский, З. К. Ралли и приехавшие из России представители тайного общества “Земля и воля” Д. А. Клеменц, П. Б. Аксельрод и С. М. Кравчинский издавали в Женеве социально-революционное обозрение “Община”. Всего вышло девять номеров газеты. В отличие от “Работника”, “Община” предназначалась для революционно настроенной интеллигенции. В ней печатались преимущественно статьи теоретического характера. Учитывая опыт агитации в народе, редакция “Общины” отказалась от веры в ту якобы полную подготовленность русского крестьянства к революции, о которой, по меткому выражению А. И. Герцена, “путая второй месяц беременности с девятым”, любил утверждать Бакунин. Редакция “Общины” нацеливала интеллигенцию на предварительную пропаганду своих идей в народе.

Первая в России народническо-анархистская газета “Начало” выпускалась нелегально в Петербурге с марта по май 1878 г. (вышло 4 номера). В редакцию входили Л. К. Бух и Н. К. Бух, И. А. Головин, А. А. Астафьев, В. В. Луцкий. В первом номере “Начало” имело подзаголовок “Орган русских революционеров”, в остальных номерах — “Орган русских социалистов”.

Уже в редакционной статье первого номера газета заявила, что “русский народ анархичен”, а потому необходимо разрушить государство и создать федерацию — свободный союз свободных общин “без всякой принудительной цент-

ральной власти”. При этом редакция утверждала, что в России нет ни буржуазии, ни пролетариата как самостоятельных классов, и истолковывала задачи борьбы за социалистическое переустройство общества в духе анархистских воззрений Бакунина. Однако четкой программы у редакции “Начала” не было. Наряду с призывами к стихийному бунту и свержению царизма, на страницах газет высказывалась надежда на то, что самодержавие само собой изживет себя и революционерам останется только взять власть в свои руки.

“Начало” рассказывало о положении политических ссыльных, о репрессиях правительства против рабочих, добивавшихся улучшения своей жизни, писало о рабочем движении на Западе. Примечательно, что нелегальная газета вела полемику с легальной печатью либерального толка, в частности с “Голосом” А. А. Краевского.

В целом эмигрантская и нелегальная российская печать бакунинского анархистского направления не имела большого идеологического влияния на становление анархизма в России как самостоятельного общественно-политического течения, она лишь привнесла бунтарско-террористический пафос в народническое движение, которое по своему духу в 1870-е гг. было анархическим, федералистским, антиэтатическим.

ЛИТЕРАТУРА

1. Канев С. Н. Революция и анархизм: из истории борьбы революционных демократов и большевиков против анархизма (1840—1917) / С. Н. Канев / — М., 1987; Корноухов Е. М. Борьба партии большевиков против анархизма в России / Е. М. Корноухов / — М., 1981; Хайдакулов М. Из истории борьбы большевистской партии с анархизмом / М. Хайдакулов. — Ташкент, 1984 и др.
2. Ермаков В. Д. Российский анархизм и анархисты (вторая половина XIX—конец XX веков) / В. Д. Ермаков. — СПб., 1996; Штыбул А. А. Анархистское движение в период кризиса российской цивилизации (конец XIX—1-я четверть XX вв.): Уч.-метод. пособие / А. А. Штыбул. — Омск, 1998.
3. Канев С. Н. Октябрьская революция и крах анархизма / С. Н. Канев. — М., 1974.
4. См. работы П. Ж. Прудона: “Что такое собственность?” (1840), “Система экономических противоречий, или Философия нищеты” (1846), “Исповедь революционера” (1849), “О политической способности рабочих классов” (1865).
5. Бердяев Н. А. Судьба России / Н. А. Бердяев. — М., 1918. — ыс. 4.

6. Народное дело. Женева, 1870. – № 1.
7. Там же, № 2.
8. Маркс К. и Энгельс Ф. // Собр. соч. – Т. 15. – С. 231.
9. Переписка К. Маркса и Ф. Энгельса с русскими политическими деятелями. – М., 1951. – С. 209.
10. Козьмин Б. П. Русская журналистика 70-х и 80-х годов XIX века / Б. П. Козьмин. – М., 1948. – С. 25.
11. Там же.
12. Работник. Женева. – 1875. – № 1.
13. Морозов Н. А. Повесть моей жизни / Н. А. Морозов // Собр. соч. – М., 1933. – Т. 2. – С. 179-181.
14. Работник. – 1875. – № 3.
15. Там же, № 5.
16. Там же, № 4.
17. Там же, № 13.
18. Владимирский Н. А. Подготовка и возникновение рабочей печати в России / Н. А. Владимирский. – М., 1948. – С. 17.

ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЕ В СИСТЕМЕ СМИ: ОСОБЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

© 2004 А.А. Гарматин

Тольяттинский государственный университет

Интернет был создан как способ передачи текстовой информации. Поэтому печатные СМИ и информационные агентства столкнулись с его влиянием раньше, чем электронная пресса. СМИ в Интернете начинались с простого дублирования информации в Интернет, так в 1993 г. появилась точная копия газеты Washington Post. Постепенное перетекание традиционных СМИ в российский Интернет сопровождалось появлением новых видов сетевых СМИ, таких как интернет-издание (интернет-газета, интернет-журнал) – 1994–1996 годы, интернет-радио (1998 г.) и интернет-телевидение (1999 г.). Научная общественность уже проявила интерес к двум первым видам, однако интернет-телевидение все еще остается неизученным.

На ноябрь 2004 года число зарегистрированных интернет-ресурсов в разделе “СМИ” каталога “Яндекс” составляет 3477, из них к телевидению имеют отношение 442 ресурса. (Интернет-каталог “Яндекс” отражает наиболее адекватную ситуацию соотношений интернет-ресурсов: в отличие от большинства интернет-каталогов сотрудники “Яндекса” самостоятельно анализируют, аннотируют и заносят ресурсы в каталог). Однако было бы ошибочным считать все зарегистрированные в каталогах ресурсы действующими средствами массовой информации. Например, по нашим данным, в Ростовской области из 121 ресурса, зарегистрированного в каталогах на начало 2001 г., всего лишь 25 имели типологические признаки периодического издания.

Постоянное и постепенное развитие на все более фрагментированном телевизионном рынке, где царит жесточайшая конкуренция, становится для владельцев СМИ принципиальной задачей. Однако удачное решение этой проблемы в перспективе принесет большие выгоды и преимущества как для СМИ, так и для зрителей (пользователей). Интернет, прямой маркетинг и цифровые каналы способствуют улучшению

контакта владельцев СМИ с рынком потребителей. Мы считаем, что владельцы телевизионных каналов должны адаптироваться к новым требованиям рынка и подготовиться к увеличивающемуся объему вещания в Интернете. Кроме того, общее старение зрительской аудитории и появление нового зрителя, тяготеющего к новым современным формам получения информации, также скажутся на деятельности телеканалов, и влияние этих факторов со временем будет только возрастать.

Понятие *интернет-вещание* (internet-broadcasting) включает в себя передачу по сети Интернет видео- и аудиоинформации. Трансляция в Интернете может быть как прямой (“живое вещание”), так и в записи (“видео- или аудио-по-запросу”). В связи с этим понятием мы предлагаем ввести в научный оборот также термин *интернет-канал*. Это интернет-СМИ, которое распространяет информацию в Интернете с помощью аудиовизуальных средств, которое использует интернет-вещание для распространения массовой информации. Примерами интернет-канала могут служить сайты www.bbc.co.uk, www.dontr.ru.

За последние годы в системе СМИ нашли отражение и утвердились интернет-издания. В десятках научно-популярных и научных работ именно интернет-издания рассматривались как вид СМИ. Сегодня, учитывая очевидный процесс развития в Интернете теле- и аудиовещания, традиционная система СМИ наряду со всеми разновидностями интернет-изданий (интернет-газета, интернет-журнал, интернет-портал и другие производные) должна быть дополнена интернет-радио и интернет-телевидением. Интернет-телевидение подразделяется на сайты телеканалов, которые дублируют вещание канала в сеть, интернет-каналы с оригинальным вещанием и интернет-каналы со смешанным вещанием – версионным и оригинальным.

ВИДЫ ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЯ

Как и на традиционном телевидении, информацию можно передавать в Сеть в прямом эфире, мы назовем это “живым вещанием”, и в записи – назовем это “видео-по-запросу”. Некоторые специалисты для обозначения живого вещания используют термин “потокковое вещание”, а для обозначения видео-по-запросу – “отложенное видео”. Интернет-телевидение с *живым вещанием* передает программы в реальном времени о событиях, разворачивающихся симультантно с ходом программы. Эти программы могут дублировать вещание традиционного ТВ и быть версионными, либо представлять оригинальные интернет-программы. Во время живого вещания пользователь имеет возможность в реальном времени взаимодействовать с продюсером передачи: получать от него дополнительную информацию, задавать вопросы участникам программы, участвовать в интерактивных опросах, влиять на развитие программы и т. п.

Видео-по-запросу является одним из оригинальных достоинств интернет-телевидения. Представьте, что вы не успели на вечерний выпуск новостей или пропустили передачу – интернет-ТВ предоставляет возможность просмотра архивных передач. Записанная передача хранится в архиве сайта неопределенно долгое время. Это позволяет пользователю в любое время “пересмотреть” понравившуюся ему программу.

Кроме этого, видео-по-запросу предполагает нелинейный просмотр программ. Это значит, что пользователь фактически может просматривать несколько программ одновременно, либо просмотреть не только вчерашние, но и завтрашние программы. То есть пользователь может выстроить сетку вещания под себя и просмотреть завтрашние программы сегодня. Как и в живом вещании, программы видео-по-запросу могут быть версионными и оригинальными.

Отметим, что большинство интернет-каналов используют сочетание живого вещания и видео-по-запросу, то есть смешанное вещание. В сети можно найти оцифрованные фильмы, аудиозаписи, телепередачи, которые сами по себе не формируют ни сетевое телевидение вообще, ни интернет-каналы в частности. В ряде публикаций, в том числе и автором данного исследования, использовался термин “сетевое телевидение”. Мы считаем использование термина “интернет-телевидение” более оптимальным, так как уже существует традиционное понимание термина “сетевое телевидение” (chain broadcasting) как “одновременное распространение одной и той же программы двумя и более станциями, связанными между собой”.

Интернет с каждым днем становится все более динамичным, приобретая новые мультимедийные, развлекательные, интерактивные и коммерческие черты. В результате и традиционное телевидение приобретает окраску интерактивности. Более 40 лет телевидение было средством односторонней доставки видео- и телепродукции телезрителям, и единственным намеком на интерактивность долгое время оставалась возможность переключиться на другой канал или позвонить по телефону во время прямого эфира [2].

Интерактивное телевидение – это широкий термин, как, например, “мультимедиа”. Идея сводится к тому, что человек по ту сторону экрана может повлиять не только на ход передачи в прямом эфире, но и на развитие сюжета кинофильма. Существует достаточно устоявшаяся классификация услуг, предоставляемых компаниями в сфере интерактивного телевидения. В ней выделено четыре основных направления, отличающихся как функциональностью, так и содержанием: расширенное ТВ, или интернет-ТВ (enhanced TV); персональное ТВ (personal TV); интерактивное ТВ (interactive TV); “интеллектуальный дом” (SmartHome).

Все перечисленные варианты реализуются при помощи телевизора и дополнительного устройства, называемого Set-Top Box, плюс пульт дистанционного управления и/или беспроводная клавиатура. Наиболее простые “интерактивные сценарии” уже давно и довольно активно используются в “обычном” телевидении. Это телевизионные опросы при помощи обратных звонков по телефону; общение в прямом эфире телепередачи при помощи пейджинговой связи, электронной почты и чата; торговля различной продукцией по принципу “магазина на диване”. Но расширенное, персональное и интерактивное ТВ шагнет намного дальше.

Расширенное телевидение

При помощи функций расширенного ТВ, или интернет-ТВ, телезритель получает доступ к дополнительным информационным ресурсам, в том числе к ресурсам Интернета (просмотр веб-страниц, работа с электронной почтой). Он может искать нужную информацию, делать покупки в электронных магазинах, общаться по электронной почте, участвовать в форумах и чатах, отправлять SMS-сообщения, хранить персональную информацию в электронных адресных книгах и календарях, создавать семейные фотоальбомы и т. п. Одновременно с просмотром телевизионных программ зрители могут совершать действия, непосредственно относящиеся к текущей телепередаче, например, запрашивать и получать дополнительные сведения: информацию

о программе, ее авторах и участниках, анонсы будущих передач, материалы по той же теме, не вошедшие в основную телепрограмму. Они имеют доступ к архиву прошлых выпусков программы и возможность в ходе передачи совершать покупки сопутствующих товаров и услуг (телевизионная коммерция).

Например, во время показа видеоклипа можно узнать биографию исполнителя, график его концертов, заказать билеты, а при просмотре матча — ознакомиться с составом участников и таблицей игр, купить билеты и сувениры, разузнать о комментаторе, прочитать спортивные новости и т. д. И все это, не отрываясь от телепрограммы или матча.

У зрителя расширенного ТВ есть возможность выбирать интересующие его передачи в электронной программе передач (Electronic Program Guide, EPG) и получать по ним более подробные анонсы. Наконец, в перерывах между интересными передачами можно поучаствовать в онлайн-играх и других интерактивных развлечениях.

Технология расширенного ТВ во всем мире достаточно известна и полностью стандартизована. Одним из примеров предоставления таких сервисов является канал DirecTV, который существует в США, Японии и нескольких европейских странах. Этот канал построен на основе технологии WebTV компании Microsoft. Также расширенным телевидением занимаются, например, спутниковый вещатель BeSkyBe и еще целый ряд компаний. Для использования этой технологии дома необходимо иметь соответствующие приставки: аналоговые, которые будут получать информацию по специальному VBI-каналу, или цифровые. Все эти приставки принимают также обычный ТВ-сигнал, аналоговый или цифровой соответственно, и имеют возможность организации обратного канала, как правило по телефонной линии. Уровень цен на эти приставки — от 150 до 350 \$. Число абонентов WebTV составляет несколько миллионов. В США этой технологией пользуется около двух миллионов семей.

Персональное телевидение

Персональное телевидение позволяет телезрителю выбирать время просмотра интересующих его телепередач и видеофильмов из электронной программы (EPG), создавая таким образом персональный телевизионный канал, по которому нужные передачи будут идти в нужное время (телевизор сигнализирует о наступлении этого времени). Возможно задание персонального профиля телезрителя, в соответствии с которым он будет получать сообщения о передачах, входящих в круг его интересов.

Если позволяют аппаратура и провайдер, пользователь персонального ТВ может записать на жесткий диск одновременно несколько передач и использовать режим “картинка в картинке” с неограниченным количеством окон. Но интереснее всего, пожалуй, возможность отфильтровать рекламу, выбрав контекстно-зависимую рекламу, которая отвечает тематике телепрограммы и предлагается к просмотру только в определенной привязке к конкретному сюжету, или персональную целевую рекламу, ориентированную на личные интересы, потребности и возможности. И наоборот, особо жаждущие в любое удобное для себя время могут воспользоваться архивом рекламы: вся рекламная информация постоянно хранится на сервере телекомпании и открыта для пользователей.

Некоторые вещатели предоставляют еще один вид услуг — видео по запросу. Эта технология позволяет заказывать интересующую вас передачу, кино-или видеofilm в любое удобное время. Крупнейшие поставщики услуг этого типа — компании TiVo и RecordTV — работают в США, Европе и Японии. Их устройства представляют собой аналог цифровых видеомagneтофонов, которые позволяют одновременно смотреть телевизор и записывать интересные передачи, идущие по другим каналам. Они работают с аналоговыми кабельными сетями и используют электронную программу передач (EPG).

Интерактивное телевидение

Наиболее сложным из всех новых видов телевидения является интерактивное телевидение, идея которого, впрочем, до конца пока не реализована. Известно лишь, что оно предоставляет телезрителю самые невероятные возможности активного участия в телепередачах. Отвечая на вопросы, заполняя анкеты и используя другие предлагаемые формы обратной связи, зритель оказывает непосредственное влияние на ход передачи. Он может выставить для участия в шоу свой виртуальный образ или даже стать соавтором, выбирая декорации, ведущего и варианты развития сценария передачи или фильма. Совмещая возможности персонального и интерактивного телевидения, можно смотреть новостные программы, скомпонованные по своему вкусу.

Пока из всех перечисленных возможностей реализована только одна — просмотр с разных камер по выбору телезрителя. Такие трансляции футбольных матчей ведет британская фирма BeSkyBe, а гонок “Формулы-1” — собственная система трансляции их организаторов. Пользователи получают со спутника несколько изображений и могут сами выбирать интересные виды съемок (посмотреть на игровое поле с разных то-

чек стадиона, выбрать вид из машины пилота или какой-то участок на трассе). У BeSkyBe 5-6 млн. абонентов. В систему вещания BeSkyBe входят как обычные каналы, так и каналы расширенного телевидения и видео-по-запросу.

“Интеллектуальный дом” (SmartHome)

Интерактивное телевидение создает условия для реализации концепции SmartHome, когда телевизор становится центром управления домашним хозяйством и бытовыми приборами. Устройства с дистанционным управлением уже существуют, но развитие этого рынка сдерживается дороговизной дополнительных средств отображения их состояния. Использование телевизора в качестве центра управления, возможно, позволит сделать первые шаги в направлении создания “умного дома”, в котором можно, например, загрузить в микроволновую печь рецепт приготовления блюда, выбранный в Интернете на основе автоматически собранных сведений о содержимом холодильника в текущий момент. Хозяин — через Интернет — сможет контролировать состояние дома и всех имеющихся в нем устройств, находясь в офисе или даже проводя отпуск на другом конце света.

Когда телевизионная приставка Set-Top Box, фактически аналог компьютера, работает в доме постоянно, разумно возложить на нее дополнительные функции, подключив внешние управляющие модули. Такие комплексные системы существуют, но не на массовом рынке. Каждое решение создается по требованиям и возможностям конкретного заказчика.

Платформы интерактивного телевидения

Существует несколько программно-аппаратных платформ для интерактивного телевидения, лидерами среди которых являются Liberate TV, OpenTV и Microsoft TV. Платформа Liberate TV — разработка американской компании Liberate Technologies (<http://www.liberate.com>), совместного предприятия Oracle и Netscape, созданного в 1996 г. (до мая 1999 г. оно называлось Network Computer, Inc.). Первоначально предполагалось, что новая фирма займется разработкой архитектуры сетевых компьютеров, однако в дальнейшем NCI отказалась от аппаратной части и полностью сконцентрировалась на создании программного обеспечения для ТВ-приставок, в том числе интерактивного телевидения. OpenTV (<http://www.opentv.com>) — детище другой известной компании, Sun. Эта платформа создана в 1994 г. для разработки программного обеспечения цифрового телевидения и, естественно, опирается на технологии Sun, такие как Java. Sun создала OpenTV совместно с Thomson Multimedia, но в 1998 г.

Thomson получила инвестиции от Microsoft и отказалась от участия в этом проекте.

Программные решения Microsoft базируются на стандарте ATVEF, описывающем представление и формат интерактивных телевизионных программ. Он разработан организацией Advanced Television Enhancement Forum, созданной весной 1998 г. 14 компаниями: CableLabs, CNN, DirecTV, Discovery, Disney, Intel, Microsoft, NBC и др. Сегодня эту спецификацию поддерживает 65 фирм-разработчиков программного обеспечения и аппаратуры.

Количество различных телевизионных сетей, каналов и других вещательных компаний, которые поддерживают технологии интерактивного (в широком смысле) телевидения, на сегодняшний день составляет пять-шесть десятков. Это WebTV, AOL TV, BeSkyBe, Channel+ и др. Цены на приставки для интерактивного телевидения имеют довольно большой разброс и зависят как от возможностей самого вещателя, так и от функций и аппаратной части устройства (наличия клавиатуры, поддержки различных стандартов, типа модема: обычного, для выделенных линий или IDSL). Приставки, работающие с аналоговым сигналом, стоят 150-350 долларов США; приставки, позволяющие выходить в Интернет и просматривать сайты на экране телевизора — 100-200 долларов США; приставки, принимающие сигналы цифрового телевидения — 200-700 долларов США; а устройства, снабженные жестким диском и позволяющие записывать телепередачи — 350-800 долларов США. Возможно, что в будущем компании перейдут к выпуску цифровых телевизоров с поддержкой стандартов интерактивного телевидения. Thomson уже сейчас предлагает такую модель. На прошедшей в 2001 г. в Москве выставке Cable&Satellite приводились следующие данные: для распространения радио потребовалось около 50 лет, телевидения — больше 20, Интернет вошел в употребление за 5 лет, а темпы роста подписчиков интерактивного телевидения превышают темпы роста Интернета. За последние два года численность абонентов интерактивного ТВ увеличилась в 10 раз, и счет людей, которые сегодня смотрят те или иные интерактивные каналы, уже идет на десятки миллионов [3]. Российские телевизионные компании также обратили внимание на огромные коммуникационные возможности Интернета. Однако сайты телеканалов по-прежнему остаются банальными интернет-представительствами с программой передач. Телеканалы используют обратную связь с аудиторией через форумы, где зрителям предоставлена возможность высказать свое мнение о программах и ведущих. Но ни один из каналов пока не сумел организовать сообще-

ство (community) зрителей — аудиторию, которая регулярно бы участвовала в интерактивных опросах, предлагала новые идеи, превращала вещание из пассивного в активное.

Миграция всех форм СМИ в Интернет показывает, что Интернет является уникальной средой, которая обеспечивает едиными средствами доставку всех форм информации, а также поддерживает прямой и обратный канал для каждого пользователя.

В настоящее время наблюдается процесс конвергенции всех форм представления информации в вещательных интернет-каналах. В Интернете на подобном сайте пользователь получает доступ к информации, которая сообразно теме рассортирована в разные окна или смысловые блоки: видео- и аудиоинформация, графика и текст. При этом общая информационная нагрузка динамически распределяется по разным формам в соответствии с наиболее эффективным использованием каждой. Например, заседание суда (в прямой трансляции и затем в записи) дополняется текстовым окном с предысторией процесса, текстами статей, а также схемой процесса — от подачи иска до окончания дела. Еще окно может содержать фотографии искодателя, ответчика, адвокатов, присяжных, судьи с биографиями, а также с видеозаписями их предыдущих дел. Обеспечивается наиболее объективная подача информации, пользователь получает возможность рассматривать вопрос во всем многообразии форм и точек зрения. Он может по своему усмотрению, с точки зрения последовательности обращения, использовать всю предлагаемую информацию. Приостановив видеоряд, можно уточнить предлагаемые формулировки закона в кодексе, а затем вновь вернуться к видеофрагменту любого выступающего. Навигации среди информационных блоков можно проводить в любом порядке неограниченное количество раз. Кроме этого, пользователь может параллельно открыть видеоконференцию с теми, кто находится в студии интернет-канала, и в режиме реального времени задать вопрос, обсудить проблемы, высказать свое мнение.

Вещание в Интернете коренным образом отличается от интерактивного телевидения. Главным и принципиальным отличием интернет-вещания является функционирование в сети Интернет, а следовательно, заимствование всех сетевых признаков. Рассмотрим основные признаки, имеющие отношение к интернет-вещанию.

Глобальное распространение. Интернет-вещание доступно из любой точки мира в любое время. Учитывая природу Интернета как всемирной паутины, практически каждый интернет-ка-

нал априори получит глобальный статус. Для интерактивного ТВ пользователь должен подключить телевизор к спутниковой антенне и настроиться на интерактивный канал, либо он должен находится в месте, к которому подведено кабельное интерактивное телевидение. Таким образом, зона действия интерактивного ТВ значительного ограничена — как технологически, так и географически. Для приема интернет-вещания необходимо лишь подключение к Интернету.

Стоит добавить, что вещатель сам выбирает способ самостоятельно ограничивать географию вещания в Интернете, исходя из законодательных или коммерческих соображений. Например, интернет-вещание канала Rambler ТелеСеть ограничено только пользователями российского сегмента Интернет. Это вызвано содержанием канала, передачи которого были куплены с правом трансляции только на территории России. Поэтому вещатель в данном случае сам ограничивает распространение интернет-вещания только зоной Рунета.

Конвергенция. С 2000 года в Интернете наблюдается рост ресурсов, которые используют все мультимедийные возможности в рамках одного СМИ. Это дает возможность одному СМИ выступать в роли телевизионного или радиовещателя, а также печатного или иллюстративного издания одновременно. Конвергенция всех видов СМИ на основе сети Интернет привела к появлению новых форм интернет-сайтов — интернет-каналов, доступ к которым возможен только через Интернет.

Неограниченное количество интернет-каналов. В Интернете может существовать до нескольких миллионов источников видеоинформации. Среднее количество телеканалов даже в самых крупных городах США не превышает 80. Производить видео для Сети может каждый, у кого есть камера, компьютер и модем. Сошлемся на американских исследователей — Кейси, Дэгера и Мейгель: “Мы привыкли, что ТВ не требует от зрителя никакой активности: откинься на спинку кресла и жди, куда тебя развлекут. Сетевое ТВ же предполагает, что зрители становятся участниками процесса производства программы. Сначала они получили возможность выбирать, что смотреть, потом им предложили вступить в диалог с гостями студии, теперь они порой сами выбирают ракурс и крупность кадра. Более того, если у зрителя есть видео, которое кажется ему ценным, он может самостоятельно включить его в передачу, и эти съемки сможет увидеть любой житель Земли”.

Неограниченный архив информации. Использование видео-по-запросу позволяет пользователю запрашивать информационные материалы

в любом порядке, а также обращаться к архивной информации годичной, двухгодичной и большей давности. Интернет позволяет сделать то, что невозможно сделать на традиционном телевидении — вернуть передачу назад, например. Пользователь может использовать поиск по архиву аудио- и видеоинформации, набирая ключевые слова по признакам: дата, автор, тема, программа и т. д.

Дополнительные сервисы. Интернет может выступать не только как средство массовой информации. Ряд интернет-СМИ используют возможности Интернета в качестве приложений к своим информационным сервисам. Например, наряду с интернет-вещанием одного из СМИ может быть реализована не только программа передач, но и корпоративный интернет-магазин, архив музыкальных композиций, форум, видеочат и т. д.

Персонализация вещания. Многие сайты используют форму регистрации как инструмент для изучения своей реальной аудитории и настройки сайта персонально под каждого пользователя. На основе данных, предоставленных пользователем, возможно не только подстраивать элементы сайта, но и менять сетку вещания и наполнение рекламных блоков. Например, если пользователь оставил в анкете данные о своих интересах — автомобили, спорт, кино, — то на сайте ему будет предложен специальный канал, посвященный автомобильному спорту, а рекламные блоки будут заполнены киноафишей.

Низкозатратная технологическая цепочка. Организация интернет-вещания требует значительно меньших затрат, чем для традиционного или интерактивного ТВ: не нужно ставить передатчики, занимать большие офисные помещения, покупать специальную дорогостоящую аппаратуру, а также резервировать спутниковый канал. Интернет создан как открытая среда, где практически каждый может реализовать свои возможности. Надо также отметить, что Интернет и менее структурирован с точки зрения правовых норм. Низкие затраты дают больше возможностей для создания частных, независимых, некоммерческих вещательных каналов.

Интерактивность. Это единственная сходная тенденция в развитии интернет-вещания и интерактивного ТВ. Интернет уже сейчас позволяет передавать каждому конкретному пользователю именно то, что он хочет получать, причем — с набором интерактивности. Пользователь может сам выбирать, когда и какие программы ему смотреть; он получает возможность, не отходя от экрана, обращаться за дополнительной информацией, общаться в режиме реального времени с

другими зрителями из всех стран мира, совершать покупки, непосредственно влиять на происходящее в студии, а также одновременно смотреть другие программы. Это приведет к тому, что коренным образом изменится модель взаимоотношений между вещателем и телезрителем, которого уже вполне справедливо нужно будет именовать *телепользователем*. Если традиционно эти взаимоотношения строятся на “добровольно-принудительной” основе — зритель может смотреть только то, что в строго заданное время в безальтернативном порядке предлагает ему тот или иной вещатель, — то с развитием интернет-вещания зритель (телепользователь) получит гораздо большую свободу, и не только в выборе того, “что” и на каком канале смотреть, но также — “когда” и “как” смотреть.

Появление интерактивного интернет-телевидения по своему социальному и культурному эффекту сравнимо с распространением всеобщей грамотности: если когда-то безграмотные люди были вынуждены собираться группами или толпами вокруг чтеца или глашатая, то при всеобщей грамотности каждый стал способен сам выбирать место и время, когда ему читать книгу, газету или правительственное сообщение [1].

Интернет-вещание строит свои взаимоотношения со зрителем индивидуально: зритель получает возможность сам выбирать время, когда ему включить просмотр телепрограммы, у него есть возможность самостоятельно “листать” программу, выбирая по своему вкусу наиболее интересное. Практически исчезнет понятие “пропустить программу”. При этом данная структура взаимоотношений вовсе не упразднит феномен прямого эфира (“живого вещания”) как ценнейшего завоевания электронных СМИ, берущего начало в радиовещании (способность обеспечивать эффект присутствия есть одно из основополагающих свойств электронных СМИ). Однако и здесь неизбежна несравненно большая гибкость в системе взаимоотношений вещателя со зрителем. Последний сможет теперь устанавливать разные режимы просмотра прямого эфира: останавливать на время просмотр, в ускоренном режиме “догонять” его, досматривать пропущенное уже после эфира и т. д. Интерактивные возможности интернет-вещания позволят зрителю самому выбирать точки и ракурсы просмотра прямых эфиров спортивных состязаний, концертов, шоу, использовать те или иные спецэффекты, самостоятельно делать повторы; в дальнейшем не исключено и индивидуальное применение трансфокации.

Приведем сравнительную характеристику интернет-вещания и традиционного телевиде-

ния. Основной принцип телевидения — ориентация на целевую группу, интернет-вещание ориентировано на индивидуальные потребности пользователя.

1. Редакция телеканала определяет содержательное наполнение программы; в Интернете пользователь может выбрать предпочтительные программы из видеотеки.

2. Интернет-вещание предусматривает архивирование видеоматериалов; телевидение — это СМИ сиюминутного действия: если зритель пропустил материал, то может никогда его больше не увидеть.

3. Если на телевидении доступ к видеоматериалам только последовательный, то интернет-вещание предполагает произвольный доступ к информации, например, воспользовавшись архивом, можно просмотреть сначала новости “за вчера”, потом “за позавчера”, а следом “за сегодня”.

4. Гипертекстовая среда позволяет объединять, расширять информационную среду интернет-канала, ведущего вещание в Интернете. Телевидение таким инструментом не обладает.

5. Интерактивное обучение возможно с помощью интернет-вещания благодаря постоянно наличию канала обратной связи, в том числе и видеосвязи. Интерактивное обучение — это лишь пример дополнительных интерактивных сервисов на основе интернет-вещания.

6. Видеоконференция на основе интернет-вещания позволит частному пользователю вступить в видеокommunikационный процесс с каналом и наоборот.

7. Доступ к телеканалам неравномерен и во многом зависит от географического положения зрителя. Например, в Москве можно принимать более 10 телеканалов, во многих городах и районных центрах — два-три, а интернет-вещание доступно из любой точки мира.

8. Аудитория телеканалов будет всегда ограничена зоной вещания передатчика, ретранслятора, наличием кабельного и спутникового подключения. Аудитория интернет-вещания ограничена лишь необходимостью подключения к сети Интернет, что значительно дешевле и зависит от пользователя.

9. Интернет-вещание имеет значительно меньше ограничений для того, чтобы урезать (сжать) содержание. Технические возможности интернет-вещания позволяют создавать параллельные потоки вещания с минимальными коммерческими затратами.

10. Вопрос оперативности очень важен как для телевидения, так и для интернет-вещания. Если не учитывать более затратную технологическую цепочку производства новостной инфор-

мации на телевидении, то можно констатировать равные позиции. Однако интернет-вещание позволяет работать в нелинейном режиме реального времени, то есть выкладывать в сеть в единицу времени сразу несколько информационных материалов.

11. Интернет-вещание позволяет организовать несколько одновременных трансляций с одного события.

12. Перегоны видеоматериалов по сети, учитывая оплату за трафик, выигрывают в цене по сравнению со спутниковыми и даже релейными трансляциями. Интернет-вещание располагает большими ресурсами для предоставления практически неограниченного времени для трансляции (для этого может быть выделен отдельный временный интернет-канал).

13. Функционирование всей технологической цепи, задействованной в интернет-вещании, стоит на несколько порядков меньше, чем организация трансляции для телевидения.

14. Создание и запуск интернет-канала требует небольших инвестиций и временных затрат.

15. Практически любой пользователь с минимальными затратами может стать вещателем, следовательно, число интернет-каналов практически неограниченно.

16. Размещение рекламы на телевидении основано на принципе замещения содержания, в интернет-вещании этот принцип не продуктивен, хотя возможен. Реклама в Интернете основана на принципе дополнения, это приложение к информационному товару.

17. Одновременный просмотр сразу нескольких каналов на телевидении возможен только при наличии у пользователя специального телевизора. Компьютер позволяет организовать просмотр сразу нескольких интернет-каналов.

18. Телевидение использует несколько стандартов вещания, опирающихся на число строк разложения. Принятие новых стандартов на телевидении повлечет практически полную замену парка телеприемников, съемочной и монтажной техники. В интернет-вещании видеоряд может устанавливаться разработчиком или выбираться пользователем.

19. Воспроизведение интернет-вещания на компьютере позволяет выбирать произвольный масштаб экрана.

Очевидно, что с развитием техники и распространением интернет-вещания могут появляться новые отличия интернет-вещания от телевидения. Однако нельзя забывать, что тенденции интерактивного телевидения могут внести свои коррективы и “приблизить” телевидение к интернет-вещанию.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЯ

Развитие технологий сжатия аудио- и видео- сигналов открыло широкие возможности передачи вещательной информации в масштабе реального времени не только по выделенным каналам связи, но и через сеть Интернет. Поточное вещание в Интернет (streaming) завоевало популярность, несмотря на то, что качество звука и изображения пока еще не достигло уровня компакт-диска или DVD. Зато оперативность доставки и неисчерпаемость вещательных ресурсов привлекли множество энтузиастов. Многим из них технология вещания в Интернет представляется очень простой. Действительно, все технологические процессы кодирования исходных сигналов и ретрансляция их для группы пользователей могут быть организованы в простейшем виде на базе распространенных персональных компьютеров. И только профессионалы понимают, что качество, надежность и массовость вещания в Интернет даются дорогой ценой и требуют научного изучения [4].

Оборудование, которое необходимо для запуска интернет-вещания, можно поделить на два вида, две платформы: оборудование на базе Apple Macintosh и PC-совместимого оборудования. Основой для платформы Macintosh является формат QuickTime, для PC-совместимой платформы – WindowsMedia.

Для организации интернет-вещания необходимо обеспечить наличие следующих компонентов.

Источник сигнала. Видеосигнал (аналоговый или цифровой) должен подаваться к станции оцифровки. Именно на этой стадии сигнал оцифровывается (если он аналоговый), сжимается, то есть адаптируется к вещанию в Интернете. Вещание в стандартном несжатом телевизионном формате DV PAL или DV NTSC в Интернете не предполагается, так как из-за огромного объема потока будет недоступно для просмотра.

Станция оцифровки – высокопроизводительный компьютер, который кодирует сигнал и передает его на сервер. Обработка аудио- и видеопотоков (оцифровка и сжатие) в реальном времени ложится на отдельный компьютер. Такая схема позволяет сохранить ресурсы сервера, который отвечает за оперативное предоставление потока для пользователей.

Сервер вещания – высокопроизводительный компьютер, который обрабатывает запросы пользователей и предоставляет им материалы. Сервер обеспечивает постоянный доступ пользователей к интернет-вещанию, то есть к видео-,

аудиопотокам. Кроме этого, сервер предназначен для хранения аудио- и видеоматериалов. Сервер можно располагать на территории вещателя, либо у провайдера, при этом решающую роль будет играть пропускная способность канала доступа в Интернет, который вещатель арендует у провайдера.

Программное обеспечение. Речь идет о программах для кодирования и вещания материалов. Входные видео- и аудиосигналы кодируются в поток с помощью программы-кодировщика (QuickTime Broadcaster, Windows Media Encoder, Real System Producer Plus), затем закодированные потоки передаются на вещательный сервер на основе программного обеспечения (QuickTime Streaming Server, Windows Media Services, RealSystem Server Plus). Пользователи Интернета могут просматривать потоки вещания с помощью проигрывателей (QuickTime Player, Windows Media Player, Real Player).

Серверное программное обеспечение Windows Media Services является бесплатным приложением к операционной системе Windows NT, а также входит в состав Windows 2000 Server. Программы RealSystem Sever Plus/Professional могут работать на платформе PC под управлением операционных систем Windows NT/2000 Server, Linux, а также на платформе Sun с операционной системой Solaris. Что касается программы QuickTime Streaming Server, то она входит в состав операционной системы Mac OS X и работает на платформе Macintosh.

Канал доступа к Интернету. Скорость соединения вещателя с провайдером не должна быть менее 100 Мб/с. Пропускная способность канала, на котором должен находиться сервер вещания, определяется как произведение скорости одного потока на количество одновременно передаваемых потоков. Например, для работы пакета RealServer необходимо 64 Мб плюс 12 Кб на каждый кб/с передаваемого потока, то есть для передачи одного потока в 20 кб/с необходимо 240 Кб оперативной памяти, и это число необходимо умножить на количество одновременно передаваемых потоков. Так, для подключения 60 пользователей с потоками по 20 Кб/с необходимо 78 Мб оперативной памяти. Прежде чем материал попадет в интернет-эфир, он проходит следующие стадии (мы предполагаем, что материал уже снят или транслируется в прямом эфире):

1. *Транспортировка* – материал может быть подан на сервер из телестудии (прямой эфир), либо передан с кассеты видеомагнитофона или видеокамеры.

2. *Оцифровка* – процесс захвата материала на сервере (для аналогового сигнала).

3. *Сжатие* – процесс кодирования материала

ла с целью оптимизировать материал для дальнейшего просмотра в сети Интернет.

4. Вещание — предоставление материала для пользователей.

Цифровая подача сигнала является наиболее оптимальной, так как обеспечивает высокое качество изображения и звука, а также высокую скорость обработки материала.

Несмотря на радужные перспективы развития интернет-вещания, существуют технические проблемы как со стороны вещателей, так и со стороны пользователей. Высокоскоростные каналы, способные передавать видеоматериалы в хорошем качестве, не загружая при этом пропускную способность сети, пока еще являются исключением, чем правилом. С другой стороны, пользователи, которые только начинают переходить на скоростные технологии работы в Интернете — ADSL, выделенная линия — сталкиваются с проблемой оплаты интернет-трафика. В среднем каждая минута видео может обойтись пользователю от 3 до 8 рублей, что уже является сдерживающим фактором.

Технология организации интернет-вещания является наименее дорогостоящей в сравнении со всеми видами современных СМИ. На примере создания интернет-канала ГТРК «Дон-ТР» мы продемонстрируем не только технологическую цепочку, но и бюджет затрат, необходимый для настройки и запуска вещания в сети.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЯ

Затраты для организации интернет-вещания минимальны: для того, чтобы передавать видеоинформацию по сети, не нужно приобретать передатчики и лицензии или строить ретрансляторы. Все, что необходимо для предоставления такого рода услуг — купить относительно дешевое оборудование для кодирования/декодирования сигнала и, конечно, решить, что именно телекомпания предложит своим потенциальным зрителям. Однако руководители крупных теле- и радиоконпаний чаще всего утверждают, что даже эти минимальные затраты не окупаются. Причину этого они видят в том, что интернет-вещатели обращаются к мизерной аудитории, которая состоит в основном из энтузиастов. Действительно, технические возможности Интернета сейчас ограничивают количество зрителей, которые могут одновременно получать одну и ту же программу. Видимо, именно поэтому 90 % «телевизионных» сайтов предлагают пользователям лишь информацию о «материнской» телекомпании и, в лучшем случае, оцифрованные фрагменты наиболее популярных передач.

В рамках этой статьи нас интересуют оставшиеся 10 % сайтов. Именно их создатели пытаются определить, как можно заинтересовать аудиторию новым форматом передачи информации и что лучше всего «продается» в Интернете. Сфера интересов таких вещателей широка. В нее входят реклама, распространение готовых программ и создание оригинальных пакетов, электронная торговля, коммерческое использование баз данных, поставка информации по заказу или по подписке. Экономическая эффективность таких сайтов пока низка. Лишь три из них, в том числе и www.broadcast.com, объявили о получении пусть и небольшой, но прибыли. Остальные же не смогли даже окупить первоначальные инвестиции. Такие результаты разочаровывают, и неудивительно, что все чаще раздаются призывы использовать Интернет только для рекламы эфирных программ. Более того, телевещатели зачастую утверждают, что существенные перемены в их бизнесе пока что не нужны, и ссылаются на опыт радио, которому с появлением телевидения многие пророчили скорую гибель. И все же, видимо, такое мнение не вполне верно. Мы уже отмечали технические детали, связанные с шириной пропускания каналов и цветовыми характеристиками изображения в Сети, но обратим внимание на те изменения, которые Интернет вызывает в психологии телезрителей. Современное общество часто называют «социумом мгновенного удовольствия». Мы привыкли к тому, что время сжимается, и хотим получать больше информации за меньший срок. Телевещателям придется удовлетворить эту постоянно растущую потребность. У них просто нет иного выхода. С появлением новых средств массовой информации доходы и прибыли старых обычно снижаются. Это произошло, когда радио начало конкурировать с печатной прессой, так было в момент появления телевидения, то же самое происходит и сейчас. Единственный выход для медиа-менеджеров — попытаться приспособиться к новым требованиям, которые выдвигает Интернет. При этом они должны четко представлять себе, что на возврат вложений в ближайшем будущем им рассчитывать не придется.

Попробуем составить приблизительный список того, на чем СМИ могут зарабатывать в Интернете.

Реклама. Уже сейчас объемы рекламы в Интернете весьма значительны. Компания Interactive Advertising Bureau (IAB) опубликовала результаты исследования, проведенного по ее заказу аудиторской компанией PricewaterhouseCooper (PwC). По оценкам специалистов, в 2003 г. доход мировой индустрии интернет-рекламы достиг 1,745 миллиарда долларов — это са-

мый высокий показатель, продемонстрированный этим рынком с 2001 г. (1,773 млрд. долл.). При этом следует отметить, что, в отличие от традиционных способов распространения рекламной информации, Интернет ставит доходы рекламодателя в прямую зависимость от того, насколько активно пользователи реагируют на коммерческие объявления. Владелец страницы получает доходы не от того, сколько долго на его сайте находится то или иное объявление, а от того, как часто пользователь щелкает по нему мышкой. Следует признать, что, учитывая в 2004 г. стадию становления интернет-вещания в России, достигнуть окупаемости новых проектов за счет рекламы будет невозможно.

Ретрансляция программ. Все большее число эфирных вещателей заключают контракты о представлении своих интересов с хозяевами интернет-сайтов. Продукт такого слияния называется порталом. Среди таких порталов — AudioNet, Pointcast, Timecast, Microsoft и проч. Их прибыль зависит от количества ретранслируемых программ и от того, насколько обширную информационную поддержку вещатели получают на портале. Отдельно следует отметить, что, по данным аналитической компании “С/Net”, количество компаний, которые покупают права на ретрансляцию фильмов через Интернет, каждый год увеличивается на 5-7 процентов. Так, компания “Trimark Holdings” в феврале 2000 г. приобрела у группы “Universal Pictures” права на ретрансляцию 50 голливудских кинокартин.

Электронная коммерция. Все большее количество интернет-вещателей организуют на своих сайтах торговлю программным обеспечением, информацией, компьютерами. Объем такой торговли в 1999 г. превысил 12 миллиардов долларов.

Создание интерактивных баз данных с частично платным доступом. Доходность такого рода бизнеса зависит в первую очередь от информационного наполнения баз и во вторую — от глубины дизайнерской проработки.

Распространение видео- и аудиовещания в Интернете. Текущие программы чаще всего распространяются бесплатно; доходы вещатели получают от продажи права доступа к архивам.

Распространение видео-по-запросу. Уже в скором будущем пользователи интернет-телевидения смогут сами выбирать, что и когда им смотреть. Технически возможно составить отдельную программную сетку для каждого пользователя. Параллельно подписчики смогут получать текстовую информацию, сведения из баз данных и проч. У интернет-вещателей именно сейчас есть то, что в экономической теории называется “окном возможностей”. Оно начнет закрываться

достаточно быстро, и скорость этого процесса будет напрямую зависеть от количества конкурентов на рынке. Цель любого интернет-вещателя — перетянуть на свою сторону как можно больше пользователей, удовлетворяя любое их желание в любой точке мира.

Бизнес-модель интернет-вещания

Остановимся кратко на возможных вариантах бизнес-моделей интернет-вещания. Это весьма разноплановая проблема, поэтому здесь мы рассмотрим только один вопрос — определение наиболее заинтересованной стороны, которая может выступить в качестве заказчика услуг интернет-вещания. Наиболее очевидные варианты следующие: вещатель (например, эфирная радиостанция или телевизионный канал), владелец контента, пользователь (слушатель/зритель) и рекламодатель.

В отношении платного интернет-вещания нужно отметить, что подавляющее большинство пользователей не готовы платить за эту услугу. Тем не менее, незначительная плата — около пяти долл. в месяц — для четверти принявших участие в анкетировании вполне приемлема [5]. Вполне возможно, что эта бизнес-модель окажется жизнеспособной, но с учетом общемировых тенденций развития Интернета и ряда проблем, связанных с организацией системы оплаты и соблюдением авторских прав, это маловероятно.

В ближайшей перспективе, на наш взгляд, наиболее вероятно, что будет работать бизнес-модель, в которой заказчиком выступает вещатель или владелец контента. С развитием интернет-вещания, возможно, будет осуществлен переход от этой модели к заказу от рекламодателя или некоему симбиозу этих моделей.

Продвижение компании-издателя, той или иной торговой марки является одним из двигателей сетевого телевидения в то время, когда инфраструктура еще не готова позволить 100 % пользователей смотреть видео в Интернете в достойном качестве. Промоушн остается наиболее популярной мотивацией для компаний для вливания денег в сетевое телевидение.

Извлечение коммерческой прибыли является пока наименее популярной формой развития сетевого телевидения. Причина — в малой величине аудитории, способной “принимать” интернет-видео, а следовательно, малой заинтересованности рекламодателей в интернет-вещании в качестве рекламодателей. Однако стремительное развитие интернет-сетей как в качественном, так и в количественном вариантах позволяет утверждать, что аудитория интернет-вещания увеличивается прямо пропорционально росту новых скоростных интернет-подключений. Имеются в

виду такие виды подключений (ASDL, ISDN), которые позволяют беспрепятственно и без задержек принимать видеопотоки.

Неразвитость технической инфраструктуры влияет на активность рекламного рынка в Интернете. Таким образом, в сложившихся условиях развитие интернет-вещания возможно лишь за счет инвестиций крупных телекомпаний или за счет сторонних инвесторов, заинтересованных в продвижении своей торговой марки и развитии новых технологий.

АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАТЕЛЬНЫХ САЙТОВ

Специальных исследований аудитории интернет-вещательных сайтов не проводилось. Однако на основе анализа предпочтений интернет-аудитории можно прогнозировать скачок посещаемости вещательных сайтов, как только будет преодолен технологический барьер доставки скоростного Интернета к пользователю. Сейчас могут пользоваться интернет-вещанием те, кто имеет подключение к сети ADSL, ISDN.

Несмотря на то, что в России все еще достаточно низка доля пользователей (около 12%), имеющих дома широкополосное соединение, по-прежнему самым популярным остается модемное соединение. Широкополосный доступ можно приобрести по разумным ценам в городах с населением свыше миллиона человек.

Тенденция перехода пользователей с низкоскоростного модемного соединения к высокоскоростным соединениям с Интернетом очевидна. Этот процесс сопровождается, во многом благодаря конкурентной борьбе между провайдерами, уменьшением стоимости интернет-трафика. Это безусловно положительные факторы для резкого увеличения аудитории интернет-вещания в ближайшие годы.

Кроме этого, имеют возможность смотреть видео по Интернету и корпоративные пользователи, те, кто пользуется Интернетом на рабочем месте. Среди российской аудитории доля тех, кто выходит в Сеть из дома, составляет более 80%, в то же время практически 70% респондентов используют Интернет еще и на работе (MASMI Research group). Опубликованный отчет Dataquest показывает, что в Европе число тех, кто смотрит телевизор и одновременно находится в сети, выросло с 27 до 48 млн. только за один год. Автор отчета С. Рамнараян утверждает, что у большинства этих “телевеберов” (82%) телевизор служит “фоном” при работе. Другие “телевеберы” используют Интернет для поиска дополнительной информации по темам новостей, а также для общения с другими зрителями и участия в онлайн-

новых опросах во время трансляции телешоу. Исходя из этих данных, можно предположить, что при распространении интернет-каналов часть аудитории просто перестанет использовать телевизор как “фон”.

Можно констатировать, что аудитория готова к расширению интернет-вещания. Аудиторию вещательных сайтов на первом этапе составят корпоративные и зарубежные пользователи, а затем в течение уже ближайших двух лет можно ожидать рост числа “домашних” пользователей интернет-вещания.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЯ

Отметим некоторые тенденции развития интернет-телевидения.

Изменение программирования сетки вещания. Изменение в структуре взаимоотношений “вещатель-зритель” радикальным образом повлияет на программное планирование. “Сетка вещания” со временем может отмереть. Ее сможет заменить простой рубрикатор. Институт программных директоров может быть заменен традиционными редакторами. Если речь не идет о живом вещании, то в интернет-эфире могут быть параллельно размещены десятки, сотни программ, доступные для просмотра в единицу времени. Можно предположить, что в таких условиях задачей руководства интернет-каналов станет формирование своего собственного набора (ассортимента) программ, которые, за исключением прямых трансляций, будут размещаться на сайте вещателя без учета времени и последовательности показа. Да и понятие “показ” будет касаться теперь исключительно прямого эфира. Ко всему остальному будет применяться термины “размещение” и “просмотр”.

Реклама. При широком распространении интернет-вещания радикальным образом может измениться и система взаимоотношений “рекламодатель-вещатель-зритель”. С упразднением временной последовательности вещания (за исключением трансляции новостных выпусков и иных программ прямого эфира) размещение рекламы специальными блоками в межпрограммном пространстве потеряет всякую актуальность. Очевидно, что на традиционном телевидении рекламные блоки размещаются в сетке программ в перерывах между передачами, заверстаны в наиболее рейтинговые передачи. Однако такая подача рекламы актуальна только для линейного вещания, которое присуще традиционному телевидению. Перенос традиционной рекламы в интернет-вещание возможен лишь во время прямых эфиров, когда вещание организуется

линейно. В остальных случаях реклама может существовать как придаток к интернет-вещанию, например, в виде баннеров рекламы на сайте интернет-канала.

Зрительский спрос без посредников. С появлением интернет-вещания коммерческий успех вещателя будет зависеть напрямую от подлинного, а не мнимого числа его зрителей-пользователей, и влияние рекламодателя на содержание вещания резко упадет. Соответственно, и рекламоемкость станет напрямую зависеть от числа пользователей, то есть от истинного, а не “абстрактного” рейтинга. Программное обеспечение, используемое для интернет-вещания, способно фиксировать не только количество подключившихся зрителей, но и отображать дату, время, продолжительность просмотра, перемещения по каналам и географию зрителя. Таким образом, вещатель получает собственный независимый инструмент изучения реальной аудитории своего интернет-канала.

Реклама, в основном, не будет размещаться внутри самих программ (нетрудно догадаться, что при интерактивном способе просмотра зритель с легкостью сможет избавлять себя от рекламной “нагрузки”), но скорее всего будет “вешаться” в околопрограммном пространстве. В связи с этим получит развитие узкая специализация интернет-каналов, в отличие от широкой направленности большинства современных российских телеканалов (за исключением “Культуры”, спортивных и музыкальных каналов). Специализированные интернет-каналы, подобно специализированным печатным изданиям, смогут гораздо избирательнее и адреснее обслуживать пользователей. При этом естественно, что наибольший спрос будут по-прежнему иметь новостные и информационно-публицистические каналы, которые именно в силу отличной от них специализации других вещателей, освободятся от обязательной нагрузки в виде заполнения межновостного пространства показом фильмов, развлекательных и других неневостных программ. При этом можно предположить, что начнут возникать интернет-каналы с сугубо рекламным наполнением. Появится большое число “магазинов на диване” в интернет-телеверсии. Наряду с этим непременно возникнут интернет-каналы потребительских обществ, средствами телевидения рассказывающие о подлинных потребительских свойствах различных товаров и услуг.

Расширение рынка мультимедийной техники. Распространение интернет-вещания способно повлиять на рынок компьютерного оборудования и программного обеспечения. Появится огромный спрос на высокоскоростные модемы и процессоры, видеокарты и мониторы-телевизи-

ры, специально произведенные для приема и показа интернет-вещания с разным уровнем качества. Не исключено, что бюджеты интернет-телекомпаний на первых порах станут формироваться не только из политико-ангажированных дотаций, инвестиций в продвижение брэнда и средств, выручаемых от размещения рекламы, но и с помощью дотаций со стороны производителей и продавцов мультимедийной техники, наподобие того, как это имело место в советские времена, когда ТВ дотировалось от количества продаваемых в стране телеприемников. И наоборот: по ходу расширения числа пользователей, интернет-телекомпании будут сами дотировать приобретение техники в обмен на привлечение новых абонентов, как это имеет место сейчас на рынке сотовой связи (приобретая новую аппаратуру, покупатель получает существенную скидку, если в момент покупки становится абонентом того или иного интернет-канала).

Можно предположить, что расширение сотовой связи с параллельным ее удешевлением освободит интернет-вещание от его главной на сегодняшний день проблемы — пропускной способности оптоволоконных кабелей и обычных проволочных средств соединения. Новые методы компрессии аудиовидеосигнала с сохранением необходимого качества изображения и звука, с одной стороны, и новейшие технологии передачи сигнала в сотовых телефонных сетях, способные доставлять аудиовидеосигнал также без существенных потерь качества, с другой, по-видимому, и станут главным средством доставки ТВ-сигнала по Интернету. Встречное движение этих двух направлений в развитии современной научно-технической мысли может сократить сроки наступления эры интернет-телевидения до 3-5 лет. Надо полагать, что при таком пути развития интернет-телевещания сотовые компании как заинтересованный субъект рынка также включатся в дотирование интернет-телекомпаний на первых этапах их становления.

Второе дыхание кинематографа. Фактор интернет-телевидения способен всерьез повлиять и на кинорепертуар телеканалов. Новое дыхание может получить авторский кинематограф, так называемый “арт-хауз”. Производство некоммерческого кино не финансировалось телеканалами из-за малой коммерческой привлекательности. Поэтому эта ниша может получить развитие именно в Интернете. Спрос на данного рода телекинопродукцию, не цензурируемую ограниченным кругозором рекламодателя и инерционной политикой вещателя, может оказаться гораздо масштабнее, чем это представляется сегодня. При этом фактор интерактивности наложит свой отпечаток и на киноязык, на способы экранного

повествования. В большом количестве могут появиться очень короткие фильмы хронометражем от нескольких минут до нескольких секунд, но также могут появиться фильмы с *бесконечным хронометражем*, своего рода интернет-телероманы, которые в отличие от традиционных телесериалов не поделены на серии. Теперь зрителю будет дана возможность самому прерывать просмотр в удобном для него месте, продолжать его оттуда, откуда он сам сочтет нужным, подобно тому, как делает человек, читая большое прозаическое произведение. Это повлияет и на характер драматургии, на способы построения сюжетов. Могут появиться и своего рода фильмы-ребусы, когда зрителю будет предлагаться самому скомпоновать между собой эпизоды так, чтобы они сложились в последовательность, составляющую законченную сюжетную часть фильма, только после чего зритель получит возможность смотреть фильм дальше. Одним словом, интернет-вещание также способно высвободить новые творческие перспективы для экранных видов искусства.

В заключение можно с уверенностью сказать, что новые технологии не заменят старые. Радиовещание не было заменено телевидением, последнее не отменило кинематограф, видеопро-

кат и видеокассеты не уничтожили кинотеатры. Более того, практически и радиовещание, и кино сохранили свои позиции, несмотря на активную конкуренцию новых технологий.

Интернет-вещание ознаменовало новый этап в развитии сетевых СМИ. Этап развития полноценных мультимедийных сайтов, этап конвергенции всех форм подачи информации на основе интернет-среды. Это явление может послужить для рождения новых, еще более технологичных форм сбора, переработки и распространения массовой информации и коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Давиташвили Г. Интернет-телевидение — альтернатива или метаморфоза? // <http://www.internews.ru/teleforum2003/thesis4.html>
2. Спорышев Р. Интерактивное телевидение в мире и в России / Р. Спорышев // Ростовская электронная газета. — 2001. — 8 марта. — № 59 / www.relga.ru.
3. Спорышев Р. Там же.
4. Иткис Г. Е., Жильцов В. А. Сеть Русмедиа. Обзор проектов для вещателей // Сборник НАТ, октябрь 2001, с. 176-178
5. Там же.

АВТОР ИЛИ СОАВТОР? (СВОЕ И ЧУЖОЕ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ)

© 2004 М.Ю. Горохов

Воронежский государственный университет

“Проблема второго субъекта, воспроизводящего... текст (чужой) и создающего обрамляющий текст (комментирующий, оценивающий, возражающий и т. п.)”, тезисно обозначенная Михаилом Бахтиным [3, 301] как один из важных аспектов возможного исследования, в настоящее время представляется весьма актуальной в первую очередь в отношении публицистики.

Рассмотрение этого вопроса имеет, на наш взгляд, несколько аспектов.

Во-первых, публицистика, как и художественная литература, занимается символизацией действительности. Но, в отличие от искусства, придает фактам не эстетический, а этический, не столько художественно-ценностный, сколько социально-значимый смысл. Поэтому наряду с формами традиционной образности она активно использует некие универсальные *контекстуальные* образы-тезисы, содержание которых постоянно обогащается все новыми оттенками и зависит от того, в какой связи они употребляются.

Такой образ экономит усилия как самого автора, так и читателя: журналисту достаточно лишь к месту употребить его, чтобы мгновенно восстановить в сознании аудитории необходимый контекст. Вне этого контекста подобный образ представляет собой лишь некое вместилище возможного смысла, определенную публицистическую потенцию. Но будучи вплетенным в общую ткань того или иного высказывания, он приобретает вполне конкретную определенность. При этом происходит своеобразное приращение его публицистического смысла за счет контекстных отношений. В силу своей многозначности использоваться такие образы могут в самых разных ситуациях.

Взять, к примеру, ставшую в наши дни столь популярной аббревиатуру **ВВП**. Что возникает в сознании читателя при ее упоминании журналистом? Одна из основных экономических величин, характеризующих уровень благосостояния страны? Лозунг о необходимости ее удвоения в

России в течение ближайших десяти лет? Сомнение в возможности последнего, подкрепленное высказываниями оппозиционных сил? Образ человека, публично данную идею озвучившего? А может, мысль о том, что омонимичность этой аббревиатуры и его собственных инициалов — не просто совпадение, и лозунг об удвоении ВВП-величины, выдвинутый еще до второго президентского срока ВВП-человека, хотя бы подсознательно следует трактовать шире — как их общее жизненно необходимое “удвоение”? Кому-то, возможно, вспомнятся и ежедневные картинки ведущих информационных программ, изо дня в день показывающих, как глава государства добивается провозглашенной им цели уже после своего переизбрания. А кто-то пойдет в своих ассоциациях еще дальше и, того и гляди, смахнет горькую слезу по безвременно почившей демократии, приносимой в жертву укреплению экономики, обороноспособности и территориальной целостности страны...

Как видим, ассоциативную цепочку можно раскручивать бесконечно. Публицисту же достаточно пары фраз, чтобы с помощью контекста вызвать в сознании читателя нужный образ. Причем средством столь быстрого достижения пусть и промежуточной цели служит плод творческих усилий, ранее затраченных совокупностью других авторов, чьи выступления уже обогатили рассматриваемый нами универсальный контекстуальный образ множеством потенциальных смыслов.

Приведем другой пример: “*На последних выборах те партии, которые утверждали, что защищают интересы молодежи, интеллигенции и бизнеса, вылетели из Думы на улицу. А в Киеве молодежь сама вышла на улицы, хотя ее любимец особых реверансов в ее сторону не делает*” [6]. В этом небольшом текстовом фрагменте дважды встречается слово “улица”, употребленное в разных значениях. В контексте первого предложения оно отсылает нас к ситуации прошлых пар-

ламентских выборов в России. А в контексте второго — помогает воссоздать в сознании читателя особенности последней украинской президентской кампании. Причем в Большом толковом словаре русского языка это слово определено следующим образом: “1. Пространство между двумя рядами домов в населенном пункте для прохода и проезда; два ряда домов с проходом, проездом между ними. 2. Собр. разг. Жители домов, составляющих два таких ряда. 3. Место вне помещения, под открытым небом. 4. Среда, лишенная культурного воздействия семьи, общества” [4, 1383]. То есть вне контекста слово “улица” нужного автору образного значения не имеет. Будучи же вплетенным в общую ткань повествования, оно приобретает все необходимые журналисту оттенки смысла, что позволяет с помощью активизации фоновых знаний аудитории (тоже, кстати, сформированных трудами всего журналистского сообщества) расширить общий публицистический контекст высказывания.

Второй аспект рассмотрения проблемы своего и чужого в публицистике, на который хотелось бы обратить внимание, заключается в том, что “публицистический текст — всегда дискурс”, он “функционирует в системе контекстных отношений с реальной действительностью” [5, 9-12]. И частью этой действительности являются, в том числе, высказывания других людей. Поэтому неизбежная цитатность — скрытая и явная — присуща ему по определению. От объема этого цитирования напрямую зависит соотношение “свое-чужое” в каждом конкретном материале.

Более того, в публицистике эта тенденция усиливается и в силу чисто “технологических” причин: будь то передача прямой речи героев, приведение комментируемых высказываний или выдержек из обсуждаемых документов, перечисление оспариваемых аргументов “идейных” противников в ходе полемики, рассказ о позиции, занятой по интересующему автора вопросу теми или иными общественными группами, социальными институтами или другими СМИ.

Таким образом, автор бесконечно цитирует другие тексты в самом широком значении этого слова, согласно которому под текстом подразумевается “всякий связный знаковый комплекс” [3, 299].

Следует обратить внимание и на то, что нередко публицист делает это в “свернутом” виде, применяя своеобразную “сигнальную систему” из тех же универсальных образов, но уже взятых вне контекста — во всей полноте их потенциальных смыслов. (При этом он, по сути, оперирует некими *концептами*.) К примеру, обсуждая сегодняшний уровень безопасности внутри российского общества, журналист может сослаться на

более ранние материалы печатных или электронных СМИ, посвященные бесланской трагедии. Однако если целью его статьи не является критическая оценка творческих достижений коллег, уже высказавшихся по этому поводу, мы, скорее всего, не увидим в материале прямых текстовых цитат из газетных источников или соответствующих описаний видеоряда. Для достижения необходимого эмоционального эффекта ему в большинстве случаев достаточно будет просто сказать: “Беслан”, и в сознании адресата вновь неизбежно всплывет все то, что он уже видел на телеэкране и страницах газет. И опять публицист будет обязан такому эффекту совокупным усилиям своих собратьев по цеху.

Причем автор и читатель зачастую находятся в этом смысле совершенно на равных, так как получают одну и ту же информацию из аналогичных источников — они как бы погружены в общий информационный фон. (Что, кстати, подтверждает и проведенный нами опрос воронежских журналистов, которые в числе важнейших источников при поиске темы для своих будущих материалов единогласно назвали сообщения других СМИ, в том числе Интернет, и лишь потом — информацию, получаемую по другим каналам).

При этом совпадение эмоционального опыта автора и читателей по тому или иному вопросу, основанное на сходстве опыта “информационного”, обеспечивает публицисту практически стопроцентное попадание в цель при минимальных затратах времени и сил: зачастую ему достаточно с помощью единственного яркого образа отослать аудиторию к общему информационному фону, чтобы избавить себя от необходимости реконструировать в сознании аудитории весь описываемый процесс, ситуацию или явление.

Так, достаточно сказать: “11 сентября”, и сознание читателей само нарисует им картинку рушащихся небоскребов, после чего выдаст всю накопленную информацию по теме борьбы с международным терроризмом вплоть до последнего новостного сюжета, посвященного американской внешней политике. Причем всякий раз “11 сентября”, произнесенное сегодня, прозвучит для читателя несколько иначе, чем оно звучало вчера, так как информационный, а следовательно, и эмоциональный опыт аудитории к этому времени пополнится.

И это не удивительно: в так называемом постиндустриальном обществе информация со все убыстряющейся скоростью порождает новую информацию. И где, как не в журналистике, ждать особенного проявления этой тенденции. Поэтому общий информационный контекст в сжатом или развернутом виде неиз-

бежно присутствует в любом публицистическом высказывании.

Более того, в публицистике особенно проявляются отмеченные М. М. Бахтиным диалогические отношения между текстами: “Два сопоставленных чужих высказывания, ничего не знающих друг о друге, если только они хоть краешком касаются одной и той же темы (мысли), неизбежно вступают друг с другом в диалогические отношения. Они соприкасаются друг с другом на территории общей темы, общей мысли” [3, 313]. И текст действительно выступает “как своеобразная монада, отражающая в себе все тексты (в пределе) данной смысловой сферы” [3, 301].

Диалогичность проявляется все сильнее в условиях лавинообразного накопления информации, помноженного на непрерывное совершенствование способов ее доставки потребителю. Выпасть из этого общего информационного потока означает для современного публициста снизить или окончательно уронить свою профессиональную планку. Поэтому любой автор сознательно окунается в него за собственной “большой рыбой”. А уж как ее приготовить — вопрос индивидуального “кулинарного” мастерства: аналитической оснащенности журналиста, его прогностического потенциала, искусства комментария и т. д.

Причем рассматриваемая тенденция так или иначе осознается самими авторами. Каждый публицист соотносит свой текст с дискурсом, частью которого являются и чужие высказывания по данному вопросу. В результате в журналистских материалах мы нередко находим сжатый пересказ необходимой фоновой информации по рассматриваемой теме (своеобразный тематический мини-дайджест) и даже встречаем в печатных изданиях прямые отсылы к содержанию телепрограмм (“Судя по картинкам ведущих телеканалов”...) и, наоборот, цитаты из периодических изданий в программах телевидения или радио (Характерный пример — программа “Однако”, ведущий которой любит ссылаться на антироссийские публикации западных газет, цитаты из которых при этом появляются на экране в графическом виде и звучат за кадром).

Таким образом, цитатность во всех ее аспектах и диалогичность также являются формами активного использования “чужого” в публицистике.

Третьим моментом, на который хотелось бы обратить внимание в этой связи, является следующее. Всякий раз сообщение о ранее не упомянутом факте или высказывание по новой актуальной проблеме (самая первая газетная заметка, новостной сюжет или ссылка в Интернете)

становится первым кирпичиком в основании перевернутой информационной пирамиды, которую вскоре надстроят над ним материалы других авторов, посвященные дальнейшим интерпретациям базовой информации, добытой их коллегой. Причем сами эти интерпретации будут уже отчасти представлять собой вторичное отражение, связанное с “приращением публицистического смысла”, которым занимается любой автор, высказывающийся по проблемам, ранее уже поднимавшимся в СМИ.

“Чужим” в таких случаях является уже выполненный другим человеком познавательный акт, в результате которого широкой общественности и был предложен для обсуждения тот или иной вопрос. А “своим” — дальнейшее толкование этого вопроса каждым конкретным автором.

Знать, что до тебя уже сказали другие, — прямая обязанность журналиста. Поэтому изучая предыдущие публикации в ходе подготовки к написанию собственного материала, а также обобщая уже собранные кем-то фактические данные, он вполне сознательно — не только на уровне творческой интуиции, но и в плане конкретного технического (если угодно — ремесленного) приема — учитывает фоновые знания аудитории с тем, чтобы развить и прирастить эти знания, будь то “положительное” публицистическое приращение (дополнение, расширение первичной информации) или же приращение “отрицательное”, заключающееся в критике и опровержении ранее высказанных идей (действующее по принципу гегелевского “отрицания отрицания”).

При этом сам характер исходной информации, собранной и упорядоченной другими людьми, уже во многом предопределяет основные тематические повороты и проблемные узлы будущей публикации, которая обязательно вступит в прямые или скрытые диалогические отношения с более ранними чужими материалами.

Таким образом, публицистический текст как конечный результат творческой деятельности неизбежно является своеобразным плодом совокупных усилий его собственного автора и некоего коллективного субъекта, ранее уже высказавшегося по тому же поводу. А сам журналист отчасти является лишь соавтором собственного публицистического высказывания.

Здесь мы, по-видимому, имеем дело с диалогическим аспектом подобного соавторства. Синхронический же его аспект заключается в следующем. (И здесь мы переходим к четвертому важному, на наш взгляд, моменту).

В силу усиливающейся профессиональной специализации людей в современном обществе, с одной стороны, и, если угодно, десакрализации журналистики — с другой (это явление заключа-

ется в том, что в последние годы журналистика во многом утратила свое моральное право выступать безапелляционным судьей по важнейшим вопросам общественной жизни), мнение автора по большому счету не имеет самодовлеющей ценности для читателей. Поэтому ему так или иначе необходимо привлечение экспертов в рассматриваемом вопросе: чиновников, политиков, участников тех или иных событий и других заинтересованных лиц. Их аргументированные позиции, по законам жанра представленные в столкновении друг с другом, составляют ядро большинства современных публикаций. (Характерная деталь: в ряде периодических изданий принципиальным требованием при подготовке материала является полная представленность мнений всех сторон и прямое цитирование людей, к которым мы обращаемся за комментарием, с точным указанием их должности).

И конечно, сам журналист не может сформулировать эти позиции за кого бы то ни было, он способен лишь помочь своим собеседникам, умело настроив их на “нужную волну”.

Кстати, именно такой навык в первую очередь демонстрируют ведущие популярных ток-шоу — достаточно перечислить хотя бы самые известные телевизионные передачи: “Времена”, “К барьеру”, закрывшаяся “Свобода слова”, “Основной инстинкт”, “Тем временем” и другие.

Более того, похожие формы появились и в новостях первого канала, когда два эксперта на экране в режиме прямого включения высказывают свои позиции по обсуждаемой теме, по очереди отвечая на вопросы ведущего.

Во всех этих случаях журналист выполняет роль модератора, задача которого — помочь проявиться в наибольшей полноте максимальному спектру точек зрения по данному вопросу. Аудитории же предоставляется все большая возможность получать информацию из первых рук и самостоятельно делать выводы.

Впрочем, сами ведущие упомянутых нами программ зачастую вполне осознают свою роль. Когда Владимир Познер в “Школе злословия” заявляет, что прекрасно отдает себе отчет в том, что является дутой величиной, и развивает мысль: “Если по телевизору в течение длительного времени показывать лошадиный зад, то и его начнут узнавать на улицах”, он говорит именно об этом эффекте. Отчасти в одном из своих интервью вторит ему и Владимир Соловьев: “Если журналиста нет в эфире, все его забудут”.

Таким образом, иерархическая структура, в которой журналист некогда являлся ключевым связующим звеном между источниками информации и оценок, с одной стороны, и аудиторией — с другой, все чаще уступает место сетевой модели,

в которой возможна прямая связь между всеми звеньями системы. (Причем этот процесс, если верить футурологам, характерен для современного общества в целом. Журналистика же как один из наиболее восприимчивых социальных институтов первой почувствовала на себе его действие и теперь способствует более быстрому распространению этого эффекта на все остальные элементы системы).

Следовательно, журналист вновь выступает в таких случаях не как единоличный и полноправный создатель текста (в широком его понимании), а лишь как один из соавторов публицистического высказывания. Конечно, его роль в зависимости от уровня профессионального мастерства может варьироваться в огромном диапазоне, однако в любом случае она не исключает своей “технической” составляющей, связанной с уже упоминавшейся нами “проблемой второго субъекта, воспроизводящего чужой текст” (см. выше).

Та же тенденция проявляется и в новых жанровых формах, все большее место в которых отводится самому читателю, зрителю или слушателю. “Обратная связь” (рубрика “Комсомолки”) и ее аналоги в других изданиях, уличные опросы, которые все чаще встречаются как в печатных, так и в электронных СМИ, “прямые-линии” (звонки читателей в редакцию или в студию, где их принимает специалист в той или иной сфере)... Во всех этих случаях авторство самого журналиста большей частью сводится к чисто технической, обслуживающей роли. И соотношение “свое-чужое” в его материале однозначно склоняется в сторону последнего.

Кроме того, и в традиционных публицистических жанрах все большее место занимает учитываемая автором позиция потенциального читателя по рассматриваемому вопросу. В скрытом виде она присутствует в форме авторской ориентации на диалог с аудиторией, в явном — представлена такими формами, как возможность выставления читателями оценок за публикацию в интернете или ее обсуждения в чате, письма в редакцию или на электронный адрес автора, которые затем становятся частью его последующих материалов.

Читатель таким образом все больше становится равноправным субъектом публицистического диалога. За ним — последнее слово не только за пределами газетной полосы или “жизненного пространства” любого другого СМИ, но и в его рамках. Конечно, эта тенденция является следствием коммерциализации прессы, усилившейся конкуренции СМИ в борьбе за аудиторию, кризиса периодической печати (если говорить о газетах). Но теперь она, подобно ленте

Мобиуса, словно порождает самое себя, и уже сложно сказать, что из чего проистекает (читатель тянется за СМИ и привыкает к новым формам или же наоборот).

Автор при этом — лишь участник диалога. Внутри публицистики происходит своеобразное выравнивание полюсов между ним и читателем, некое раскрепощение и демократизация их отношений. Здесь мы видим скорее не бартовское рождение читателя, оплаченное смертью автора [1], и не бахтинскую трансгредиентность автора (его принципиальную внеположенность изображаемому) [2], а взаимопроникновение этих ранее взаимоисключавших “ипостасей”. Происходит своеобразное слияние двух начал — авторского и читательского — в рамках новой, постиндустриальной личности, погруженной в общую информационную среду. И в профессиональной кухне “человека пишущего” неудобоваримая для современной аудитории монологичность уступает место бесчисленным модификациям равноправного диалога с аудиторией.

В рамках общего информационного пространства — этой всеобъемлющей “инфосферы” — автор также является читателем и наоборот. Более того, читатель, судя по всему, скоро сможет самостоятельно компоновать новостные и тематические подборки с помощью цифровых технологий (во всяком случае, о своем намерении развивать именно это перспективное на-

правление не так давно заявил Билл Гейтс). Таким образом, сам получатель информации отчасти превратится в соавтора некой принципиально новой публицистической целостности. Кто знает: может быть, в ее рамках и вовсе не будет разделения “своего” и “чужого”, а возникнет своеобразный “информационный коммунизм” и сама собой отпадет проблема авторства?

Впрочем, хорошо это или плохо — тема отдельного разговора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барт Ролан. Смерть Автора. — (<http://www.geocities.com/Paris/Palais/6854/bart/brt-7.html>).
2. Бахтин М. М. Проблема Автора // Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. — СПб.: Азбука, 2000. — 336 с.
3. Бахтин М. М. Проблема текста // Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. — СПб.: Азбука, 2000. — 336 с.
4. Большой толковый словарь русского языка. — СПб.: Норинт, 1998. — 1536 с.
5. Кройчик Л. Е. Публицистический текст как дискурс / Л. Е. Кройчик // Акценты. Новое в массовой коммуникации. — 2003. — № 3-4. — 140 с.
6. Лесков С. Смотримся в Украину, или о чем мечтали бы сегодня Турбины / С. Лесков // Известия. — 2004. — 2 декабря.

КАТЕГОРИАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ ОБЪЕКТОВ В ГУМАНИТАРНОМ ИНТЕРНЕТЕ

© 2004 А. Долгополов

Тольяттинский государственный университет

В последние годы объектом пристального внимания исследователей стала глобальная сеть Интернет. Объектами изучения являются сетевая литература, сетевая журналистика, сетевая критика, сетевая политика, “псибернетическая психология” и т. д. И это естественно, так как в настоящий момент в новую коммуникативную среду включены практически все стороны жизнедеятельности человека. Данное обстоятельство требует осмысления возможностей и специфики протекающих в Сети процессов.

Исследователи «культурных, языковых и психологических особенностей дидактического и группового взаимодействия, ... закономерностей формирования и характеристик функционирования складывающихся виртуальных общностей, принципов самовыражения личности и изменения сетевой идентичности, парадигмы покупательского поведения пользователей Интернета и их “отзывчивости” к рекламным воздействиям...» [1] и т. д. неминуемо сталкиваются в своей работе с некоторыми методологическими сложностями. Сеть не является непосредственной копией реальной жизни, она имеет свои функциональные доминанты, в частности такие, как изменение субъект-объектных отношений, особенности мотивации пользователей, включенность в процессы коммуникации лишь некоторых социальных групп, технологические детерминанты коммуникативного действия. Все они, так или иначе, обуславливают изменения любого объекта, приходящего в Сеть из реальной среды, а также характерные свойства тех явлений, которые возникают непосредственно в сетевом пространстве. Игнорирование перечисленных функциональных доминант влечет за собой прямое копирование традиционных подходов к объекту исследования, что чревато ошибочными выводами, глубокими заблуждениями, неубедительными решениями исследовательских задач.

Таким образом, очевидна необходимость корректировки методологии научного исследова-

ния с учетом реальных особенностей гуманитарного Интернета. Очевидно, что данная корректировка не может затрагивать общенаучных подходов. Классические научные методы и подходы являются гарантом доказательности результатов и убедительности выводов. Переосмыслению должен быть подвергнут сам объект исследования. Именно объект внимания исследователя гуманитарного Интернета, будь то сетевая литература, сетевая политика, интернет-СМИ и т. д., обладает рядом существенных характеристик – *категориальных признаков*, возводящих его в разряд специфических явлений. Кроме того, выделение существенных характеристик, свойственных в обязательном порядке любому объекту изучения в гуманитарном Интернете, позволит исследователям четко дифференцировать особенности *всех* сетевых явлений и присущих исключительно их объекту анализа.

Определение категориальных признаков не представляется возможным без упоминания об основном признаке всей Сети – ее *дихотомичности*. Являясь родовым признаком, дихотомичность свойственна всем объектам гуманитарного Интернета. С одной стороны, Сеть имеет чисто техническое происхождение, а с другой – мы можем констатировать, что ее наполнение, основной контент, в настоящий момент формируется гуманитариями и носит именно гуманитарный характер. Это и является основой изначальной двойственности Сети.

Каждая новая возможность, открывающаяся перед пользователями Сети, каждая характерная черта того или иного объекта исследования, какой бы сугубо гуманитарной она ни была, так или иначе связана с техническим прогрессом, развитием программного обеспечения. Началом новой вехи в развитии интернетеймента в Интернете послужило появление Flash-анимации и разработка доступного для всех пользователей Flash Player. Что касается интернет-радио и интернет-

телевидения, то они своим существованием в современном виде обязаны именно появлению скоростных линий и быстродействующих процессоров. Это и многое другое не может не накладывать отпечаток на поведение пользователей Сети, на функционирование тех или иных сайтов, следовательно, не может не учитываться современными исследователями.

Однако сам факт того, что Сеть имеет высокотехнологичную природу, влияет на гуманитарную компоненту Интернета отнюдь не однозначно. Постепенно в соответствии с требованиями гуманитарного содержания изменяется и сама технологическая платформа: появляются новые технологии накопления, представления и передачи информации, новое программное обеспечение, гарантирующее администрирование и функционирование сайтов. Таким образом, мы сталкиваемся с диалектической взаимосвязью формы и содержания, которая выражается, с одной стороны, в их неразрывности, неоднозначности связей между ними, а с другой – в противоречивости и оптимальности развития при их соответствии друг другу [2].

Дифференцировать категориальные признаки объектов гуманитарного Интернета по их принадлежности к форме или содержанию, исходя исключительно из их диалектического единства, не представляется возможным. Обусловлено это тем, что, во-первых, являясь общими для всех объектов, данные характеристики отражают взаимовлияние новой коммуникативной среды и гуманитарных явлений, в ней бытующих. Следовательно, они одинаково определяют как форму, так и содержание. Во-вторых, те характеристики, которые будут распадаться на признаки формы и содержания, уже выйдут из разряда категориальных. Они будут характеризовать каждый отдельно взятый объект исследования гуманитарного Интернета.

Первым категориальным признаком явлений, существующих в Интернете, является их **процессуальность**. Каждый объект исследования в гуманитарной Сети может и должен быть рассмотрен не только как статический предмет, но и как динамический процесс. Данная характеристика во многом продиктована спецификой самой формы подачи информации в Интернете, а со временем жестко закрепились непосредственно в содержании этой информации. На уровне формы это выражается в том, что процессуальность присуща непосредственно мельчайшим структурным единицам современной сети – сайту и www-страничке. Как только все процессы будут завершены на их уровне, существование этих элементарных частичек сетевого пространства потеряет всякий смысл для их создателей и

посетителей. Следовательно, свое существование в Сети они продолжат лишь до тех пор, пока не истекнет время аренды места на сервере, где они располагаются, или доменного имени.

На уровне содержания процессуальность проявляется в том, что возникновение любого гуманитарного явления в Интернете отражает его реакцию на существование у субъектов сетевого пространства той или иной потребности. Необходимость ее удовлетворения заставляет их включаться в процессы взаимодействия друг с другом, генерировать новые интернет-проекты, посредством которых данное взаимодействие будет осуществляться или включаться в работу уже существующих.

Формальная и содержательная стороны процессуальности тесно связаны друг с другом. Зачастую невозможно провести разделительную черту между готовым продуктом гуманитарного процесса в Интернете и самим процессом его формирования. Это заставляет многих исследователей говорить о широком распространении в Сети так называемых “продукто-процессов”. Особенно часто на данные явления обращают внимание исследователи сетевой литературы.

Содержательный уровень процессуальности ставит нас перед необходимостью выделять в качестве категориального признака объектов гуманитарного Интернета их **коммуникативность**. Процесс взаимодействия одного субъекта с другим с целью удовлетворения некой потребности является не чем иным, как коммуникативным действием, которое, в свою очередь, является частью коммуникативного процесса. Кроме того, следует учитывать, что и сама Сеть является не чем иным, как коммуникативной средой. То есть выступает в качестве посредника коммуникации. Все это подтверждает коммуникативную направленность процессов, протекающих в Интернете.

А. И. Акопов, анализируя периодичность и новостное содержание сообщений, внутреннюю структуру Сети, характер и жанры представленных в ней публикаций, лингвистические особенности сетевой коммуникации, приходит к выводу, что “все сетевое пространство можно рассматривать как некое средство массовой информации” [3]. Сегодня мы видим, что средством коммуникации в Интернете стал выступать не только текст, но и визуальные образы, звук и т. д. Фактически это свидетельствует о размывании в Интернете границ текста (и как понятия, и как продукта языковой деятельности). Мало того, что текст в Сети может состоять не только из лингвистических единиц, но в новой среде значительно расширяется и понимание контекста. Современный текст в Интернете оказывается не только включен в некий дискурс,

цепь ассоциаций и аллюзий, он оказывается фрагментом физически выраженного метатекста, состоящего из многочисленных и разнородных носителей информации.

Очевидно, что полноценное изучение какого-либо объекта гуманитарного Интернета требует анализа его функционирования во всей системе сетевых коммуникаций. Без этого невозможно понять функции объекта, логику его внутреннего построения, назначение в общей системе. Однако в условиях новой коммуникативной среды оказываются малоприменимыми модели коммуникации, разработанные ранее исследователями журналистики. Их прямой перенос в Сеть оказывается невозможным в связи с существованием в Интернете новых субъектов коммуникации, значительной переменной связей между ними, появлением новых условий, которые детерминируют преломление коммуникативного потока.

Специфика коммуникативного процесса в Интернете и его модель — тема отдельного и достаточно обстоятельного обсуждения. До сих пор ни в одной из многочисленных публикаций, касающихся Сети, не представлено целостного и системного взгляда на этот вопрос. Чаще всего исследователи ограничиваются лишь перечислением отдельных черт и особенностей сетевого коммуникативного процесса. В данной работе мы не ставим перед собой цели сразу рассмотреть столь масштабные вопросы. В условиях нового, малоизученного сетевого пространства более продуктивным нам представляется не дедуктивный, а индуктивный путь исследования. Наш подход тем более обоснован, что сами процессы в Интернете носят индуктивный и функциональный характер. В частности, их объединение в системы происходит не сверху вниз, а, напротив, — снизу вверх. Несмотря на отсутствие адекватной модели коммуникативного процесса в Интернете, игнорирование категориальных признаков процессуальности и коммуникативности приводит к неточному определению объекта исследования, размытию представлений о его свойствах.

В работе “Глобальные проблемы и опасности сетевой политики” политолог Г. Л. Акопов определяет объектом своего исследования “политику, осуществляемую посредством и с помощью информационно-коммуникационных компьютерных сетей общего пользования” [4]. Для краткости автор называет данное явление сетевой политикой. По его мнению, сетевая политика является “новой политической технологией, которая позволяет вывести политический процесс на более качественный уровень”. Однако изучение сетевой политики как технологии неоправданно сужает объект исследования. Факти-

чески он рассматривается автором лишь с точки зрения практического его применения активным субъектом (политическими элитами, начинающими политиками, государственными чиновниками), в чьих руках он является одним из инструментов влияния на население. При этом в работе не разграничиваются понятия “население страны” и “пользователи Интернета”. Несомненно, что сами политики первоначально относились к Сети не более чем к технологии коммуникации. Так, администрация президента США, подключившись в июне 1993 г. к электронной почте Интернета, распространила по сети первое официальное обращение президента Клинтона и вице-президента Гора. В обращении выражалась надежда, что электронная почта станет “важной составляющей частью коммуникационной системы Белого дома”. То есть изначально видные деятели мировой политики рассматривали Интернет лишь как инструмент власти. Однако события последних лет заставили их пересмотреть такое отношение. Правда, стоит отметить и тот факт, что в то время еще только начала получать свое распространение новая система WWW, которая позже вывела Сеть на качественно новый уровень и адаптировала техническую среду для широкой аудитории. Это говорит о том, что многие качества и свойства Интернета на тот момент еще не были адекватно восприняты.

Между тем сегодня политика в Интернете далеко выходит за определение частной технологии, и, если говорить о Сети вообще, все сайты и порталы оказываются включенными в общий процесс политической коммуникации в Интернете. Не менее убедительным фактом, подтверждающим целесообразность разговора именно о политическом процессе, служит появление в последние годы чисто сетевых политических проектов. Их деятельность оказывает влияние не только на другие субъекты политических взаимоотношений в сети, но и заставляет оффлайновые субъекты корректировать свою политику. Так, кибервойны, инициированные интернет-проектами, специализирующимися на компромате, либо сепаратистскими и религиозно-экстремистскими сайтами, еще раз убедили политическую элиту, что политика в Интернете — не просто технология влияния на население и возможность общения с единомышленниками, но целостный процесс. С этим процессом невозможно не считаться, и, в отличие от технологии, он не может быть подконтрольным и управляемым.

Категории процессуальности и коммуникативности тесно сопряжены с еще одним категориальным признаком — *контекстностью*. Во-первых, будучи включенным в некие коммуникативные взаимоотношения с другими объекта-

ми, любой объект исследования в гуманитарном Интернете оказывается включенным в контекст всей системы сетевых коммуникаций. Во-вторых, являясь по своей природе процессуальным, данный объект находится в определенном историческом контексте. Необходимо отметить, что в разговоре о контекстности объектов гуманитарного Интернета мы обязаны учитывать сразу три ее уровня:

- контекст собственного развития объекта – *внутренний контекст развития*;
- контекст развития объекта в системе сетевых коммуникаций – *сетевой контекст развития*;
- контекст развития объекта в общем историко-социальном процессе – *общегуманитарный контекст развития*.

Данные три уровня контекстности свидетельствуют о том, что каждый объект гуманитарного Интернета не только является системой, пребывающей в состоянии динамичных изменений, но также испытывает влияние других явлений в Интернете, преобразуется за счет воздействия смежных сетевых процессов, приобретает черты тех объектов, во взаимодействии с которыми он находится. Так, гуманитарный текст за счет влияния техногенной среды начал приобретать большую лаконичность. Средства массовой информации в Интернете начали стремиться интегрировать в себе и печатное слово, и видеоизображение, и звуковую подачу материала. Политические процессы в Сети стали более демократичными. Общегуманитарный контекст позволяет говорить и об обязательном наличии оффлайн-корней каждого объекта гуманитарного Интернета.

Таким образом, уже на теоретическом уровне мы должны предполагать отношение к объекту исследования как к развивающейся части динамической структуры, в функционирование которой он включен. Это позволит хотя бы пунктирно обозначить функции объекта, а значит, отчасти наметить гипотетические пути его развития.

Категориальный признак контекстуальности позволяет нам говорить о применимости при анализе гуманитарного Интернета основных принципов теории систем, кибернетики и синергетики, а также системно-информационного аналитического метода. Выделенные три уровня контекстуальности фактически есть не что иное, как элементарный, структурный и функциональный уровни системного анализа явлений действительности.

Подход к объектам исследования в гуманитарном Интернете как к определенным системам, состоящим из элементов и в свою очередь вклю-

ченным в другие, более крупные системы, ставит нас перед необходимостью рассмотрения типологии этих систем. Как нам представляется, по характеру связей между элементами, по формам движения материи, по видам изменений и т. п. все системы гуманитарного Интернета весьма разнородны. Обусловлено это тем, что данные характеристики во многом зависят от целевого предназначения данных систем и во многом предопределены содержательной компонентой их элементов. Но несмотря на это, типология систем позволяет нам выделить один общий признак, свойственный как самой Сети в целом, так и всем подсистемам, образовавшимся в ней. По характеру энергообмена со средой все они являются открытыми. Исходя из этого, мы выделяем еще один категориальный признак объектов гуманитарного Интернета – *открытость*.

Сама архитектура Сети изначально предполагает, что “пользователи сети Internet должны иметь доступ к ресурсам любой подсети, входящей в Internet. Такой доступ должен быть обеспечен внутренними механизмами (адресами, форматами сообщений, протоколами, шлюзами) Internet... Internet спроектирована как интернет, т. е. некоторая абстрактная совокупность (постоянно развивающаяся) разнородных сетей” [5]. Даже потенциально закрытая информация, расположенная на корпоративных серверах, серверах военных и правительственных организаций, включенных в Интернет, оказывается соблазнительным объектом для многочисленных хакерских атак.

В соответствии с категорией дихотомичности открытость объектов в Сети также носит двоякий характер. С точки зрения формы ни одна система в Сети физически не может быть закрыта для влияния извне, то есть для сторонних пользователей. Доступ в систему можно лишь ограничить. Но любые ограничительные действия не лишат ее потенциальной открытости. Они лишь затруднят проникновение, сделают его неэтичным или противозаконным. Избежать проникновения в систему можно лишь исключив ее из функционирования всей глобальной Сети. Но при этом она потеряет причастность к Интернету.

Рассматривая открытость с точки зрения содержания, мы сталкиваемся с важной проблемой административно-правового регулирования сетевого контента. В соответствии с диалектическими законами любая открытая система является самоорганизующейся. Принудительное ее упорядочение непременно окажется противоестественным и обязательно будет сталкиваться с естественными процессами самоорганизации и саморазвития.

Все существующие организации, призванные регулировать развитие Сети (The Internet Architecture Board, Internet Society и т. д.), организуют ее лишь в части технических стандартов обмена данными и операционных процедур. Информационное наполнение интернет-сайтов и порталов — практически неконтролируемый процесс. Как показывает опыт многих стран, законодательное регулирование сетевого пространства лишь формирует определенные рамки развития интернет-сообщества данного конкретного государства. До сих пор многие правительства не определились в разграничении ответственности между создателями сайта (которых, зачастую, невозможно найти), провайдером и владельцем сервера в части распространения информации. Единственный действительно эффективный механизм “вмешательства” был разработан и широко используется коммерческими предприятиями, контролирующими сбыт собственной продукции в Сети. В определенный момент нелегальное распространение в Сети программного обеспечения и другой продукции начало ставить под сомнение стабильность работы целых корпораций, занимающихся ИТ-технологиями. Ответом на диверсии кибер-пиратов стала разработка программного обеспечения, способного найти в Интернете пиратские сайты, внедриться в них и заблокировать их работу. Такое программное обеспечение — частное решение конкретной проблемы какой-либо одной компании. Вероятно, именно таким технологическим путем и будет в дальнейшем происходить регулирование контента Сети. Другим примером саморегулирования Сети могут служить многочисленные антиспамовые программы, которые может приобрести и установить на свой компьютер каждый пользователь.

Некоторая часть исследователей гуманитарных процессов в Интернете ратует за жесткое правовое регулирование Сети и контроль за информационными потоками. Можно согласиться в принципе с необходимостью создания правовой базы, обеспечивающей нормальное функционирование Интернета. Но регулирование и контроль информационных потоков в демократических странах должны находиться в ведении не только властных структур и административных институтов, но также гражданских некоммерческих организаций, что позволит избежать антидемократической цензуры. Кроме того, очевидно, что правдивость, достоверность и полнота информации — существенная проблема не только интернет-сообщества, но и всей системы массовых коммуникаций. Здесь целесообразно говорить не только о нормах права, но и об этических характеристиках субъектов, данную инфор-

мацию воспроизводящих. А это есть продукт деятельности негосударственных профессиональных объединений. Особую актуальность в России разговор о репрессивном нормативно-правовом регулировании сетевого пространства приобрел после возникновения в сети таких проектов, как *comproformat.ru* и *kavkaz.org*. Однако стоит заметить, что необдуманная политика государственных органов относительно подобных проектов может вызвать обратный эффект и поднять посещаемость подобных сайтов. К тому же закрытие доменного имени в зоне *.org повлечет регистрацию подобного же в зоне *.com, *.ua, *.mx; арест сервера в Литве не станет препятствием для аренды такого же в Узбекистане или, скажем, Боливии.

Очевидно, что, обладая *открытостью* как естественным свойством, Сеть будет ожесточенно сопротивляться регулированию сверху. Открытость требует выстраивания не системы надзора и наказания, а системы, способствующей конструктивному диалогу.

Среди признаков, присущих объектам гуманитарного Интернета, необходимо отметить и такие, которые в большей мере, чем все остальные, детерминированы ключевыми технологиями, распространенными в Сети. Технологии накопления, представления и передачи информации и т. п. обуславливают наличие у всех гуманитарных объектов в Интернете таких свойств, как *интерактивность, гипертекстовость, мультимедийность, распределенность ресурсов, автоматизированность генерации текста*. Эти свойства, в особенности первые три из перечисленных, неоднократно рассматривались как сетевыми деятелями, так и исследователями журналистики, например, М. М. Колесниковой в ее диссертации, посвященной сетевым периодическим изданиям [6].

Однако необходимо отметить, что все эти признаки, в отличие от предложенных нами — процессуальности, коммуникативности, контекстуальности и открытости, — так или иначе являются *потенциальными*. То есть они потенциально присущи *всем* объектам в гуманитарном Интернете, но не обязательно используются создателями конкретных сайтов и проектов. Например, на страницах сайтов, написанных на языке HTML, может не быть ни одной гиперссылки. Или же создатели проекта, хотя и размещают на страницах проекта адрес электронной почты, не придают большого значения обратной связи с аудиторией.

Очевидно, что ни один из пяти приведенных потенциальных признаков не может выступать родовой характеристикой какой-либо одной группы сетевых объектов или процессов.

Данное, казалось бы, очевидное обстоятельство зачастую ускользает из поля зрения многих исследователей. В частности, С. Батманова в статье “К вопросу определения понятия сетевых СМИ” в качестве определяющего свойства сетевых СМИ называет *гипертекстовость*. Это свойство, возможно, в некоторой мере и позволит провести границу между обычными (оффлайновыми) СМИ и средствами массовой информации, бытующими в Сети, но никоим образом не позволит отличить, например, издание Lenta.ru от многочисленных персональных страничек на Narod.ru. Таким образом, выдвинутый тезис вступает в противоречие с выводом, сделанным в той же статье: “неправомерно относить Интернет в целом к средствам массовой информации” [7]. Ведь все интернет-ресурсы с префиксом www написаны на языке HTML (язык гипертекстовой разметки документов). Однако такой подход вызвал некоторые неточности в выводах. Так, автор констатирует, что именно гипертекстовость сетевых изданий порождает основное их преимущество — интерактивность, тогда как интерактивность свойственна вообще *всей* коммуникативной среде, образовавшейся в Интернет. До того, как сотрудники швейцарского Европейского центра ядерных исследований CERN во главе с Тимом Бернерс-Ли разработали сервис WWW, Интернет был не менее интерактивной средой. Примером того могут служить оживленные беседы, сохранившиеся в различных телеконференциях, популярность электронной рассылки, осуществляемой по группам пользователей и т. д.

Подобные неточности, вызванные необоснованно избранным подходом к изучению объекта исследования, мы можем встретить и в работах, посвященных сетевой литературе. Например, Алексей Андреев в наиболее цитируемой своей статье “СЕТЕРАтура как ее NET: от эстетики Хэйана до клеточного автомата — и обратно” в качестве основных свойств сетературы называет гипертекстовость, возможность коллективного авторства и автоматическую обработку текста. Если принять выводы исследователя за аксиому, и сетевые СМИ, о которых говорит С. Батманова, и новостные ленты, многие из которых генерируются без участия журналиста специальными программами, ложатся в один ряд с произведениями сетевой литературы. Очевидно, что данное противоречие заложено в причислении

характерных черт, свойственных всему Интернету, к частным признакам конкретных объектов исследования.

В настоящий момент нельзя сказать, что Интернет как гуманитарное явление полностью осмыслен и продукт данного осмысления интериоризирован. Существенным затруднением в процессе осмысления и интериоризации является, как мы уже говорили, необходимость корректировки традиционной методологии исследования.

В первую очередь корректировке должен быть подвергнут сам подход к объекту исследования в гуманитарном Интернете. Изменение подхода к объекту, на наш взгляд, должно заключаться в том, что исследователи при анализе явлений гуманитарного Интернета должны учитывать их *категориальные признаки*, которые предложены нами. Это позволит объективно определить объект и предмет анализа, избежать смешения всех сетевых явлений вообще и особенностей, присущих исключительно данному конкретному объекту изучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А. Е. Войскурского. — М.: Можайск-Терра, 2000. — С. 5.
2. Алексеев П. В., Панин А. В. Философия / П. В. Алексеев, А. В. Панин. — М.: Проспект, 1996. — С. 370.
3. Акопов А. И. Электронные сети как новый вид СМИ / А. И. Акопов // Филологический вестник Ростовского государственного университета. — 1998. — № 3. — С. 43-51.
4. Акопов Г. Л. Глобальные проблемы и опасности сетевой политики / Г. Л. Акопов. — Ростов-на-Дону: ООО “Ростиздат”, 2004. — С. 12.
5. Горностаев Ю. М. Международная компьютерная сеть Internet / Ю. М. Горностаев // М.: Эко Трендз, 1993. — Т. 43. — С. 86.
6. Колесникова М. М. Периодические издания электронных сетей как вид СМИ (типологический аспект): Автореф. дис. ... канд. филолог. наук / Колесникова М. М. — Ростов-на-Дону, 2002.
7. Батманова С. К вопросу определения понятия сетевых СМИ / С. Батманова // RELGA. Научно-культурологический сетевой журнал www.relga.ru. — 2004. — № 10 (100).

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ ШРИФТА В РЕКЛАМЕ

© 2004 О. Осетрова

Воронежский государственный университет

Шрифт – важнейшее средство человеческой коммуникации, и с тех пор, как шрифты печатаются, гравированы, высекаются, рисуются, вырезаются и отливаются – они служили не только для передачи текста, но являлись средством художественного самовыражения. Сама форма буквы способна вызвать ряд ассоциаций. К примеру, курсивные начертания выглядят более динамично, чем прямые, а светлыми, жирными и полужирными начертаниями можно вызвать представления о “тяжести” или “легкости” текста.

Художественная ценность шрифта может определяться его эмоциональным воздействием на читателя. При правильном выборе гарнитуры, кегля и т. д. грамотный дизайнер может придать печатному продукту нужный эмоциональный оттенок, создать необходимый графический образ. Наиболее яркие находки принадлежат рекламным посланиям. Чтобы заставить читателя обратить внимание на сообщение, дизайнеры создают самые экзотические надписи. Сегодня мы можем видеть буквы, изъеденные ржавчиной, или воздушные, как облака, как бы имитирующие шепот. “Зачастую рекламное сообщение привлекает прежде всего типографическим оформлением, поскольку оно обращено не к какому-либо кругу заинтересованных читателей. В рекламе значение содержания одного слова, порой – целого текста, должно быть выявлено посредством типографики, поскольку воспринимается публикой в первую очередь оптически, и лишь затем уже читается. Типограф должен также стремиться к тождеству значения слова и его типографского воплощения” [1].

Каким же образом буквы, шрифты различных гарнитур воздействуют на реципиента? Существуют ли законы восприятия текста, воспроизведенного той или иной гарнитурой? Несомненно. Надо лишь представить букву как объект, который существует в пространстве листа или книги и имеет определенные пространственные

свойства, ведь изначально буква произошла из предмета.

Владимир Андреевич Фаворский, исследуя предметные и пространственные свойства наборного шрифта, определил отношение буквы к листу бумаги. “Шрифт может быть различной конструкции и, кроме того, буква, составляя собой черный силуэт, получает как бы цветовое тело, а та или иная моделировка черного, изменяя конструкцию, в то же время ставит букву в определенное отношение к белому, причем, так как буква моделирует черное, то тем самым моделирует и белое и черное, как бы вращается в белое” [2].

Итак, буква представляет собой черный силуэт некоего тела, а та или иная моделировка черного, изменяя конструкцию, в то же время ставит букву в определенное отношение к белому. Они не существуют изолированно, они взаимодействуют. “Буква тонет в белом и возникает из белого (буква похожа на муху в молоке). Иначе буква сухо лежала бы на листе в цветовом отношении и как бы могла быть сброшена с листа бумаги” [3].

Что же происходит при восприятии знака? Почему мы видим плоское пятно черной краски как предмет, находящийся то впереди, то позади поверхности листа?

Арнольд утверждает, что при восприятии человеком системы “фон-фигура” глаз “идет” по пути наименьшего сопротивления, т. е. пытается сохранить воспринимаемые плоскости максимально целостными, неразорванными [4]. В системе “фон-фигура” всегда что-то является фигурой, а что-то фоном. Во взаимодействии двух поверхностей важное значение будет иметь форма цветового пятна и то, какой фон эта форма имеет и на каком цвете лежит. Существует закономерность: выпуклость имеет тенденцию побеждать вогнутость.

Основываясь на этой закономерности, можно заключить, что чем форма больше стремится к кругу (т. е. идеальной выпуклости), тем опре-

деленной эта форма воспринимается как предмет, лежащий на поверхности.

К степени выпуклости-вогнутости необходимо добавить и степень симметрии. Фаворский отмечает, что неравносторонний треугольник по преимуществу воспринимается как отверстие, как черный провал. Белое как бы давит на непрочные грани, и визуально они кажутся немного изогнутыми. А равносторонний треугольник более устойчив к натиску белого фона, так как центральная симметрия придает ему устойчивую конструкцию. Это соответствует и правилу, что преобладать в системе “фон-фигура” будет тот вариант, который создает более простую целостную модель. Таким образом, симметричная фигура более проста, чем асимметричная.

Помимо формы значение имеют цвет и тон. Человеческий глаз воспринимает черное пятно как более активное, активное не в плане выхода на передний план, а в смысле привлечения внимания, и эффект сильнее в том случае, когда рисующим становится черная форма. Более сложные конфигурации пятен производят и более сложное впечатление. Фаворский, исходя из отношений “черное-белое”, выделяет четыре типа шрифта: одномерная профильная буква, предметная объемная, пространственная и двухмерная цветовая плоскостная буква.

В первые века книгопечатания буквы вырезались из дерева или гравировались на меди. Основой шрифта были штамбы — основные вертикальные штрихи и дуги; штамбы делались с подсечками. Засечки были немного закругленными. Это зависело и от традиционной конструкции рукописного шрифта, и от античного шрифтового наследия. Такой шрифт Фаворский называет объемным или классическим. Его основные и дополнительные штрихи не очень контрастны, что придает букве локальный единый цвет и определенную предметность, позволяет ей достаточно четко отрываться от фона. Закругленность форм букв способствует легкой пространственной вибрации и белого, которое слегка выходит вперед в вогнутых участках буквы. Еще одной из особенностей классического шрифта является то, что горизонталь и вертикаль в нем соизмеримы.

Шрифт, появившийся в XIX веке, связан с романтизмом. Основной штрих букв этого шрифта довольно широкий с тонкими засечками. В связи с сильным контрастом между штамбом и волосяными линиями кажется, что последние углубляются в бумагу, тонут в ней, а усики и ножки засечек удерживают букву на поверхности. “Сравнение буквы с мухой, упавшей в молоко, особенно подходит к этому типу шрифта” [5]. Сильный нажим черного активизирует,

как бы выдавливая на поверхность белое. Фаворский приводит пример черного квадрата с закругленными углами, который выглядит массивным, и квадрата с небольшими засечками по углам, где в силу контраста с тонкими линиями пятно уходит немного в глубину листа. Сильный контраст с засечками делает форму слишком сложной для восприятия, и она раскладывается на несколько простых форм.

В классической букве различие в горизонтальном и вертикальном штрихе скрадывается закруглениями и небольшой разницей в “массе” черного. И поэтому буква воспринимается как целое пятно. В романтическом шрифте засечка воспринимается как линия, перечеркнувшая черный прямоугольник.

Романтический шрифт, в отличие от классического, предметного шрифта, является более пространственным.

“Есть еще один тип шрифта, используемый часто в XX веке, но раньше бытовавший наряду с пространственным. Этот тип связан с плакатом, объявлением, с фотографической иллюстрацией и с иллюстрацией фактурной, характерной для плоского кубизма...”

Этот шрифт цветной без всяких засечек, почти не моделирующий черного, а следовательно, и белого цвета и дающий только элемент конструкции” [6].

Для этого шрифта характерно наименьшее взаимодействие с белым листом. Буквы смотрятся почти плоскими, теряется предметность, им не хватает лица, индивидуальности, и они являются как бы только куском материала, что подходит к оптической моделировке серого в фотографии или к фактурам цветной иллюстрации. Такой шрифт отражает определенную тенденцию уплощения образа, характерную для всего XX века.

К четвертому виду шрифта можно отнести тонкий гротеск. Его штрихи и дуги скорее чертят, чем рисуют. Фаворский такие буквы называет одномерно-профильными или контурными, “скелетными”, “где уже совсем нет моделировки черного и белого, а есть ровные линии, которые чертят схему буквы” [7]. Такого рода контурность создает и новое отношение белого и черного. Чем тоньше гротескная буква, тем она менее пространственна. Отрыв от плоскости листа здесь минимальный.

Таким образом, каждый раз в шрифтах можно по-разному решать взаимоотношения белого и черного и в зависимости от этого подбирать ту или иную гарнитуру для рекламного сообщения. Ведь очень важно, чтобы пространство используемого материала, иллюстраций соответствовало пространству шрифта, а не входило в диссонанс.

В своей диссертации, посвященной проблеме удобочитаемости, Г. В. Овинк [8] рассматривает вопросы психологии восприятия букв. Основное внимание он уделяет удобочитаемости букв, составляющих печатный текст. Но между удобочитаемостью текста вообще и удобочитаемостью рекламного текста существуют определенные различия. Удобочитаемость текста определяется взаимодействием полосы набора и полей, распределением черного и белого внутри полосы набора, разбивкой на абзацы и пробелами, использованием прописных букв, знаков препинания и т. п. Все перечисленные факторы могут отсутствовать в рекламном сообщении. Здесь название фирмы или товара может стоять особняком, а слоган, к примеру, может быть расположен поверх снимка или рисунка.

О различии “чтения и понимания” общепринятого текста и восприятием отдельных буквенных знаков пишет Б. Закриссон: “Когда буква, знак или слово выступают в виде “бессмысленной” структуры, т. е. в виде узнаваемого “гештальта” (Gestalt (нем.) — образ, форма), не имеющего целевой направленности выразительного текста, мы говорим о восприятии, а не о понимании. Мы в целом согласны с Кайнцем (1956), который указывает, что иногда отдельное слово может быть полноточным, а сплошной текст бессмысленным.

Отдельно взятые слова можно изучать в связи с конкретными проблемами удобочитаемости. Проблемы эти представляют интерес с точки зрения оформительского дела в рекламе и в газетах, где в качестве важных побудительных мотивов выступают такие краткие обращения и символы, как заголовки, девизы и товарные знаки” [9].

Применительно к рекламным сообщениям термин “чтение” имеет несколько иное значение, чем по отношению к печатной странице. Если иметь в виду страницу печатного текста, то определенные впечатления и атмосфера создаются всей полосой набора и усиливаются впечатлениями от макета и комбинации шрифтов. В рекламе же все элементы, которые могут способствовать приданию образу формальной или внутренней ценности, концентрируются в нескольких словах. Задача дизайнера — выразить и в форме, и в содержании рекламного сообщения положительное ассоциативное значение.

Овинк рассматривает восприятие отдельной буквы и слова, составленного из этих букв: «Отдельная буква — это “гештальт” с более слабой структурой, нежели ее компоненты, до того как их взаимоподчинили друг другу. Равным образом и слово обладает менее сильным “гештальтом” по сравнению с тем, который вначале име-

ли его составляющие (отдельные буквы). А исключительно сильный “гештальт” буквы не желает подчиняться “гештальту” слова».

“Следовательно, форма, лучше всего подходящая для отдельной буквы, оказывается наиболее неподходящей при использовании этой буквы в слове. Это, — отмечает Г. В. Овинк, — ключ к проблеме относительной удобочитаемости прямого латинского шрифта в сравнении с рубленным и прямого латинского шрифта в сравнении с фразатурой” [10].

Кроме того, он рассматривает проблему межбуквенной разрядки: “Установлено, что разрядка и равноправное положение являются условиями, способствующими созданию новых “гештальтов” из независимых видимых объектов. Применительно к нашей проблеме последнее обозначает, что без хорошего размещения букв не удастся создать и хорошего “гештальта” слова.

Поэтому разрядка заставляет нас читать по буквам, т. е. медленно и внимательно. Слишком малая разрядка также ведет к неудобочитаемости, поскольку буквы должны сохранять определенную степень индивидуальности” [11].

Интересный анализ удобочитаемости букв и цифр провел также М. А. Тинкер [12]. Он установил, что на удобочитаемость изолированных букв оказывают влияние размер, простота или сложность контура, толщина штрихов, жирность шрифта, отклонение засечки на концах основных штрихов, площадь пробела внутри контура и самое важное — наличие или отсутствие акцента на отличительных деталях.

Овинк говорит, что, если “читатель не знаком со словом, он обратит на его составные части больше внимания, чем в том случае, когда слово оказывается известным. Поэтому автор рекомендует “для любого текста (будь то всего полстраницы, одно слово, одна строка или ряд цифр), не содержащего в себе логически вытекающих из контекста или хорошо известных частей, следует использовать шрифт, который сам по себе “представляет нам всю картину, когда все четко, ясно и понятно”. [13]

В процессе психоэстетического воздействия письменной графики на читателя или зрителя огромное влияние оказывает цвет. Такое влияние, особенно на русскоязычного реципиента, сложилось исторически. Еще в рукописных книгах инициалы и заставки выполнялись киноварью и суриком. Русская книга (в отличие от западноевропейской) была “цветоносна”. Цвет использовался не только в иллюстрациях, заставках, концовках и инициалах; красная краска широко применялась и в тексте. “Характерная для старой русской, а также и славянской печати

вообще двуцветность имела в своей первооснове не эстетическое или декоративное, а служебное, функциональное назначение... Красные строки были наиболее важными, читались в первую очередь, требовали повышения голоса. С течением времени, и главным образом в славянской книге, получается обратное: красным печатается то, что не читается вслух. В книгах появляются все в большем числе напечатанные красным цветом указания на то, когда следует читать определенный текст, кто должен его произносить. Красная печать становится не больше, чем выделительным приемом... И наконец, печатник осознает чисто декоративную сторону двуцветности” [14].

Флориан Юрьев отмечает, что использование цвета “совместно с методом черно-белого выразительного обозначения увеличивает во много раз арсенал выразительных возможностей художественного оформления... текста в целом” [15].

В своей работе он определяет принципы цветового выразительного обозначения текстов. Он выделяет декоративно-выразительное цветовое обозначение текста, т. е. оцвечивание без учета его коммуникативных и смысловых значений. Цель его, в основном, эстетическая, творчески-воспитательная: украшение текста, привлечение внимания к нему, развитие художественного вкуса. Кроме того, с помощью оцвечивания текста можно произвести то или иное художественно-коммуникативное действие, чаще всего дополнительное к общепринятой системе коммуникативной организации текста, например цветовую рубрику. Таким образом осуществляется коммуникативно-конструктивное цветовое обозначение, выполняющее задачу облегчения восприятия и усвоения основного содержания текста. Этот принцип цветового выделения, пожалуй, самый древний и идет еще от славянской рукописной книги. Так называемые “красные строки”, обозначающие начало абзаца или раздела, писали чаще всего киноварью красно-бурого цвета. Автор называет также интонационно-выразительное оцвечивание текста, структурно-фонетическое выразительное цветовое обозначение, утверждает, что текст можно записывать (печатать) цветами, предварительно приведенными в соответствие с музыкальной гаммой — музыкально-выразительное обозначение текста цветом (ньютоновский музыкальный ряд, например). Однако в нашем исследовании наиболее интересным и важным является соединение текста с цветовой символикой с целью метафорического художественного углубления основного содержания текста. Рекламные слоганы и названия минеральной воды обычно пишут синим или голубым по белому

фону или белыми буквами по синему. Используя семантическое значение синего и голубого, рекламисты добиваются ощущения чистоты и первозданности продукта. В рекламе алкогольных напитков часто используют агрессивное сочетание черного и красного (красные буквы на черном фоне в рекламе пива “Дизель”, в рекламе “Мартини” и др.). В названиях и слоганах косметических фирм рекламисты употребляют пастельные розовые и зеленые цвета, как бы указывая на натуральность продукта (Mery Key, Orifleim и др.) Таким образом осуществляется символично-выразительное обозначение рекламного текста цветом. Велимир Хлебников, призывая “художников мира” разработать универсальный письменный язык, предлагал, к примеру, “прибегнуть к способу красок и обозначить *м* темно-синим, *в* — зеленым, *б* — красным, *с* — серым, *л* — белым и т. д.” [16].

Цвет имеет психологический язык и создает определенное настроение, влияя таким образом на человеческие эмоции. Размышляя о восприятии цвета, Кандинский писал, что “красный цвет может вызывать душевную вибрацию, подобную той, какую вызывает огонь, так как красный цвет есть в то же время цвет огня. Теплый красный цвет действует возбуждающим образом; такой цвет может усиливаться до болезненной мучительной степени, может быть, также и вследствие его сходства с текущей кровью. Красный цвет в таком случае пробуждает воспоминание о другом физическом факторе, который, безусловно, болезненным образом действует на душу” [17].

Рекламисты сегодня активнейшим образом используют возможности цвета, ибо он “для современного человека несет огромный заряд эмоциональной, политической, социальной, эстетической, нравственной информации” [18].

Использование цвета в рекламе должно подчиняться следующим принципам. Во-первых, необходимо учитывать цветовую культуру народа. Так, согласно рекомендациям английского Комитета по изучению воздействия цвета, предпочтительны: для Австрии — зеленый, Египта — голубой и зеленый, Голландии — оранжевый и голубой, Ирака — светло-красный, серый и синий, Ирландии — зеленый, Китая — красный, Мексики — красный, белый, зеленый, Сирии — индиго, красный и зеленый и т. д. [19] Эмоциональное воздействие цвета в разных странах разное. В Америке, к примеру, красный цвет ассоциируется с любовью, желтый — с процветанием, зеленый — с надеждой, голубой — с верностью; белый — олицетворение чистоты; черный — символ сложности и чрезвычайной ситуации; в Болгарии популярен темно-зеленый и коричневый; в Пакистане — изумрудно-зеленый; в Нор-

вегии — светлые цвета. Красный цвет в Китае означает доброту, отвагу; черный — честность; белый — подлость, лживость (отрицательные персонажи надевают белые маски и используют белый грим). Белый цвет — символ траура в Китае и Индии, синий — в Гонконге, кирпично-красный на арабском Востоке, желтый и красный в Марокко.

Во-вторых, оцвечивание рекламного текста и фона должно соответствовать требованиям удобочитаемости. Так, коричневые буквы на темно-синем фоне практически невозможно будет разглядеть. “Большинство психологов сходятся во мнении, что привычная для нас черно-белая печать текста не является оптимальной для удобочитаемости” [20]. При определенных цветовых решениях удобочитаемость убывает в следующей последовательности: “черные буквы (рисунок) на желтом фоне”, “черное на белом”, “желтое на черном”, “белое на черном”, “синее на белом”, “белое на синем”, “синее на желтом”, “желтое на синем”, “зеленое на белом”, “белое на зеленом”, “коричневое на белом”, “белое на коричневом”, “коричневое на желтом”, “желтое на коричневом”, “красное на белом”, “белое на красном”, “красное на желтом”, “желтое на красном” [21].

В-третьих, необходимо учитывать сочетание цвета и шрифтовой гарнитуры, ее формы, пластики и исторического значения. Еще Петров-Водкин отмечал, что “между формой и цветом существует непосредственная связь” [22]. Вряд ли шрифты, имитирующие русскую вязь, устав или полуустав, будут смотреться и восприниматься окрашенными, к примеру, в современные, так называемые “кислотные” цвета (ядовито-зеленый, розовый и т. д.). Ведь во времена рукописных и первопечатных книг для оцвечивания букв использовали натуральные красители (сурик, камедь, киноварь), потому ту же “ижицу” лучше покрасить в охристо-желтый, буро-красный или грязновато-синий цвета.

Готический шрифт вряд ли выдержит какой-нибудь цвет вообще. Этот шрифт стал наиболее ярким по своей выразительности и приблизился к орнаменту. Его основными признаками являются угловой излом вертикальных элементов букв вместо округленных форм и резкий контраст между толстыми и тонкими штрихами. Готику еще называют “черным шрифтом”, так как страница, написанная этим шрифтом, кажется темной. Расцвечивание здесь исторически неуместно. “Сильные цветовые эффекты возможны лишь в крупных и жирных шрифтах; мелкие и светлые шрифты нивелируют цветовой эффект: красный блекнет до розового, желтый растворяется в белой плоскости, синий становится неотличимым от черного”, — считает Эмиль Рудер [23].

Г. В. Овинк в своих работах рассматривает также способность шрифтов “создавать атмосферу”. У каждого человека, который видит написанный или напечатанный символ, возникает определенное впечатление, чувство. И главная задача рекламиста состоит в том, чтобы образ, созданный при помощи шрифта, отвечал стилистическому рекламного сообщения. Не секрет, что художественная ценность шрифта может определяться его эмоциональным воздействием на читателя. При правильном выборе гарнитуры, кегля и т. д. грамотный дизайнер может придать печатному продукту нужный эмоциональный оттенок, создать необходимый графический образ. Но как правильно выбрать шрифт? Какими принципами руководствоваться в подборе гарнитуры, кегля, интерлиньяжа? “Как отличить хорошее от плохого? Где искать ключ к пониманию того, что хорошо и что плохо в безбрежном море шрифтов? Где найти образцы, достойные подражания?” — вопрошал известный художник шрифта, автор одной из красивейших гарнитур Вадим Владимирович Лазурский [24]. Ответы на эти вопросы и сам Лазурский, и многие другие художники, разработчики гарнитур, находили в истории, в наследии прошлого. Владимир Андреевич Фаворский писал: “Каким образом творение, основой которого является мысль, воплощенная в материале, может не обнаружить законов, по которым она создается и живет? Раз есть цель и есть условия, то есть и законы. И открывая эти законы в классическом наследии прошлого, можно учиться...” [25]

Таким образом, для того, чтобы правильно подобрать шрифт для рекламного сообщения, необходимо прежде всего учитывать историко-национальное его происхождение, дабы избежать ошибки написать слово “Ренессанс” гротеском. Следующим немаловажным критерием выбора шрифта является его удобочитаемость. Реклама должна привлекать внимание и быть достаточно доступной, потому создатели сообщения должны учитывать, кто будет читать послание. Так, новомодные шрифты, имитирующие изъеденные ржавчиной надписи, вряд ли воспримутся пенсионерами, а пышные формы декора вряд ли будут оценены деловыми людьми.

“Шрифты имеют определенные правила построения, соблюдение которых в большинстве случаев является обязательным. Исключение составляют только те шрифты, в которых нарушение этих правил входит в замысел автора” [26]. В последнее время дизайнеры сознательно попирают законы удобочитаемости, создавая рекламное сообщение. Но такие эксперименты под силу лишь профессионалам высокого класса, людям, обладающим художественным вкусом и чутьем.

Отказ от принципов удобочитаемости возможен только в тех случаях, когда в рекламном сообщении присутствует особый замысел, интрига, или когда послание ориентировано на очень узкий круг потребителей. Так, презентационные рекламные открытки для шрифтов “Jesus” и “Nebulae” трудно назвать удобочитаемыми, однако они четко выполняют свою задачу, демонстрируя дизайнерам (достаточно узкому кругу специалистов) возможности нового акцидентного шрифта.

Немаловажную роль в шрифтовом оформлении рекламы играет и цвет, ведь эстетическая ценность метода цветового обозначения текстов – “в его исключительной информативной емкости и эстетической активности” [27].

Н. В. Месхишвили определил место шрифта в рекламе так: “Желательно, чтобы определенный шрифт, используемый в рекламе, соответствовал бы определенной тематике содержания; при оформлении рекламы к подборке шрифта следует подходить особенно строго, так как реклама не может рассчитывать на длительное внимание, а шрифт в ней носит смыслоопределяющий характер” [28]. Поэтому каждая надпись в рекламной продукции должна иметь индивидуальный художественный облик и помимо смысловой нагрузки нести в себе образность, способствующую эмоциональному зрительскому восприятию. Рекламист при помощи искусства шрифта должен суметь “избежать повседневности, ввести зрителя в новый, иной мир, возбудить с помощью букв новые зрительные эмоции” [29].

ЛИТЕРАТУРА

1. Рудер Э. Типографика / Э. Рудер. – М.: Книга, 1982. – С. 168.
2. Фаворский В. А. О графике как об основе книжного искусства / В. А. Фаворский // Искусство книги. – М.: Книга, – 1961. – Вып. 2. – С. 66.
3. Там же.
4. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. – М.: Прогресс, 1974. – 392 с.
5. Фаворский В. А. Указ. соч. – С. 68.
6. Там же.
7. Там же.
8. Цит. по: Веркман К. Товарные знаки: создание, психология, восприятие / К. Веркман; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – С. 184.
9. Там же. – С. 185.

10. Там же. – С. 189.
11. Там же.
12. Там же – С. 193.
13. Там же – С. 192.
14. Сидоров А. А. История оформления русской книги / А. А. Сидоров. – М., 1964. – С. 34.
15. Юрьев Ф. И. Цветной текст в искусстве книги: автореф. дис. ... канд. искусствоведч. наук / Ф. И. Юрьев. – М., 1975. – С. 19.
16. Хлебников В. Творения / В. Хлебников. – М.: Советский писатель, 1986. – С. 622.
17. Кандинский В. В. О духовном в искусстве / В. В. Кандинский. – М.: Архимед, 1992. – С. 43.
18. Пирожков А. Н. Цвет в фотопублицистике и газетном дизайне / А. Н. Пирожков // Средства массовой информации в современном мире: тез. докл. науч.-практ. конф. – СПб.: СПбГУ, 1997. – С. 125.
19. Рожков И. Я. Реклама: Планка для “профи” / И. Я. Рожков. – М.: Юрайт, 1997. – С. 97.
20. См.: Дерибере М. Цвет в деятельности человека / М. Дерибере. – М., 1964. – С. 252.
21. Гольман И. А. Рекламное планирование: Рекламные технологии: Организации рекламной деятельности: Записки московского рекламиста. – И. А. Гольман. – М.: Гелла-Принт, 1996. – С. 85.
22. Петров-Водкин К. Пространство Эвклида / К. Петров-Водкин. – М.: Азбука, 2000. – С. 494.
23. Рудер Э. Типографика / Э. Рудер. – М.: Книга, 1982. – С. 158.
24. Лазурский В. В. Путь к книге: Воспоминания художника / В. В. Лазурский. – М.: Книга, 1985. – С. 121.
25. Фаворский В. А. О художнике, о творчестве, о книге / В. А. Фаворский. – М.: Молодая гвардия, 1966. – С. 36.
26. Ярмола Ю. Шрифт: Критерии качества / Ю. Ярмола // Курсив. – 1996. – № 1. – С. 44.
27. Юрьев Ф. И. Цветной текст в искусстве книги: автореф. дис. ...канд. искусствоведч. наук / Ф. И. Юрьев. – М., 1975. – С. 19.
28. Месхишвили Н. В. Графическое оформление и семантическое содержание текста / Н. В. Месхишвили // Семантические аспекты синтаксиса: сб. научн. тр. / Ин-т языкознания АН СССР. – М., 1989. С. 141.
29. Шрифт как искусство: Выставка работ художников школы Виллу Тоотса: Каталог / Сост., оформ. В. Тоотс. – Таллин, 1981. – С. 9.

МАССОВЫЙ ТЕКСТ И КАТЕГОРИЯ ЛИЦА

© 2004 А.Н. Потсар

Санкт-Петербургский государственный университет

Образ человека является одним из наиболее существенных компонентов картины мира, а категория лица, представляющая его в тексте, относится к числу понятийных категорий, связывающих языковой материал с общим строем человеческого мышления [1], и проявляется как на всех уровнях языковой системы, так и в качестве текстовой категории. Ее проявления в языке и речи многообразны: это и система личных местоимений, это и категория лица в морфологии и синтаксисе, это разнообразные выразительные средства, точка зрения и многое другое.

В данной статье предметом анализа являются основные речевые способы представления в массовом тексте человека как элемента внеязыковой действительности: человек может быть назван, изображен, о нем может быть дана информация и т. д. Нам представляется, что подобный аспект анализа одной из основополагающих категорий позволит, с одной стороны, углубить представление о самой категории лица, с другой стороны, поможет выявить общие закономерности, характеризующие специфику формирования широкой и разнородной группы массовых текстов.

Под массовым текстом мы понимаем любой текст, произведенный и бытующий в сфере массовой коммуникации. По мнению Умберто Эко, теория массовых коммуникаций применима к сообщениям, вырабатываемым промышленным способом и предназначенным для неопределенного круга адресатов, в обществе индустриального типа, внешне сбалансированного, но в действительности насыщенного различиями и контрастами. При соблюдении этих условий “то разное, что есть в характере и воздействии таких способов коммуникации, как газета, кино, телевидение или комикс, отходит на второй план по сравнению с тем, что в них есть общего” [2].

В качестве материала для анализа в данной статье выбраны письменные, печатные тексты СМК.

По мнению Н. Д. Арутюновой, жизнь среди природы требует знания природы, жизнь среди людей нуждается в знании людей [3]. Знания эти формируются в ходе речевой и литературной деятельности. Человек составляет предмет многих литературных и риторических жанров, человек является предметом специфических видов юридической речевой активности. Человек составляет также предмет самых разных жанров массовых текстов — информационных заметок, репортажей, очерков, интервью-бесед, ток-шоу, сериалов и популярных романов.

Хорошо исследовано представление человека в тексте в качестве категории персонажа. “Литературный персонаж — это, в сущности, серия последовательных появлений одного лица в пределах данного текста. На протяжении одного текста герой может обнаруживаться в самых разных формах: упоминание о нем в речах других действующих лиц, повествование автора или рассказчика о связанных с персонажем событиях, анализ его характера, изображение его переживаний, мыслей, речей, наружности, сцены, в которых он принимает участие словами, жестами, действиями и проч. <...> Повторяющиеся более или менее устойчивые признаки образуют свойства персонажа. Он предстает как однокачественный или многокачественный, с качествами однонаправленными или разнонаправленными” [4].

Персонаж определяется как носитель качеств, релевантных для системы ценностей, в рамках которой создается тот или иной текст, и как лицо, совершающее поступки или участвующее в событиях, т. е. действующее.

Человеческая личность выступает как единое целое только в совокупности миров: в мире предметном, мире социальном, мире поступков, мире идей и представлений. В тексте же, в зависимости от коммуникативной установки, на первый план выходит только часть характеристик, поскольку даже реалистическая проза не может

претендовать на полноту и достоверность представления героя: образ подвергается авторской интерпретации, сочетающей редукцию несущественного и акцентирование характерного, принципиально значимого для авторского замысла.

Нас интересует в первую очередь семантическая структура персонажа в массовом тексте. Разделим исследуемые тексты на три группы в зависимости от развитости и сложности речевой структуры.

К текстам первого уровня сложности отнесем ряд информационных жанров, целью которых является констатация факта или сообщение о событии: например, хроникальная или расширенная информация, информационное интервью, в которых нет развитой речевой структуры персонажа.

К текстам второго уровня сложности отнесем жанры, в которых речевая ткань более разнообразна, однако все еще нет главной задачи представления лица: например, репортаж, отчет, корреспонденция, статья.

И к текстам третьего уровня сложности отнесем жанры, в которых на первом плане оказывается личность, а точнее, те аспекты образа, которые вписывают персонаж в актуальную ситуацию и в картину мира, характерную для общества на данном этапе его развития: в частности очерк, интервью-беседа история успеха (как разновидность портретного очерка)¹, массовый роман.

Рассмотрим речевую реализацию на каждом из трех уровней сложности наиболее существенных параметров представления персонажа.

1. Номинация.

В текстах всех уровней сложности, как правило, представлены следующие разновидности номинации: имя, отчество, фамилия (в некоторых случаях – кличка); именование по профессии или по должности; именование по социально значимой или событийной характеристике; именование по родственным связям; нередко номинация включает указание возраста, может содержать оценочные компоненты.

На церемонии будут присутствовать также испанские политики и представители западных правительств. Среди них – президент Франции

¹ В данной статье интервью рассматриваться не будет, поскольку специфика этого жанра требует отдельного анализа. Речевую основу интервью составляет изображение речи персонажа, однако внутри речевой партии мы можем выделить те же параметры и те же особенности, которые мы выявили для авторского описания персонажа.

Жак Ширак, немецкий канцлер Герхард Шредер, чешский премьер-министр Владимир Шпидла, британский премьер Тони Блэр и госсекретарь США Колин Пауэлл [5].

Опальный магнат Борис Березовский сегодня заявил из Лондона, что не намерен продавать ни прибыльный “Коммерсант”, ни убыточный сайт “Грани” [6].

2. Внешний облик.

В текстах первого уровня сложности эта характеристика используется крайне редко, в специальных целях:

Всем милиционерам были разосланы фотографии и описание сбежавшего: рост 165–170 см, волосы русые. Следователи предполагают, что у беглеца могут быть многочисленные порезы рук и ног. Возможно, он хромает [7].

В текстах второго уровня сложности описание внешнего облика может быть свернуто до номинации или присутствовать в виде значимых деталей, характеризующих ситуацию (сам герой, как правило, известен, а текст часто сопровождается фотографией, заменяющей полное описание внешности). Характеризующие детали всегда содержат оценочную коннотацию, нередко подвергаются интерпретации в дальнейшем тексте:

Некая пергидрольная дама средних лет из другого ток-шоу: в какой-то момент мне все надоело, я села и написала список, какого мужа я хочу. (Отклонения в этой части... Газета. Ру, 02.04.04). Мне попался разговорчивый турок лет пятидесяти, классический, с брюхом. Феску на нем я домыслил самостоятельно; У него были [усы] с нищиеанским начесом, как у тюленя или ранне-го Горького [8].

В текстах третьего уровня сложности присутствует в виде развернутого портретного описания, если речь идет о массовом романе и о вымышленном персонаже². В иных случаях подробное портретное описание заменяется фотографией героя интервью или очерка, в тексте же остаются только значимые детали, подвергающиеся интерпретации.

² Следует уточнить, что реальные персонажи в дискурсе СМК воспринимаются скорее как вымышленные. СМК – это сфера бытования имиджей, то есть искусственно сконструированных образов. Поэтому мы намеренно не делаем разграничения между текстами, описывающими реальность, и текстами, описывающими вымышленные события с вымышленными персонажами. Некоторые частные характеристики могут быть скорректированы с учетом фактора вымышленности/реальности человека/события, что, однако, не сказывается на концепции представления персонажа в целом.

Бреду к зеркалу и вижу примерную копию с полотна Пикассо “Любительница абсента”: голубоватый тон кожи, темные круги под глазами, размазанная тушь. От одежды пахнет сигаретами и алкоголем, а на воротах футболки висит скошенная набок табличка, где большими черными буквами написано “Лена” (и так я ехала в метро?). Лена — это, собственно, я и есть [9].

Нередко черты внешности связаны на уровне текста со следующим параметром характеристики персонажа — с социальным статусом.

3. Социальные характеристики.

Этот параметр присутствует обязательно во всех массовых текстах. На первом уровне сложности могут быть указаны пол, возраст, должность, как правило, воспроизводится официальная форма свернутого представления лица, сложившаяся в документах. В целом можно сказать, что в этой группе текстов в обязательном порядке присутствуют статусные характеристики, как правило, остающиеся на уровне номинации.

Весь вчерашний день “Интеррос”, владелец ГМК “Норильский никель”, настойчиво опровергал слухи о допросе следователями Генпрокуратуры главы холдинга Владимира Потанина [10].

На втором уровне сложности форма представления статуса более свободная, может быть использован оценочный контекст или трансформированная форма наименования должностного лица.

Эмансипанка-бизнесменка о том, отчего она не замужем: у меня всегда были идеи по бизнесу. Театроведка с неподражаемым апломбом о спектаклях Камы Гинкаса: смешно бывает только в начале, как это часто бывает у Чехова; Интервью с высоким чиновником. У него выспрашивают биографические подробности, тот молвит, вспоминая: помню, поехал в Польшу, это было мое первое появление за рубежом [11].

На третьем уровне статусные характеристики развернуты, детализированы, прослеживается связь между мировоззрением, поступками героя и его социальным статусом. Статусные характеристики связаны с событийными компонентами текста.

Ну вроде жива и даже мыслю и чувствую, а это уже хорошо, потому что **ровно двадцать четыре часа и сорок минут, нон-стоп, я проработала официанткой. Я попала в мир, который находится по другую сторону от обычного**, к которому мы все привыкли. Туда, где **ты не пьешь вечером в клубе, а смотришь, как пьют другие, не ешь, а, говоря словами нашего бармена, “помогаешь покушать”...**;

Пока я стажер. Это значит, что я работаю без зарплаты и мне поручают делать то, за что

никогда не возьмется ни один разумный официант с опытом. Например, ходить по залам и убирать пепельницы со столов, таскать грязную посуду. Чаевые за это не дают, само собой, так что получается нечто вроде volunteer service [12].

4. Предметный мир персонажа.

На первом уровне указание на предметный, вещный мир присутствует крайне редко, только если предметы включены в события.

“Киллер номер один”, как окрестили Солоника в российской прессе, выбрался из СИЗО, в котором находился под следствием по делу об убийстве четырех милиционеров, с помощью одного из охранников. Тот принес подследственному альпинистское снаряжение и пистолет браунинг. В ночь побега под одеялом Солоника оказался манекен, а сам он вместе с конвоиром вышел на крышу и по веревке спустился на улицу [13].

На втором уровне присутствует, если в тексте имеет место изобразительность, связанная, как правило, с событиями, или для дополнения статусной характеристики персонажа.

Женился тут как сумел, снял жилье, дом в подмосковном поселке по Дмитровскому шоссе, газ, конечно, у меня баллонный, но зато электричество дармовое — я кинул провод и живу себе, зимой не мерзну; У меня есть машина, ей десять лет, она и для всяких ремонтов, чтоб возить материалы, и как такси иногда, когда работы нет, можно подкормиться [14].

На третьем уровне присутствует в виде детализации пространства, в котором обитает герой, для характеристики его социального статуса и его внутреннего мира, а также, разумеется, для дополнительной характеристики событий. Как правило, представлено описанием с элементами комментария.

Обстановка клуба, созданная модным дизайнером, напоминает что-то среднее между советской столовой и общественной баней: лампы покрыты синей дерюгой, окна замазаны белой краской, столы выложены керамической плиткой. В VIP-зале стоит чугунная ванна, а в ней — полосатый матрас, на котором можно поспать (в ванне действительно отсыпается наш повар Артур после своей трудовой смены) [15].

5. Близкие человеку люди и отношения с этими людьми.

На первом уровне сложности указания на окружение представлены крайне редко, лишь в том случае, если окружение задействовано в событии.

Березовский также сказал, что не намерен менять руководство “Коммерсанта”, и его устраивает кандидатура Андрея Васильева, являю-

щегося шеф-редактором и генеральным директором издательского дома “Коммерсант” [16].

На втором уровне сложности окружение также представлено крайне редко, в том случае, если окружение задействовано в событии или позволяет дополнительно охарактеризовать социальный статус персонажа.

Конечно, избрание на пост президента Чечни человека из окружения Кадырова было бы идеальным для Кремля. Тогда можно было бы избежать дестабилизации, связанной с переделом власти. Но этот круг чрезвычайно узок; Одним из самых верных соратников Кадырова можно считать Тауса Джабраилова. Он был рядом с Кадыровым с середины 1990-х, а карьеру в чеченской администрации начинал пресс-секретарем президента. В последнее время он был министром по делам национальностей, а 11 мая госсовет избрал Джабраилова своим председателем [17].

На третьем уровне может быть описано подробно, если речь идет о центральном персонаже и событиях, с ним связанных.

Насчет женитьбы — это, наверное, больше всех к Алексею Абрикосову. **В свое время из командировки во Францию он привез в Союз новую жену, наполовину вьетнамку, наполовину француженку.** Родина-мать сурово отнеслась к легкомысленному поступку сына, которому по режимному статусу не следовало **крутить любовь с иностранками.** Из Института теоретической физики АН СССР морально неустойчивого Абрикосова немедленно попросили. Потом, правда, **импортная жена уехала, заскучав под советским солнцем.** Но было поздно;

Собственно, у Виталия Гинзбурга тоже были трудности с женой. Коллеги рассказывают, что в студенческие годы она с группой единомышленников замышляла покушение на Сталина. Ей так в органах сказали. Потому что жила на Арбате, а по нему Сталин ездил в Кремль на службу. Они из окна и должны были покушаться. Женщина уже почти совсем призналась, когда выяснилось, что доносчик напутал — окна ее квартиры выходят во двор. Расстреливать не стали, но на всякий случай выслали в Горький. И жили физик Гинзбург с супругой в разных городах до 1953 года [18].

6. Поступки и действия персонажа, события, в которых он участвует.

Для текстов первого уровня сложности событие — это необходимый смысловой компонент, повод для появления героя в тексте, в том случае если сам герой не является ньюсмейкером, а его поступки не являются событиями.

*Во время майских праздников из СИЗО “Матрская Тишина” был совершен **второй за всю ис-***

*торию изолятора успешный побег. Осужденный за торговлю наркотиками украинец Сергей Еришов **смог повторить подвиг** российского “киллера номер один” Александра Солоника [19].*

Для текстов второго уровня сложности событийная характеристика также является необходимым смысловым компонентом. Действительность интерпретируется через призму событий, в структуре нарратива.

*Первое после непродолжительного отсутствия на родине часовое интервью кандидата в президенты **Ивана Рыбкина на радиостанции “Эхо Москвы”** произвело неизгладимое впечатление на специального корреспондента **Ъ** Андрея Колесникова. **Поначалу, слушая Ивана Петровича Рыбкина, я честно пытался анализировать то, что он говорил. Потом я уже просто пытался понять, что он хочет сказать. Потом я уже просто слушал [20].***

На третьем уровне события необходимы для развития сюжета, служат для характеристики героев, которые реализуют себя как личность в первую очередь в мире событий.

Абрикосов, защитивший в 26 лет докторскую диссертацию, до 40 успевший стать лауреатом Ленинской премии, в 1991 году, уже 62 лет от роду, отказался возвращаться на родину из командировки в США. **Сделай он это лет на пять раньше, можно было бы гордо назвать его невозвращенцем.** А так — последняя волна эмиграции в поисках работы и нормальной жизни;

*Впрочем, что я к Алферову пристал? Он же не в Арзамасе-16 работал. Он просто работал в **инфраструктуре советской физики.** То есть на богатом архипелаге советского “почти капитализма”, где была почти свобода, почти либерализм и почти благополучие [21].*

7. Психологический портрет.

В текстах первого уровня сложности отсутствуют психологические характеристики персонажа. В текстах второго уровня сложности психологические характеристики представлены косвенно, они подаются через поступки, иногда с помощью ремарок к прямой речи персонажа, нередко иронических.

— Когда-то надо ведь начинать, — **без лишней скромности заметил президент; Владимир Путин посерьезнел;**

— *На какой бы округ нашей необъятной родины ни посмотрели — такие проблемы! — **со странным энтузиазмом воскликнул господин Путин [22].***

В текстах третьего уровня сложности может быть представлена развернутая психологическая характеристика, однако и в ней событийный компонент доминирует. Характер, как правило, по-

казан в развитии в контексте событий или через точку зрения третьего лица.

“Она такой, знаете, женственной была, любила пококотничать с мужчинами, а тогда это вообще-то не принято было. Она почти не пила и не курила. На руках всегда кольца, руки у нее были ухоженные, а для фотографа это почти невозможная вещь... Она патологически боялась пополнеть, поскольку была ширококостная, но понемногу уже начинала грузнеть”; На фронте Санько называли “этой сумасшедшей”; И правда, кто бы поверил тогда, что фронтовик-журналист, орденносец, известный фотограф и немолодая уже (60 лет!) “советская женщина” рисковала положением, репутацией, нарушала советские законы (поскольку въездная и выездная визы у Санько были просрочены, что было уже почти “предательством Родины”)... и все ради чего?! Ради сущей какой-то косметической чепухи, причем, мало кто вообще понимал, что это за штука... [23].

8. Мироззрение.

В текстах первого уровня сложности идеологический портрет может быть представлен только на уровне номинации.

Вчера лидер КПРФ Геннадий Зюганов рассказывал о подготовке к отчетно-выборному съезду партии, намеченному на 3 июля. Как выяснилось, ситуацией в партии товарищ Зюганов доволен и покидать пост ее лидера не собирается [24].

В текстах второго уровня сложности мироззренческий уровень чаще всего представлен через реплики прямой речи, содержащие оценку актуальных событий.

— Во время всего страшного периода изменения политического режима политическая обстановка в Карелии была стабильной... А на последних выборах мы голосовали за вас, Владимир Владимирович. Это значит, мы связываем судьбу с вами. А если ветераны приняли систему и умом и сердцем, они идут до конца! — сказал ветеран. — То есть они становятся ее патриотами [25].

На третьем уровне сложности идеологическая характеристика представлена в форме оценок, связанных с идеологией, социальным статусом, событиями, встречаются и мироззренческие концептуальные суждения, принадлежащие персонажу. Однако, как правило, в массовых текстах эта характеристика не выходит за рамки социальных воззрений персонажа.

Жорес Алферов моложе, шумнее и политизированнее своих нобелевских братьев. Ему, вообще говоря, должна принадлежать левая дорога от межевого камня: в двух последних избирательных циклах выступал за команду коммунистов. В отличие от многих с левого фланга он искренне верит в то, что говорит. Это видно; Такое ощу-

щение, что нобелевский лауреат верит, будто мы, со своей стороны, технологии Западу щедрой рукой раздаривали. Но нет, в других местах он сам неоднократно сетует, что избыточная секретность мешала нашей промышленности использовать технологические находки собственной “оборонки” [26].

9. Речь.

В текстах первого уровня сложности речевая партия персонажа не представлена, за исключением официальных заявлений, причем в большинстве случаев используется косвенная речь, передающая только содержание высказывания.

Он не назвал компании и финансовые структуры, предлагающие ему продать “Коммерсант”, однако сказал, что и предложения, и слухи носят чисто политический характер [27].

На втором уровне сложности речь персонажа а) чаще всего выполняет информативную функцию, не имея изобразительного характера:

Сам Бунимович, как выяснилось, выступает вообще против вступительных экзаменов: “Мы спорим про ЕГЭ, но вопрос-то в другом. Высшее образование должно быть заявительным. Справился с курсом средней школы, хочешь учиться дальше — ради бога. Все равно тот, кто не потянет учебу в вузе, отсеется в ее процессе. Многие страны сейчас переходят на заявительное образование. Но мы, к сожалению, нищие [28].

б) изображается в гротескно-пародийной форме, служит для характеристики ситуации или для характеристики персонажа как яркого представителя определенного типа. Как правило, сопровождается ироническим комментарием автора.

Медицина различает несколько видов шизофрении: циркулярную, гебефренную, кататоническую, резидуальную. Мне, как неспециалисту, пока что трудно было с категоричностью отнести заявления кандидата в президенты к одной из этих форм, тем более что сам Иван Петрович, предвосхищая вопросы, сразу оговорился:

— Я шизофренией не страдаю. Только что получил справку на владение и пользование оружием, менял удостоверение как автомобилист, прошел все комиссии, в том числе у психиатра. Я себя хорошо чувствую, поэтому могу сказать: не дожидаетесь [29].

На третьем уровне достаточно часто изображается как внутренняя речь, так и реплики внешнего диалога, впрочем, индивидуальные характеристики речи не всегда достоверно воспроизводятся. Изображается усредненная внутренняя и прямая речь. — *Я знаю, что у такого человека нет мозга. Нормального мозга, — по-*

правляет себя Крылов. — Не жалеет свою жизнь, и черт с ним, его право. Но он не жалеет жизни других. Когда такие попадают к нам, превращаются в тряпку [30].

“Я как увидела девушку, — рассказывала позже Санько писателю Солоухину, — думаю, то, что надо! Добавили лилий в букет, велела ей юбочку подобрать немного повыше, чтобы коленочки показать, а коленочки у нее были первый сорт, глазки попросила потупить...” [31].

В завершение анализа семантической структуры персонажа следует сказать несколько слов о точке зрения как текстовой категории, также характеризующей персонаж. Указанные выше параметры могут складываться на уровне текста как законченного целого в точку зрения как структуру, но могут и не складываться.

В текстах первого уровня сложности субъект восприятия отсутствует, информация представлена в объективированной форме.

На втором уровне субъект восприятия ярко выражен, причем доминирует точка зрения автора текста. Точка зрения персонажа может быть представлена в изображенном виде, с помощью описания, пересказа, в виде реплики прямой речи или вкрапления на уровне лексических единиц.

На третьем уровне сложности категория точки зрения достаточно развита. Как правило, каждый персонаж наделен своей точкой зрения, однако категория всеведущего автора тоже присутствует. Повествование от первого или третьего лица равноправны, каких-либо очевидных целей в использовании той или иной техники авторы не преследуют.

Итак, подводя итоги, мы можем отметить явное преобладание в массовых текстах социально-статусных и событийных характеристик. Первая характеристика — это элемент статической модели (системы смысловых оппозиций текста), а вторая — элемент динамической репрезентации этой модели. Из всей полноты описания персонажа в наименее развитых в речевом отношении текстах остается основополагающая характеристика таксономической модели (статус) и основополагающая характеристика динамической репрезентации (событие). Поскольку статусные характеристики (человек как субъект социальных отношений) и событийные характеристики (человек как субъект действия) сохраняются даже на самом низком уровне сложности, мы можем сделать вывод о том, что именно эти характеристики являются самыми важными для речевой структуры массового текста.

С усложнением же текстовой структуры обязательные событийные и статусные компоненты разворачиваются, получают детализацию, и к ним добавляются факультативные компоненты,

набор которых вариативен, зависит от роли, которую персонаж играет в том или ином тексте. Следует отметить, что факультативные компоненты, как правило, служат для детализации обязательных компонентов, и даже предметные описания получают событийную или социально-статусную интерпретацию.

Массовый текст воплощает и постоянно воспроизводит систему базовых ценностей общества, выполняя свою основную функцию — социального регулирования. Именно семантическая структура персонажа, ориентированная на выполнение этой функции, позволяет со значительной долей уверенности отнести тот или иной текст в категорию массовых. Таким образом, мы получаем одну из важнейших сущностных характеристик массового текста, статус которого в современной речевой практике пока не определен. Признаки же, исходящие из внешних свойств (периодичность, вторичность, массовость аудитории и т. п.), не являются сущностными и характерны для любого текста, бытующего в современных условиях коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мещанинов И. И. Понятийные категории в языке / И. И. Мещанинов // История советского языкознания / Сост. Ф. М. Березин. — М., 1981. — С. 61.
2. Эко Умберто. Отсутствующая структура / Умберто Эко. — СПб.: Петрополис”, 1998. — С. 408.
3. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова М., 1999. — С. 325.
4. Гинзбург Л. Я. О литературном герое / Л. Я. Гинзбург. — Л.: Советский писатель, 1979. — С. 89.
5. Испания прощается с жертвами 11 марта. Газета. Ru, 24.03.04.
6. Березовский заявил, что не намерен продавать ни “Коммерсант”, ни “Грани” // Известия — 2004. — 19 мая. Наркоторговец ушел по стопам киллера // Газета. Ru. — 2004. — 3 мая.
7. Устное народное творчество // Огонек. — 2004. — № 17 (4844).
8. Гарсон Лена // Огонек. — 2004. — № 15 (4842),
9. Владимира Потанина проверили на слух // Коммерсант. — 2004. — № 79(2918). — 30 апреля.
10. Отклонения в этой части... // Газета. Ru. — 2004. — 2 апреля.
11. Гарсон Лена // Огонек. — 2004. — № 15 (4842).
12. Наркоторговец ушел по стопам киллера // Газета. Ru. — 2004. — 3 мая.

13. Рассуждения хачика // Газета. Ру. – 2004. – 19 мая.
14. Гарсон Лена // Огонек. – 2004. – № 15 (4842).
15. Березовский заявил, что не намерен продавать ни “Коммерсант”, ни “Грани” // Известия. – 2004. – 19 мая.
16. Гиблое кресло // Власть. – 2004. – 17 мая.
17. Три дороги от Нобелевского камня // Огонек. – 2004. – № 17 (4844).
18. Наркоторговец ушел по стопам киллера // Газета. Ру. – 2004. – 3 мая.
19. Один час из новой жизни Ивана Рыбкина // Коммерсант. – 2004. – № 25(2864). – 12 февр.
20. Три дороги от Нобелевского камня // Огонек. – 2004. – № 17 (4844).
21. Умы в чуме // Коммерсант. – 2004. – № 79(2918). – 30 апреля.
22. Ее борьба, или увидеть Париж и возродиться // Огонек. – 2004. – № 10 (4837).
23. Геннадий Зюганов распрямил линию партии // Коммерсант. – 2004. – № 107(2946). – 17 июня.
24. Умы в чуме // Коммерсант. – 2004. – № 79(2918). – 30 апреля.
25. Три дороги от Нобелевского камня // Огонек. – 2004. – № 17 (4844).
26. Березовский заявил, что не намерен продавать ни “Коммерсант”, ни “Грани” // Известия. – 2004. – 19 мая.
27. ЕГЭ: взрослые врут, школьники списывают // Газета. Ру – 2004. – 1 апреля.
28. Один час из новой жизни Ивана Рыбкина // Коммерсант. – 2004. – № 25(2864). – 12 февр.
29. 24 часа из жизни Склифа // Огонек. – 2004. – № 18 (4845).
30. Огонек. – 2004. – № 10 (4837).

ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАК ГЛАВНАЯ ПРЕДПОСЫЛКА ЭФФЕКТИВНОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

© 2004 Л.С. Щукина

Воронежский государственный университет

Понятие эффективности речевого общения не является универсальным и жестко детерминированным, а обладает исторической и культурной специфичностью. Оценка степени эффективности речевого общения происходит на основе сопоставления реального общения с существующим в данной культуре идеальным образцом, специфическим именно для нее, сформировавшимся в ней исторически и отражающим парадигму этой культуры. Этот образец можно назвать риторическим идеалом. Таким образом, риторический идеал – это система наиболее общих требований к речи и речевому поведению, система иерархически организованная, так что отдельные включенные в нее риторические категории имеют отнюдь не одинаковый статус. Парадигма категорий, составляющих риторический идеал, отражает существенные черты эстетического и этического идеалов определенной культуры и эпохи [9, 58-60].

Для речи, эффективной с точки зрения античного эстетического идеала, необходимы, например, следующие качества: насыщенность, краткость и ясность, жизнеутверждение. Под насыщенностью имеется в виду содержательность, глубина и мудрость речи. В лингвопрагматике двадцатого века данное требование отразилось в виде принципа релевантности [6, 217-237]. Краткость и ясность также являются признаками совершенного речевого произведения как в классическом, так и в современном канонах. Античный же принцип жизнеутверждения применительно к речевой культуре требовал достижения радости и гармонии в процессе общения.

Надо заметить, что риторика нового времени, восприняв одну группу черт античного риторического идеала – смысловую насыщенность, краткость, ясность и простоту, известную строгость структуры – и признавая их неотъемлемыми свойствами эффективной

речи, как представляется, пренебрегла противоположной совокупностью признаков, уравновешивающей первую, – жизнеутверждающим воздействием успешной коммуникации и существенным психологическим результатом – радостью от общения. Такое нарушение симметрии, равновесия, а следовательно, и гармонии особенно характерно для речевого идеала культур “монологического типа”, в которых доминируют субъектно-объектные отношения. Отношения же субъекта к субъекту связаны с понятием диалога.

Диалогическая традиция в философии базируется не на первично заданном субъекте (“Я”), а на исходно заданных отношениях “Я” с “Ты”. Мир диалогической философии исходит из *первичного* “бытия вместе”, которое реализуется, прежде всего, в языке и речи. Поэтому не случайно, что диалоговая концепция была подготовлена именно в философии языка И. Гаманом и В. Гумбольдтом. Далее она была развита Ф. Якоби и Л. Фейербахом, а окончательное выражение получила в религиозно-философской концепции М. Бубера. Для последнего сфера “между” предстает как *исходная ситуация*, из которой и благодаря которой “Я” и “Ты” могут вступать во взаимные действительно равноправные отношения.

“Настоящий диалог (т. е. не обусловленный заранее во всех своих частях, но вполне спонтанный, где каждый обращается непосредственно к своему партнеру и вызывает его на непредсказуемый ответ), настоящий урок (а не автоматически повторяемый и не тот, результаты которого наперед известны, но сулящий обоюдные сюрпризы), настоящее, а не обратившееся в привычку объятие, настоящий, а не игрушечный поединок – вот примеры истинного “между”, суть которого реализуется не в том или в другом участнике, но между ними обоими, как в некоем доступном им измерении” [4, 231].

В трактровке М. М. Бахтина диалог является универсальным понятием, “пронизывающим всю человеческую речь и все отношения и проявления человеческой жизни, вообще всё, что имеет смысл и значение” [1, 49]. В частности, это понятие становится применимым как к анализу общих отношений языка и текста, так и конкретно к антропологии и онтологии. “Быть, — пишет он, — значит общаться диалогически. Когда диалог кончается, всё кончается. Поэтому диалог, в сущности, не может и не должен кончиться... Всё — средство, диалог — цель. Один голос ничего не кончает и ничего не разрешает. Два голоса — минимум жизни, минимум бытия” [1, 305].

М. М. Бахтин возражает против узкого понимания диалогизма как спора, полемики. “Это — внешние, наиболее очевидные, но грубые формы диалогизма. Доверие к чужому слову, благоговейное приятие, ученичество, поиски глубинного смысла, согласие, его бесконечные градации и оттенки (но не логические ограничения и не чисто предметные оговорки), наслаивания смысла на смысл, голоса на голос, усиление путем слияния (но не отождествления), сочетание многих голосов (коридор голосов), дополняющее понимание, выход за пределы понимаемого и т. п. Эти особые отношения нельзя свести ни к чисто логическим, ни к чисто предметным. Здесь встречаются целостные позиции, целостные личности” [2, 300].

Диалогизм Бахтина — это установка на исходный и неискоренимый диалогизм текста и речи вообще. Любая речь, по Бахтину, может быть истинно понята лишь в контексте диалогических отношений. Элементарная единица речи — высказывание, граница которого и смысл которого — начало “ответа” другого человека, другой личности. Высказывание все ориентировано на этот ответ или на новый вопрос, оно таит в себе возможность и предвосхищение таких ответов, вопросов, сомнений.

Текст в понимании Бахтина — это своеобразный феномен, не сводимый к семиотическому или герменевтическому пониманию. Текст существует как граница встречающихся реплик, как встреча направленных друг к другу речей (спрашивающих, отвечающих, соглашающихся, сомневающих). Как смена ответного говорения и внимающего слушания.

Поэтому бахтинское “понимание” имеет смысл только как взаимопонимание (например, между автором текста и его читателем, слушателем). В этом плане понимание (взаимопонимание) в концепции М. М. Бахтина может быть противопоставлено и однонаправлен-

ному “объяснению” (некто — во всеоружии своего превосходства — “объясняет”; нечто покорно подвергается “объяснению”), и жертвенному “вчувствованию”, “вхождению” в замысел автора (когда исчезает читательское “отстранение”, когда я сливаюсь с индивидуальностью автора, а меня-то уже и нет, или, во всяком случае, “я”, понимающий другого человека и другой текст, никому неинтересен и несущественен) [1, 346]. “Взаимопонимание”, по мысли Бахтина, подразумевает, что смысл любого текста в том-то и состоит, что он вопрошающ, ответен, что сам текст живет стремлением понять того, к кому автор обращается. Но ясно и то, что отвечая на вопросы адресата и задавая ему свои вопросы, автор текста постоянно вместе с адресатом изменяется, развивается, точнее, развивается и углубляется его текст. И это есть непрменный феномен понимания как взаимопонимания [2, 369].

Понимание у Бахтина имеет в качестве своей глубинной смысловой установки не сам по себе процесс познания (хотя, конечно, без познания тут не обойтись), но процесс общения. “Этапы диалогического движения понимания: исходная точка — данный текст, движение назад — прошлые контексты, движение вперед — предвосхищение (и начало) будущего контекста” [2, 364].

“Увидеть и понять автора произведения — значит увидеть и понять другое, чужое сознание и его мир, то есть другой субъект. При объяснении — только одно сознание, один субъект; при понимании — два сознания, два субъекта... Понимание всегда... диалогично” [2, 289-290].

Таким образом, можно говорить о существовании российской традиции, в рамках которой коммуникация воспринимается не в качестве инструмента пропаганды, манипуляции, дезинформации, а как универсальный механизм взаимодействия, способствующий социальной трансформации общества и личности и обеспечивающий целостность общества и коммуникационной среды [5, 59].

Диалог в рекламе — это такая форма социально-психологических отношений, которая характеризуется взаимным развитием всех сфер психической жизни субъектов рекламной деятельности от интеллектуальной до этической [8, 348].

Диалог — это не просто форма и приемы. Он не может быть реализован исключительно через “незаконченные предложения, которые потребитель должен сам додумать, опираясь на рекламный контекст; построение рекламного повествования как цепочки логических при-

чинно-следственных связей, которые потребитель должен восстановить в ходе восприятия рекламы; тонкие рекламные метафоры; использование в рекламе персонажей, обращенных на потребителя и обеспечивающих прямой контакт “лицом к лицу” [10, 98]. Диалог – это общение, в процессе которого его участники духовно обогащают друг друга, выражают, преобразуют, развивают свои мысли и чувства, вырабатывают общую позицию или, наоборот, остаются при своих взглядах (теперь уже уточненных) [3].

Итак, главной предпосылкой развития диалогового взаимодействия в системе рекламных коммуникаций является признание инициатором сообщения интересов аудитории равными его собственным интересам. Среди основных критериев диалогичности рекламной коммуникации мы выделим три.

Во-первых, для вышеназванного общения необходимо четкое обозначение инициатора и границ диалога. Заимствованное из теории связи техническое понятие “коммуникатор” в рамках рекламных коммуникаций объединяет в себе три различных элемента. Во-первых, это источник информации, то есть организация или личность, инициирующая процесс коммуникации. Во-вторых, коллективный автор рекламного сообщения, и, в-третьих, художественный или реальный персонаж, в уста которого вкладывается рекламное предложение. Производители рекламы экспериментируют с категорией коммуникатора, наделяя его качествами, помогающими отвлечь аудиторию от размышлений об истинном авторстве рекламных обращений.

В современных рекламных коммуникациях особой популярностью пользуются две категории коммуникаторов: “известная личность” и “человек с улицы”. В случае с узнаваемыми персонажами рекламодатели надеются, что их поклонники перенесут доверие и любовь к артисту на рекламируемый бренд. В свою очередь “человек с улицы” создает иллюзию межличностного общения, за которым не стоят какие-то иные цели. На фоне бесконечных попыток завуалировать инициатора общения особенно эффективной становится коммуникация, в которой данная позиция максимально открыта. То есть источник информации и коммуникатор объединяются в одном лице. Аластер Кромптон появление сотрудника или руководителя компании в ее рекламных обращениях считает рядовым приемом усиления креатива [7], на наш взгляд, это не просто прием, а демонстрация готовности к настоящему открытому диалоговому взаимо-

действию. Прекрасным примером такой позиции стала рекламная кампания Международного Московского банка, каждое обращение которого было представлено одним из сотрудников или управляющих. Диалогичность данной рекламной кампании усиливается еще и тем, что абстрактное понятие надежности банка представлено в виде персональной ответственности каждого из сотрудников. Подобные обращения не могут не вызывать доверия.

Второй критерий диалогичности требует от рекламодателей и создателей рекламы такого отношения к аудитории, при котором каждый ее член рассматривается как полноценная личность. То есть недопустимы, например, приемы внушения, обращенные лишь к подсознанию и ограничивающие рефлексивную деятельность личности.

И третий критерий связан с творческим характером общения. Восприятие рекламного обращения должно мыслиться как сотворчество, поэтому для диалогического общения особенно актуальны приемы, пробуждающие креативное мышление. Наиболее популярными из них, безусловно, являются юмористические. Юмор как показатель единения с другими людьми давно и эффективно применяется в рекламе [11]; [12].

Не менее эффективно для усиления диалогичности создание так называемых актуальных рекламных обращений. Классическим примером в данном случае являются ролики со спортивной тематикой, выходящие на экран во время крупных спортивных соревнований. Объединению коммуникатора и аудитории в данном случае способствует наличие общего круга знаний. По этой же причине усиливают диалогичность различные виды цитат.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского / М.М. Бахтин. – М.: Советская Россия, 1979. – 316 с.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М., 1979.
3. Брушлинский А.В., Поликарпов В.А. Мышление и общение / А.В. Брушлинский, В.А. Поликарпов. – Самара: Самар. дом печати, 1999. – 128 с.
4. Бубер М. Два образа веры / М. Бубер. – М.: Изд-во АСТ, 1999. – 592 с.
5. Горохов В.М., Гринберг Т.Э. Концепция рекламы и паблик рилейнз в теории массовых коммуникаций / В.М. Горохов, Т.Э. Гринберг // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – №1. – С. 58-64.

6. Грайс Г.П. Логика и речевое общение / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Сб. – 1985. – С. 217-237.
7. Кромптон А. Мастерская рекламного текста / А. Кромптон. – Тольятти, 1995. – 256 с.
8. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы / А.Н. Лебедев-Любимов. – СПб.: Питер, 2003. – 368 с.
9. Михальская А.К. Пути развития отечественной риторики: утрата и поиски речевого идеала / А.К. Михальская // Филологические науки. – 1992. – № 3. – С. 55-68.
10. Морозова И.Г. Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства / И.Г. Морозов. – М.: Гелла-принт, 2002. – 272 с.
11. Cantor J., Venus P. The Effect of Humor on Recall of a Radio Advertisement / J. Cantor, P. Venus // Journal of Broadcasting. – 1980. – Vol. 24. – N 1.
12. Chattopadhyay A., Basu K. Humor in Advertising: The Moderating Role of Prior Brand Evaluation / A. Chattopadhyay, K. Basu // Journal of Marketing Research . – 1990. – Vol. 27.

К ПОНЯТИЮ “КОММУНИКАЦИЯ”

© 2004 С.К. Шайхитдинова

Казанский государственный университет

1. Постановка проблемы

Термин “коммуникация” в его современном значении победно вошел в нашу жизнь как провозвестник эпохи телекоммуникационной революции, как обещание информационного будущего, избавляющего нас от застарелых проблем современности. Обеспеченное таким образом успешное освоение новоявленного понятия в общественном сознании имеет и отрицательные последствия: его, понятия, генерализацию и фетишизацию. Между тем от того, насколько продуманно используются такого рода дефиниции, которые претендуют подчас на описание метафизических оснований мира, зависит результат нашего вопрошания о тенденциях развития этого мира, о его судьбах. И в данном случае принципиально не важно, идет ли речь о строгой теории или о степени компетентности общественного мнения.

Обратимся для примера к одной проблемной ситуации, которая послужила основой известной телевизионной передачи. В конце 2003 года в одном из выпусков ток-шоу “Культурная революция”, что на канале “Культура” ведет Михаил Швыдкой, была организована дискуссия между теми, кто видит в книге собеседника и друга, и теми, кто готов заменить книгу электронной формой хранения информации. Первые говорили о том трепетном чувстве, которое вызывает любимое чтение, когда, сидя у книжных полок в уютном кресле, листаешь пожелтевшие от времени страницы произведения, которое, возможно, до тебя держали в руках многие почитатели автора-классика. В этом случае книга как хранилище мысли и духа становится тем звеном, что протягивает “временную связующую нить”. Сторонники электронных медиа в ответ доказывали, что ощущения, вызываемые книгой, это, всего лишь результат формирования человека в определенной культурной традиции, что объективно компьютер выгоднее, чем “бумажные носители информа-

ции”, поскольку обеспечивает возможность хранения и считывания несравненно большего ее объема. И, как знать, может, у нынешнего поколения детей такой же священный трепет, как у современных книголюбов, в будущем станет вызывать мерцание голубого экрана.

Формат ток-шоу не предполагает однозначных выводов по обсуждающимся проблемам. Тем более, что в нашем случае участники дискуссии, хотя и многие не признавались себе в этом, знали: “победителями” являются сторонники электронных медиа, вне зависимости от того, насколько на этот раз убедительны были у них аргументы. Их незримую победу над “интеллектуалами-традиционалистами”, страдающими от неразделенности общественным большинством глубоких ценностных переживаний, обеспечил термин “коммуникация”, олицетворяющий поступь прогресса технологий. Между тем дело не только и не столько в переживаниях. Для социума проблемна ситуация, при которой встает необходимость решать вопрос о сочетании и сочетаемости формы и содержания, технологии и смысла, новации и традиции. Для решения этого вопроса важно разобраться в спектре значений, которыми наделяется слово “коммуникация”.

2. “Надежда для встревоженного мира”

Итак, с одной стороны, искомое понятие связывают с новоявленными системами средств связи. Последние вызвали к жизни теории, образовавшие “новую область обществоведения”, — “коммуникативистику” [1]. Американские специалисты сравнивают ее с зонтом, спицами которого наряду с теорией журналистики являются стилистика, театроведение, рекламное дело, теле- и радиовещание, риторика и популярная культура, а также, что показательно, — кибернетика и информатика [2].

С другой стороны, термин “коммуникация” отсылает нас к парадигме коммуникативного

действия Ю. Хабермаса. Понятие коммуникативного действия осваивается социальными науками второй половины XX века в логике "философии действия", для которой природа человеческого действованиа обернулась новой проблемной стороной, когда благодаря медиа "умозрительные вторжения телесных существ в текущий процесс событий-в-мире" [3] стали значимы в той же мере, что и "действительные вторжения". Из двух вопросов, на которые, как подробно было рассмотрено выше, отвечает социология – "Что происходит?" и "Что за этим кроется?" [4] – второй усилил свои позиции, тем самым приблизив социальное знание к "понимающей" парадигме. В интересующей нас области именно Ю. Хабермас произвел, на наш взгляд, наибольшую феноменологизацию понятия "коммуникативное действие", связав его с интересубъективной реальностью – с жизненным миром. Философ обращает внимание на два модуса языкового употребления: "В случае чисто когнитивного, некоммунитивного языкового употребления подразумевается, таким образом, лишь *одно* фундаментальное отношение между предложениями и чем-либо, имеющим место в мире, "о" чем в этих предложениях говорится. Если же язык употребляется с целью достижения взаимопонимания с другим человеком (пусть даже для того, чтобы в итоге констатировать несогласие), тогда таких отношений будет три: выражая *свое* мнение, говорящий налаживает коммуникацию с *другим* членом той же языковой общности и говорит ему *о чем-то*, имеющем место в мире" [5] (выделено автором. – С. Ш.).

Если эпистемология занимается только этим последним отношением между языком и реальностью, то герменевтика рассматривает язык "в работе", то есть так, как его употребляют участники коммуникации с тем, чтобы достичь общего понимания какого-либо вопроса или общего взгляда на вещи. При этом на первый план выступают коммуникативные свойства речевой деятельности. Выступая против "герменевтического объективизма" и "радикальной герменевтики" в науках об обществе, Ю. Хабермас, таким образом, вводит в свой анализ дефиницию понимания, не как "вчувствования", а скорее как основы для "герменевтической реконструкции", обеспечивающей рациональные основания для проблемы интерпретации. Так понятие "коммуникативного действия" становится одним из методологических инструментов в подходах к одной из апорий модерна: наряду с объективно существующим миром в онтологическое видение вводятся "миры", базирующиеся на нормативной пра-

вильности и субъективной правдивости, признаваемых в межличностных отношениях [6]. В онтологии Ю. Хабермаса "коммуникация" становится "надеждой для встревоженного мира".

То, что коммуникация в последнее время все чаще рассматривается не только как "цемент", скрепляющий другого рода социальные взаимодействия, но и как "надежда для встревоженного мира", – отмечают и американские теоретики Р. Ловенстен и Д. Меррилл, – выводя значение этого понятия от латинских *communis* ("общий") и *communicare* ("создавать общность"). Обозначенная тенденция привела к возникновению феномена под названием "коммунитаризм", разновидностью его стала "общественная журналистика". Основателем этого движения в академических кругах и среди журналистов Америки стал социолог А. Этциони, автор книги "Дух общины" (1993). Считая традиционную американскую журналистику, основанную на свободе воли, непродуктивной или даже вредной для социальной стабильности, приверженцы коммунитаризма провозглашают подчинение редакционной политики целям гражданского общества, видят в редакциях газет центры организации простого населения в отстаивании их прав, в налаживании взаимопонимания [7].

3. "Коммуникативистика" и "коммуникативное действие"

Таким образом, нами обозначены две парадигмы, противоположные по своим методологическим основаниям и отношению к бытию. В них "коммуникация" выступает как стратегия развертывания системы и как смыслонесущая стратегия, укрепляющая нормативность жизненного мира. Проблема в том, что в социальных науках, как правило, не делается различия между этими двумя значениями. Наблюдения показывают, что агрессивными свойствами по отношению к разным областям социального знания обладает парадигма, базирующаяся на постулатах информатики и кибернетики. Под углом "технично-коммуникативных характеристик", "коммуникативных систем", "каналов", "уровней и средств коммуникации", подаваемых в разных теоретических моделях, анализируются все стороны жизни человека, – его история, начиная от наскальных рисунков, его проявления как живого существа [8]. Одна из причин, объясняющая эту теоретическую неразборчивость, связана с неизбежной в этой области методологической сложностью перехода из одной парадигмы в другую. Для примера обратимся к работе В. М. Березина. Он пишет: "В прикладных моделях коммуникации, т. е. моделях, ко-

торые в середине XX века были призваны объяснить процессы в резко развившихся технических системах, отслеживаются составляющие коммуникативной цепочки с целью прогнозирования новых эффективных коммуникативных действий (термин Ю. Хабермаса). Основными прикладными моделями коммуникации явились модель Клода Шеннона (математическая) и Норберта Винера (кибернетическая) [9].

Так “коммуникативное действие” Ю. Хабермаса оказалось вписанным в контекст прикладных теорий “коммуникативистики”. Между тем понятие, используемое немецким философом, как уже говорилось, не имеет никакого отношения к техническим системам. Рассматривая коммуникативное действие как один из аспектов отношения между высказыванием и миром, – аспект, ориентированный на достижение понимания, – Ю. Хабермас настаивает на том, что “парадигма познания предметов должна смениться парадигмой взаимопонимания между субъектами, способными рассуждать и действовать” [10]. Последующее высказывание В. М. Березина о коммуникации как о “со-общении культурных опытов человечества” [11], казалось бы, согласуется с обозначенной парадигмой. Однако наш автор, хотя и апеллирует к очень широкому кругу теоретиков, исходит из взглядов В. И. Вернадского, а также П. А. Флоренского, И. А. Ильина и других русских философов, мыслящих “вселенское” как измерение “жизненного мира”. Между тем Ю. Хабермас, говоря о том, что “совокупность коммуникативных действий подпитывается ресурсами жизненного мира” [12], понимает под последним, ориентируясь на Э. Гуссерля, конечно же, иное – нечто более конкретное, ограниченное intersubjectивными отношениями, характеризующимися пониманием, научная категоризация которого активно разворачивается в направлении, намеченном В. Дильтеем. Не спорим, “русский космизм”, имея, несомненно, колоссальный эвристический и гуманистический потенциал, мог бы обогатить западную “парадигму взаимопонимания”. Однако нашим исследователям, пытающимся работать в данном ключе, недостает “дисциплинарных ступенек”, методологических “мостков” для перехода от одного уровня обобщения – к другому, от одной научной традиции – к другой. Экстраполяция же общих, зачастую аксиологически окрашенных идей на прикладные модели мира информации и коммуникации, что можно наблюдать в отечественной литературе по искомой теме, чаще всего обнаруживает известное стремление выдать желаемое за действительное.

4. Коммуникация как “квазимедиативное взаимодействие”

Генерализация понятия “коммуникация” во многом predetermined, на наш взгляд, логикой развития самих социальных наук. В общественном сознании индивидуальное бытие, где человек предстает как субъект автономной воли и духовно-практического опыта, оставалось на обочине теоретического внимания. Мы имеем дело с децентрированной субъективностью: человек, опредмечивая внешний мир, запечатлевает во внешних предметах свои сущностные силы, а распредмечивая, используя, “разгадывая” их, обогащается социально-культурным содержанием предшествующего времени. Поэтому человек – везде. Человек – это культура, человек – это общество, человек – это его деятельность, это его отношения, его потребности и т. д. В этой системе координат медиа предстают как “расширение человека” [13]. В свою очередь, “расширение”, “вбрасывание” в мир человеческого содержания предстает на позициях рационализма как развитие.

Этот постулат теории коммуникации негласно осваивается и в социологии. Обратимся к Д. Томпсону. Он выделяет три вида коммуникационного взаимодействия: 1) лицом-к-лицу (аналогично непосредственному общению); 2) медиативное взаимодействие (общение посредством технических средств – письма, телефона и т. п.); 3) квазимедиативное взаимодействие (коммуникация посредством, книг, кино, масс-медиа, или средств массовой информации, и т. п.). Взаимодействие лицом-к-лицу, по Д. Томпсону, строится на непосредственном присутствии субъектов в едином социальном и пространственно-временном контексте, при этом используется полный комплекс символических знаков (способов выражения), обращено это взаимодействие к конкретному “другому”, по характеру диалогично. Медиативное взаимодействие уже разделяет субъектов пространственно или во времени (напр.: письмо), они существуют в разных социальных контекстах; используется ограниченный набор символических знаков. В то же время с непосредственным общением этот вид взаимодействия схож тем, что направлен на конкретное “другое” и по характеру диалогичен. Квазимедиативное взаимодействие в принципе сходно с медиативным, однако отличается от него и от взаимодействия лицом-к-лицу тем, что направлено на неопределенный ряд потенциальных субъектов и, соответственно, по характеру – монологично. Одной из разновидностей “квазимедиативного взаимодействия” является массовая коммуникация [14].

Такова известная схема развития коммуникационных систем. Мы не беремся отрицать ее эвристические возможности. Однако надо отдавать себе отчет, что мир, где фактически электричество приравнивается к живой речи (существо любого средства коммуникации составляет не содержание, а “то изменение масштаба, скорости или формы, которое привносится им в человеческие дела” [15]), — это по своей сути не человеческий мир.

5. Коммуникация как элемент семиозиса

Новые характеристики приобретает понятие коммуникации в семиологической модели мира. Коммуникация также находится в определенной оппозиции к познавательной активности субъекта, но принципиально иначе, чем в коммуникативной парадигме Ю. Хабермаса. Обратимся к модели, рассмотренной Э. А. Тайсиной. Она говорит о том, что в коммуникации предмет, о котором информируют, непосредственно не присутствует, его именование произошло раньше, о значении условились, и объективно новое в процессе коммуникации, в отличие от исследовательской ситуации, не возникает. Последнее позволяет абстрагироваться от первоначальной зависимости, идущей от объективно реального (предмета) к идеальному (смыслу) и сконцентрироваться на связи смысла и материального, чувственно воспринимаемого “тела” знака. Точкой отсчета становится знак как таковой, как форма выражения и транспортировки смысла [16].

Отношение между познавательной и коммуникативной ситуациями таково: чем более формализован коммуникативный процесс, тем меньше познавательной активности, чем больше познавательной активности — тем “меньше” коммуникации — знаковой заданности. Задавая вопрос, что делает некий семиотический объект знаком, Э. А. Тайсина указывает на такой его видовой признак, как двойная презентация: представление представления (гносеологического образа), проходящее через стадию идеальной “небулы” [17].

Самосознание осваивает дистанцированную от него реальность по правилам жизненного мира, по которым оно живет. Оно концентрируется на чувственно воспринимаемом “теле” знака, приписывает ему значение, и эта способность “иметь значение” начинает рассматриваться как субстанциональное свойство знаков, а коммуникативная функция, — как их первичная функция. Соответственно диалектика познания и коммуникации может быть представлена как диалектика содержания и формы. Коммуникативный аспект как акт семиозиса схема-

тично может быть выделен, таким образом, в любом типе взаимодействия. Но только в новейшее время “форма” обретает такие субстанциональные характеристики, которые утверждают ее как качественно иное содержание, по сравнению с тем, что несет познание. Этот феномен лег в основу многих захватывающих сюжетов современной литературы и кинематографа.

“Я несу смерть реальности”, — заявляет героиня фильма американского режиссера Питера Уэйна, имя которой “Симона”, вынесенное в название киноленты, образовано из первого и последнего слогов названия компьютерной программы — Simuleution one. Будучи порождением этой программы, совокупностью нулей и единиц, виртуальная актриса Симона покоряет своими красотой, умом, талантом ничего не подозревающую публику, которая в конечном счете отказывается верить в то, что их подчинила себе сила иллюзии.

6. “Коммуникация” и “общение”

Для характеристики социальных взаимодействий в соотнесении с проблемой сохранения жизненного мира, мира intersubjectивной реальности, уместнее, на наш взгляд, употребление такого понятия, как общение. Использование этой дефиниции в научной речи не предполагает за собой строгого содержания. Зачастую “общение” и “коммуникация” употребляются как синонимы. Характерно в связи с этим примечание переводчиков труда Д. фон Гильдебранда (Dietrich von Hildebrand “Metaphisik der Gemeinschaft”), в котором он размышляет о смысле и ценности объединения людей в я-ты-общности и в мы-общности: “В строгом смысле слова данная книга должна была называться “Метафизика общности”; название “Метафизика коммуникации”, имеющее существенно иной оттенок, дано издательством” [18]). Это обусловлено, очевидно, преобладанием лингвистического понимания общения — как актуализации коммуникативной функции языка в разнообразных речевых ситуациях. Однако лингвистическая модель мира, как известно, модель надсубъектная: индивидуальное бытие в нее включено быть не может. Между тем именно индивидуализированность рассматривается нами, вслед за рядом исследователей, как параметр общения [19]. (В зарубежной литературе такой вид взаимодействия называют “лицом-к-лицу”, однако наличие уникального локального контекста необязательно предполагает присутствие второго субъекта “перед лицом” другого. Можно общаться с ним посредством той же книги, и тогда “локальный контекст” одного из субъектов, — в нашем случае читателя — его жизненный мир, спо-

собен заменить отсутствие в данном месте и в данном времени жизненного мира второго лица – автора произведения.) По нашему убеждению, именно по этому признаку дефиниции общения и коммуникации должны быть разведены. Общение – это персонифицирующая взаимосвязь, коммуникация же – унифицирующая. Общение предполагает феноменологическое прочтение мира и человека. “Человеческое” означает здесь “ориентированное на смыслы жизни”. Человек – это то, что есть, и то, что он представляет как возможность, это единство существования и сущности. В ходе общения духовная протяженность человека не отторгается, не игнорируется, напротив, востребуется. Это интериорно-ориентированное взаимодействие. Коммуникация по своим характеристикам в философию субъекта не вписывается, она конструирует мир “внешнего”. Субъекты, освобожденные от коммуникативной определенности, знаковой заданности взаимодействия, участвуют в акте творения. Очевидно, что общение также может рассматриваться как элемент семиозиса. Однако вопрос здесь в том, ЧТО выведено на первый план – значение или знак. Общение означает акцент на обмене смыслами, коммуникация, как в модели Э. А. Тайсиной, – акцент на обмене знаками.

Соотнося представленное здесь понимание общения с термином “коммуникативное действие” Ю. Хабермаса, заметим, что, с нашей точки зрения, “понимание” может быть рационализировано лишь в теории, в действительности оно предполагает “нечто”, не охватываемое коммуникативным действием: общаясь, мы не только выражаем *свое* мнение, налаживаем коммуникацию с *другим* членом той же языковой общности и говорим ему *о чем-то*, имеющем место в мире [20], но и познаем другого. “Познаем” не в теоретически-эпистемологическом смысле, а эмпатически. Здесь возникает вопрос, сформулированный Ю. Хабермасом, о том, как преодолевать контекстуальную зависимость своих интерпретаций, вопрос, на который сам же философ отвечает, что “универсальное предпонимание герменевтической ситуации со стороны интерпретатора допускает проверку лишь по частям и не может подпасть под сомнение в целом” [21].

7. Коммуникация как “тотальное принуждение кода”

Содержащееся в медиативных системах разного рода “властное начало” (коммуникация) все более оттесняет “живое начало” (общение). Такова ключевая проблема нашего времени. Более тридцати лет назад Р. Барт, характеризуя совре-

менную литературу, говорил о переживаемом ею жесточайшем разладе “между изготовителем и пользователем текста, между его владельцем и клиентом, между писателем и читателем”. То же сегодня можно сказать о средствах массовой информации и их аудитории: “При таком положении вещей читатель пребывает в праздности, не-транзитивности, иными словами, принимает все слишком *всерьез*, вместо того, чтобы сделать собственную ставку в игре, сполна насладиться чарами означаемого, упиться сладострастьем письма, он не получает в удел ничего, кроме жалкой свободы принять или отвергнуть текст: чтение оборачивается заурядным референдумом” [22] (выделено автором. – С. III.).

В связи с таким положением дел Р. Барт противопоставляет тексту-чтению – текст-письмо: “Текст-письмо – это вечное настоящее, ускользающее из-под власти любого *последующего* высказывания, которое неминуемо превратило бы его в факт прошлого); текст-письмо – *это мы сами в процессе письма*, т. е. еще до того момента, когда какая-нибудь конкретная система (Идеология, Жанр, Критика) расщепит, раскроит, прервет, застопорит движение беспредельного игрового пространства мира (мира как игры), придаст ему пластическую форму, сократит число входов в него, ограничит степень открытости его внутренних лабиринтов, сократит бесконечное множество языков... А как же быть с текстом-чтением? Такие тексты суть продукты (а не процессы продуцирования)...» [23] (выделено автором. – С. III.).

Таким образом, общение на языке постструктурализма – это текст-письмо, текст, избыточный коннотативными (“оттеночными”) смыслами, или фоновым “шумом”, который нарушает заданность, а потому – фиктивность – диалога. Это порождение двойных смыслов, или “контркоммуникация” [24].

Информационный рынок создает ситуацию “контробщения”. Естественный процесс опредмечивания реальности, все более интенсивно осваивающий виртуальный мир знаков и значений, в дискурсе идеологии потребления приобретает агрессивные свойства. Коммуникация являет собой то, что Ж. Бодрийяр называет “тотальным принуждением кода”: “Предмет-знак это уже не подвижное означающее нехватки двух существ друг для друга, он “принадлежит” овеществленному отношению (как на другом уровне товар “принадлежит” овеществленной рабочей силе). Там, где символ отсылал к нехватке (отсутствию) как к виртуальному отношению желания, предмет-знак более не отсылает ни к чему, кроме отсутствия отношения и кроме индивидуальных разделенных субъектов” [25].

Идеология потребления стремится подменить прагматический статус предмета его социальной знаковой стоимостью, противопоставить рациональным практикам, центрированным на функции и смысле, ритуальные практики, центрированные на предмете [26]. Диалектика процессов такова: закономерное для культурной эволюции усложнение пространства знаков и значений создает условия для утверждения идеологии потребления, которая в свою очередь настаивает на бытийном статусе знаков и значений. Таким образом, развивающаяся "мания величия" означавшего в последней трети XX столетия явилась объективным следствием растущего сверхизобилия означавшего перед означаемым: знаковые системы перешли в автономный режим конструирования собственного мира, претендующего на полноту социальной реальности.

Описывая ритуальный характер приобретения и использования вещей в современном обществе, Ж. Бодрийяр обращается к примеру с телевизором, который в 60-е годы XX столетия во многих семьях рассматривался не столько как средство для культурного роста или удовольствия, а как символ причастности индивида к определенному положению на социальной лестнице: "... Как некое удостоверение гражданина, телевизор оказывается залогом социального признания, включения в общество и легитимации" [27] (выделено автором. — С. III.). Сегодня телевизор, как правило, не занимает в жилом помещении "красный угол" (хотя, возможно, главенствующее место может быть отведено видеомузыкальному центру престижного производителя). Процесс опредмечивания дифференцируется: "TV-предмет" потеснен виртуальными предметами потребления — ток-шоу, "фабриками звезд", "мыльными операми", "боевиками" и пр. Их адресат также строго дифференцирован, они становятся знаком "социальной ссылки" различных пластов населения — от домохозяйки до тинейджеров: "... Мода — как и массовая культура вообще — говорит со всеми для того, чтобы еще успешнее указать каждому на его место" [28].

Особое положение в ряду медиа-предметов занимает реклама, которая обнаруживает, что "щекотливый выбор между связями смысла и отношениями вещей" [29] имеет в лице ключевых фигур медиа-индустрии своих закулисных законодателей. Рекламные сюжеты построены именно так, чтобы осуществить подмену фактов онтологического характера фактами гносеологического характера, утверждая за последними приоритет предметности. Помещая таким образом прагматическую ценность вещи или услуги

в пространство более возвышенной ценности — ценности неотчуждаемых качеств человека, — реклама многократно увеличивает знаковую стоимость своего товара. Как правило, идеи, заключающие в себе данный прием манипуляции массовым сознанием, содержатся в рекламных слоганах ("У нежности — вкус шоколада "Dave", "Ментос" — свежее решение", "Любовь, крепкая, как колготки..." и т. д.). Ситуацию подобной подмены виртуозно производит и видеоряд, на котором строится сюжет телевизионной рекламы. Безобидные в каждом конкретном случае "маневры" рекламодателей, обретая критическую массу в общем объеме воспринимаемой нами ежедневно информации, становятся мощной силой, формирующей прагматическое мировосприятие. Чувства переходят в разряд физиологических ощущений ("Круглая радость", "Вкусная тайна").

Нами обозначены основные направления, на которых происходит сегодня формирование понятия "коммуникация". Широта спектра этих направлений отражает разнообразие областей общественной практики и знания, определяемых данной дефиницией или находящихся под ее серьезным влиянием. Техническим ли, знаковым или феноменологическим значением мы наделяем это слово, несомненно одно: коммуникация становится одним из конститутивных принципов нашего бытия. Важно только помнить, что "принцип" не может подменить человека, его жизненный мир. Без последнего бессмысленны и "коммуникация", и человеческое бытие в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. См.: Землянова Л. М. Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы / Л. М. Землянова. — М., 1995. — С. 3.
2. См.: Там же. — С. 6.
3. См.: Гидценс Э. Новые правила социологического метода / Э. Гидценс // Теоретическая социология. — в 2-х ч. — Ч. 2. — С. 298.
4. Луман Н. "Что происходит?" и "Что за этим кроется?". Две социологии и теория общества / Н. Луман // — С. 319-352.
5. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. — М.; СПб., 2000. — С. 39.
6. См.: Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне / Ю. Хабермас. — М., 2003. — С. 323-324.
7. См.: Lowensten R. L., Merrill J. C. Macromedia: Mission, Message and Morality / R. L. Lowensten. — New York & London, 1990. — P. 5. А также: Дэннис Э. Беседы о масс-медиа

- / Э. Дэннис, Д. Мэррилл. – М., 1997. – С. 252-253; Миллер Э. Д. Шарлотский проект: Как помочь гражданам взять демократию в свои руки / Э. Д. Миллер. – М., 1998.
8. См.: Березин В. М. Сущность и реальность массовой коммуникации / В. М. Березин. – М., 2002; Конецкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конецкая. – М., 1997; Почепцов Г. Теория и практика коммуникации / Г. Почепцов. – М., 1998; Соколов А. В. Введение в теорию социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб., 1996 и др.
9. Березин В. М. Указ. соч. – С. 28.
10. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне / Ю. Хабермас. – М., 2003. – С. 306.
11. Березин В. М. Указ. соч. – С. 51.
12. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне / Ю. Хабермас. – М., 2003. – С. 326.
13. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М., 2003.
14. См.: Thompson J. В. The Media and Modernity / J. В. Thompson. – Oxford, 1995. – P. 82-87.
15. Маклюэн М. Указ. соч. – С. 10.
16. См.: Тайсина Э. А. Философские вопросы семиотики / Э. А. Тайсина. – Казань, 1993. – С. 66.
17. Там же. – С. 87.
18. См.: Гильдебранд Д. Метафизика коммуникации / Д. Гильдебранд. – СПб., 2000. – С. 5.
19. См.: Познание и общение: сб. науч. тр. – М., 1988.
20. Хабермас Ю. Указ. соч. – М.; СПб., 2000. – С. 39.
21. Там же. – С. 43-44.
22. Барт Р. S/Z. / Р. Барт. – М., 2001. – С. 32.
23. Там же. – С. 32-33.
24. См.: Там же. – С. 36.
25. Бодрийяр Ж. Идеологический генезис потребностей / К критике политической экономики знака / Ж. Бодрийяр. – М., 2003. – С. 56.
26. См.: Бодрийяр Ж. Функция-знак и классическая логика / Там же. – С. 9, 44.
27. Там же. – С. 41.
28. Там же. – С. 36.
29. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне / Ю. Хабермас. – М., 2003. – С. 126.

НАШИ АВТОРЫ

Богоявленский А. Е., преподаватель кафедры средств массовой коммуникации и рекламы Воронежского государственного университета.

Валагин А. П., канд. филол. наук, доцент ВГУ.

Вахтель Н. М., доцент кафедры общего языкознания и стилистики, канд. филол. наук.

Ветохина В. В., студентка ВГУ.

Воронцова Е. Е., кандидат филологических наук, преподаватель на факультете журналистики Нижегородского филиала Российской академии образования.

Гарматин А. А., главный редактор сетевого вещания телекомпании Дон-ТР, аспирант кафедры журналистики Тольяттинского государственного университета.

Гильманов В. Х., канд. филол. наук, доцент Калининградского ГУ.

Горохов М. Ю., аспирант кафедры истории журналистики факультета журналистики ВГУ.

Долгополов А., ассистент кафедры журналистики Тольяттинского государственного университета.

Дыханова Б. С., доктор. филол. наук, профессор Воронежского государственного университета.

Инютин В. В., канд. филол. наук, доцент ВГУ.

Казак М. Ю., кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и методики преподавания Белгородского государственного университета.

Куликова Л. В., кандидат педагогических наук, доцент, старший научный сотрудник кафедры второго иностранного языка Красноярского государственного педагогического университета.

Куркина Т. Н., канд. филол. наук, преподаватель ВГУ.

Кройчик Л. Е., доктор филол. наук, профессор ВГУ.

Лаенко Л. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии факультета РГФ Воронежского ГУ.

Ларин С. А., аспирант ВГУ.

Листрова-Правда Ю. Т., доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка филологического факультета Воронежского университета.

Осетрова О., преподаватель кафедры журналистики Старооскольского филиала ВГУ.

Петракова Л. Г., аспирантка Воронежского государственного университета.

Погорелова М. В., аспирант кафедры русского языка филологического факультета ВГУ.

Потсар А. Н., преподаватель факультета журналистики СПбГУ, кафедра теории речевой деятельности и языка массовой коммуникации.

Пухова Т. Ф., канд. филол. наук, доцент ВГУ.

Стеблецова А. О., кандидат филологических наук преподаватель кафедры английской филологии факультета романо-германской филологии Воронежского государственного университета.

Свительский В. А., профессор кафедры русской литературы XIX в., ВГУ.

Удодов Б. Т., доктор филол. наук, профессор ВГУ.

Фаустов А. А., доктор филол. наук, профессор ВГУ.

Хорольский В. В., профессор кафедры истории журналистики Воронежского государственного университета, доктор филол. наук.

Шайхитдинова С. К., заведующая кафедрой журналистики Казанского государственного университета, кандидат филологических наук.

Шаманова М. В., кандидат филологических наук Борисоглебского государственного педагогического института, доцент кафедры русского языка и методики его преподавания.

Шукина Л. С., преподаватель кафедры средств массовой коммуникации и рекламы Воронежского государственного университета.

ПРАВИЛА ПУБЛИКАЦИИ ДЛЯ АВТОРОВ

ПРИМЕРЫ БИБЛИОГРАФИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ (ДЛЯ СПИСКОВ В НАУЧНЫХ РАБОТАХ)

1) Книга под фамилией автора

Описание книги начинается с фамилии автора, если книга имеет авторов не более трех.

Бирюков П.Н. Международное право: Учеб. пособие / П.Н. Бирюков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юристъ, 2000. – 416 с.

Борисов И.И. Воронежский государственный университет вступает в XXI век: Размышления о настоящем и будущем / И.И. Борисов. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. – 120 с.

Карасева М.В. Финансовое право: Практикум / М.В. Карасева, В.В. Гриценко. – М.: Юристъ, 2000. – 152 с.

2) Книга под заглавием

Описание книги дается на заглавие, если книга написана четырьмя и более авторами. На заглавие описываются коллективные монографии, сборники статей и т.п.

Государственная и местная власть: правовые проблемы: Россия – Испания: Сб. науч. тр. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2000. – 312 с.

Культурология: Учеб. Пособие для студ. вузов / Под ред. А.И. Марковой. – 3-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 315 с.

3) Статья из журнала

Иванова Е.Ю. На грани элитарной и массовой культур: К осмыслению «игрового пространства» рус. авангарда / Е.Ю. Иванова // Обществ. Науки и современность. – 2001. - № 1. – С. 162-174.

Кряжков В. Административные суды: какими им быть? / В. Кряжков, Ю. Старилов // Рос. юстиция. – 2001. - № 1. – С. 18-20.

Шпак В.Ю. Анализ аксиом политики, власти и правосознания: На основе работ И.А. Ильина / В.Ю. Шпак, В.В. Макеев, А.А. Паршина // Философия права. – 2000. - № 2. – С. 28-32.

Модельный регламент представительного органа местного самоуправления (думы) муниципального образования: Проект // Журн. рос. права. – 2000. - № 10. – С. 72-93.

4) Статья из газеты

Чирков В. Культура в ожидании холодов / В. Чирков // Молодой коммунар. – 2001. – 14 сент.

Козлов М. Очеловеченность человека / М. Козлов // Кн. обозрение. – 2001. – 4 июня. – С. 10.

Шмаков В. С нами летит террорист! / В. Шмаков // Лит. газ. – 2001. – 31 окт. – 6 нояб. – С. 6.

В аналитическом описании статьи из газеты область количественной характеристики (страница) указывается, если газета имеет более 8 страниц.

5) Статья из продолжающегося издания

Леженин В.Н. Развитие положений римского частного права в российском гражданском законодательстве / В.Н. Леженин // Юрид. зап. / Воронеж. гос. ун-т. – 2000. – Вып. 11. – С. 19-33.

6) Статьи из сборника

Астафьев Ю.В. Судебная власть: федеральный и региональный уровни / Ю.В. Астафьев, В.А. Панюшкин // Государственная и местная власть: правовые проблемы: (Россия – Испания): Сб. науч. тр. – Воронеж, 2000. – С. 75-92.

7) Статья из собрания сочинений

Локк Дж. Опыт веротерпимости / Джон Локк // Собр. соч.: В 3 т. – М., 1985. – Т.3. – С. 66-90.

8) Рецензия

Моряков В.И. (Рецензия) / В.И. Моряков // Вопр. истории. – 2001. - № 3. – С. 160-162. – Рец. на кн.: Человек эпохи Просвещения: Сб. ст. / Отв. ред. Г.С. Кучеренко. – М.: Наука, 1999. – 224 с.

Левкин А. Реанимация контекста / А. Левкин // Октябрь. — 2001. - №2. — С. 173-174. — Рец. на кн.: Кобрин К. Описания и рассуждения: Кн. Эссе / К. Кобрин. — М., 2000. — 236 с.

9) Авторефераты диссертаций

Жукова Е.Н. Политический центризм в России: Автореф. дис. ... канд. филос. наук / Жукова Елена Николаевна. — М., 2000. — 24 с.

10) Нормативные акты

О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации: Федер. Закон от 31 мая 2001 г. № 73-ФЗ // Ведомости Федер. Собр. Рос. Федерации. — 2001. - №17. — Ст. 940. — С. 11-28.

11) Библиографическое описание документа из Internet

Бычкова Л.С. Конструктивизм / Л.С. Бычкова // Культурология XX век — «К». — (<http://www.smysl.ru/annot.php>).

Психология смысла: природа, строение и динамика Леонтьева Д.А. — Первое изд. — 1999. — (<http://www.smysl.ru/annot.php>).

12) Архивные материалы

Материалы следственной комиссии, учрежденной в связи с распространением в воскресных школах антиправительственной пропаганды. (ЦГИАЛ СССР. Ф.1282. Оп. 1. Д. 74. Л. 5-6).

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

- шрифт Times New Roman, размер 12, через 1 интервал, стиль “Обычный” (весь текст);

- абзац — 0,5 см; выравнивание по ширине;

- **страницы не нумеруются;**

- все инициалы в тексте набираются через неразрывный пробел — см. прим.;

- примеры в статьях выделяются курсивом, исследуемая единица — полужирным курсивом, толкование заключается в апострофы “, например: *быть, как боги* ‘о тех, кто является всесильным или непревзойденным в чём-л.’

- все другие выделения производятся с помощью **р а з р ы д к и** (межбуквенный интервал — 1,5 пт.) или подчеркиванием;

- в тексте короткое тире (—) и дефис (-) различаются размером и наличием/отсутствием пробелов, например, *Байрон — поэт-романтик; 60-е годы, XVI—XIX вв.*;

- сокращения типа *т. е., т. к.* и под. набираются с неразрывным пробелом; *60-е, I-ого* — с неразрывным дефисом;

- в тексте используются кавычки “...”, если встречаются внутренние и внешние кавычки, то внешними выступают “елочки”: «... “...”»;

- список литературы дается в конце статьи по алфавиту с обязательной нумерацией и озаглаивается **ЛИТЕРАТУРА** (выравнивание по центру, прописные буквы, полужирный);

- **ссылки на литературу оформляются порядковым номером источника по списку литературы, число заключается в квадратные скобки: [1], например: Л. В. Щерба отмечал: “...” [1], через запятую дается указание на страницы [1,165], через двоеточие другая ссылка [1, 5];**

- сноски оформляются внизу страницы, **концевые сноски не допустимы;**

- материалы подаются на дискете 3,5 с текстом в редакторе Word for Windows и в распечатанном виде с хорошим качеством печати;

- **на отдельном листе приводятся сведения об авторе: фамилия, имя, отчество, уч. степень, звание, должность, место работы, контактный адрес (и, если имеется, электронный), телефон;**

Примечание. Неразрывный пробел выполняется командой [Ctrl + Shift + Пробел] или командой “Вставка” — “Символ” — “Специальные символы” — “Неразрывный пробел”; неразрывный дефис — [Ctrl + Shift + клавиша “-”] или: “Вставка” — “Символ” — “Специальные символы” — “Неразрывный дефис”.